



## С Т А Н О В И Щ Е

От: *доц. д-р., Марин Веселинов Гешков;*  
*УНСС-София;*  
*Професионално направление 3.8 Икономика, научна специалност*  
*„Икономика и управление“*

Относно: *дисертационен труд за присъждане на образователна и научна*  
*степен **„доктор“** по научна специалност в УНСС.*

Автор на дисертационния труд: *Никола Петров Цоцев*  
Тема на дисертационния труд: *„Подобряване организацията на*  
*маркетинга чрез повишаване дигиталното присъствие на*  
*МСП“*

**Основание** за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 1337/30.04.2025 г. на Ректора на УНСС.

### **1. Информация за дисертанта**

Професионалната биография на докторант Никола Цоцев е свързана с придобит опит в различни икономически сектори и разкрива логичното развитие на колега с доказани научноизследователски и личностни качества. Докторантът започва своя кариерен път в Изпълнителна агенция "Главна инспекция по труда", София, като от 05.2018 г. до 09.2023 г. е служител по сигурността на информацията (ССИ) и защита на личните данни (ДЛЗД). След това Никола Цоцев работи в компании ЕТ ЕЛМА-Г, Ботевград, като техник, поддръжка на компютърни мрежи и интегриране на система за мониторинг и управление на охранителни патрули. Отлично владее английски език. Притежава отлични комуникационни, организационни и компютърни умения.

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра “Индустриален бизнес“ / “Бизнес факултет“ на УНСС, по научната специалност Икономика и управление (индустрия) съгласно Заповед на Зам.- ректора по НИД на УНСС № 1259/26.04.2018 г. Обучението е осъществено в редовна форма през периода от 18.04.2018 г. до 18.04.2022 г. и в задочна форма през периода 18.04.2024 г. до 18.04.2025 г.

## **2. Обща характеристика на представения дисертационен труд**

Представеният за становище проект за дисертационен труд е в обем от 164 страници. Състои се от въведение, теоретична част, методологическа част, практическа част и заключение. Използвани са 222 литературни източника. В глава първа на проекта за дисертационен труд се извършва задълбочено представяне на теоретичните основи и приложните аспекти на маркетинговата концепция. Тук са разгледани теоретичните аспекти на традиционния маркетинг, като последователно са представени историята и разбирането за маркетинга, дефинициите за понятието традиционен маркетинг и основните компоненти включени в маркетинговия микс. Глава първа на проекта за дисертационен труд продължава с теоретичен анализ на класификациите за маркетинга. Тук докторантът последователно противопоставя стратегическия срещу тактическия маркетинг, традиционния срещу дигиталния маркетинг, потребителския срещу бизнес маркетинга, и глобалния срещу локалния маркетинг, извеждайки както предимствата така и недостатъците на всеки един от тези видове маркетинг. Теоретичните основи на маркетинговата концепция, основните аспекти в практическото приложение на маркетинговата концепция, както и основните моменти в управлението и организацията на маркетинга се явяват естествено продължение на теоретичната част на проекта за дисертационен труд. Глава първа на проекта за дисертационен труд завършва с основните елементи на дигиталния маркетинг, както и основните предизвикателства пред въвеждане на дигиталния маркетинг в малките и средните предприятия в България.

Методологията на изследването се основава на интегриран подход съчетаващ количествени и качествени методи за анализ на влиянието на дигиталното присъствие върху икономическите показатели на малките и средни предприятия. Количественият компонент включва използването на анкетно проучване за събиране на данни от широка извадка предприятия, което позволява статистически анализ и тестване на хипотези, докато

качественият аспект се изразява в провеждането и прилагането на стратегически маркетингови анализи като SWOT и PEST анализи, които предоставят по-дълбоко разбиране за контекста и факторите, влияещи върху дигитализацията на малките и средни предприятия. Този смесен подход осигурява цялостен поглед върху изследвания проблем и позволява извеждането на практически насоки за подобряване на дигиталното присъствие на предприятията. По-нататък авторът развива методическата рамка на изследването, като извежда основаната хипотеза а именно: „Връзката между нивото на дигитално присъствие и маркетинговите показатели на фирмите е строго положителна“.

Безспорно най-голям интерес за читателя представлява практическата част на проекта за дисертационен труд, в която докторантът използва специално разработен въпросник за събиране на данни имащи за цел да се изследват ключови аспекти като повишаването на видимостта, разширяването на клиентската база, ефективността на маркетинговите дейности и конкурентните предимства, които дигитализацията може да донесе. Авторът провежда своето емпирично проучване сред 286 малки и средни предприятия, след което предлага детайлен и задълбочен анализ на събраните данни. Към статистическия инструментариум използван в проекта за дисертационен труд, можем да отбележим проведените от авторът сравнителен анализ, както и регресионен анализ показващ положителната връзка между дигиталното присъствие и маркетинговите резултати на предприятието. Заключителната част на проекта за дисертационен труд представлява изводи и препоръки изведени от докторанта. Тук авторът дава ценни препоръки от практико-приложен характер, които биха могли да бъдат използвани за засилване на положителните въздействие от дигитализацията на малките и средни предприятия върху техните маркетингови резултати.

Представеният за становище проект за дисертационен труд представлява напълно завършен труд, включващ всички необходими раздели и очертаващ основните приноси на докторанта, които включват както старателно извършения сравнителен и регресионен анализ, така и ценните препоръки от практико-приложен характер дадени от автора . Актуалността на разработения в дисертационния труд проблем е несъмнена, с подчертан авторов поглед върху разглежданата проблематика. Личи задълбоченото познаване на използваните теоретични източници. Избраната от докторант Цоцев методология напълно съответства с поставените цели и задачи. Считам представените в проекта за дисертационен труд обект, предмет, цели и задачи, както и представената методология за напълно концептуално обосновани и

отговарящи на поставената тема. Считаю степента на лично участие на докторанта за безспорна, като положително впечатление прави уменията на докторанта да анализира и обобщава голям брой литературни източници. Докторантът показва задълбочени познания в областта на изследваната от него проблематика, както и способности за самостоятелни научни изследвания.

### **3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати**

Дисертационният труд разширява и обогатява икономическата теория в частта на подобряване организацията на маркетинга, чрез повишаване дигиталното присъствие на малките и средни предприятия в българската икономика. Постигнатите научно-приложни резултати са съвместими с поставените цели. Авторът извършва детайлен статистически анализ открояващ положителните следствия от повишаване на дигиталното присъствие на малките и средни предприятия върху организацията на маркетинга в локален и национален мащаб. Също така докторантът извършва задълбочен и аргументиран регресионен анализ оценяващ ефекта от увеличаване дигиталното присъствие на предприятието върху неговите бизнес резултати. Направените от докторантът изводи и препоръки са базирани изцяло на получените от статистическите анализи резултати. Методологията, използвана в дисертационния труд, е строго статистическа. Получените от докторантът резултати са прецизни и подробни и са резултат от умело прилагане на статистически модели, което дава възможност на читателите да проверят заключенията, изведени от докторанта, както и тяхната достоверност.

### **4. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Авторът е очертал шест научни и научно-приложни приноса, които в своята съвкупност напълно се покриват с моята оценка на получените резултати, посочена по-горе. Безспорно основен принос в представения за рецензиране дисертационен труд, е разработеният от автора модел за оценка на дигиталното присъствие на малки и средни предприятия в България, както и дадените от автора препоръки за подобряване на организацията на маркетинга чрез ефективно дигитално присъствие. Към този основен принос авторът очертава и приноси, свързани с проведеното

практико-приложно изследване в 286 малки и средни предприятия, както и задълбоченият анализ на получените резултати.

Авторът провежда сравнителен и регресионен анализ като начертава и препоръки за бъдещо подобряване организацията на маркетинга чрез ефективно дигитално присъствие. Считаю, че така формулираните приноси и тяхното разграничаване на научни и научноприложни, могат и следва да бъдат приети.

## **5. Оценка на публикациите по дисертацията**

В автореферата надлежно са представени публикациите по дисертационния труд, общо три на брой, две статии съответно една на български и една на английски език и един доклад на български език. Статията на английски език е публикувана в списание „Economic Insights – Trends and Challenges“ реферирано в голям брой вторични бази данни. Статията на български език е одобрена за предстояща публикация, а докладът е публикуван в сборник с доклади.

И трите публикации са самостоятелно дело на автора. Всички публикации са по тематиката на дисертационния труд. Покрити са минималните национални изисквания.

## **6. Оценка на автореферата**

Авторефератът отговаря на формалните изисквания и отразява съдържанието на дисертацията, както и основните положения в нея. Приемам очертаните от докторанта в автореферата научни и научно-приложни приноси за достоверни и научно обосновани.

## **7. Критични бележки, препоръки и въпроси**

Представения за становище проект за дисертационен труд представлява напълно завършен труд, включващ всички необходими раздели и очертаващ основните приноси на докторанта, които се определят както разработения от авторът модел за оценка на дигиталното присъствие на малки и средни предприятия в България, проведеното практико приложно изследване обхващащо 286 малки и средни предприятия в България, както и изведените от докторантът ценни

препоръки за подобряване организацията на маркетинга чрез повишаване на дигиталното присъствие на малки и средни предприятия в българската икономика.

Като препоръка бих посочил разработването от автора на прогнозен регресионно-корелационен модел, показващ бъдещия положителен ефект от повишаване дигиталното присъствие на малките и средни предприятия в България, както върху бизнес резултатите на тези предприятия така и върху българската икономика.

Тук може да бъде зададен следния въпрос:

Възможно ли е предложеният от докторантът регресионен модел да бъде апробиран за прогнозиране на ефекта от повишаване на дигиталното присъствие в бъдещ период и ако това е възможно, каква е прогнозата на докторанта за бъдещото влияние на малките и средни предприятия върху българската икономика?

## **8. Заключение**

Уважаеми членове на научното жури, с настоящото приемам предложения дисертационен труд на докторант Никола Петров Цоцев, на тема „Подобряване организацията на маркетинга чрез повишаване дигиталното присъствие на МСП“ и давам положителна оценка за придобиване на научната и образователна степен „доктор“ в професионално направление 3.8. Икономика и управление.

04.07.2025

София

Подпис: .....

Доц. д-р. Марин Гешков