



СТ А Н О В И Щ Е

От: доц. д-р Анка Цветанова;
Технически университет-София;
професионално направление 3.7 Администрация и управление,
научна специалност „Икономика и управление“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по професионално направление 3.8 Икономика, докторска програма „Организация и управление на производството“ (по отрасли и подотрасли) 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

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра: Индустриален бизнес, Бизнес факултет на УНСС по научна специалност „Организация и управление на производството“ съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС № 1259/26.04.2018 г. Обучението е осъществено в редовна форма през периода 18.04.2018 г. -18.04.2021 г.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд, възлизащ на 250 страници, е структуриран в увод, три съдържателни глави, заключение, библиография и приложения. Актуалността на изследваната проблематика произтича от ускорената дигитализация и необходимостта малките и средни предприятия (МСП) да се адаптират към динамичната конкурентна среда. Основната цел е да се изследва въздействието на дигиталното присъствие върху маркетинговата организация на МСП, като се поставя акцент върху достъпни и бюджетно

ориентирани дигитални инструменти. Изследователските задачи са формулирани логично и последователно – от теоретичен обзор, през анализ на текущото състояние и идентифициране на ключовите предизвикателства, до разработване на препоръки и оценка на ефектите от прилаганите дигитални стратегии. Обект на изследване са МСП в България, а предмет – стратегиите за подобряване на тяхното дигитално присъствие. Централната хипотеза, че засиленото дигитално присъствие подобрява маркетинговата организация и осигурява конкурентно предимство, е убедително аргументирана и подлежи на емпирична проверка.

Базата от научна литература обхваща широк набор от съвременни източници – документи на европейски институции, публикации в престижни академични издания и статистически доклади, което свидетелства за задълбочен аналитичен подход и висока степен на информираност.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

В дисертацията са постигнати значими научни и научно-приложни резултати. Авторът успешно изгражда теоретико-методическа рамка, базирана на съвременните концепции в маркетинга и дигитализацията. Разработката включва анкетно проучване сред 268 МСП, както и прилагане на различни методи, в т.ч. статистически методи като корелационен и регресионен анализ, чрез които се обосновават основните резултати от изследването.

Целта и задачите са изпълнени изчерпателно. Представени са реални данни за текущото дигитално присъствие на МСП, идентифицирани са основни бариери, предложени са приложими препоръки и е оценено въздействието на дигиталните инструменти върху маркетинговата ефективност. Особено ценни са предложенията за самооценка и пътна карта за подобряване на дигиталното присъствие.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Представените в дисертационния труд приноси се отличават с ясна структурираност, научна обосновааност и висока степен на приложимост в практиката на малките и средни предприятия в България. Авторът демонстрира задълбочено разбиране на проблематиката, като предлага оригинални решения в контекста на дигиталната трансформация и маркетинговото управление.

Теоретичните приноси, свързани със систематизирането на научните постановки и концептуализирането на индекс за дигитализация, създават

стабилна основа за бъдещи изследвания в тази област. Те подчертават аналитичния подход на дисертанта и допринасят за развитието на понятийния апарат, отнасящ се до дигиталното присъствие на МСП.

Приложните приноси, включително авторският модел за оценка на дигиталното присъствие и интерактивният инструмент за самооценка, притежават значителна практическа стойност. Те предоставят ефективни инструменти за диагностика и стратегическо планиране, пригодени към специфичните нужди и възможности на МСП в българския икономически контекст.

Емпиричното изследване върху представителна извадка от 268 МСП не само валидира теоретичните допускания, но и осигурява надеждна емпирична основа за формулиране на конкретни препоръки.

В обобщение, приносите в дисертационния труд се характеризират с новаторство, практическа значимост и потенциал за надграждане в бъдещи научни разработки. Те обогатяват съществуващото знание в областта на дигиталния маркетинг и допринасят за по-доброто разбиране и управление на дигиталното присъствие в МСП.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Публикациите отразяват основни резултати от изследването и са с подходяща насоченост към академична и бизнес аудитория.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът коректно отразява съдържанието, структурата и основните приноси на дисертацията. Формулиран е ясно, съдържа обобщение на целите, методите, резултатите и заключенията.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Въпреки заявената универсална приложимост на предложената от дисертанта последователност от „дванадесет условия“ за самооценка на нивото на дигитално присъствие на МСП, възможно ли е да се предвидят механизми за адаптиране на този модел при прилагането му в организации с различен мащаб и секторна специфика?

8. Заключение

На основата на задълбоченото ми запознаване с представения дисертационен труд, мога да заявя, че дисертационният труд е съдържателен и отговаря на общоприетите законови изисквания. Постигнатите в труда резултати са значими и съдържат определени

научни и научно-приложни приноси. Всички документи са представени в пълен комплект.

Въз основа на гореизложеното препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди на Никола Петров Цоцев образователната и научна степен „Доктор“, по научната специалност „Организация и управление на производството“, професионално направление: 3.8. Икономика, Област: 3. Социални, стопански и правни науки.

09.06.2025 г. / София

Подпис: 