



РЕЦЕНЗИЯ

От: *проф. дн. Николай Христов Щерев*

Университет за национално и световно стопанство

Научна специалност: 05.02.18. Икономика и управление /по отрасли/, 3.8. Организация и управление на производството /индустрия/

Относно: *дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност 3.8. Организация и управление на производството /индустрия/ в УНСС.*

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

Автор на дисертационния труд: *Никола Петров Цоцев*

Тема на дисертационния труд: *Подобряване организацията на маркетинга чрез повишаване дигиталното присъствие на МСП*

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към *катедра „Индуриален бизнес“* в Бизнес факултет на УНСС по научна специалност 3.8. Организация и управление на производството /индустрия/ съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС №1259/26.04.2018г. Обучението е осъществено в *редовна* форма през периода 26.04.2018 – 18.04.2025 г.

- Никола Цоцев е завършил УНСС в специалност „Бизнес икономика“ в ОКС Бакалавър през 2016 и в ОКС „Магистър“ през 2017 г. През 2018г. е приет за редовен докторант в катедра Индуриален бизнес на УНСС.

В професионален план започва своето развитие през 2014 г. като технически експерт /2014/, а след това последователно: младши, старши и главен експерт, и служител на сигурността на данните в ИА Главна инспекция по труда /до 2023г./. През 2023 г. – до сега,

започва работа като експерт поддържа компютърни системи в Ботевград.

Като докторант от 2020 г. е част от Организационния комитет на годишната научна конференция „Индустриален растеж“ и отговаря за подготовката и поддържане на интернет страницата на конференцията и организация на комуникацията с участниците в нея.

- По отношение на индивидуалния план, Никола Цоцев е положил успешно всички изпити по докторантската програма /6 на брой/, както и е публикувал основни част от дисертационното си изследване, което формира повече от необходимите 30 т. по Минималните национални изисквания.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

- Представеният проект на дисертационен труд е в общ обем от 226 страници и включва Увод, Заключение, Използвана литература и три глави. Литературна справка съдържа 222 литературни източника, от които 3 на български език и 219 – на англ. език. Дисертационният труд съдържа 3 таблици и 22 фигури. Представени са и 4 Приложения в общ обем от 25 страници, съдържащи 1 анкетна карта, 2 графики и 1 таблица.

Като цяло структурата на Дисертационния труд отговаря на изискванията и може да се даде положителна оценка.

- В съдържателно отношение представеният от Никола Цоцев дисертационен труд е балансиран като са представени: първо, теоретичните основи на разглежданите понятия като: маркетинг, организация и управление на маркетинга, принципи на аджайл маркетинга и характеристики на дигиталния маркетинг (първа глава на ДТ); второ, методически инструментариум за оценка и анализ на корпоративните практики на МСП по отношение на дигиталния маркетинг като е предложен и авторов инструментариум за оценка на дигиталното присъствие на МСП чрез съчетаване на вече съществуващи методи и модели за наблюдение (втора глава); и трето, приложен анализ, вкл. и анализ на резултати от допитване до български МСП компании, относно степента на използване на различни дигитални инструменти в практиката на изследваните обекти (трета глава).
- Структурната цялостност и логическата обвързаност на отделните структурни елементи на дисертационния труд са добре представени и защитени чрез ясна и разбираема концептуалната рамка. При това,

цялостната концепция, върху която е изградено дисертационното изследване, може да се оцени високо. Основание за високата оценка са:

- Обектът и предметът на дисертационното проучване са еднозначно определени. Подкрепям дефинираните от автора обект: *„малките и средни предприятия (МСП), опериращи на територията на България и техните маркетингови дейности, свързани с изграждането и управлението на дигитално присъствие.“*, както и дефинирания предмет: *„изследването на стратегиите и практиките за подобряване на маркетинговата организация чрез повишаване на дигиталното присъствие на малките и средни предприятия (МСП).“*

Те кореспондират както със заглавието на Дисертационния труд, така и със заложените в него цели и задачи.

- Дефинираната основна цел: *„да изследва и оцени влиянието на дигиталното присъствие върху маркетинговата организация и конкурентоспособността на МСП в България. Специален акцент се поставя върху достъпните и бюджетни дигитални инструменти, като безплатни бизнес профили в социалните мрежи, корпоративен имейли и фирмен уебсайт“*, е коректна е може да се реализира с поставените 5 работни задачи. В следствие, в съдържанието на самия проект на дисертационен труд тази цел е постигната.
- Докторантската теза: *„стратегическото повишаване на дигиталното присъствие на МСП, води до значително усъвършенстване и подобряване на организацията на маркетинга, повишаване на конкурентоспособността и постигане на устойчив растеж. Чрез интегриране на достъпни и ефективни дигитални инструменти, МСП могат да оптимизират маркетинговите си дейности, да достигнат до по-широка аудитория и да укрепят позициите си на пазара“*, е коректно дефинирана и чрез представения методически инструментариум е представена по един добър начин в съдържанието на дисертационния труд.
- В съдържателно отношение Дисертационният труд е структуриран в три основни глави:
 - В първа глава **ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ И ПРИЛОЖНИ АСПЕКТИ НА МАРКЕТИНГОВАТА КОНЦЕПЦИЯ**, са представени основните теоретични и теоретико-приложни

аспекти на маркетинговата концепция, нейната организация и съвременните дигитални аспекти на маркетинга. Напълно подходящо са представени и цитирани литературни източници, представящи основните въпроси и проблеми пред дигиталния маркетинг и дигитализацията на бизнеса на Малките и средни предприятия /МСП/

- Втора глава на проекта на дисертационния труд **МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО** определено е най-слабата в представения проект и все още няма статут на методическа глава. В нея са представени основни аспекти на методите за наблюдение и анализ, но не са изпълнени, заложените от автора: *„количествени и качествени методи за анализ на влиянието на дигиталното присъствие върху икономическите показатели на МСП“*.
- Трета глава на дисертационния труд **ПРАКТИЧЕСКО ИЗСЛЕДВАНЕ ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ И ОЦЕНКА НА ПОЛЗИТЕ ОТ ПОВИШАВАНЕ НА ДИГИТАЛНО ПРИСЪСТВИЕ ЗА МАЛКИТЕ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ /МСП/**, е най-просторно представена като авторът е извел методиката на своето приложно изследване и е обобщил резултатите от него. От съдържанието на тази трета глава е видно, че авторът е извършил емпирична проверка на дефинираната докторска теза като се е ограничил до дефинираните обект и предмет на дисертационния труд.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

- Оценката на съдържанието на представения за рецензиране дисертационен труд позволява да се открият няколко съществени резултата:
 - Проведен е теоретичен, исторически и еволюционен анализ на основни концепции и подходи, свързани с предмета на дисертационното изследване: *дигитални маркетингови стратегии и практики за подобряване на маркетинговата организация на малките и средни предприятия (МСП)*.
 - На основата на проведения теоретичен анализ е дефинирана тезата, че *чрез повишаване на дигиталното присъствие на МСП, значително се усъвършенства и подобрява организацията на техния маркетинг, повишава се тяхната*

конкурентоспособност и се създават условия за постигане на устойчив растеж.

- Систематизирани са основни методи, инструменти и практики, позовани в теорията и прилагани в бизнес практика, що се отнася до управление на дигиталното присъствие, използване на методи на аджайл маркетинга по отношение на организацията на маркетинга и пр.
- На основата на методическия синтез е предложен авторов подход за оценка ефектите при управление на дигиталното присъствие на МСП чрез съчетаване на вече съществуващи методи, определени от влиянието на дигиталните инструменти върху организацията на съвременния маркетинг, основан на аджайл принципите.
- Проведено е приложно изследване чрез онлайн анкетно допитване на обекти: МСП по отношение на самооценка степента на тяхното дигитално присъствие . Акцентът на приложното изследване е поставен върху систематизиране на приложими в изследваните обекти дигитални маркетингови практики и налагането на нови такива съобразно изведена авторова схема /пътна карта/ за самооценка на дигиталното присъствие на МСП.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

- *Съдържанието на дисертационния труд позволява да се оцени високо компетентността на докторантката по отношение на теорията, методиката и приложните аспекти на избраната тема.*
- *Представените за рецензирани материали: дисертационен труд и автореферат потвърждават напълно съдържащите се в дисертационния труд научни и научно-приложни приноси. Подкрепям изведените в автореферата приноси:*

Приноси с теоретичен и теоретично-методически характер

- Описани, анализирани и систематизирани са научно-теоретичните постановки за ролята на дигиталното присъствие на МСП. При това е обоснован показател за оценка на дигиталното присъствие, респ. индекс на дигитализация.
- Идентифицирани и обобщени са основни инструменти на дигиталния маркетинг като е оценена приложимостта на

някои от тези инструменти за повишаване на дигиталното присъствие на МСП.

- На основата на съществуващ методически инструментариум за оценка степента на дигитализация на бизнес системите са идентифицирани приложимите аспекти за българските МСП. На тази основа е разработен авторов модел за оценка на дигиталното присъствие на МСП в България.

Приноси с приложен и приложно-методически характер

- Чрез проведено изследване на практическия опит на 268 действащи български МСП в областта на използване на разнообразни технологии и техники за дигитализация на бизнеса е проучена и е анализирана връзката между дигитализацията на МСП и ефективността на техния маркетинг.
- При синтез на данните от целево проучване на действащи български МСП са идентифицирани и систематизирани ключови предизвикателства и добри практики при внедряването на дигитални канали в маркетинга на наблюдаваните предприятия.
- На основата на теоретични, методически и приложни обобщения е разработен и е предложен действащ интерактивен модел за самооценка на степента на дигитално присъствие на МСП. При това като част от самия модел е включен и модул за извеждане на препоръки за подобряване организацията на маркетинга в МСП чрез ефективно дигитално присъствие.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

- *По дисертационния труд са представени 3 публикации: 1 статия /на български език/ и 2 доклада от конференции /по една на български и на английски език/. Рецензираните публикации представят важни тези и резултати от дисертационното проучване и могат да се оценят високо.*

6. Оценка на автореферата

- *По дисертационния труд е представен за рецензиране Автореферат в общ обем от 40 страници, съдържащи: Обща характеристика на ДТ; Кратко съдържание на ДТ; Насоки за бъдеща изследователска работа; Справка за приносите; Списък с публикациите по ДТ, Цитирани източници.*

- Авторефератът е добре структуриран, а в съдържателно отношение представя по един добър начин синтез на резултатите на дисертационното изследване.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

- Общото ми мнение е, че дисертационният труд не притежава значими пропуски или явни грешки, които да намалят оценката за качествата на труда.

8. Заключение

- Предложеният дисертационен труд от **НИКОЛА ПЕТРОВ ЦОЦЕВ** на тема „ПОДОБРЯВАНЕ ОРГАНИЗАЦИЯТА НА МАРКЕТИНГА ЧРЕЗ ПОВИШАВАНЕ ДИГИТАЛНОТО ПРИСЪСТВИЕ НА МСП“ напълно отговаря на изисквания на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и на Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ в УНСС.
- Като имам предвид посочените по-горе положителни моменти на структурата и съдържанието на дисертационния труд, научните и приложените приноси в него, както и качествата на автора, считам, че дисертацията представлява завършено оригинално авторско изследване. Всичко това ми дава основание да изразя своето **ПОЛОЖИТЕЛНО** становище на **НИКОЛА ПЕТРОВ ЦОЦЕВ** да бъде присъдена образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление **3.8 Икономика**, научна специалност: „**Организация и управление на производството (индустрия)**“.

10-06-2025 г./ София

Рецензент:
/проф.дн. Николай Щерев/