



СТ А Н О В И Щ Е

От: проф. д-р Евгени Росенов Генчев

Тракийски университет – гр. Стара Загора;

Научна специалност “Маркетинг и управление на веригата на доставки”

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“ в УНСС

Автор на дисертационния труд: *Огнян Георгиев Огнянов*

Тема на дисертационния труд: *“Маркетингови подходи за привличане и задържане на студенти в икономическите висши учебни заведения в Република България”*

Научен ръководител: проф. д-р Красимир Маринов Маринов

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 899/25.03.2026г. на Ректора на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра “Маркетинг и стратегическо планиране”/ факултет “Управление и администрация” на УНСС, по научна специалност „Маркетинг“ съгласно Заповед на Ректора на УНСС №1119/28.04.2023г. Обучението е осъществено в редовна форма през периода 2023-2026г.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

2.1. Обем и структура

Дисертационният труд е в обем от 274 стр. и включва въведение, три глави, заключение, използвана литература и приложения. Той се характеризира с добър баланс в структурата и логическа последователност между отделните глави.

2.2. Оценка за: актуалността и значимостта на темата; целта; задачите; обекта; предмета и основната теза на дисертационния труд

Безспорно избраната тема е актуална, малко изследвана и от

изключително значение за функционирането на висшите учебни заведения в конкурентна среда и при наличие на задълбочаваща се демографска криза.

Във въведението са формулирани обектът и предметът на дисертационния труд. Целта на дисертацията е „да бъдат разкрити спецификите на маркетинговите подходи и въздействия върху потребителските очаквания при привличането на студенти и задържането им в по-висока образователна степен“. За постигането на целта авторът формулира десет изследователски задачи.

Обект на настоящата дисертация са икономическите висши учебни заведения в Република България, заедно с техните студенти, кандидат-студенти и родителите/настойниците на кандидат-студентите, а предмет са потребителските нагласи и поведение към маркетинговите подходи и въздействия, които се прилагат при привличането на студенти и задържането им в по-висока образователна степен.

2.3. Използвана научна литература

Списъкът включва общо 210 литературни източника. Разпределението е 21 интернет източника, 189 публикации, в това число монографии, статии и доклади, от които на български език 16. Това е доказателство за големия обем извършена работа и за недостатъчния брой проучвания в България по избраната тема.

3. Оценка на съдържанието на дисертационния труд и на получените научни и научно-приложни резултати

3.1 Оценка на съдържанието на дисертационния труд

В първа глава са разгледани релевантни теоретични постановки и емпирични разработки, свързани с маркетинга на висшето образование и аспектите му при привличането на студенти и задържането им в по-висока образователна степен. В допълнение към предходното е направен детайлен анализ на маркетинговата обкръжаваща среда, в която работят икономическите висши учебни заведения в България.

Във втора глава са обяснени фазите на изследователския процес и е разработена изследователска програма и инструментариум. Обосновани са изборът на типа изследователска програма и методът за събиране на данни. В дисертационния труд се използва качествен метод – фокусирано дълбочинно интервю. На базата на избрания метод е изграден изследователски инструмент за събиране на необходимите за изследването данни.

В трета глава са избрани първични единици на настоящото изследване – представителите на вече посочените четири групи респонденти – потенциални кандидат-студенти в България; родители/настойници на потенциални кандидат-студенти в България; настоящи студенти в България; преподаватели/административен персонал във висше учебно заведение в България. Обемът на извадката е 88 (по 22 от всяка от четирите групи)

наблюдавани (първични) единици. Интервютата са проведени в периода 01.10.2024 г. – 11.09.2025 г.

3. 2 Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

На база на анализирания данни са разработени и посочени един алгоритъм и три модела, които могат да послужат като съставни части на управленски инструменти – не само в частта на маркетинга на висшите учебни заведения, но и в цялостното управление на приема и отношенията със студентите.

Много добро впечатление оставя богатата онагледеност на дисертацията включваща общо 15 фигури и 32 таблици.

В заключение мога да обобщя, че Огнян Огнянов има точен, логичен и научен стил на писане. Дисертационният труд демонстрира много добро разбиране на теорията и прилагане на методологията в практичен аспект.

4. Оценка на научните и научно-приложните приноси

Приносите бих разделил в три направления:

- 4.1. Приноси от теоретичен характер - систематизирани и обобщени са основните теоретични подходи и някои понятия, свързани с взаимоотношенията между университета и неговите потенциални/настоящи студенти. Разгледани са в детайли ефектите на елементите на обкръжаващата среда, в която протичат тези взаимоотношения.
- 4.2. Приноси от методологичен характер - разработена е методика за качествено изследване на участниците в целия процес относно привличането и задържането на студенти, а именно самите кандидат-студенти, техните родители, настоящи студенти и академичен състав/служители на висши учебни заведения.
- 4.3. Приноси от практически характер - предложен е модел на студентска пътека, оптимизиран за икономическите висши учебни заведения в България и обвързан с алгоритъма за избор на маркетингов подход. На база анализ на данните са разкрити спецификите и са дадени препоръки за прилагането на маркетинговите подходи за привличането на студенти и задържането им в по-висока образователна степен.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Авторът е направил общо 7 научни публикации, от които 6 самостоятелни и едно съавторско участие в научна конференция. Те са за периода 2024-2025г.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът, на база на дисертационния труд е в обем от 41 страници и съдържа всички необходими атрибути - актуалност на темата, обект и предмет, цел и задачи, изследователска теза и хипотези. Той отговаря на структурата, съдържанието и приносните моменти на дисертационния труд.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Нямам конкретни критични бележки. Препоръката ми е авторът да продължи и в бъдеще проучванията си в тази област, която неминуемо има голямо значение за висшето образование.

8. Заключение

Дисертационният труд на тема *„Маркетингови подходи за привличане и задържане на студенти в икономическите висши учебни заведения в Република България“*, разработен от *Огнян Георгиев Огнянов*, представлява една стойностна научна разработка с практико-приложен характер. Тя се отличава с авторско участие, научен стил и потвърждава уменията на дисертанта да провежда самостоятелни изследвания.

Също така и на базата на посочените научноприложни приноси в дисертационния труд и в съответствие със законовите критерии за присъждане на образователната и научна степен „доктор“, изразявам своето категорично становище да бъде присъдена на *Огнян Георгиев Огнянов* образователната и научна степен „доктор“ по научната специалност „Маркетинг“.

Стара Загора
04.05.2026г.

Подпис:



UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

STATEMENT

By: Prof. Dr. Evgeni Rosenov Genchev
Trakia University – Stara Zagora

Scientific specialty: “Marketing and Supply Chain Management”

Regarding: Dissertation thesis towards educational and scientific degree “Doctor” in professional field 3.8. Economics, scientific specialty “Marketing” at the University of National and World Economy

Author of the dissertation: Ognyan Georgiev Ognyanov

Title of the dissertation: “Marketing Approaches for Attracting and Retaining Students in Economic Higher Education Institutions in the Republic of Bulgaria”

Scientific supervisor: Prof. Dr. Krasimir Marinov Marinov

Grounds for presenting the opinion: Participation as a member of the scientific jury for the defense of the dissertation in accordance with Order No. 899/25.03.2026 of the Rector of the University of National and World Economy.

1 Information about the doctoral candidate

The doctoral candidate was enrolled in a PhD program at the Department of “Marketing and Strategic Planning” / Faculty of “Management and Administration” at the University of National and World Economy, in the scientific specialty “Marketing,” in accordance with Order No. 1119/28.04.2023 of the Rector of the UNWE. The training was conducted in full-time form during the period 2023–2026.

2 General characteristics of the submitted dissertation

2.1. Volume and structure

The dissertation comprises 274 pages and includes an introduction, three chapters, a conclusion, references, and appendices. It demonstrates a well-balanced structure and logical consistency between the individual chapters.

2.2. Evaluation of: relevance and significance of the topic; objective; tasks; object; subject; and main thesis of the dissertation

The selected topic is undoubtedly relevant, insufficiently researched, and of great importance for the functioning of higher education institutions in a competitive environment and in the context of a deepening demographic crisis.

In the introduction, the object and subject of the dissertation are defined. The objective of the dissertation is “to reveal the specifics of marketing approaches and their impact on consumer expectations in attracting students and retaining them at a higher level of education.” To achieve this objective, the author formulates ten research tasks.

The object of the dissertation is economic higher education institutions in the Republic of Bulgaria, together with their students, prospective students, and the parents/guardians of prospective students. The subject is consumer attitudes and behavior toward marketing approaches and influences applied in attracting students and retaining them at a higher level of education.

2.3. Scientific literature used

The reference list includes a total of 210 sources: 21 internet sources and 189 publications, including monographs, articles, and papers, of which 16 are in Bulgarian. This indicates the substantial volume of work carried out and the limited number of studies in Bulgaria on the selected topic.

3. Evaluation of the content of the dissertation and the scientific and applied results obtained

3.1. Evaluation of the dissertation content

Chapter One examines relevant theoretical frameworks and empirical studies related to higher education marketing and its aspects in attracting students and retaining them at a higher educational level. In addition, a detailed analysis of the marketing environment in which economic higher education institutions in Bulgaria operate is presented.

Chapter Two explains the stages of the research process and develops a research program and toolkit. The choice of research design and data collection method is justified. The dissertation employs a qualitative method—focused in-depth interviews. Based on this method, a research instrument for collecting the necessary data has been developed.

Chapter Three identifies the primary units of the study—representatives of the four respondent groups already mentioned: prospective students in Bulgaria; parents/guardians of prospective students; current students in Bulgaria; and academic/administrative staff at higher education institutions in Bulgaria. The sample size is 88 respondents (22 from each of the four groups). The interviews were conducted in the period 01.10.2024 – 11.09.2025.

3.2. Evaluation of the obtained scientific and applied results

Based on the analyzed data, one algorithm and three models have been developed and presented. These can serve as components of managerial tools—not only in the field of higher education marketing but also in the overall management of student admissions and student relations.

A very positive impression is created by the rich visual support of the dissertation, including a total of 15 figures and 32 tables.

In conclusion, I can summarize that Ognyan Ognyanov demonstrates a precise, logical, and scientific writing style. The dissertation shows a very good understanding of theory and the application of methodology in a practical context.

4. Evaluation of the scientific and applied contributions

The contributions can be divided into three areas:

4.1. Theoretical contributions – The main theoretical approaches and certain concepts related to the relationships between the university and its prospective/current students are systematized and summarized. The effects of the elements of the surrounding environment in which these relationships take place are examined in detail.

4.2. Methodological contributions – A methodology for qualitative research has been developed, covering participants in the entire process of attracting and retaining students, namely prospective students, their parents, current students, and academic staff/employees of higher education institutions.

4.3. Practical contributions – A student pathway model is proposed, optimized for economic higher education institutions in Bulgaria and linked to an algorithm for selecting a marketing approach. Based on data analysis, the specific characteristics are identified and recommendations are provided for the application of marketing approaches for attracting students and retaining them at a higher level of education.

5. Evaluation of the publications related to the dissertation

The author has produced a total of 7 scientific publications, of which 6 are individual and one is co-authored for participation in a scientific conference. They were published in the period 2024–2025.

6. Evaluation of the abstract

The abstract, based on the dissertation, comprises 41 pages and contains all necessary elements—relevance of the topic, object and subject, aim and tasks, research thesis, and hypotheses. It corresponds to the structure, content, and contributions of the dissertation.

7. Critical remarks, recommendations, and questions

I have no specific critical remarks. My recommendation is that the author continue their research in this field in the future, as it is undoubtedly of great importance for higher education.

8. Conclusion

The dissertation entitled “Marketing Approaches for Attracting and Retaining Students in Economic Higher Education Institutions in the Republic of Bulgaria,” developed by Ognyan Georgiev Ognyanov, represents a valuable scientific work with practical application. It is distinguished by original authorship, a scientific writing style, and confirms the candidate’s ability to conduct independent research.

Furthermore, based on the stated applied scientific contributions in the dissertation and in accordance with the legal criteria for awarding the educational and scientific degree “Doctor,” I express my unequivocal opinion that Ognyan Georgiev Ognyanov should be awarded the educational and scientific degree of “Doctor” in the scientific specialty “Marketing.”

Stara Zagora

04.05.2026

Signature: