



## С Т А Н О В И Щ Е

От: *доц. д-р Атанас Денев Луизов*  
*БУРГАСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ*  
*3.8 Икономика*

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

Автор на дисертационния труд: *Ивайло Костадинов Димитров*

Тема на дисертационния труд: *Оценка на адаптацията на маркетинговата стратегия на ВП „Карнобат“ в Югозападен район*

**Основание** за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед №142/26.01.2023 на Ректора на УНСС.

### **1. Информация за дисертанта**

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на УНСС в професионална направление 3.8 Икономика съгласно Заповед на Ректора на УНСС № 1054/12.05.2016 г. под научното ръководител е проф. д.н. Симеон Желев. Обучението е осъществено задочна форма през периода 2016-2023 г. Дисертантът е завършил висшето си образование в УНСС, където последователно придобива ОКС „Бакалавър“ със специалност маркетинг и ОКС „Магистър“ в две направления – „Маркетинг“ и „Икономика на търговията“. Професионалното развитие на дисертанта преминава в няколко компании, една от които е и ВП „Карнобат“, на позиции от търговски представител до регионален мениджър продажби.

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

Представеният за защита дисертационен труд е с обем от 183 стр., от които основният текст заема 158 стр., 6 стр. използвана литература и 21 стр. – приложения. Дисертационният труд включва въведение, три глави, заключение, научни приноси, използвана литература и приложения. Изложението има класическа структура от три глави, като в него са използвани 41 таблици, 12 графики и 7 фигури. Списъкът с използвана

литература наброява 110 източника, от които 47 са на български език, 38 - на чужди езици и 25 електронни източника. Дисертантът аргументирано представя актуалността и практическата значимост на темата, която по своята същност представлява предизвикателство пред всеки участник на силно конкурентни пазари. Обектът и предметът на изследване са правилно дефинирани. Дисертантът е формулирал една основна цел, а именно „... да се оцени изпълнението на маркетинговите програми и тактики, и да се анализира адаптацията на общата маркетингова стратегия на ВП „Карнобат“ в Югозападен регион“, като за нейното постигане са поставени 5 задачи. Авторът формулира прецизно основната теза в докторската си работа, която е свързана с липсата на адаптация на маркетинговата стратегия на ВП „Карнобат“ в Югозападния регион. Формулирани са 4 хипотези по елементи на маркетинговия микс. Адекватно са зададени и ограниченията на изследването. Дисертантът е демонстрирал много добро познаване на маркетинговата литература, която е цитирал с необходимата академична коректност.

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

За изпълнение на поставената цел и задачи са използвани различни научни методи: от проучване на публикации и анализ на вторични данни до провеждане на собствено емпирично изследване сред търговски обекти на дребно, продаващи алкохолни напитки. Използваните статистически тестове (Хи-квадрат тест, тест на Кръскал-Уолис, тест на Ливайн, тест на Колмогоров-Смирнов, тест на Ман-Уитни) позволяват коректно извеждане на заключения относно формулираните хипотези. Приложен е GAP анализ, с който се установяват разминавания между планирани и реално изпълнени маркетингови програми на ВП „Карнобат“ в Югозападен район. Направеният анализ сочи, че по поставените маркетингови цели и планираните за тяхното постигане маркетингови програми, преобладаващо липсва адаптация в Югозападния район. Такава се доказва, че съществува единствено по отношение на запазване на изградената дистрибуционна мрежа и частично се наблюдава при промоционалните активности - ценовите промоции и поставяне на дисплеи в търговските обекти. Дисертантът е демонстрирал отлични умения в статистическия анализ и използването на специализиран софтуер.

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

Дисертантът е формулирал четири научни и научно-приложни приноса. Съгласен съм с приносите, но намирам, че те са преди всичко с

научно-приложен характер – от разработване на методология и инструментариум за изследване на адаптацията на маркетинговата стратегия до анализ и насоки за усъвършенстването ѝ по отделни елементи. Представените приноси безспорно имат значение за маркетинговата практика.

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

Дисертантът е представил две публикации по темата на дисертацията. Те са публикувани в International Journal „Knowledge”, което увеличава техният обхват. Публикациите на дисертанта са в достатъчен обем и популяризират основни части на дисертационния труд.

#### **6. Оценка на автореферата**

Представеният автореферат е с обем от 33 страници. Той отразява точно структурата и съдържанието на дисертационния труд и изцяло отговаря на изискванията.

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

Нямам критични бележки към дисертационния труд. Препоръчвам на дисертанта да продължи и задълбочи научните си изследвания в областта на маркетинговите стратегии и програми, както и да разшири популяризирането на резултатите от тези изследвания, както в български, така и в международни научни издания и форуми.

#### **8. Заключение**

Дисертационният труд на Ивайло Димитров отговаря напълно на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагането на ЗРАСРБ и нормативните документи на УНСС. Дисертантът е демонстрирал знания и умения да изследва систематично, задълбочено и самостоятелно проблем от маркетинговата теория и практика. Като член на научното жури категорично давам положителна оценка на представения дисертационен труд и напълно подкрепям присъждането на научна и образователна степен „доктор“ в професионално направление 3.8 Икономика на Ивайло Костадинов Димитров.

06.03.2023 / гр. Бургас

Подпис: .....  
/доц. Луизов/