



## С Т А Н О В И Щ Е

От: *доц. д-р Мария Петрова Кехайова-Стойчева*  
*Икономически университет - Варна;*  
*Научна специалност „Маркетинг,,*

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

### **1. Информация за дисертанта**

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към *катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“* на УНСС по научна специалност „Маркетинг“ съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС №1054/12.05.2016 г. Обучението е осъществено в *задочна* форма през периода м. май 2016 г. – м. април 2020 г.

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

Изграждането на маркетингово поведение на организациите не е лека задача. Още по-голямо предизвикателство е трансформацията от продуктово или търговско поведение към маркетингово. Средата в съвременния свят е все по-динамична, а на моменти и драматична, и бизнес организациите имат нужда от все повече идеи и предложения за решения, които да подпомогнат успешното им задържане и развитие в

пазарите. Производството на алкохолни напитки е традиционно за България. Традиционно консервативни и водени по инерция са и компаниите в сектора. Предлагањето на идеи, свързани с адаптиране на маркетинговите стратегии по локални пазари в регион България е похвално. От гледна точка на това може да се каже, че темата на дисертационния труд е актуална и тази актуалност е добре аргументирана от докторанта.

**Целта** на дисертационния труд и **обектът** на дисертационното изследване са ясно формулирани. **Предметът** повтаря целта на изследването. Формулираните изследователски задачи са в съзвучие с целевата ориентация на докторанта.

Като цяло **структурата е балансирана**, както по форма, така и по съдържание. Цялостното съдържание на дисертационния труд представлява логично и последователно изследване, оформено в общ обем от 183 страници, разпределени в класическа структура от въведение и три глави с параграфи, заключение, приноси в дисертационния труд, списък с използвана литература от 110 източника (кирилица (50), латиница (34), онлайн публикации (26)). Работата е подкрепена с графичен, табличен и емпиричен материал. Основните параметри на разглеждания дисертационен труд показват, че докторантът е извършил необходимата изследователска работа – в теоретичен и емпиричен аспекти.

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

В съдържателно отношение, считам, че докторантът демонстрира достатъчно умения за систематизиране, анализиране и обобщаване на концептуален и фактологически материал. Използвани са базови методи в рамките на целия дисертационен, които са приложени коректно. Това е доказателство за наличие на умения за самостоятелно провеждане на научно изследване.

В концептуалната част на дисертационното изследване, свързана с предмета на дисертацията, а именно разработването на маркетинговата стратегия в бизнес организациите са представени базови концепции. Обхванато е съдържанието на стратегическия маркетинг от всичките му аспекти, като са извършени самостоятелни обобщения и изводи. В тази, концептуална по своя характер, част от дисертационния труд са демонстрирани достатъчно умения за работа с разнообразни литературни източници. Оформените заключения и обобщения имат прагматичен характер.

В методологическата част на дисертационния труд, глава втора, е

демонстрирано познаване на процеса на провеждане на емпирични изследвания. Тук също са обобщени базови концепции. Съществува аргументация на използвани изследователски методи, а също така на използвани методи и техники за анализ. Демонстрирани са умения по разработване на изследователски инструменти. Извършени са анализ на средата на ВП „Карнобат“ и анализът на конкурентната среда, чрез прилагане на методиката на М. Портър. Представени са в детайли маркетинговите цели на организацията по елементи на маркетинговия микс, които играят ролята на изходната позиция за идеално състояние при провеждането на GAP анализа.

В изследователската част, трета глава, докторантът извършва последователно: анализ по вторични данни на пазара на вино в България; базов анализ на постигнатите резултати по елементи на маркетинговия микс в югозападен район на база на емпиричното изследване; изследвани са основни връзки и зависимости между основни фактори, оказващи влияние върху продажбите в района; направен е опит да се изследва адаптацията на маркетинговата стратегия на организацията в югозападен район.

Всичко това ми дава основание да направя заключението, че в съдържателно отношение дисертацията отговаря на основните качествени изисквания за оценяване на дисертационен труд.

Докторантът постига изследователската си цел и решава поставените задачи.

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

Приносните моменти на дисертационното изследване, считам, че могат да бъдат сведени до:

- В концептуално отношение са предложени основни компоненти от методология за оценка на маркетинговото представяне на компания в конкретен район и определяне на елементи от стратегията, които могат да бъдат адаптирани, към специфики на потреблението.

- В практическо-приложно отношение, основният приносен момент, според мен се свежда до това, че организациите от сектор производство на алкохолни напитки разполагат с набор от техники, с помощта на които могат да идентифицират различия в потреблението на локално равнище

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

Публикуваните части от дисертационното изследване отговарят на минималните държавни изисквания за придобиване на ОНС „доктор“.

## **6. Оценка на автореферата**

Авторефератът отразява точно дисертационния труд, но на места има заявени анализи, които не са извършени в дисертационното изследване.

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

На места анализите са повърхностни (SWOT, GAP, Портър, анализ на връзки и зависимости). Не са спазени стандартите при докладване на резултати от приложените анализационни техники: SWOT, GAP, Портър, изследване на връзки и зависимости). В автореферата са заявени използването на определени тестове за връзки и зависимости, но в дисертационното изследване не са докладвани резултати (тест на Кръскал-Уолис, тест на Ливайн, тест на Колмогоров-Смирнов, тест на Ман-Уитни).

Имам следният въпрос към докторанта:

- Защо е приложено ограничението оценяването на адаптацията на маркетинговите програми и тактики на ВП „Карнобат“ да бъде извършено само на база на индиректна оценка на поведението на крайните клиенти? Това не създава ли риск от изкривяване на картината?

## **8. Заключение**

Становището ми, като член на научното жури е, че представеният дисертационен труд отговаря на приетите в научната практика изисквания, поради което общата ми оценка е положителна. Предлагам на докторант Ивайло Костадинов Димитров да бъде присъдена образователната и научна степен “доктор” по професионално направление 3.8 “Икономика” и научната специалност “Маркетинг“.

7.03.2023 г. / гр. Варна

Подпис: .....