



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

РЕЦЕНЗИЯ

От: доц. д-р **Николай Койчев Ванков**

УНСС, ИНСТИТУТ ПО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО,

Научна специалност „Икономика и управление (Дигитален бизнес)”

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по „*Организация и управление на производството (управление на операциите)*”, професионално направление 3.8. Икономика в УНСС.

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 2973/16.12.2020 г. на Ректора на УНСС.

Автор на дисертационния труд: **ДАРИЕЛ АЛЕКСАНДРОВ ИГНАТОВ**

Тема на дисертационния труд: **ОРГАНИЗАЦИЯ НА МАРКЕТИНГОВАТА ДЕЙНОСТ НА ПРИМЕРА НА ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ СЕКТОР „УСЛУГИ“**

1. Информация за дисертанта

Докторантът се е обучавал по докторска програма към катедра „*Индустриален бизнес*“ на Бизнес факултет на УНСС, по научна специалност „*Организация и управление на производството (управление на операциите)*”, професионално направление 3.8. Икономика в УНСС.

Докторант **Дариел Александров Игнатов** е роден на 23.07.1988 г. в гр. София. Средното си образование завършва през 2007 г. в частна професионална гимназия „Банкер“, гр. София. В периода от 2007-2011 година се обучава в бакалавърска програма

по специалност „Бизнес икономика“ в катедра „Индустириален бизнес“ в УНСС - София, а през 2012 г. придобива магистърска степен в същата катедра. През 2013 год. започва обучението си за придобиване на образователната и квалификационна степен доктор като задочен докторант към катедра „Индустириален бизнес“ в УНСС, под научното ръководство на проф. д-р Николай Щерев.

От 2010 г. до сега докторантът работи в няколко водещи компании като мениджър на различни позиции, свързани с информационните технологии и изграждане на софтуерни решения.

Индивидуалният план е разгледан и приет от Катедрения съвет на катедра „Индустириален бизнес“ в началото на обучението. Дейността на докторанта е атестирана периодически според нормативните изисквания, като са представени конкретни мнения и оценки на научния му ръководител, които свидетелстват за отговорното и последователно изпълнение на всички дейности, заложи в индивидуалния учебен план. Задължителните изпити от докторантския минимум са положени успешно.

През периода на обучение докторанта проявява необходимата активност по отношение на публикациите му и вземането на участие в няколко научни конференции и форуми.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд е разработен в обем от 173 страници, от които 6 страници са приложения, 6 страници - списък на използваната литература и източници. Библиографската справка е съставена от 101 източника, 38 от които са на български, 62 на английски език. За онагледяване на резултатите от проведеното изследване са използвани 16 таблици и 13 фигури. В структурно отношение трудът е съставен от три глави, увод и заключение. В тях последователно са разгледани въпросите, свързани с теоретичните основи на маркетинговата организация, като особено внимание е обърнато на основните понятия, използвани в дисертационния труд, методологически въпроси, свързани с организацията на маркетинга и приложните ѝ аспекти в сектор „Услуги“.

Темата на дисертационния труд е формулирана добре. Уводът съдържа необходимите реквизити: основна цел, подцели и задачи на изследването, използвани изследователски методи, теза, обект и предмет на изследването, структура на дисертацията. Тезата, която защитава докторантът е, че „добрата маркетингова практика“ при организация на

маркетинга позволява да се изградят, поддържат и развиват такива структурни (маркетингови) звена и фактически взаимоотношения между тях, които да позволяват пазарно-центристки подход на управление, вкл. и организация и управление на фирмата. По този начин, използването на подходяща маркетингова организация с присъщите и задачи и отговорности и тяхното разпределение, изпълнение и контрол е важно условие за успешно развитие на компаниите в сектора на услугите. „Добрата маркетингова практика“ може да се разглежда като съвкупност от принципи, правила и инструкции как да се организира маркетинга по един ефективен начин в тези предприятия.“

Изследователската теза е добре развита, а хипотезите са доказани. Обектът и предметът на изследване са правилно и логично дефинирани. Основната цел и задачите са коректно изведени, като ясно отразяват извършената изследователска работа от докторанта. Със своите достойнства се отличава и методологическият инструментариум. Докторантът си поставя за цел „да се предложат основни принципи и правила за организация на маркетинга в съвременните предприятия от сектор „Услуги“, основани на анализ на „добрите практики“ при организация на производството на услуги.“ Изложението и използваната литература показват, че докторантът се е запознал със значителен брой литературни източници. С приблизително еднакъв дял преобладават българските, английските и интернет източниците, те са правилно цитирани, преобладава и аналитичния подход в използването им, което също е положителен момент в дисертацията. Стилът на изследването е много добър. На структурата на дисертационния труд също може да се даде висока оценка.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

В първа глава докторантът логично анализира основните термини и понятия, като прави критичен преглед и представя авторово мнение по отношение на пропуските в маркетинговата теория. Обосновани са основни въпроси, свързани с извеждане на работни понятия за *организация, организиране, организация на производството и организация на маркетинга*. Основни ограничения при представянето на теоретичните основи, съобразени с ограниченията в предмета на изследването, са свързани с историческия преглед на разглеждания понятиен апарат. Подчертана е необходимостта от организацията на маркетинга в сферата на услугите.

Анализите във втора глава продължават с изясняване на методически въпроси, свързани с маркетинговата организация, като са разгледани основните задачи при

изпълнение и управление на маркетинга. Особеното тук е, че за част от дейностите тяхното включване като елемент на фактическите отношения на маркетинговата организация е задължително, такива като: проучване и избор на целеви пазари, управление на продукта, формиране на цена, маркетингови комуникации и дистрибуция. Научното познание е допълнено и с организационното структуриране на маркетинга. Съобразно това докторантът изяснява познатите от практиката два основни подхода на структуриране на маркетинговата организация - традиционен подход, при който отделните структурни звена на маркетинга следват обичайния ред на разпределение на задачите и задълженията: от ръководител към подчинен, като са представени четири разновидности на тази структура – функционална, продуктова, регионално-териториална и пазарна. При втория, съвременния подход, маркетингът се интегрира в другите функции, като тук са изяснени водещите процеси във фирмата, като структурата на организацията на маркетинговата дейност съдейства за по-доброто и ефективно изпълнение на тези процеси. Определени са и ползите и ефектите при ползването на тези два подхода, което представлява съществен принос за маркетинговата теория и практика.

В последната част (трета глава) на дисертацията, озаглавена „Приложни аспекти на маркетинговата организация в сектор „Услуги“, е предложен от докторанта инструментариум за наблюдение на елементите на маркетинговата организация, използвани от фирмите от този сектор. На тази база е проведено последващо емпирично проучване чрез дълбочинни интервюта, като получените данни от това проучване са използвани за анализ на резултатите. На базата от получените резултати са систематизирани препоръки, принципи и правила за ефективна маркетингова организация, предназначени за фирмите, предлагащи услуги.

Приложенията допълнително потвърждават значителната работа, която докторантът е извършил при разработването на дисертационния труд. Той е написан на добър език и стил, прецизен е по отношение на терминологията. Технически дисертацията е оформена грижливо и според изискванията. Библиографията е изчерпателна.

В методологически план дисертацията е ясна и коректна. Разработен е практико-приложен инструментариум за наблюдение на елементите на маркетинговата организация, използвани от фирмите от сектор „Услуги“, а изводите и препоръките от проведеното проучване успешно могат да се използват както в теорията, така и в практиката. Изследователската теза и хипотезите са доказани, целта на научното изследване е постигната, а задачите са решени.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Приемам някои от направените от докторанта научни и научно-приложни приноси. Считаю, че самооценката на докторант Игнатов е добра. Според мен в дисертационния труд могат да се открият следните приносни моменти с теоретичен и научно-приложен характер:

- Представен е обстоен обзор на теоретичните постановки в литературата относно понятията за организация, маркетинг, управление на маркетинга и организация на маркетинга, като е потърсена взаимовръзката между тях.
- Систематизирани са основните аспекти на организацията на маркетинга, като по аналогичен начин е осъществена конкретизация на маркетинговите дейности и тяхното разпределение по звена.
- Аргументирано е доказано, че организацията на маркетинга е производствено-центристки ориентирана.
- Разработен е авторов инструментариум за наблюдение, анализ и оценка на маркетинговата организация в производителите на услуги и са открити насоки за реорганизация на маркетинга в сектор „Услуги“ в резултат на проведеното приложно изследване.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

По дисертационния си труд докторант Игнатов има четири публикации. Три от публикациите са самостоятелни доклади, изнесени на национални научни форуми и конференции, проведени в София и Свищов. Една от публикациите на докторанта със заглавие „Маркетингова организация на услугите“ е в съавторство с професор Щерев и е публикувана в сп. „Икономически и социални алтернативи“, брой 4 от 2017 год.

Публикациите отразяват тематиката на изследването и в количествено отношение удовлетворяват изискванията за придобиване на образователната и научна степен „доктор“.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът достоверно възпроизвежда съдържанието на дисертационния труд. Подготвен е в обем от 32 страници компютърно набран текст и е съставен от пет части,

които се отнасят за общата характеристика, структурата и съдържанието, изложението, справка за приносите и публикациите по дисертационния труд. Изложението му в синтезиран вид представя най-важните части на дисертационния труд. По моя преценка за онагледяване на резултатите е било по-целесъобразно да се използват част от фигурите и таблиците, които присъстват в дисертационното изследване.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Предоставеният за рецензиране дисертационен труд представлява завършено научно изследване, което е собствено дело на докторант Дариел Игнатов. Въпреки безспорните достойнства биха могли да се направят и някои критични бележки и препоръки, които имат за цел да подпомогнат бъдещата работа на докторанта. Считаю, че трудът би се подобрил, ако в определени части се разшири и дообогати с повече актуална информация и резултати от проведени научни изследвания.

Дисертацията би спечелила, ако се направи подробен обзор на новостите при услугите в условията на четвърта индустриална революция или Индустрия 4.0. С това е свързан и първият ми въпрос в рецензията.

Приносните моменти в дисертационния труд биха могли да бъдат по-стегнато формулирани, като част от тях биха могли да бъдат обединени, с оглед оптимизиране на техния брой до четири-пет.

На отделни места словоредът и стилът имат нужда от доизглеждане, някои изречения в текста биха могли да бъдат пренаписани и редактирани.

Посочените бележки не омаловажават достойнствата на дисертационния труд и усилията за неговото разработване.

Убеден съм в бъдещата успешна кариера на автора и именно поради това бих му препоръчал да дефинира по-решително и смело своите алтернативи и виждания по разглежданата проблематика - само така те могат да бъдат чути и евентуално пробирани на практика. В същото време предвид спецификата на темата, внимателният подход към дефинирането на авторовите алтернативи е донякъде разбираемо.

Повечето посочени слабости са от техническо естество, не особено сериозни и с препоръчителен характер, което не поставя под съмнение изразените достойнства на дисертационния труд на докторанта. Бележките имат за цел да подобрят в качествено отношение труда и докторантът може да ги има предвид при бъдещата си работа като изследовател.

Съдържателният анализ на дисертационния труд на Дариел Игнатов поставя на дневен ред някои **въпроси**:

1. Четвъртата индустриална революция или Индустрия 4.0 поставя в центъра дигиталната свързаност и интегрирането на големи бази данни (Big Data) при управлението на компаниите. Тази концепция е базирана на „Интернет на нещата“ (Internet Of Things - IoT) принципи и използването на изкуствен интелект (Artificial Intelligence - AI) и машинно самообучение (Machine Learning), които позволяват на производителите да въвеждат нови продукти/услуги и производствени процеси в дейността си. *Как се променя организацията на маркетинга в условията на тази четвърта индустриална революция? Какви са Вашите наблюдения от позицията Ви "Мениджър ИТ проекти" в "Информационно обслужване" АД?*
2. *От икономическа и социална гледна точка по какъв начин се подобрява ефективността на работата по организация на маркетинга в сферата на услугите?*

8. Заключение

В дисертационния труд са поставени ясни цели и задачи, които докторант Дариел Игнатов безспорно е постигнал и изпълнил. Изследването е задълбочено, добре аргументирано и актуално. Проучена е както съществуващата литература, така и актуални публикации в изследваната област. Анализите са коректни, препоръките обосновани и произтичащи от резултатите от изследването.

Докторантът демонстрира умения за задълбочен и аргументиран анализ, обобщения и критично мислене. Авторефератът съответства на съдържанието на дисертационното изследване. Самооценката за научните приноси е точна и отговаря на действителните приноси. Дариел Игнатов има няколко научни публикации по темата на дисертацията, представени на национални форуми. Рецензираната дисертация представлява творческо постижение, което като тематика, теоретични обобщения, изводи и препоръки има своето безспорно значение за маркетинговата теория и практика.

Всичко това ми дава основание да гласувам „ЗА“ присъждането на образователната и научна степен “доктор” на Дариел Александров Игнатов.

Дата: 23.01.2021 г .
гр. София

Подпис:
/доц. д-р Николай Ванков/