



РЕЦЕНЗИЯ

От: доц. д-р Елена Илиева Драгозова, Лесотехнически университет,
Научна специалност „Икономика и управление“, „Доктор по
„Организация и управление на производството“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна
степен **„доктор“** по „Организация и управление на
производството (управление на операциите)“ 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

- *Кратка биографична справка*
- *Заемани академични и други длъжности до момента (вкл. длъжности извън ВУ или научна организация).*
- *Кратка информация за изпълнението на индивидуалния план*

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към *Индустриален бизнес, Бизнес факултет* на УНСС по научна специалност „Организация и управление“ съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС №1061/10.05.2013г. Обучението е осъществено в *задочна* форма през периода 10.05.2013-27.06.2019 г.

Дариел Игнатов завършва ОКС „Бакалавър“(2007 – 2011) в специалност Бизнес икономика на УНСС, през 2011 – 2012 придобива ОКС „Магистър“ по Бизнес икономика в *Бизнес факултета* на УНСС.

Професионалната му кариера е свързана с кариерно развити в различни длъжности като: оперативен мениджър, мениджър изграждане на софтуерни решения, мениджър бизнес операции и информационни технологии, мениджър изграждане на софтуерни решения и от декември 2020 г – мениджър ИТ проекти в „Информационно Обслужване“ АД.

Кариерното му развитие предполага познаване на маркетинговата дейност в организациите, в които е работил.

Задочен докторант Дариел Игнатов е изпълнил успешно всички дейности по индивидуалния план.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

- *Структура, обем*

Представеният дисертационен труд е разработен в обем от 167 страници и като структура съдържа увод, три глави, изводи, източници и приложения. Основната част е в размер на 160 страници. В библиографията е са посочени общо 101 източника, като 38 – са на кирилица и 63 източника на латиница, което показва добро познаване на българската и световна научна литература в темата на дисертационния труд.

- *Оценка за: актуалност на темата; целта; задачите; обекта; предмета; основната теза на дисертационния труд*

Разработката се характеризира с оригинално формулирани предмет, обект, цел, подцели и задачи на изследването, предложен и апробиран съответен методичен апарат за изпълнение на задачите и за постигане на поставената цел на изследване. Обосновано е използването на различните изследователски методи.

Актуалността на проведеното изследване е свързана с динамичната среда, в която развиват дейност организациите в сферата на услугите. Непрекъснатите предизвикателства породени от промяна на външната и вътрешната среда поставят повишени изисквания към управлението и налагат използване на съвременни подходи в управлението.

В представената разработка се насочва вниманието към управленски подходи, методи и инструменти при организирането на производството и продажбите. Анализира процесите на промяната на производствено-центристките методи към потребителско-центристките методи на управление в маркетинга.

Формулираната в началото изследователска теза е ясна и в резултат на цялостното проучване се доказва с получените резултати и формулирани изводи.

- *Използвана научна литература (оценка на осведомеността на дисертанта по проблематиката, разглеждана в дисертационния труд).*

Използваната и цитирана научна литература показва добро ниво на осведоменост на докторанта от източници в националната и световна литература, както и добри компетенции за критичен анализ на теоретичните постановки свързани с предмета на изследване. Цитирането

на използваните източници, следва да спазва възприетите изисквания за цитиране в научни публикации.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

• Акцентира се върху основните научни и/или научно-приложни резултати, постигнати в дисертационния труд

• Обръща се внимание на използваната методология

• Дава се оценка на изпълнението на поставените задачи и постигането на целта на дисертационния труд.

В първа глава методично е изследван понятийния апарат, което е позволило на докторанта да формулира ясни и конкретни дефиниции. Наред с това да постави ясни ограниченията в предмета на изследване в дисертационния труд, фокусирайки се в начина на разпределение на маркетингови задачи и отговорности между различни организационно-структурни единици в предприятието.

Във втора глава са проучени основните и допълнителни маркетингови дейности, както и маркетингово присъщите задачи при организиране на маркетинговата дейност в предприятия от сектор "Услуги". Предложени са различни алтернативи при организационно структуриране на маркетинга. Идентифицирани са специфични особености на трудовите задачи на наетия персонал, който едновременно е зает с чисто маркетинговите задължения, но и често изпълнява пряко производствени задачи.

Въз основа на проведеното изследване се очертава ясна систематизация и рамка на трудовите дейности и задължения, а също е извършено разпознаване/идентифициране на основните маркетингови компетенции. Всичко това пряко може да се използва при разработване на модели на компетенции в съответствие с длъжностната позиция и характеристиките на организацията.

В глава трета се съдържа приложното изследване. В тази част на разработката е разгледано е развитието на сектора на услугите, изведен е приложен инструментариум за наблюдение на присъщите елементи на маркетинговата организация, използвани от фирмите от сектор „Услуги“.

Проведени са изследвания, чрез дълбочинни интервюта и е използвана авторска анкетна карта. Анализа на получените резултати от тези интервюта е основата за постигане на целта на дисертационния труд. Приложената анкетна карта, чрез която са правени дълбочинните интервюта е всеобхватна и приложима в различни видове организации.

Представеното изследването на облачните технологии и тяхното влияние върху бизнес моделите и динамиката в управлението на организациите, е обогатило значително научната разработка.

В направените изводи след провеждане на изследването е постигната поставената цел и са потвърдени работните хипотези.

Приложеният методичен изследователски инструментариум и изпълнението на поставените задачи са довели до верифициране и доказване на изследователската теза, 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, включително и организация и управление на фирмата.“

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

- *Оценка за приносите, посочени от дисертанта*
- *Акцентира се върху основните научни и/или научно-приложни приноси в дисертационния труд.*

Приемам част от посочените в автореферата приноси. Позволявам си да преформулирам и добавя, като научни приноси:

- Извършена е оригинална систематизация на основните аспекти на организацията на маркетинга, като е направена конкретизация на маркетинговите дейности и тяхното разпределение по звена.

- Разработен е и е верифициран собствен инструментариум за наблюдение, анализ и оценка на маркетинговата организация в производителите на услуги.

- Доказано 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, включително и организация и управление на фирмата.

Считам за научно-приложни приноси:

- Изведени са принципи за изваждане на „добри практики“ и са открити насоки за реорганизация на маркетинга в сектор „Услуги“ в резултат на проведеното приложно изследване.

- На основа на общия анализ е показано че преструктурирането на услугите се осъществява без ясна стратегия за структурния профил на икономиката. Разчита се, че пазарът сам ще формира най-подходящите икономически пропорции.

- Формулирани са компетенции и ясно обособени работни задачи за различни длъжности в сферата на Маркетинга за организации в сектор „Услуги“, които са приложими в УЧР.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

- *Посочват се публикациите*
- *Дава се оценка на степента на разпространение на получените резултати в научната литература.*

Посочени са четири публикации, свързани с дисертационния труд, две-самостоятелни и две в съавторство.

1.Игнатов, Д., Щерев, Н., „Маркетингова организация на услугите“, Икономически и социални алтернативи, брой 4, стр. 104-112, 2017г.

2.Игнатов, Д., „Проблеми в организацията на маркетинга в предприятия от сектор услуги в България“, Предизвикателства пред индустриалния растеж в България, сборник от конференция, 2018г., стр.334-340

3.Игнатов, Д., Щерев, Н., „Организирането на маркетинга като фактор за растеж в сектор услуги“, сборник от конференция „Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания“, стр. 170-176, Свищов, 2016г.

4.Игнатов, Д., „Организация на маркетинга в условия на глобализация на бизнес“, сборник от конференция „Мобилност за един свързан свят“, стр. 362-371, София, 2016г.

Представените публикации отразяват различни части на проведеното проучване и са публикувани в научната литература. Достъпни са в електронна среда и предоставят възможност за обогатяване възможностите за научна дискусия в икономика и управление на организациите.

6. Оценка на автореферата

- *Дава се оценка на коректността и степента на отразяване на съдържанието на дисертационния труд в автореферата.*

Авторефератът е изготвен в обем от 32 страници. Основното съдържание на автореферата включва – обща характеристика на дисертационния труд и представя кратко съдържание на най-важните елементи от увода, четирите глави и заключението на дисертационния труд. Съдържанието му отразява най-съществените моменти от дисертационното изследване, както и справка за приносите.

В края на автореферата са представени приносите на разработката и публикации по темата.

Авторефератът отговаря по структура, съдържание и обем на задължителните изисквания.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

В трета глава на стр. 98 в Таблица 4. са представени данни за състоянието на сектор „Услуги“ за 2018 г. За да се проследят изменения и очертаят тенденциите е препоръчително да се дават данни за по-дълъг период (4-5 години). На стр. 127 е представена таблица, която няма номерация, няма разяснения и не дава необходимата информация.

Бих препоръчала докторанта да обърне по-сериозно внимание на общо приетите научни правила при цитиране на използвани източници. Същата забележка бих отнесла и към публикациите посочени в автореферата.

Би било предимство, ако бяха описани характеристиките на 4-те фирми от гледна точка на принадлежност по големина и оборот.

Получените отговори от интервютата за 4-те изследвани фирми натоварва ненужно разработената трета глава . Те биха били подходящи за представяне в приложения. По този начин по-ясно и конкретно ще се открият анализа и изводите от проведеното проучване.

Някой елементи от трета глава съдържателно биха подхождали на направения анализ на организационното структуриране на маркетинга във втора глава.

Въпроси

1. След обработка на резултатите от дълбочинните интервюта (проведени чрез авторска анкетна карта), считате ли че може да се подобри и актуализира, като съдържание и насоченост приложената анкетна карта?

2. Ако имахте възможност за въздействие в УЧР (по функции подбор и оценяване), какви елементи и задачи задължително бихте добавили в длъжностните характеристики на конкретни длъжности в маркетинга?

3. Стр.160 в Хипотеза 3, установявате че (цитирам) : „Бързото развитие на сектора на услугите все още неразкрития потенциал на услугите с оглед трансформацията на индустрията до т.нар. Индустрия 4.0 кара фирмите от този сектор „да разхищават маркетингов потенциал“. Това изисква да се въведат подходящи правила и инструкции, как да се организира ефективно маркетинга за сектора на услугите“. Какви конкретни правила и инструкции бихте предложили, на какво ниво на подчиненост бихте ги заложили?

8. Заключение

Ясно изразено становище – за или против присъждането на ОНС „доктор“.

Считам, че дисертационният труд е лично дело на докторанта, за което свидетелстват публикуваните научни материали. Те отразяват резултатите от проведените проучвания и са оценени положително от колегията.

Направените препоръки и поставените въпроси, не повлияват на категорично положителната ми оценка за представения научен труд.

В заключение, представения дисертационен труд е самостоятелно, завършено, научно изследване, притежаващо необходимата актуалност, научни и научно-приложни приноси.

Това ми позволява да дам своята категорично положителна оценка „**за**“ представената научна разработка.

Въз основа на изложеното предлагам на членовете на Научното жури да подкрепят моята **положителна оценка** за присъждане на образователно-научна степен „Доктор“ на **Дариел Александров Игнатов**.

Гр.София, 26.01.2021 г.

Рецензент:

Доц. д-р Елена Драгозова