



СТ А Н О В И Щ Е

От: *проф.д-р Николай Христов Щерев;*
катедра „Индустиален бизнес“, УНСС-София;
научна специалност: Икономика и управление

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„ДОКТОР“** по научна специалност *Организация и управление на производството (индустрия)* в УНСС.

Автор на дисертационния труд: *ДАРИЕЛ АЛЕКСАНДРОВ ИГНАТОВ*
УНСС-София, кат. „Индустиален бизнес“

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

Основание за представяне на становището: участие в състава на научно жури съгласно Заповед 2973/16.12.2020г. на Зам.ректора по НИД на УНСС.

1. Обща характеристика на представения дисертационен труд

- *Структура, обем*

Дисертационният труд е в обем от 173 страници. Трудът се състои от увод, основен текст в три глави, заключение, списък на използваната литература и приложение. В основния текст са илюстрирани 14 фигури и 16 таблици. Използваната литература включва 101 заглавия, от които 38 – на кирилица и 63 на английски език.

Дисертацията е структурирана в логическа последователност и съгласно научните изисквания. Съдържа задължителните цели и задачи, предмет и обект на изследване, методология и ограничения на изследването.

2. Кратка характеристика на представения дисертационен труд

- *Кратка оценка за: актуалност на темата; цел; задачи; обект; предмет; основна теза; степен на познаване на научна литература и изследваната проблематика.*

Дисертационният труд на тема *„ОРГАНИЗАЦИЯ НА МАРКЕТИНГОВАТА ДЕЙНОСТ НА ПРИМЕРА НА ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ СЕКТОР "УСЛУГИ"“*, представен от задочния докторант *Дариел Александров Игнатов*, е добре структуриран като има ясно открити теоретична, методическа и приложна части на изследването.

Основните елементи на концептуалната рамка на дисертационния труд са представени в уводната част. Като цяло, от качеството на уводната част може да се съди, че съдържанието на дисертационния труд е посветено на един безспорно актуален и мултидисциплинарен проблем – ефективното организиране на маркетинговата дейност във фирмите.

По отношение на предмета на дисертационния труд: Основният предмет на изследване е дефиниран като: *организацията на маркетинга като елемент, бизнес функция, на управлението на маркетинга и изразяващ съвкупността от всички производствено-продажбени елементи (респ. звена, персонал) както и фактическите взаимоотношения между тях, свързани с осъществяване на приложните инструменти на маркетинга в практиката на бизнес организациите*. Така дефинираният предмет е коректен и отразява съдържателните моменти на дисертационното изследване. Ограниченията в предмета са приемливи и добре защитени в основната част от дисертационния труд.

По отношение на обекта на дисертационния труд: Основният обект са *фирмите, специализирани в производството на услуги (за крайно потребление и/или индустриални услуги)*. Така дефинираният обект е по-широко определен, но в следствие с избора на конкретни представители за наблюдение, той е много по-концентриран около определен тип фирми, специализирани в предоставяне на организационни услуги.

По отношение на докторантската теза, целите и задачите на дисертационния труд: счита, че те са напълно коректни и структурно обвързани.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

- *Кратко представяне на основните научни и/или научно-приложни резултати, постигнати в дисертационния труд.*

Първо, теоретична част:

1. Докторантът е извършил сериозен преглед и е направил синтез на теоретични основи на маркетинговата организация. В това направление са изведени авторовите понятия за: организация, организиране, организация на производството и организация на маркетинга.

2. Коректно може да се определи историческия анализ на дефинирането на Управление на маркетинга и неговия „системен“ прочит. По този начин се прави връзката с представените особености на Маркетинговата организация в бизнеса (стр.42-44).

Второ, методическа част:

1. Докторантът е представил 2 основни методически проблема: как да се оценят Фактическите отношения при изпълнение на маркетинговите задачи в бизнес организацията и Как да се структурира маркетинга, че всички присъщи задачи на маркетинга да бъдат обхванати в изградените фактически отношения. Този подход е коректен и представлява авторовото виждане на оценка на маркетинговата организация в бизнеса.

2. Като подходящ може да се оцени подхода на използване на методиката на „добрите маркетингови практики“, които позволяват да се открият присъщите задачи, и фактическите отношения при тяхното изпълнение, в цялостната структура на бизнес организацията (стр.52 и следващи). В рамките на развитие на тези методически въпроси са представени отделни метрики за оценка ролята на маркетинговата организация (например, стр. 61).

Трето, приложна част:

1. Напълно коректно, в тази част е предложена методиката за провеждане на емпиричното изследване, която структурно и логически следва предложения във втора глава интегриран модел за оценка на маркетинговата организация в бизнеса. Нещо повече, напълно подкрепям изведената обща част на изследването с цели, задачи, теза и хипотези (стр.98 – 99).

2. Резултатите от проведеното приложно изследване: дълбочинни интервюта с представители на бизнеса са представени на едно добро ниво с достатъчен по обем, обхват и съдържание доказателствен и аналитичен материал. Добро впечатление прави проведенения синтез на всички дълбочинни интервюта.

3. Напълно коректен може да се оцени авторския модел за взаимовръзката между маркетинговия и производствения отдел (стр.143-144).

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Дисертационният труд съдържа редица научни и научно-приложни приноси. Напълно приемам изведените от докторанта приноси, като те могат да бъдат сведени до следните по-значими:

Първо, приноси с научен характер:

1. Осъществен е обзор на теоретичните постановки в литературата относно понятията за организация, маркетинг, управление на маркетинга и организация на маркетинга.

2. Извършена е подходяща систематизация на основните съдържателни аспекти на организацията на маркетинга: конкретизация на маркетинговите дейности и тяхното разпределение по маркетингови звена.

Второ, приноси с научно-приложен характер:

1. Разработен е и е верифициран приложен инструментариум за наблюдение на маркетинговата организация в производителите на услуги.

2. Изведени са добри практики и са открити насоки за реорганизация на маркетинга в сектор Услуги в резултат на проведеното приложно изследване.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Списъкът на публикациите по дисертационния труд включва 4 публикации, от които: 1 статия в съавторство и 3 доклада, публикувани в сборници от международни конференции, от които 2 самостоятелни и 1 в съавторство. Представените публикации отразяват съществени части от дисертационния труд и напълно удовлетворяват изискванията за придобиване на образователната и научна степен „доктор“.

6. Заключение

Предложеният дисертационен труд от *ДАРИЕЛ АЛЕКСАНДРОВ ИГНАТОВ* на тема *„ОРГАНИЗАЦИЯ НА МАРКЕТИНГОВАТА ДЕЙНОСТ НА ПРИМЕРА НА ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ СЕКТОР "УСЛУГИ"“* напълно отговаря на изисквания на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и на Правилника на УНСС за придобиване на образователната и научна степен „доктор“.

Основните резултати на дисертационния труд, както и откритите реални научни и научно-приложни приноси в него, позволяват да се даде висока обобщена

оценка, а именно: дисертационният труд обогатява и доразвива теорията и практиката в областта на организацията на маркетинга.

Като имам предвид посочените по-горе положителни моменти на структурата и съдържанието на дисертационния труд, научните и приложните резултати и приноси в него, както и качествата на автора, считам, че дисертацията представлява завършено оригинално авторско изследване. Всичко това ми дава основание да изразя своето **ПОЛОЖИТЕЛНО** становище на *ДАРИЕЛ АЛЕКСАНДРОВ ИГНАТОВ* да бъде присъдена образователната и научна степен „**доктор**“ по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност: *„Организация и управление на производството (индустрия)“*

01 Февруари 2021г.
гр.София

Подпис:
/проф.д-р Николай Щерев/