



## СТ А Н О В И Щ Е

От: Доц. д-р Даниела Николаева Илиева  
*ВУЗФ СОФИЯ, 3.7 Администрация и управление*

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

**Автор** на дисертационния труд: *Дариел Александров Игнатов*  
**Тема** на дисертационния труд: *„Организация на маркетинговата дейност на примера на предприятия от сектор „услуги“*

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

### **1. Информация за дисертанта**

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към *катедра „Индустриален бизнес“* на УНСС по научна специалност 3.8. Икономика, Организация и управление на производството (управление на операциите), съгласно Заповед на Ректора на УНСС №1061/10.05.2013г. Обучението е осъществено в *задочна* форма през периода 16.04.2013г. до 16.07.2019г.

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

Предоставеният труд е в обем от 173 страници общо съдържание и приложения, оформени в увод, три глави, изводи и заключение. Цитираните източници са 101 и са надлежно описани според изискванията.

Заглавието отразява разработката. Темата е актуална с широкоспектърно приложение. Ясно за отразени предмет, обект и цели на изследването.

Поставената **изследователска теза** е следната:

*„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 ѝ задачи и отговорности и тяхното разпределение, изпълнение и контрол, е важно условие за успешно развитие на компаниите в сектора на услугите.

Авторът подчертава, че добрата маркетингова практика може да се разглежда като съвкупност от принципи, правила и инструкции за ефективна организация на маркетинга в различните предприятия.

**Авторовата теза** се декомпозира в три хипотези, които са верифицирани, и потвърдени в хода на дисертационното изследване. Поставените цели и подцели са постигнати и подпомагат авторовата заявка в началото на разработката.

**В първа глава** е направен теоретичен преглед на основните понятия, използвани в дисертационния труд. Авторът прави хронологичен преглед на използвания понятиен апарат като проследява различни термини, включително „организация“ от древността, през теоретичното дефиниране в теорията за управлението в края на 19-ти век, до съвременните разбирания.

**Втора глава** на дисертацията разглежда основните задачи при изпълнение и управление на маркетинга, които дефинират фактическите отношения при организация на маркетинга. Авторът очертава особеност за част от организационните дейности и тяхното включване като елемент на фактическите отношения на маркетинговата организация като задължително в практиката.

**В трета глава** е предложен приложен инструментариум за наблюдение на присъщите елементи на маркетинговата организация, използвани от фирмите от сектор Услуги и е проведен анализ на резултатите от проведени дълбочинни интервюта. В обобщение на получените резултати са систематизирани препоръки, принципи и правила за ефективна маркетингова организация, предназначени за фирмите, произвеждащи услуги.

Цялостното впечатление от разработката е силно положително. Дисертантът е избрал балансиран подход между отделните глави и успява да защити заложените теза и хипотези, следвайки логично, аналитично и критично изложение.

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

За постигане на поставените цел, подцели и задачи на дисертационното изследване, авторът е използвал основни принципи на системен подход в теоретичния анализ и синтез, сравнителен и дескриптивен анализ.

Използваните методи се основават на събиране на информация при комбинация на методи на първично и вторично изследване чрез събиране на теоретична и статистическа информация и верификация чрез дълбочинни интервюта с представители на бизнеса.

Отлично впечатление прави избраният подход за дълбочинните интервюта и изведената от тях информация.

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

Дисертантът извежда шест научни приноса. Приемам формулировката и заявката, като препоръката ми е да бъдат сведени до четири, обединявайки първи с втори и трети с четвърти.

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

Докторантът е приложил четири публикации, като и четирите са свързани с темата на дисертационния труд. Две от публикациите принадлежат на докторантът, а другите две са в съавторство. Изискуемите критерии са покрити.

#### **6. Оценка на автореферата**

Представеният автореферат е в обем от 32 страници, отразява най-основните аспекти на дисертационния труд и е според изискванията за придобиване на образователна и научна степен „доктор“.

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

Изследването, представено в дисертационния труд, не е достатъчно от гледна точка на количествена представителност. Следва да се отбележи, че проведените експертни интервюта допринасят за задълбочеността на изследването.

Ограниченията на труда и на включените изследвания следва да са по-прецизно описани.

#### **8. Заключение**

На база всичко описано по-горе, давам положителното си становище и предлагам на почитаемото научно жури да присъди научната степен „доктор по икономика“ на Дариел Александров Игнатов по професионално направление 3.8. Икономика; научна специалност „Организация и управление на производството“.

30.01.2021г.

София

Подпис:  .....