

СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р ик. Любомир Димитров Любенов,
научна специалност „Икономика и управление (Земеделие)“

относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ в професионално направление „Икономика“, научна специалност „Икономика и управление (Селско стопанство)“

Становището е изготвено на основание заповед № 1135 /03.05.2018 г. на Ректора на Тракийски университет – Стара Загора за утвърждаване състав на научно жури

Тема на дисертационния труд
„Влияние на комуникационния микс върху дейността на фирмата“

Автор на дисертационния труд – Гергана Георгиева Тодорова,
редовен докторант към катедра „Индустиален бизнес и предприемачество“, Стопански факултет на Тракийски университет – Стара Загора

Научен ръководител: доц. д-р Евгени Росенов Генчев

1. Обща характеристика на дисертационния труд

Дисертационният труд обхваща 157 стр. основен текст и 17 стр. приложения. Структурата на дисертацията се състои от увод, три глави, изводи, препоръки и използвана литература. Около 85% от използваните литературни източници са предимно на английски език.

Темата на дисертацията е актуална предвид сравнително ниската степен на приложение на комуникационния микс и други маркетинг инструменти от страна на българските фирми в условията на изостряща се конкуренция на международните, националните и регионалните пазари.

Уводът обхваща актуалност на темата, изследователска теза, цел и задачи на дисертационното изследване, предмет и обект, методи на изследване, източници на информационно осигуряване, като всички те са ясно дефинирани.

Първата глава има предимно теоретичен характер относно значението на комуникационния микс за развитието на съвременното предприятие. Констатира се значителната роля на комуникационния инструментариум (реклама, PR, насърчаване на продажбите, лични продажби и директен маркетинг) за постигане на възможно най-добри резултати в дейността на съвременното предприятие.

Втората глава е посветена на методологическите насоки при изследване връзката на комуникационния микс и дейността на фирмата. Направен е преглед на емпиричните изследвания свързани с влиянието

на рекламата, връзките с обществеността, насърчаването на продажбите, личните продажби и директният маркетинг върху дейността на предприятието. Избран е модел, насочен към анализ на взаимовръзките на рекламата, насърчаването на продажбите и директният маркетинг спрямо финансовите резултати от дейността на предприятието – продажбите, печалбата и рентабилността.

Третата глава е насочена към анализ на влиянието на комуникационния микс (реклама, насърчаване на продажбите и директен маркетинг) върху дейността на предприятия от Стара Загора. Проведено е емпирично проучване с извадка от 32 фирми относно влиянието на посочените комуникационни инструменти върху икономическите им резултати – продажби, печалба и рентабилност.

2. Основни положителни резултати

- темата е актуална и перспективна за просперитета на българските предприятия в условията на изостряща се глобална и местна конкуренция;

- докторанта е анализирал значителна по обем и съдържание специализирана информация по темата на дисертацията, обхващайки много международни вторични източници, а също и собствено емпирично проучване на предприятия от Стара Загора;

- с помощта на статистически анализ е констатирано, че рекламата и насърчаването на продажбите имат положително влияние върху нетните приходи от продажба и нетната печалба.

- не е установена статистически значима връзка между рекламата, насърчаването на продажбите и директният маркетинг спрямо рентабилността на приходите от продажби на изследваните предприятия.

3. Критични бележки и въпроси

С цел съдействие на докторанта за по-нататъшното развитие на неговата изследователска дейност имам следните препоръки и въпроси:

- наличие на печатни, стилови и фактологични грешки, липса на години и други параметри на някои от посочените източници, влошават качеството;

- за теорията и практиката представлява безспорен интерес докторанта да изследва и влиянието на PR върху приходите, печалбата и рентабилността на българските предприятия, предвид способността им да интегрират в едно цяло отделните инструменти на комуникационния микс;

- как докторантът тълкува факта, че за изследваните предприятия не са установени статистически значими връзки между директният маркетинг, приходите и печалбата при условие, че в

световната практика има много положителни примери в това отношение, като Amazon и много др.?

Посочените критични бележки не омаловажават постиженията на дисертационния труд. Основната им цел е да зададат насоки за научни дискусии и препоръки за бъдещата работа на докторанта.

4. Оценка на публикациите

Докторантът представя четири публикации – две на български и две на английски език, свързани с темата на дисертацията, като само първата публикация има седем цитирания. Препоръчвам в перспектива да се разшири публикационната активност на английски и др. чужди езици в индексирани международни списания.

5. Оценка на автореферата

Представеният автореферат дава добра и сравнително пълна представа за резултатите от изследването на дисертационния труд. Оценявам справката с приносите в края на автореферата като вярна, с отчитане на направените препоръки.

6. Заключение

На основание на постигнатите положителни резултати в дисертационния труд, характера на направените критични бележки и в съответствие с приетите критерии за получаване на научна и образователна степен доктор, препоръчвам на уважаемото научно жури да бъде присъдена образователна и научна степен доктор в професионално направление Икономика, по научна специалност „Икономика и управление“ на Гергана Георгиева Тодорова към катедра „Индустриален бизнес и предприемачество“ на Тракийски университет – Стара Загора.

Русе, 02.06.2018 г.

Член на журито:
/доц. д-р ик. Л. Любенов/