



РЕЦЕНЗИЯ

На дисертационен труд на тема „Влияние на комуникационния микс върху дейността на фирмата” с автор Гергана Георгиева Тодорова, редовен докторант към катедра „Индустиален бизнес и предприемачество” на Стопански факултет при Тракийски университет.

Рецензент: проф. д-р Иван Георгиев Иванов, хабилитиран по научна специалност „Икономика и управление (по отрасли)”, катедра „Икономика” към Стопански факултет на Тракийски университет, Стара Загора.

Основание за рецензиране: Заповед № 1135/03.05.2018 г. на Ректора на Тракийски университет, гр. Стара Загора, относно утвърждаване на научно жури по процедура за публична защита на дисертационен труд на тема „Влияние на комуникационния микс върху дейността на фирмата” разработен от докторант Гергана Георгиева Тодорова за придобиване на ОНС „Доктор“ по научна специалност основание „Икономика и управление (селско стопанство)”.

I. Общо представяне на дисертационния труд.

Предмет на настоящия дисертационен труд е изследване на влиянието на комуникационния микс върху финансовите резултати от дейността на фирмите. Обект на проучването са български предприятия от сектор G „Търговия“ и сектор C „Преработваща промишленост“ в област Стара Загора. Обемът на дисертационния труд е 157 страници основен текст и 17 страници приложения. Материалът е онагледен с 30 фигури, 9 таблици и като структура включва увод, три глави, изводи, препоръки и литература включваща 201 източника, от които 27 на български език, 189 чуждоезични и 12 онлайн.

1.1. Преценка на актуалността на дисертационният труд.

Темата на дисертацията е формулирана ясно и без условности. Тя е достатъчно точно поставена за да е адекватна на предмета, тезата, обекта, целите и задачите на изследването. Актуалността на темата се обуславя от презумпцията, че адекватно разработения комуникационен микс и управлението на маркетинговите комуникации са от решаващо значение за комуникационното поведение на фирмата и формирането на дългосрочните финансови резултати.

Решаването на четирите поставени задачи е с насоченост към постигане целта на дисертационния труд – анализ на влиянието на елементите на комуникационния микс върху икономическите резултати от дейността на фирмата в избрани икономически сектори.

От гледна точка на методология и методи на изследване, анализът на проблема при разработването на дисертационният труд е успешно

аргументиран с адекватно подбрани за конкретното изследване подходи и методи.

Постигането на целта на изследването и решаването на поставените задачи е реализирано чрез прилагането на системният подход и анализ при теоретичното осмисляне и представяне на същността на маркетинговите комуникации и елементите на комуникационния микс, както и при изследване на тяхното влияние върху финансовите резултати от фирмената дейност.

В дисертационния труд е използван и анкетният метод, като анкетните проучвания са насочени директно към собствениците и маркетинг мениджърите на проучваните фирми от двата избрани сектора.

Основните източници на информация, използвани за подготовка на дисертационния труд са научни трудове и публикации на наши и чужди автори, официални публикации на НСИ и ТПП – Стара Загора, публикувани на онлайн страниците на същите. Естествено и логично голямата част от информационното осигуряване, касаещо конкретното емпирично проучване на проблема са на основата на проведеното собствено анкетно проучване.

В генералната съвкупност са включени достатъчен брой фирми от секторите „Преработваща промишленост“ и „Търговия“. Изборът на посочените два сектора е по критерий реализирани нетни приходи, което предопределя тяхната роля като структуроопределящи за икономиката на региона.

1.2. Структура и съдържание на изследването по глави на дисертационния труд.

Структурата и обемът на дисертационния труд съответстват на изискванията и обслужват в достатъчна степен целта и задачите за постигането ѝ. Обемите на отделните раздели (глави и параграфи) са балансирани и като хронологична последователност и като съдържателна характеристика обслужват изискването, относно задълбочено проучване на проблемите на влиянието на комуникационния микс върху дейността на фирмата.

Глава първа на дисертационният труд дава представа за теоретичните аспекти, свързани с комуникационния микс, маркетинговите концепции, маркетинг микса и ролята на комуникацията в маркетинга.

Съществено внимание е отделено на теорията на заинтересованите страни, елементите на комуникационния микс и прехода от маркетингови концепции към интегрирани маркетингови комуникации.

Прави добро впечатление ясно изразеното собствено мнение при формулиране на различия при основни понятия ползвани в много случаи като синоними в практиката. Аргументите са посочени ясно, точно и без условности с подчертано лично отношение на докторант Гергана Тодорова. Авторката на дисертационният труд показва отлични умения да систематизира, анализа и оценява без излишно тълкуване и преновтаряне на познати постановки от специализираната литература, нормативни документи и други информационни източници.

В глава втора са представени методическите насоки при изследване на връзката на комуникационния микс и дейността на фирмата.

Описани са основни показатели, които се ползват за измерване на фирменото и маркетингово представяне на фирмите. Направен е сравнителен анализ на съществуващи модели оценяващи резултатите от маркетинга.

Представена е методическа рамка на изследването, като се идентифицират влиянията на отделните комуникационни елементи – реклама, насърчаване на продажбите и директен маркетинг върху някои финансови параметри, каквито са печалбата, продажбите и рентабилността на фирмите. Представен е разработен оценъчен модел за изследване влиянието на комуникационните елементи реклама, насърчаване на продажбите и директен маркетинг върху финансовите резултати от дейността на фирмата.

В трета глава на дисертацията детайлно се анализира влиянието на комуникационния микс върху дейността на фирмите. Подробно, с аргументи за избора е посочен обхвата на изследването. Направен е сравнителен анализ на инвестициите в комуникационните дейности в световен и национален мащаб.

На основата на статистически анализ основан на емпиричната информация за конкретното проучване е направен опит да се подкрепи или отхвърли изследователската теза, а именно, че елементите на комуникационния микс влияят положително върху определени измерители на дейността на фирмата – печалба, продажби и рентабилност. Проведеното емпирично проучване с целева съвкупност от фирми от секторите „Търговия“ и „Преработваща промишленост“ на база разработена от докторантката анкета, установява причинно – следствените връзки между променливите в модела чрез методите на дескриптивната статистика. Доказва се, че рекламата отговаря като равнище на ефективност пред директния маркетинг и насърчаването на продажбите като възможни инструменти за реализация на бизнес целите на фирмата.

Считам, че заключението на дисертационния труд систематизира посредством формулираните изводи ясно и точно резултатите от проучването, постигнатата цел и изпълнените задачи и има конкретна и актуална насоченост по проблема отчитане влиянието на комуникационния микс върху дейността на фирмата.

Проучваните проблеми и направените анализи във всяка от главите на дисертацията са обобщени в изводи, които подчертават личното становище на докторанта.

II. Приноси.

1. На основата на проучване, анализ, при отчитане спецификата на различните комуникационни елементи е предложена методика за изследване на влиянието им върху икономическите резултати от дейността на фирмата в избрани икономически сектори, чрез адаптиране и допълване на съществуващи модели, подбор на показатели и методи за оценка влиянието на набор от външни и вътрешни фактори.

2. Извършен е анализ на влиянието на елементите на комуникационния микс – реклама, насърчаване на продажбите и директен маркетинг в малки и средни предприятия от секторите „Търговия“ „Преработваща промишленост“.

3. Обогатен е съществуващият инструментариум от показатели от оценка на влиянието на елементите на комуникационния микс върху икономическите резултати.

4. Изведени са ценни за практиката виждания на докторантката и препоръки касасци възможности за повишаване положителното влияние на елементите на комуникационния микс върху финансовите показатели от дейността на фирмата.

III. Бележки и препоръки.

1. В глава първа, касаеща теоретичните основи свързани с комуникационния микс се срещат излишни, повтарящи се постановки касасци общата теория на маркетинга, комуникационния микс и неговите елементи.

2. Обхвата на изследването може да се намери едва в параграф първи и втори на трета глава. Логичното очакване е във въведението на дисертационния труд в частта „Предмет и обект на изследването“ да се посочи макар и кратко обхвата и целевата съвкупност.

3. Съществува известна неравнопоставеност или казано другояче диспропорция между обилното графично онагледяване на проучвания проблем и оскъдният табличен материал – 30 фигури и едва 9 таблици.

IV. Автореферат и публикации.

Авторефератът отразява и съответства напълно на структурата и съдържанието на дисертационния труд. Представен е коректен списък на публикациите. Същите са представени в пълния си обем и дават възможност за констатация, че представляват съществена част от дисертацията.

V. Заключение.

Представената за рецензиране дисертация е един напълно завършен, балансиран като обем, структура и съдържание научен труд. Постигнати са поставената цел и задачи, като резултат от задълбочена изследователска работа по един актуален и значим проблем касасци влиянието на елементите на комуникационния микс върху финансовите резултати на фирмата.

Дисертационният труд отговаря напълно на критериите за присъждане на образователна и научна степен „Доктор“.

Имам всички основания за **положителна оценка** на дисертационния труд и основание с убеденост да предложа на уважаемите членове на научното жури да гласуват за присъждане на образователната и научна степен „Доктор“ на редовен докторант Гергана Георгиева Годорова.

РЕЦЕНЗЕНТ:.....

(ПРОФ. Д-Р ИВАН ГЕОРГИЕВ)