

РЕЦЕНЗИЯ

за придобиване на образователна и научна степен „доктор“ по докторска програма „Световно стопанство и международни икономически отношения“

Изготвил рецензията: проф. д-р Галина Захариева - област на висше образование: 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност “Световно стопанство и международни икономически отношения”, катедра „Международни икономически отношения“, СА „Д.А.Ценов“ – гр. Свищов

Автор: редовен докторант Анета Иванова Лазарова, D010323304, докторска програма „Световно стопанство и международни икономически отношения“, катедра „Международни икономически отношения“

Тема на дисертационния труд: *„Възможности за интернационализация на собствен моден бранд на български малки и средни предприятия“*

Научен ръководител: доц. д-р Драгомир Илиев, катедра „Международни икономически отношения“, СА „Д.А.Ценов“ – гр. Свищов

Основание за представяне на рецензията: Участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд, съгласно Заповед № 1367/18.12.2025 г. на ректора на СА „Д. А. Ценов“ - Свищов и решенията от първото заседание на научното жури, проведено на 19.12.2025 г.

I. Обща характеристика на дисертационния труд

Настоящият дисертационен труд е фокусиран върху възможностите за изграждане, развитие и интернационализация на собствен моден бранд на българските малки и средни предприятия (МСП).

Общият обем на дисертационния труд е 228 страници. В структурно отношение той се състои от увод (7 стр.), основен текст в три глави (193 стр.), заключение (3 стр.), едно приложение, списък на съкращенията, списък на таблиците и фигурите и списък на използваната литература.

В увода на разработката се съдържат всички задължителни елементи като актуалност, цел, задачи, обект и предмет на изследване, изследователска теза, методология, изследвания по проблема, научна новост, структура на труда и ограничения на изследването. В заключението са представени основните изводи от изследването и е аргументирано постигането на поставените задачи и доказването на изследователската теза.

Библиографията включва над 200 литературни източника на български, руски и английски езици. Преобладаващата част от използваните източници са на английски език. Изложението е подкрепено с 24 таблици и 13 фигури.

II. Преценка на формата и съдържанието на дисертационния труд

Актуалността на изследвания проблем е безспорна и е добре обоснована в дисертационния труд. Тя е многопластова. От една страна, се подчертава значението на МСП от модния бранш за икономическото развитие на националната и европейската икономика. От друга страна, фокусът е върху тяхната конкурентоспособност и необходимостта от нейното поддържане и подобряване чрез целенасочено стратегическо управление, включително използване потенциала за изграждане и интернационализиране на бранда.

Предмет на дисертационния труд е *комплексът от стратегии, фактори и механизми за изграждане, развитие и интернационализация на собствен моден бранд на българските малки и средни предприятия (МСП), а обект - МСП в модната индустрия, които развиват собствен бранд и имат потенциал за интернационализация.*

Основната цел на дисертационния труд е *да се разработи методология за изграждане на бранд стратегия и оценка на ефективността на МСП в модната индустрия.* За нейното постигане са формулирани шест научни задачи. Те са логично подредени и следват последователността на отделните части. Всички поставени задачи са изпълнени.

Тезата, която се застъпва в дисертационния труд е, *че успешната интернационализация на собствен бранд на българските малки и средни модни предприятия (МСП) зависи от изграждането на дългосрочна стратегия, която съчетава творческия потенциал на компанията с ефективни управленски и маркетингови практики, съобразени с международните стандарти и локалните особености на целевите пазари.*

Целта, задачите, обекта, предмета и тезата са коректно и прецизно формулирани и са в съответствие с темата на дисертационния труд. Отделните части на изложението са в логическа взаимовръзка и представят основните авторови идеи.

В първа глава се поставят теоретичните основи на интернационализацията на МСП като се стартира с анализ и систематизация на основни теории, модели на фирмено поведение и съвременни управленски подходи. Разглеждат се обхватът, динамиката и предизвикателствата в процеса на интернационализация на МСП. Обследва се влиянието на средата върху интернационализацията на МСП, като се анализират и факторите, подпомагащи или затрудняващи процеса, от пазарни и институционални условия до ресурсни ограничения и маркетингови изисквания. В тази глава като особено положителни следва да се оценят направената систематизация на теориите и тяхното адаптиране към контекста на МСП.

Втора глава разглежда спецификата на модната индустрия като глобална, динамична и интердисциплинарна система, в която се преплитат икономически зависимости, културни модели, творчески процеси и технологични трансформации. В нея се анализират стратегиите, чрез които модните брандове навлизат на международни пазари, разглеждат се маркетинговите механизми за привличане на международна аудитория, както и ролята на дигитализацията, визуалната комуникация и бранд символиката. Съществено място е отделено и на конкурентната среда, проявленията на конкуренцията между ТНК и МСП и оценката на бранд стойността като елемент, определящ устойчивото международно позициониране. Изложението в тази глава демонстрира не само умението на авторката да систематизира и анализира, но и задълбочената ѝ осведоменост за съвременните тенденции и дебати в индустрията.

В трета глава е представена технология за разработване на бранд стратегия на МСП от модната индустрия, с особен акцент върху българските МСП и отчитане на тяхната специфика. Анализира се тяхното реално състояние, вътрешни ресурси, силни и слаби страни и потенциални сценарии за развитие. Посредством SWOT-анализ и изследване на конкретен бранд се разкриват практическите измерения на интернационализацията в български условия, като се предлагат и сценарии за развитие на МСП. Разгледани са също значението на бранд идентичността, персонификацията и управлението на ценностното предложение. Формулирани са инициативи и препоръки, свързани с участието в клъстери, колаборации и мрежови структури, които подпомагат преодоляването на ресурсните ограничения на МСП. Трета глава има изразен практико-приложен характер. Тя представлява демонстрация на уменията на авторката да създава и прилага инструменти за целите на стратегическото управление, както и способността ѝ да се съчетава теория с практика.

Всяка глава завършва с обобщения и изводи, което осигурява плавен преход между тях.

За целите на изследването е използвана комплексна методология, включваща набор от научни методи: историко-теоретичен анализ и систематично проучване; сравнителен и функционален анализ; критичен анализ; емпирични методи (теренно наблюдение, специализиран въпросник); както и метода на „Case study“. Тези методи са позволили на авторката да изгради солидна теоретичната основа на изследването, да разработи методологичната рамка за изграждане и управление на бранд стратегия на МСП и да формулира конкретни практически препоръки за подкрепа на интернационализацията на българските модни предприятия.

Докторантката демонстрира задълбочено познаване на съществуващата литература в областта на интернационализацията и модната индустрия. Собственото ѝ отношение ясно се откроява в отделните части на работата, особено в трета глава.

Използваната литература е достатъчна по обем и качество и е позволила на авторката да изгради едно оригинално, научно обосновано, концептуално и с

практико-приложна стойност изследване. Проверката за автентичност не установява наличие на плагиатство.

Изложението се отличава с лекота и адекватна терминология, в съответствие с академичните стандарти. То е подкрепено от достатъчен по обем илюстративен материал. Таблиците са информативни и добре структурирани, а фигурите осигуряват добра визуализация. В текста не се установяват повторения.

Направените в дисертацията изводи са добре аргументирани. Поставените цели и задачи са постигнати, а научната теза – потвърдена.

Авторефератът напълно отразява структурата и съдържанието на дисертационния труд. В него надлежно са формулирани приносните моменти в разработката. Публикациите по темата на дисертационния труд, две статии и един научен доклад, удостоверяват съответствието с националните изисквания по Правилника за приложение на Закона за развитие на академичния състав в Република България. Дисертантката също така е взела участие в 5 научни форума, което предполага, че основните аспекти на изследването и авторските идеи са получили необходимата публичност.

III. Научни и научно-приложни приноси на дисертационния труд

Научните и научно-приложни приноси на дисертационния труд могат да се синтезират по следния начин:

Научно-теоретични приноси:

- Разработена е интегрирана концептуална рамка за интернационализация на МСП в модната индустрия, която акцентира върху бранд стратегията като основен механизъм за това.
- Адаптирана и разширена е концепцията за персонификация на бранда към контекста на българските модни МСП.

Методологични приноси:

- Изградена е авторска методологическа рамка за оценка на стратегическото развитие и ефективност на български моден бранд.
- Създаден е сценарен модел за развитието на МСП, включващ възможните траектории и опции за стратегически и тактически решения, в зависимост от ресурсите на предприятията и пазарната динамика.
- Формулиран е етапен модел за включване и функциониране на МСП в моден клъстер.

Научно-приложни приноси:

- Формулирани са стратегически препоръки за повишаване на ефективността на дейността на българските предприятия от модната индустрия и тяхната по-добра интернационализация.

- Осъществен е емпиричен анализ на български моден бранд (Pause Jeans) под формата на кейс-стъди.

IV. Критични бележки, въпроси и препоръки

Установява се определена несъразмерност в обемите на отделните части, както и някои технически пропуски, които не засягат научните резултати на изследването.

Имам следния въпрос към докторантката:

Какви са основните различия във факторите, определящи избора на стратегия за интернационализация на модния бранд при МСП в сравнение с МНК, и как те се отразяват върху стратегическия подход?

V. Заключение

Представеният дисертационен труд на тема *„Възможности за интернационализация на собствен моден бранд на български малки и средни предприятия“* отговаря на изискванията за присъждане на ОНС „доктор“ съгласно ЗРАСРБ, ППЗРАСРБ и Правилника за развитие на академичния състав в СА „Д. А. Ценов“ - Свищов. Той съдържа научни и научно-приложни резултати, които представляват оригинален принос в науката и демонстрира качествата и уменията на авторката за самостоятелно провеждане на научни изследвания.

С оглед на всичко изложено давам своята **положителна оценка** за проведеното изследване. Предлагам на уважаемите членове на научното жури да гласуват за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ на **Анета Иванова Лазарова** в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки; професионално направление 3.8. Икономика, докторска програма "Световно стопанство и международни икономически отношения".

14.01.2026 г.

Гр. Свищов

Изготвил:

заличен подпис
осн. чл. 59
от ЗЗЛД

/проф. д-р Галина Захариева/