

РЕЦЕНЗИЯ
на дисертационен труд
за придобиване на образователна и научна степен „доктор”
по докторска програма
„Световно стопанство и международни икономически отношения“
в СА „Д. А. Ценов” – Свищов

Рецензент: доц. д-р Валентина Генова Макни, катедра „Международни икономически отношения“, Икономически университет - Варна

Автор на дисертационния труд: Анета Иванова Лазарова, докторант към катедра „Международни икономически отношения“, СА „Д. А. Ценов“ - Свищов

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

Основание за изготвяне на рецензията: Настоящата рецензия е изготвена въз основа на заповед №1367/18.12.2025 г., на основание чл. 70 от Правилника за развитието на академичния състав в СА „Д. А. Ценов“ – Свищов и решения на ф-т „Мениджмънт и маркетинг“ Протокол №4 / 17.12/2025 г.

I. Общо представяне на дисертационния труд:

1. Предмет на представения дисертационен труд е съвкупността от стратегии, фактори и механизми за изграждане, развитие и интернационализация на собствен моден бранд на българските МСП.

2. Обемът на разработката е 228 страници, от които 207 са основен текст, подкрепен от 13 фигури и 24 таблици, допълнен с приложение, индекс на графичните изображения, библиография и декларация за оригиналност и достоверност.

3. Структурата включва увод, изложение в три глави, балансирани по обем, и заключение.

4. Библиографията се състои от 225 литературни източници на английски, руски и български език, които са коректно използвани и цитирани в текста.

5. Приложението съдържа въпросник за оценка на възможностите за интернационализация на конкретно българско МСП в модния сектор.

II. Преценка на формата и съдържанието на дисертационния труд.

1. Разработеният в дисертационния труд научен проблем е актуален, от една страна, защото модният сектор в България е значим традиционен отрасъл с приоритетно износен характер и е представляван основно от МСП. От друга страна, липсата на ясна визия и стратегия за интернационализация на българските брандове в

една силно динамична и конкурентна глобална среда, поставя необходимост от повече научно-приложени изследванията в тази област. Тук идва мястото на настоящия дисертационен труд, в който авторът прави опит да добави **научна новост** като интегрира концепциите за фирмена интернационализация, спецификите на модната индустрия и стратегическите подходи за създаване на бранд идентичност.

Правилно дефинирани са елементите на уводната част. Обектът – МСП в модната индустрия със собствен бранд и предметът – стратегии, фактори механизми за изграждане и интернационализация на собствен моден бранд, са логически обвързани с целта и поставените задачи. А те, от своя страна, са постигнати. Разработена е методология за изграждане на бранд стратегия и оценка на ефективността на МСП в модната индустрия. Ясно формулирана и доказана е авторовата теза за зависимостта на успешната интернационализация на модните предприятия от изграждането на дългосрочна стратегия, обединяваща творчески потенциал с ефективни управленски и маркетингови решения. За тази цел е използван разнообразен и съвременен инструментариум.

2. Трудът стъпва върху широка теоретична основа – класически и съвременни теории за интернационализация и концепции за брандинг, като демонстрира добро познаване, както на чуждестранните, така и на българските изследователи по темата. Собственото мнение на автора е застъпено в критичните обобщения, изведената рамка с препоръки и приложния казус, представящ илюстративно изследване на конкретно българско предприятие.

3. Обемът и структурата на ръкописа са стандартни за подобен род научни разработки у нас.

Първа глава систематизира видовете теории за интернационализация, като поставя акцент върху факторите, подкрепящи и възпрепятстващи излизането зад граница, въздействието на бизнес средата и ресурсните ограничения пред МСП. Анализирани въпроси дават основата за предложената стратегическа рамка в трета глава.

Втора глава представя убедителен контекст на модната индустрия като глобална, високо конкурентна и динамична система, поставяйки бранда в центъра на международното позициониране. По този начин се създава логичен преход от общите теории за интернационализация към секторната специфика. Тук изложението би спечелило още повече, ако различните стратегии за навлизане на бранда са подплатени с примери от модната индустрия, вместо с компании като Microsoft, Intel, Honda, Hi-Tech и др., за да не се излиза от избрания контекст.

Трета глава е с изразен приложен характер, където се разчита на илюстративно-казусен подход (Case study). Предложена е стратегическа рамка за интернационализация на български моден бранд чрез анализ на конкурентни позиции и възможни траектории за развитие, подкрепени от утвърдени инструменти като SWOT/SLOTS, методи за оценка на бранд ефективност, сценарийно планиране и др. Силата на тази глава е в това, че превръща теоретичните постановки в практически управленски решения.

4. Илюстративният апарат е достатъчен и функционален, тъй като ясно систематизира изложените от автора постановки. Направи ми впечатление, че за източник на почти всички изображения в разработката, в това число в теоретичната част, авторът посочва себе си. (Напр. Фиг. 5 на с. 85 и т.н.) Считам, че по-коректно е да се използва например „Адаптирано по..“

5. Научният апарат е изграден коректно. Изложението е последователно и логически обвързано – теория, следвана от индустриална специфика и като завършек, приложни насоки. На места се наблюдава по-описателен стил, но като цяло езикът и стилът са на високо ниво.

6. Авторът коректно посочва ограничения, отнасящи се до емпиричната част на дисертацията, тъй като емпиричната база на изследването е в известна степен ограничена откъм статистическа методология. Приложените подходи за анализ и оценка като SWOT, SLOTS, сценарийно моделиране, оценка на стойността на бранда и т.н. имат, както тя се изразява „концептуално-стратегическа“, а не статистическа насоченост. Наличието на въпросник е плюс, но е добре да има по-детайлно представяне на участниците в проведеното проучване и как точно са обработени и анализирани събраните отговори.

7. Ръкописът е изцяло авторово дело и в него не се открива плагиатство. Напротив, много коректно е позоваването на използваните литературни източници.

8. Авторефератът в обем от 39 страници отразява изцяло структурата и съдържанието на дисертационния труд.

III. Научни и научно-приложни приноси на дисертационния труд.

Приемам представените от докторанта три групи приноси.

1. Интегрираната концептуална рамка, както и адаптацията и разширяването на персонификацията на бранда, представляват съществен теоретико-концептуален принос, доколкото предлагат интерпретация на бранда не като комуникационен елемент, а като стратегически механизъм за международно позициониране.

2. Системно-методологичните и аналитични приноси се изразяват в предлагането на цялостна рамка за оценка на конкурентоспособността, в това число сценариен модел за стратегическо развитие и двустепенен модел за участие на МСП в моден клъстер.

3. В практико-приложен аспект, изграденият модел за стратегическо планиране е адаптиран към българските условия и особености на модната индустрия и завършва с конкретни препоръки за повишаване на ефективността и интернационализацията.

Част от идеите на автора са залегнали в три индексирани публикации, от които две статии и един доклад, при което са постигнати националните изисквания по ПРАСРБ.

IV. Критични бележки, въпроси и препоръки по дисертационния труд.

1. Каква точно е методологията зад построения въпросник, колко и какви респонденти от предприятието са анкетирани и по какъв начин техните отговори намират приложение при изграждане на предложената бранд стратегия?

2. Могат ли да се посочат примери на други МСП от модната индустрия в България, които са постигнали международно разширяване чрез участие в клъстер или мрежова организация и ако да, как техният опит може да се използва за валидиране на авторската стратегия.

V. Обобщено заключение и становище.

Дисертационният труд на Анета Лазарова „Възможности за интернационализация на собствен моден бранд на български малки и средни предприятия“ е научно издържан, с ясно формулирани научни и практико-приложни приноси. Изследването е актуално, полезно и представлява самостоятелно дело на автора. Считаю, че трудът отговаря на всички изисквания за присъждане на ОНС „доктор“ съгласно ЗРАСРБ. Следователно давам своето **категорично положително становище** и препоръчвам на членовете на научното жури да гласуват за присъждане на Анета Иванова Лазарова на образователната и научна степен „доктор“ по докторска програма – „Световно стопанство и международни икономически отношения“.

Дата: 29.01.2026

Варна

Рецензент:

заличен подпис
осн. чл. 59
от ЗЗЛД

(доц. д-р Валентина Макни)