

## РЕЦЕНЗИЯ

**Рецензент: проф. д-р Тодорка Стоянова Атанасова-Калайджиева.**

От катедра „Мениджмънт“, Стопански факултет на Тракийски университет, Стара Загора, научна специалност „Организация и управление на производството (управление на предприятието)“, професионално направление 3.7...„Администрация и управление“, област на висше образование 3...„Социални, стопански и правни науки“.

**Автор на дисертационния труд: Илиян Георгиев Георгиев**

**Тема на дисертационния труд: „ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ОЦЕНКА НА ЕФЕКТИВНОСТТА ОТ ПРОДАЖБИТЕ НА ВИНОПРОИЗВОДИТЕЛИТЕ“**

### **I. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ:**

Дисертационният труд на Илиян Георгиев Георгиев е обсъден и допуснат до публична защита на заседание на катедра „Търговски бизнес“ при СА „Д.А. Ценов“ - Свищов.

Разработеният дисертационен труд има общ обем от 227 стандартни страници.

Структурата на разработката включва следните части: въведение, три глави, заключение, списък на фигури и таблици, използвана литература, декларация за оригиналност и достоверност, приложения.

Използваната литература включва общо 133 литературни източника, от които 108 са на кирилица (в т.ч. на български и руски език) и 18 източника на чужд език.

Резултатите от изследването и анализа в дисертацията са представени на 65 фигури, 20 таблици и 13 приложения.

Рецензията ми е възложена на основание Заповед № 995/30.10.2019 г. на Ректора на СА „Д.А.Ценов“ – Свищов, като член на Научно жури, избрано от Факултетен съвет на факултет „Производствен и търговски бизнес“, Протокол №2/29.10.2019 г. Тя е изготвена съгласно изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за неговото прилагане и Правилника за развитие на академичния състав в СА „Д.А.Ценов“ – Свищов.

### **II. ОЦЕНКА НА ФОРМАТА И СЪДЪРЖАНИЕТО НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД:**

#### **1. Актуалност на разработения в дисертационния труд научен проблем:**

Актуалността на темата на дисертационния труд произтича от значението, което има ефективността на продажбите за всяка бизнес дейност в условията на нарастваща конкуренция. Темата има значение не само за функционирането и развитието на всеки пазарен субект, но оказва влияние и върху растежа на националната икономика. Проблематиката за оценка на ефективността от продажбите е във фокуса на изследванията на редица икономисти, което поражда разнообразие от идеи, предоставя методи и подходи за нови проучвания. Акцентирайки, обаче върху един от аспектите на изследваната тематика, касаеща ефективността на продажбите на винопроизводителите в България може да се твърди, че тази област не е задълбочено проучена и анализирана. Основен аргумент на докторанта за избор на темата е необходимостта от обстойно изследване и анализ на ефективността на продажбите в сектор винопроизводство у нас и установяване на влиянието, което оказва върху цялостната дейност на предприятието. Винопроизводство в нашата страната се отличава с нарастващ пазарен дял и с голяма конкуренция, главно от възможностите за износ на винени продукти на международния пазар. Поради това считам, че избраната тема на дисертационния труд е актуална, значима за икономическата теория и стопанската практика, а е и дисертационна по обхват на изследването.

## **2. Предмет и обект, теза, цел и задачи, методи, информационна база на изследването:**

Предмет на изследването в дисертационния труд са продажбите на винопроизводителите в България, анализирани и изведени чрез модел за оценка на ефективността.

Обект на изследване са производители от винарски Дунавски район, членове на Националната лозаро-винарска камара.

В дисертационния труд е формулирана изследователска теза, твърдяща че продажбите на вино се влияят от действието на определени фактори, детерминиращи ефективността от продажбите и даващи възможност за тяхното управление. Същата е доказуема и напълно съответства на изследваната проблематика в дисертацията.

Целта на научната разработка е правилно формулирана. Тя кореспондира с изследователската теза и е подчинена на темата на дисертационния труд.

Основните задачи, които се решават, за да се изпълни поставената цел са шест. Те произтичат от поставената цел и логически се свързват със съдържателната структура на дисертацията.

Изпълнението на поставената цел и решаването на основните задачи се извършва чрез комплекс от методи: исторически метод, индуктивен и дедуктивен метод, анализ и синтез, статистически методи, методи за социологически проучвания – наблюдение, интервю, анкета, графичен метод, прогнозен метод и др.

Аргументирано са представени ограничителните условия при осъществяване на изследването и анализа в дисертационния труд.

Положително впечатление в дисертацията прави използваната разнородна информационна база, която включва проучване на специализирани литературни източници и списания, годишни финансови отчети и доклади за дейността на предприятия, срещи и интервюта с представители на предприятия, информация от Национална лозаро-винарска камара и Българска асоциация на независимите лозаро-винари, статистически годишници и справочници, Интернет и др. Източник на информация е и проведеното собствено емпирично изследване в четири от седемте предприятия на винарски Дунавски район: „Винал“ АД, гр. Ловеч, „Винпром Плевен“ ЕАД, гр. Плевен, „Винпром Свищов“ АД, гр. Свищов и „Ловико лозари“, гр. Сухиндол. Данните за винопроизводителите са с представителност за изследвания район в България. Използваните източници са цитирани точно. Осигурената информация е добра основа за задълбочен анализ и оценка.

## **3. Структурна и съдържателна характеристика на дисертационния труд:**

Дисертационният труд в структурно отношение и по обем изпълнява изискванията за придобиване на ОНС „доктор“ по научна специалност „Икономика и управление (търговия)“. Съотношението между отделните структурните части на научната разработка е балансирано.

Във въведението на дисертацията се изтъква актуалността на разработваната тема, представя се обекта и предмета на изследване, целта и задачите, изследователската теза. Посочени са методите на изследване и възприетите ограничителни условия, които се спазват при изследването.

Първа глава на дисертационния труд има теоретичен характер, изясняваща същността на продажбата на продукта – вино, факторите влияещи върху обема на продажбите и възможностите за тяхното стимулиране. На основа изследвания от водещи наши и чужди автори по проблематиката докторантът прави задълбочен литературен анализ. Направени са обобщения, характеризиращи процеса на продажба, произтичащ от дейността на предприятието. Извежда се понятиен апарат на изследването и се предлага собствена дефиниция на процеса на продажба на вино. Представят се две групи от фактори от макро- и

микросредата, които доказано влияят върху производството и продажбата на вино. След анализ на двете категории фактори се открояват по три с най-голяма роля, като от първата група това са: природните ресурси, производствените технологии, данъчната политика, а от втората – качеството на продукта, ценовата политика, стимулиране на продажбите. Обстойно се разкриват основните направления за стимулиране на продажбите – както като общо явление насочено към търговски персонал, търговски посредници, крайни потребители, така и конкретно при продажбата на вино. От изложението в първа глава проличава много доброто познаване от докторанта на икономическа литература по темата. Ясно се откроява авторовото мнение по изследваните въпроси. На базата на осъществения литературен анализ се формулират основни изводи.

Втора глава на дисертационния труд се отличава с теоретико-методичен характер. В първи параграф е направен задълбочен литературен обзор относно трактовката и методическия апарат за изследване и анализ на ефективността на продажбите. Изяснява се същността на понятието „ефективност“ и се представя системата от показателите за оценка на ефективността. В резултат е направен извод от докторанта, че е необходимо да се приложи комплексен подход при оценка на ефективността от продажбите на винопроизводителите, включващ основни показатели, измерващи и оценяващи дейността на предприятията и реализираните от него продажби.

Във втори параграф се извършва литературен анализ на многообразието от методи за оценка на ефективността на предприятието, на ефективността от продажбите на продукти и конкретно на оценката на ефективността във винопроизводството. Извършва се детайлно представяне и сравняване на различните методи и показатели за оценка, като се открояват техните възможности за прилагане към спецификата на обекта на изследване. Проличава добро познаване от докторанта на същността, предимствата и трудностите при използване на всеки от представените методи.

В трети параграф на втора глава се изяснява и представя на фиг. 26 логиката на методологическа рамка за осъществяване на проучването и анализа в дисертационния труд. Методологията включва три компонента: графичен анализ, регресионен анализ и структурен анализ на производството, на експорта и консумацията на вино на три нива национално, регионално и в световен мащаб. В таблица 8 стр.103-104 са представени и избраните показатели за оценка на ефективността от продажбите на предприятието от гледна точка на неговите собственици. Изложението във втора глава е логически свързано, отличава се със задълбоченост на осъществения теоретичен анализ, точност на избрания методически подход, правилно формулирани изводи.

Трета глава има характер на аналитично-конструктивна, като в нея на базата на събраната статистическа и емпирична информация се прилага разработения модел за оценка на ефективността от продажби на винопроизводителите от втора глава, за да се изведат основни препоръки и насоки за усъвършенстване на тяхната дейност. В структурно отношение тази глава на дисертационния труд включва четири логически свързани параграфа.

В първи параграф е извършен ситуационен анализ на производството, консумацията и експорта на вино в световен мащаб, по географски области за период от осемнадесет години (2000 – 2017 г.). Извършен е и анализ на състоянието и са разкрити тенденциите в производството на вино в България, неговия износ и консумацията му за периода 2000 – 2016 г. Всички резултати от анализа са представени много добре под форма на фигури и в таблици. Направените изводи и обобщения са правилни.

Втори параграф представлява поэтапно прилагане на методиката, дефинирана във втора глава на дисертационния труд на база четири икономически субекта на пазара,

произвеждащи и предлагащи вино в България от винарски Дунавски район от общо седем: „Винал“ АД - Ловеч; „Винпром Плевен“ ЕАД; „Винпром Свищов“ АД и „Ловико лозари“-Сухиндол. Същите могат да се приемат за представителна извадка за региона. Включените в извадката предприятия са утвърдени производители у нас и износители на българско вино в много държави по света.

В трети параграф се извършва на основата на избрани показатели анализ и оценка на ефективността от продажбите на вино в изследваните предприятия за период от дванадесет години (2006 -2017 г.). Последователно се представят резултатите, не само словесно, но също таблично и графично за всяко от изследваните предприятия, а едновременно се сравняват и помежду им. Интерпретацията на получените резултати се отличава с точност и показва задълбочено познаване от докторанта на изследваната тематика и анализиранията предприятия.

В четвърти параграф, като резултат на проведеното изследване и анализ са формулирани основни изводи и направени препоръки към мениджърските екипи и собствениците на предприятията за ефективно управление на продажбите. Те са структурирани в хронологичен вид според констатирания проблем, отчитайки спецификата и конкретните условия във всеки от изследваните винопроизводители, като се предлага начин на неговото преодоляване. Също в този параграф са представени в обобщена форма и перспективите пред развитието на винопроизводството и начините за повишаване търсенето на вино в България. Това е осъществено при трите изследователски нива по методиката – винопроизводители, национално ниво и в световен мащаб.

Изложението в трета глава като цяло демонстрира дълбочина в познанията на докторанта по тематиката, аргументираност в представените изводи и препоръки. Резултатите, получени от емперичното проучване на четирите предприятия с апробирания модел за ефективността на продажбите може да се приемат, като оригинална страна на настоящото научно изследване.

Заклучението на дисертационния труд синтезира обобщения на получените резултати от проведеното изследване и анализ.

Общата оценка за структурната и съдържателна характеристика на дисертационния труд на докторанта мога да обобща по следния начин: Изпълнена е поставената цел и са решени първоначално заложените задачи; Доказана е изследователската теза; Стилът на изложението е научен и разбираем; При разработване на дисертационния труд са спазени правилата на научната етика. Използваните автори са цитирани точно и правилно. Дисертацията е много добре оформена, а резултатите са визуализирани чрез голям брой таблици и фигури.

#### **4. Публикации по дисертационния труд:**

Докторантът Илиян Георгиев Георгиев по темата на разработения дисертационен труд прилага две научни статии, от които едната под печат, както и два научни доклада от участие в международни конференции в страната. Публикуваните научни разработки са самостоятелни. Представените публикации доказват, че резултатите от дисертационния труд са получили необходимата популярност в страната. Темите на научните публикации напълно отразяват съдържанието на дисертационния труд.

Авторефератът е разработен на основата на дисертационен труд, отговаря на изискванията и обективно отразява неговата структура и съдържание.

### **III. НАУЧНИ И НАУЧНО-ПРИЛОЖНИ ПРИНОСИ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД:**

Представените в справката на докторанта приноси обобщавам по следния начин:

1. Принос, който се основава на допълване и обогатяване на научната литература с установената специфика при продажбата на изследвания биологичен продукт – вино,

съчетавайки интердисциплинарност с логическа обоснованост. Детерминирани са основни фактори – вътрешни за винопроизводството и външни, които влияят върху обема на продажбите на този продукт.

2. Принос, който има теоретико-приложен характер и се основава на разработен и приложен модел за оценка на ефективността от продажбите на винопроизводителите, включващ научно обоснована система от оценъчни показатели.

3. Оригинален принос с практико-приложен характер е проведеното собствено емпирично проучване на четири от седемте предприятия на винарски Дунавски район: „Винал“ АД, гр. Ловеч, „Винпром Плевен“ ЕАД, гр. Плевен, „Винпром Свищов“ АД, гр. Свищов и „Ловико лозари“, гр. Сухиндол. Чрез осъществения триизмерен ситуационен анализ за оценка състоянието на пазара на вино на световно, регионално и национално ниво са систематизирани общи и конкретни изводи, изведени са тенденции и предложени препоръки към фирмения мениджмънт, собствениците и институции за повишаване на ефективността от продажбите на винопроизводителите у нас.

#### **IV. КРИТИЧНИ БЕЛЕЖКИ, ВЪПРОСИ И ПРЕПОРЪКИ:**

Безспорни са качествата на рецензирания дисертационен труд, които покриват изискванията за придобиване на ОНС „доктор“, затова главно моите бележки и препоръки към докторанта се свързват с бъдещото му научно развитие, а именно:

Може да се допълни обхвата на изследване, като се включат и винопроизводители от други винарски райони на България и се сравнят получените резултати с тези от Дунавски район.

Препоръчително е авторът да публикува разработения модел за оценка на ефективността от продажбите на винопроизводителите и в международно научно издание с импакт фактор и/или импакт ранг, с което ще популяризира резултатите от своето изследване не само в страната.

Към докторанта, разработил дисертационния труд имам следните въпроси:

Възможно ли е разработеният методически модел за оценка на ефективността от продажбите на винопроизводителите да се приложи и при други пазарни продукти, и по-конкретно на такива с биологичен произход? Посочете при кои продукти. Как моделът може да се адаптира към техните специфични особености?

#### **V. ОБОБЩЕНО ЗАКЛЮЧЕНИЕ:**

В обобщение на изложеното по-горе с пълна убеденост считам, че докторантът **Илиян Георгиев** е разработил на необходимото научно ниво своя дисертационен труд. С пълно основание мога да твърдя, че авторът много добре познава и успешно прилага съвременни методи за изследване и анализ в областта на икономиката, в частност при търговията с вино, правилно интерпретира получените резултати от изследването, има и доказани научно-приложни приноси.

В тази връзка позволявам си да предложа на уважаемото Научно жури да оцени високо разработения дисертационен труд и да гласува положително за присъждането на докторант **Илиян Георгиев Георгиев** образователната и научна степен „Доктор“ по докторска програма „Икономика и управление (търговия)“ в професионално направление 3.8. „Икономика“, област на висше образование 3. „Социални, стопански и правни науки“.

02.12.2019 год.  
Стара Загора

Рецензент:   
(проф. д-р Тодорка Ст. Атанасова-Калайджиева)