

## СТАНОВИЩЕ

### върху дисертационен труд за придобиване на образователна и научна степен „доктор“

**Изготвил становището:** доцент д-р Николай Пенев Иванов,

Преподавател от Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“, Факултет по икономически и социални науки, катедра „Финанси и счетоводство“; Научна област 3. Социални, стопански и правни науки; в професионално направление: 3.8. Икономика; научна специалност: „Счетоводна отчетност, контрол и анализ на стопанската дейност“; определен съгласно Заповед № 277 от 2 април 2018 г. на Ректора на Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов за член на научно жури и решение на Научното жури, взето на първо заседание, проведено на 10.04.2018 г.

**Автор на дисертационния труд:** докторант Мариела Петрова Димитрова – Гализова, докторант от Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов, факултет „Производствен и търговски бизнес“, катедра „Търговски бизнес“; Научна област 3. Социални, стопански и правни науки; в професионално направление: 3.8. Икономика; научна специалност: „Икономика и управление (търговия)“.

**Тема на дисертационния труд:** „Стратегии за управление на търговската марка“

#### **I. Общо представяне на дисертационния труд**

Предоставеният за оценка дисертационен труд на докторант Мариела Петрова Димитрова – Гализова на тема „Стратегии за управление на търговската марка“ е логически обвързано, задълбочено и широкообхватно научно изследване.

Дисертацията е представена в *общ обем от 218 стандартни машинописни страници*. Основният текст на дисертацията е 193 страници, от които въведение (4 страници), три глави (общо 181 страници), заключение (3 страници), списък на използваните таблици и фигури (4 страници) и списък на използваните литературни източници (14 страници). Дисертацията съдържа 8 таблици и 25 фигури. Добавено е *едно приложение – Анкетна карта* от 6 страници.

*Предмет на изследването в дисертационния труд* са процесите, обвързани с жизнения цикъл на търговската марка, етапите от предрегистрационния до пострегистрационния период и възможностите за изграждане на стратегии за нейното управление.

*Основните дисертационни проблеми* са обособени в *три групи въпроси*: 1. Теоретичните аспекти на търговската марка и нейното управление; 2. Стратегии и тактики за създаване и управление на търговска марка в България; 3. Тенденции и перспективи за развитие на пострегистрационните стратегии за управление на търговската марка в България.

*Изследването е добре балансирано в структурно отношение, с превес на първа и втора глава над трета*. Дисертационният труд е стандартно изграден, което позволява с необходимата логическа последователност да се изследват стратегиите за

управлението на търговските марки, като вниманието на читателя се задържа умело върху текста.

*Използваната литература*, която е проучена от докторанта в процеса на изследване се състои от 441 заглавия, от които 374 са на кирилица и 67 на латиница, включително Интернет страници. Последните констатации са свидетелство за задълбочената осведоменост на автора с изследванията по темата, както от български, така и от чуждестранни автори. Източниците отговарят на тематичната насоченост, използвани са добросъвестно и са цитирани по възприетия ред.

*Приложенията*, включващи в най-съществената си част анкетната карта, подкрепят и илюстрират констатациите на автора, като са предпоставка за формулирането на съществени изводи и препоръки за усъвършенстване управлението на търговската марка.

Изследваният проблем, с неговите цел, обект, предмет, задачи, теза и постигнатите резултати, формулираните изводи и препоръки, са заявка за лесна *практическа приложимост в реална бизнес среда* на апробираните от автора стратегии и тактики за управление на търговските марки и брандове.

## **II. Преценка на формата и съдържанието на дисертационния труд**

Задълбоченият анализ на дисертационния труд позволява да се заключи, че изследване на подобна *тематика е актуална* във времето, поради непостоянството на пазарната конюнктура, потребителските изисквания към стоки, услуги, обслужване и др., като всичко това поражда необходимост от преосмисляне на управленското отношение към търговската марка и изграждането на стратегии за нейното ефективно управление в България.

*Избраната тема е дисертабилна* и позволява да се направят аргументирани изводи, предложения и да бъдат формулирани приносни аспекти.

*Предмет на дисертационното изследване* са процесите, развиващи се от предрегистрационния до пострегистрационния период на търговската марка, както и възможностите за изграждане на стратегии за управлението ѝ.

*Обектът* е фокусиран върху изследване на търговци представители на малкия и средния бизнес в областите Велико Търново и Габрово.

*Изследователската теза* е добре формулирана, като се подчертава, че познаването на процесите по управление на изследваната категория от предрегистрационния до пострегистрационния период осигурява възможност за изграждане на стратегии за управление на търговската марка.

*Основната цел* е въз основа на теоретично проучване и многоаспектно тълкуване на съществуващите постановки в теорията и практиката на управлението на търговската марка да се изградят стратегии за създаване и управление на категорията.

*Целта и задачите* на изследването са прецизно формулирани, което е предпоставка за задълбочени изводи и препоръки при усъвършенстването на управлението на търговската марка.

*Езикът и стилът на изложението* в дисертационния труд са на много добро равнище. Не се установяват повторения и отклонения в изложението. Трудът е прецизно структуриран. Налице е съразмерност на отделните му части. *Научният*

*инструментарииум е подходящ* за конкретната проблематика и позволява да се правят аргументирани изводи.

*Използваните литературни източници са акуратно цитирани* в съответствие с изискванията на БДС. Не са установени съществени отклонения от нормите на научната и професионална етика.

*Представеният автореферат* в размер на 39 страници, представя пълно и точно съдържанието на дисертационния труд. Написан е на ясен, разбираем и издържан в научно отношение стил, като отразява основните моменти в дисертацията и дава ясна представа за постигнатото от докторанта.

*Публикациите, обвързани с дисертацията* са разработени самостоятелно, като техният общ брой е 6, от които 2 статии и 4 доклада.

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

В дисертационния труд се съдържат множество положителни страни и постижения на автора, които могат да бъдат характеризирани като *приноси за теорията и практиката на търговския бизнес*. Научните постижения на автора се открояват с оригиналност, практическа приложимост и като средство за нарастване ефективността на мениджмънта на търговската марка. По-съществените от *научните и приложните приноси са добре формулирани*:

1. Въз основа на теоретична интерпретация и многоаспектно тълкуване на съществуващото научно знание е предложена авторова концепция за търговската марка и процесите по нейното управление, като се изхожда от интердисциплинарността на категорията.

2. Върху базата на критико-позитивен анализ на съществуващи алтернативи са формулирани нови възможности за управление на търговската марка в българската бизнес среда, посредством стратегиите „син океан“, „виртуална търговска марка на кирилица“ и „зелена индустриална собственост“.

3. Като резултат от фрагментарно емпирично проучване на търговски практики в областите Велико Търново и Габрово е обоснован и доказан нов модел за управление на търговската марка чрез дефинирани стратегии, съобразно жизнения цикъл на означението.

4. В унисон с предложения модел е конструирана самостоятелно обособена функционална стратегия за управление на търговската марка, наименувана „Стратегия на търговските означения“, в рамките на корпоративната стратегия на бизнес организациите.

### **VI. Критични бележки, мнения и препоръки.**

Въпреки спецификата на изследователската дейност, която се свързва с относителна индивидуалност, самостоятелност, считам, че *засилването на екипната научно-изследователска дейност* на докторанта в бъдеще, ще е от полза не само за него, но и за останалите учени, с които ще работи. Лично не познавам докторант Мариела Петрова Димитрова – Гализова, но предходното мнение е базирано на авторовите публикации, които са изцяло самостоятелни.

С увереност може да се предположи, че постигнатите резултати от докторанта са приложими и при дейността на други български предприятия. Последното може да

бъде потвърдено в бъдещата работа на изследователя, чрез апробиране на модела и в други предприятия и сектори на българската икономика.

В последващата си работа, *изследователката е необходимо да обогати предложеният модел и стратегия за управление на търговската марка („Стратегия на търговските означения“)*, което ще доведе до затвърждаване на името и позициите ѝ в българската академична общност.

Цялостният прочит на предоставените материали, провокира *следния въпрос: „Дали и как е възможно прилагането на предложената стратегия за управлението на търговската марка в отделните сектори на българската икономика (по отрасли и извън изследваните териториални области)? Моля, аргументирайте се с примери!“*

Посочените забележки, препоръки, както и изложените оценки в настоящото становище не намаляват стойността на анализирания материал, а следва да се възприемат като препоръки в бъдещото развитие.

#### **V. Обобщена оценка на дисертационния труд и заключение.**

Въз основа на направения задълбочен анализ на разработения дисертационен труд, с увереност може да се твърди, че той е научна разработка със значими теоретически и практически постижения. Приносните моменти, научните достойнства и съдържанието на дисертационния труд представя в положителна светлина автора и неговите резултати.

Изследователските задачи са успешно изпълнени, а поставената основна цел е постигната. Научните и научно-приложните приноси в дисертационния труд обогатяват научното знание и подпомагат практиката.

Представени ми материали за изготвянето на настоящото становище, отговарят на ЗРАСРБ, ППЗРАСРБ и Правилника за неговото приложение в Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов.

*Поради това си позволявам, напълно убедена и обективно, да дам положителната си оценка и предлагам на уважаемите членовете на Научното жури да присъдят образователната и научна степен “Доктор” по научна специалност “Икономика и управление (търговия)” на докторант Мариела Петрова Димитрова – Гализова.*

28.05.2018 г.

Гр. Стара Загора

Изготвил становището:.....

(доц. д-р Николай Пенев)