



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“  
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

КАТЕДРА „МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ“

2700 Благоевград, ул. Иван Михайлов 66; 073 / 88 55 01; [info@swu.bg](mailto:info@swu.bg); [www.swu.bg](http://www.swu.bg)

---

## СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р Диляна Емчева Янева,  
Катедра „Мениджмънт и маркетинг“, Стопански факултет  
при ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград

**Относно:** дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност „Икономика и управление (индустрия)“, професионално направление 3.7. Администрация и управление

**Основание:** Заповед на Ректора на ЮЗУ "Неофит Рилски" № 2990/26.11.2021 г.

**Автор на дисертационния труд:** Весела Ангелова Серафимова

**Тема на дисертационния труд:** „Корпоративен имидж и конкурентоспособност в индустриалния сектор“

### I. Представяне на кандидата

Весела Серафимова придобива средното си образование в гр. Кюстендил (1992 – 1997 г.). През 2004 г. получава бакалавърска степен в специалност „Публична администрация“ в ЮЗУ „Н. Рилски“. През 2014 г. се дипломира като магистър по „Стопанско управление“ във Висше училище по агробизнес и развитие на регионите. От 2017 г. Весела Серафимова е докторант в редовна форма на обучение към катедра „Мениджмънт и маркетинг“ при Стопански факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски“. През същата година започва преподавателската си дейност като хоноруван преподавател, водейки семинарни занятия по дисциплини, свързани с проблемите на икономиката и мениджмънта. За повишаване на квалификацията си докторантът провежда обучение по програма „Еразъм +“ в гр. Кавала, РГърция. Организаторските, управленски и контролни функции, както и ангажираността с проектна дейност, характеризират трудовия опит на Весела Серафимова, като дообогатяват и надграждат научните й интереси.

## **II. Обща характеристика на дисертационния труд**

Дисертационният труд на Весела Серафимова е посветен на актуален и значим проблем за националната икономика, а именно разглеждане на тясната обвързаност на корпоративния имидж на предприятията с неговата конкурентоспособност и процесът на формиране на стратегия, съобразена с тенденциите на световното развитие и изискванията на пазара. Докторантът аргументирано и убедително обосновава актуалността и значимостта на изследваната проблематика, като насочва вниманието към разглеждането на корпоративния имидж като основен конкурентен фактор за увеличаване на конкурентните предимства на компанията в условията на непрекъснато променяща се конкурентна среда.

Представеният за рецензиране дисертационен труд е в обем от 229 страници, от които 24 страници приложения. Структурата му е правилно и логично изградена, като се състои от увод, три глави, заключение, списък на литературните източници и приложения. Библиографският апарат включва 161 заглавия, от които 88 на кирилица, 50 на латиница и 23 интернет източника. Това свидетелства за доброто познаване на идеите и концепциите на българските и чуждестранни автори по изследваните проблеми от страна на докторанта.

Обектът, предметът, основната научна теза, целта и изследователските задачи са правилно дефинирани.

Дисертационният труд се отличава с логическа последователност, прецизност и стегнат стил. Налице е задълбоченост на изследването и стремеж да се разглеждат проблемите в тяхната взаимна обвързаност и зависимост. В тази връзка задълбочено са проучени и са установени основните теоретико-методически и практико-приложни въпроси на корпоративния имидж и конкурентоспособността. Разработена е собствена методология за изследване на влиянието на корпоративния имидж върху фирмената конкурентоспособност. В контекста на проведеното емпирично проучване на предприятията в сектора на винопроизводството, е установена тази връзка. За практическата полезност на авторските идеи свидетелства и предложеният апробиран модел, обосноваващ значимостта на корпоративния имидж като фактор за повишаване на конкурентоспособността на винопроизводителите. На основата на получените резултати от авторските проучвания са идентифицирани основните проблемни направления, предложени са насоки и препоръки и са очертани бъдещите задачи в изследваната предметна област.

### **III. Оценка на научните и практическите резултати и приноси**

Изследователските качества, доброто познаване на разглежданата проблематика и преподавателският опит в областта на икономиката на докторант Весела Серафимова са в основата на постигането на получените научни и приложни резултати.

Считам, че в един по-синтезиран вид, безспорните научните приноси, съдържащи се в дисертацията, могат да бъдат структурирани в две основни направления:

1. Научно-приложни, към които се отнасят идентифицирането и систематизацията на теоретичните постановки на корпоративния имидж и конкурентоспособността; установяването на тяхната взаимна обусловеност и оценката на влиянието на корпоративния имидж върху фирмената конкурентоспособност.

2. Практико-приложни, към които се отнасят методиката за анализ и оценка на влиянието на корпоративния имидж върху фирмената конкурентоспособност в сектора на винопроизводството и примерният модел за оценка на корпоративния имидж като фактор за повишаване на конкурентоспособността на винопроизводителите.

Представеният за рецензиране дисертационен труд, авторефератът и научните публикации, свързани с него, са резултат от самостоятелно научно изследване и съответстват на избраното тематично направление от докторанта. Свидетелство за високата им научна стойност и оригинален научно-приложен характер е включването им в авторитетни национални и международни научни издания, в т.ч. реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни като „Web of Science“.

### **IV. Критични бележки и препоръки**

Като оценявам високо постигнатото в дисертационното изследване, бих си позволила да посоча някои критични бележки и препоръки, които не намаляват достойнствата на дисертационния труд и неговата положителна оценка.

Смятам, че дисертационното изследване само би спечелило, ако авторовото мнение бъде по-ясно изразено при интерпретацията на цитирани тези и концепции.

Вземайки под внимание обстоятелството, че дисертационният труд представлява сериозен опит за задълбочено проучване на въпросите, свързани с влиянието на корпоративния имидж върху фирмената конкурентоспособност, бих препоръчала на докторантката да продължи научните си търсения в дадената проблемна област. В тази връзка Весела Серафимова би могла да насочи бъдещите си публикации към изследване на взаимната обвързаност на корпоративния имидж с корпоративната

социална отговорност в системата за управление на взаимоотношенията между компанията и потребителите.

#### **IV. Заключение**

Имайки предвид научно-теоретичните и практико-приложни резултати и приноси, считам, че представеният за защита дисертационен труд съответства на изискванията за присъждане на образователната и научна степен “доктор”.

Въз основа на всичко гореизложено убедено изразявам своето **положително становище**, като гласувам на докторант Весела Ангелова Серафимова да бъде присъдена образователната и научна степен “доктор” по научна специалност „Икономика и управление (индустрия)”.

03.12.2021 г.  
гр. Благоевград

Член на научното жури:  
(доц. д-р Д. Янева)