

СТАНОВИЩЕ

От: доц. д-р Стефан Йорданов Кирилов

ВУ: Колеж по туризъм - Благоевград

Научна специалност: „Икономика и управление /Туризъм/“, професионално направление 3.9. „Туризъм“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност в *Югозападен университет „Неофит Рилски“ - Благоевград*

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

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

Научен ръководител: проф. д-р Рая Мадгерова

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 2990/26.11.2021 г. на Ректора на Югозападен университет „Неофит Рилски“ - Благоевград

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Мениджмънт и маркетинг“ към Стопанския факултет на Югозападен университет „Неофит Рилски“, по научна специалност „Икономика и управление (индустрия)“. Обучението е осъществено в редовна форма от 09.01.2017 г.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

2.1. Структура и обем на дисертационния труд

Дисертационният труд е в обем от 229 страници. Той включва увод, три глави, заключение (общо 192 страници), списък за приносите на дисертационния труд (1 страница), списък на публикациите по дисертационния труд (1 с.), използвана литература (11 с.), приложения (24 с.), 44 фигури и 28 таблици. Използваната литература е представена от общо

161 източника, от които: на български език (48), на руски език (40), на английски език (50) и 23 интернет източника. Приложенията са 7 на брой.

Дисертационният труд е логически издържан. Той се отличава с правилна структура и баланс между отделните три глави, които са със следния обем: 50, 59 и 64 стандартни страници.

Положителна страна на разработката са изводите, формулирани в края на всяка от главите (вж. с. 60-61, с. 120-121 и с. 185-186).

2.2. Оценка за: актуалност на темата; цел; задачи; обект; предмет; основна теза; използвана научна литература

Корпоративният имидж на предприятията е тясно свързан с конкурентоспособността и формирането на стратегии, съобразени с тенденциите на световното развитие и изискванията на пазара. Все повече учени и все по-голям брой предприятия насочват усилията си към търсене на най-подходящия модел на фирмено развитие чрез изграждане на положителен корпоративен имидж, който да бъде успешен. Корпоративният имидж е основен конкурентен фактор за подобряване и увеличаване на конкурентните предимства на предприятията, който придобива все по-голяма важност в условия на развита глобална конкуренция. В този смисъл изследваната в дисертационния труд проблематика се отличава с особена актуалност и научна и приложна значимост.

Доброто познаване на проблема е позволило на докторантката да определи правилно целта, задачите, обекта и предмета на научното изследване. Целта е да се разкрие взаимовръзката между корпоративния имидж и конкурентоспособността и да се оцени влиянието на корпоративния имидж върху конкурентоспособността на предприятията от сектора на винопроизводството. (вж с. 7 на дисертационния труд). Формулирани са пет изследователски задачи. В съответствие с целта са определени обектът и предметът на изследването.

Основната научна теза на дисертацията е, че съществува тясна връзка между корпоративния имидж и конкурентоспособността, при което корпоративният имидж като един от значимите конкурентни фактори оказва съществено влияние върху конкурентоспособността на предприятията от сектора на винопроизводството. Той е фактор за повишаване на конкурентните пазарни предимства на предприятието в условията на непрекъснато променяща се конкурентна среда. (с. 6-7 на дисертационния труд). Формулирана е хипотезата, а именно: „Допуска се, че корпоративният имидж е фактор за повишаване на конкурентните пазарни шансове на винопроизводителите в условията на непрекъснато променящата се и динамична конкурентна среда.“, съответстваща на предприетия подход на изследването.

Проучена и анализирана е голям обем научна литература, което е допринесло за задълбоченото разглеждане на проблема. Източниците са цитирани коректно.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

3.1. Основни резултати

Дисертационният труд представя следните по-важни научни и научно-приложни резултати:

1. Потвърдена е изследователската теза, че между корпоративния имидж и конкурентоспособността се проявява тясна връзка, в резултат от което корпоративният имидж, като един от значимите конкурентни фактори оказва съществено влияние върху конкурентоспособността на предприятията от сектора на винопроизводството.

2. Постигната е заложената цел, насочена към разкриване на взаимовръзката между корпоративния имидж и конкурентоспособността, и оценяване на влиянието на корпоративния имидж върху конкурентоспособността на предприятията от сектора на винопроизводството.

3. Изпълнени са основните задачи, както следва: Представени са теоретико-методологическите основи на корпоративния имидж и конкурентоспособността, като в частност са разгледани елементите и факторите, оказващи им влияние; Обособени са спецификите на корпоративния имидж на предприятия от сектор винопроизводство и са установени неговите съставни елементи, чрез които найчесто се търси конкурентно предимство; Анализирани и оценени са конкурентоспособността на български винопроизводители, като са отличени ключови фактори, влияещи върху нейното повишаване; Разработена е методика за анализ и оценка на корпоративния имидж и конкурентоспособността на винопроизводителите; Формулирани са методологични позиции и концептуални модели за оценка на конкурентоспособността на българските винопроизводители; Установена е връзката и взаимозависимостта между корпоративния имидж и конкурентоспособността на предприятията от сектора на винопроизводството.

4. Потвърдена е допуснатата хипотеза, че корпоративният имидж е фактор за повишаване на конкурентните пазарни шансове на винопроизводителите в условията на непрестанно променящата се конкурентна среда.

5. В резултат от приложения методически инструментариум на изследването е установена и обоснована взаимовръзката между категориите корпоративен имидж и конкурентоспособност, чрез провеждане на: ситуационно проучване и анализиране на развитието на лозарството и винопроизводството в България по известни статистически данни за сектора; представяне на SWOT анализ на винопроизводството в България; провеждане на емпирично проучване сред винопроизводители и потребители; и анализиране на вътрешната среда и конкурентен статус на предприятия от винарската индустрия.

6. Анализирани са влиянието на корпоративния имидж върху конкурентоспособността на индустриалните предприятия от винопроизводствения сектор, чрез приложение на адаптиран алгоритъм, обединяващ следните направления: Анализ на влиянието на корпоративния имидж върху финансовите резултати от дейността на

винопроизводителите в България; Проучване на въздействието на корпоративни имидж върху конкурентоспособността на индустриалните предприятия от винопроизводствения сектор; Изследване на влиянието и взаимовръзката между корпоративния имидж и конкурентоспособността на винопроизводителите в България.

3.2. Оценка на използваната методология

За постигането на целта и доказването на основната теза и издигнатите хипотези са използвани подходящи методи и подходи: ситуационно проучване и анализиране на развитието на лозарството и винопроизводството в България по известни статистически данни за сектора; подробно изложение на SWOT анализ на винопроизводството в България; провеждане на емпирично проучване за връзката и взаимодействието между корпоративния имидж и конкурентоспособността на винопроизводителите в България; изследване на винопроизводители и потребители; анализиране на вътрешната среда и конкурентен статус на предприятия от винарската индустрия.

В дисертационния труд висока оценка може да бъде дадена на приложените изследователски методи и подходи, тъй като същите са адаптирани с оглед съществуващите особености на ефективността и конкурентоспособността на българските винопроизводствени предприятия, и съобразно характеристиките на производствена дейност.

3.3. Изпълнение на поставените цел и задачи

Имайки предвид изведените резултати при апробацията на изследването и направените изводи в трета глава, може да се посочи, че докторантката Весела Серафимова е успяла да реализира поставените в дисертационния труд цел и задачи и да защити научната си теза и издигнатите хипотези.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

4.1. Кратка оценка за приносите, посочени от дисертанта

Весела Серафимова е формулирала 5 научни и научно-приложни приноса. Те разкриват точно постигнатите научни и приложни резултати. Приносите са лично постижение на докторантката.

4.2. Основни научни и научно-приложни приноси

Приемайки посочените пет научни и научно-приложни приноси, считам, че особено важно теоретично и практическо значение има разработената и предложена методология за изследване на влиянието и въздействието на корпоративния имидж върху конкурентоспособността и представения модел, изясняващ взаимовръзката между корпоративния имидж и конкурентоспособността, базиращ се на маркетинговите стратегии. Приложеният концептуален модел за оценка на корпоративния имидж, като фактор и конкурентно предимство за повишаване на конкурентоспособността на винопроизводителите е апробиран чрез провеждане на собствено емпирично изследване.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Резултатите от дисертационното изследване са представени в шест публикации по темата на дисертационния труд, които отразяват същностни страни на разглежданата проблематика – четири статии и два доклада пред научни конференции. Четири от публикациите са в съавторство, за които са представени разделителни протоколи. Две от публикациите са в чужбина. Публикациите са публикувани в реферирани и индексирани издания. Те са достойни на широк кръг от читатели.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът е с обем от 42 страници и е изготвен съобразно изискванията. Той разкрива основните аспекти на дисертационния труд.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Като оценявам високо постигнатото в дисертационното изследване, считам че Весела Серафимова би могла да продължи и задълбочи научните си изследвания в областта на корпоративния имидж и конкурентоспособност в индустриалния сектор.

Основната бележка по дисертационния труд е свързана с оформлението. В полза на докторантката, би било обръщайки внимание на форматирането на част от съдържащите се в дисертацията таблици и фигури (напр. на с. 14-16, 63-66, 82, 85, 91, 109, 117, 132, 135, 140, 156, 172).

Препоръчвам на докторантката да продължи да публикува резултатите от свои научни изследвания в авторитетни чуждестранни реферирани и индексирани издания, което би популяризирано нейните идеи в научните среди.

8. Заключение

Разработеният дисертационен труд притежава висока стойност и оригинален научно-приложен характер. Той отговаря на изискванията за самостоятелно изследване с теоретични и приложни приноси. Съдържа важни изследователски резултати и конкретни идеи с теоретичен и практически характер.

Отчитайки положителните качества на дисертационния труд считам, че той съответства на изискванията за присъждане на образователната и научна степен “доктор”.

На основата на безспорните научни приноси и съществената научно-приложна значимост на дисертационния труд изразявам своето положително становище и ще гласувам на Весела Ангелова Серафимова да бъде присъдена образователната и научна степен “доктор” по научната специалност „Икономика и управление (индустрия)”.

03.12.2021 г.

Благоевград

Подпис:

/доц. д-р Стефан Й. Кирилов/