



РЕЦЕНЗИЯ

върху дисертационен труд за получаване на образователната и научна степен “доктор” по: област на висше образование Социални, стопански и правни науки, професионално направление Администрация и управление, научна специалност Организация и управление на производството

Автор на дисертационния труд: ИВАНКА ПЕТРОВА ПОПОВА

докторант (на самостоятелна подготовка) към катедра „Мениджмънт и маркетинг“ при Аграрен университет, гр. Пловдив

Тема на дисертационния труд: Маркетингови стратегии на организацията на производители на биопродукти

Рецензент: проф. д-р Стела Атанасова Тодорова, АУ – Пловдив, област на висше образование Социални, стопански и правни науки; професионално направление: Администрация и управление
определенена за член на научното жури със заповед № РД-16-652/21.06.2019 год. от Ректора на АУ.

1. Кратко представяне на кандидата.

Докторант **ИВАНКА ПЕТРОВА ПОПОВА** е родена на 21.12.1969 г. в гр. Кърджали. През периода 1986-1988 година завършва Медицински Колеж-Хасково и придобива квалификация медицинска сестра. От 1988 до 2006 година работи в сектор „Здравеопазване“ – Окръжна болница – Кърджали, ВМИ - Пловдив и Център за Спешна Помощ – гр. Пловдив, Morah Healthcare Group - Sydney, Australia.

Докторант Попова в периода 1996-2000 е студентка във Висше Училище за Агробизнес и Развитие на Регионите - Пловдив, България, където получава Образователно-квалификационна степен “Бакалавър”. Образователно-квалификационната си степен “Магистър” придобива в Аграрен Университет-Пловдив завършвайки магистратура „Държавни и общински финанси”.

От 2006 до 2018 година Иванка Попова работи в ДЖЕМ И ДЖЕМ ООД –

Пловдив, Сдружение „Евроцентър-Земя и Околна Среда“- Пловдив, Фондация Авалон-Холандия, Аграрен Университет-Пловдив, където се занимава с маркетинг на био-продукти на международния пазар; извеждане на проекти в областта на маркетинга на био-продукти, включващи промоционални дейности и организиране на промоционални събития – семинари, открити дни, изложения и др.; организация и изпълнение на образователни и обучителни курсове – консултации и преподаване относно икономическите аспекти на производството, участие в оформяне на съдържанието на материали за обучение и промоция; планиране, организиране и провеждане на конференцията на Европейската Комисия: *High-level Flagship Conference of the DG Research and Innovation “FOOD 2030: Research and Innovation for Food Security - Transforming our Food Systems”* в АУ-Пловдив.

В резултат на изведените факти може да обобщим, че г-жа Попова е посветила голяма част от своя професионален път на работа свързана с организация и изпълнение на национални и международни проекти, консултации, промоционални дейности, обучение като част от проекти в областта на био-продуктите и развитието на човешките ресурси, организиране на промоционални събития – семинари, открити дни, изложения и Международни панаири. Докторантката владее отлично английски език.

2. Актуалност на проблема.

Организациите на производителите (ОП) представляват обединение от физически или юридически лица в областта на биопродуктите и стоките, предлагани за потребление от крайни клиенти на българския и европейския пазар. Членовете на подобни организации са с дългогодишен опит и изградено ноу-хау в производството и предлагането на био-продукти и био-храни, утвърдили се на българския и чуждестранен пазар.

Извършването на проучване върху наличните възможности за ефективна реализация на биопродуктите и био-храните от членовете на организации на био-производители, и формулирането на работещи маркетингови стратегии е от

изключителна актуалност, както за теорията на маркетинга на биопродукти, така и за практическото осъществяване на тази дейност.

3. Цел, задачи, хипотези и методи на изследване.

Целта на настоящия дисертационен труд е да се анализират стратегическите маркетингови дейности, които организациите на биопроизводители изпълняват и на база този анализ да се предложат насоки за подобряване на тези дейности.

С оглед постигане на поставената цел са решени следните задачи:

- изяснена е ролята на маркетинговата концепция в управлението на ОП;
- изяснена е спецификата на ОП, като обект на маркетингова дейност и управление;
- анализирана е пазарната среда за производство и търговия с биопродукти както и изискванията на потребителите към биопродуктите на българския пазар;
- проследяват се нагласите на членуващите в ОП производители/търговци на биопродукти за въвеждане на маркетинговия подход на управление;
- изследвана са маркетинговите дейности обект на изпълнение от страна на ОП, в процеса на формулиране, изпълнение и контрол на маркетинговата стратегия;
- разработени и предложени са модели на маркетингови стратегии с цел повишаване пазарното присъствие на ОП.
- разработена е стратегическа програма за подпомагане развитието на ОП чрез налагане на маркетингов подход за управление на техния бизнес модел.

Предмет на дисертационното изследване са маркетинговите дейности при формулиране, изпълнение и контрол на маркетинговата стратегия, които се извършват от организациите - производители и търговци на биопродукти в България.

Обект на дисертационното изследване са организациите на производители и търговци на биопродукти в България.

В настоящото дисертационно изследване се защитава тезата: следването на маркетингова концепция на управление в съвременния свят

на глобализация и нарастваща конкуренция е предпоставка за устойчиво пазарно присъствие на организациите на производители на биопродукти.

Организацията на производителите се възприема като отворена система, което налага като основен методически подход при изследването и анализа на обекта да бъде възприет системния подход.

За доказване на основната теза в процеса на изследването се използват методи като системен анализ, сравнителен анализ, графичен анализ и други.

4. Онагледеност и представяне на получените резултати.

Дисертационният труд е изложен във въведение, три глави и заключение, разположени на 218 страници, използвана литература и приложения. Работата е много добре онагледена - 38 фигури и 23 таблици.

Изложението на дисертацията притежава научен стил. В използваната литература са включени 140 заглавия, от които 54 са на английски език.

5. Обсъждане на резултатите и използвана литература.

Дисертационният труд е разработен, като са използвани научни публикации и трудове на български и чужди автори, информационни бюлетини на международни организации – EUROSTAT, доклади и бюлетини на Министерството на земеделието и горите на Р.България, както и редица нормативни актове.

Емпирична информация за изследването е осигурена и от извадкови анкетни проучвания и интервюта, проведени на ниво членуващи организации в ОП и на ниво ОП с анкетни карти, разработени от докторантката.

В увода на докторантския труд са представени актуалността на темата, обекта и предмета на изследване, целта и задачите, изследователските хипотези. Представен е методическия подход и структурата на работата.

Първа глава от дисертационния труд има теоретичен характер като включва и методическия подход на организацията на изследването и оценката. Той е базиран на схващането, че маркетинговата стратегия има

съществено значение за цялостната дейност на ОП. Тази глава е структурирана в 6 параграфа. На основата на научни трудове на водещи автори по проблематиката докторантката извършва литературен преглед и анализ на понятията маркетингова стратегия, етапи на нейното разработване, специфика на биологичните продукти и същност на ОП, като обект на маркетинг. Докторантката прави преглед на понятийния апарат свързан с маркетинговата стратегия и предлага собствена дефиниция. Разгледани са също мястото, ролята и значението на маркетинговата стратегия при търговията с биопродукти.

От направеното изложение проличава доброто познаване на икономическата теория от страна на докторантката.

Във втора глава е направен анализ на маркетинговите дейности на производителите на биопродукти и техните организации. Очертани са основните тенденции на българския и световния пазар на биопродукти и е направен анализ на организацията на производителите на биопродукти. Тази глава включва четири параграфа и се отличава със своя теоретико-изследователски характер. Анализът в този глава на дисертационното изследване има за цел да определи:

- (1) нагласата на членуващите в ОП организации да налагат маркетингов подход при управление на своя бизнес модел и
- (2) кои маркетингови дейности се осъществяват от ОП като бизнес структура, оперираща на пазара.

Обект на анализ в този раздел на дисертационния труд са 206 производители и търговци на биопродукти, обединени в 30 ОП.

Втора глава завършва със съответните изводи, като ясно се посочват основните пречки за разширяване на обемите био- продажби, т.е. недостатъчно познаване на потребителите на биологични продукти и тесните канали за дистрибуция. Докторантката посочва, че те могат да се избегнат чрез по-нататъшно насырчаване на потребителите на биопродукти и стимулиране на търсенето чрез привличане на нови клиенти.

Трета глава е озаглавена „Насоки за подобряване на маркетинговото управление на ОП за производство и търговия с биопродукти“ и включва 11 параграфа. В тази глава на дисертационния труд са предложени конкретни насоки за подобряване на маркетинговото управление на ОП. Последното изиска стриктното следване на определени маркетингови дейности. Направени са предложения за подобряване на този вид управление, които се изразяват в следното:

- Създаване на маркетингова стратегия на ОП в специфичните условия на сектора чрез маркетингово профилиране на членуващите организации;
- Създаване на стратегическа програма за развитие на ОП, включваща конкретни цели и мерки за постигането им.

Разработена е матрица, чрез която се определени 6 продуктови групи био-продукти и био- храни, произвеждани и маркетирани от фирмите-членове на Организацията на производители. Матрицата спомага за скрининг на тези био-продуктови групи спрямо възможността за тяхното позициониране и маркетиране на поне 15 броя пазари в страната. Разработена е и стратегическа програма за развитие на ОП, включваща конкретни цели и мерки за постигането им.

Заключението на дисертационния труд обобщава основните изводи от получените резултати при изследването и анализа на поставения проблем и прави ценни препоръки за разрешаване на голяма част от възникващите пречки.

Общата оценка, която правя на дисертационния труд е следната: използваната литература от докторантката съответства на изследването, авторите са цитирани точно и коректно, напълно са решени поставените цели и задачи залегнали в дисертационния труд. Стилът е научен и разбираем. Оформлението и онагледяването на получените резултати е много добро.

6. Приноси на дисертационния труд.

В дисертационния труд могат да се откроят следните приносни моменти с научен и научно-приложен характер:

Научни приноси

1. Внесени са нови допълнителни специфични аспекти при изясняване на теоретичната същност на стратегическото управление на маркетинга в организацията на производители на био-продукти.
2. Разработена е теоретична рамка за оценка на маркетинговите стратегии на ОП, занимаващи се с търговия с биопродукти.

Научно-приложни приноси

1. Изследвани и анализирани са нагласите на производителите на био-продукти за налагане на маркетинговия подход на управление;
2. Анализирани и оценени са маркетинговите стратегии на ОП;
3. На основата на задълбочено изследване са формулирани и предложени конкретни препоръки за подобряване на управлението на маркетинговите дейности на ОП.
4. Разработена и предложена е стратегическа програма за бъдещото развитие на ОП.

7. Критични бележки и въпроси.

Работата на докторант Иванка Попова представлява едно завършено научно и приложно изследване поради, което аз нямам критични забележки. Имам препоръка докторантката след защита на дисертацията да продължи и разшири своята работа, насочена към изследване дейността на ОП, занимаващи се с реализация на биопродукти, като обхване и ОП в останалите сектори.

Имам и един въпрос: Кои са причините (обективни и субективни), които пораждат нежелание у производителите на биопродукти да членуват в ОП и да реализират своята продукция чрез тях ?

8. Публикувани статии и цитирания.

1. Popova, Iv. (2019). The role of marketing strategy in a search for a better performance of organic producers' organisations in Bulgaria. *Business & Entrepreneurship Journal*, vol. 8, no. 2, 2019, 19-31 ISSN: 2241-3022 (print version), 2241-312X (online) Scienpress Ltd, 2019.
2. Popova, Iv. (2019). Marketing Profiling Of Participants In Organisation Of Producers And Traders Of Organic Production. *International Balkan and Near Eastern Congress. Series on Economics, Business and Management Plovdiv / Bulgaria*, 2019. 119-128 pp.
3. Попова, И. (2019). Организации на производители на биологични храни в България – анализ на текущото състояние и бъдещи перспективи. *Ново знание*, vol. 1, 2019. 52-62 pp.

Първата статия е публикувана в *Business & Entrepreneurship Journal*, vol. 8, no. 2, 2019, която е налична в on-line версията на списанието. И трите статии ще бъдат индексирани в **Google scholar**.

Представеният автореферат отразява обективно структурата и съдържанието на дисертационния труд.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

Въз основа на научените и приложените, от докторантката, различни методи на изследване, правилно изведените експерименти, направените обобщения и изводи считам, че представеният дисертационен труд отговаря на изискванията на ЗРАСРБ и Правилника на Аграрния университет за неговото приложение, което ми дава основание да го оценя **ПОЛОЖИТЕЛНО**.

Позволявам си да предложа на почитаемото Научно жури също да гласува положително и да присъди на **ИВАНКА ПЕТРОВА ПОПОВА** образователната и научна степен **“доктор”** по научната специалност *Организация и управление на производството*.

Дата: 9.07.2019
гр. Пловдив

РЕЦЕНЗЕНТ: С. Тодорова
(проф. д-р Стела Тодорова)