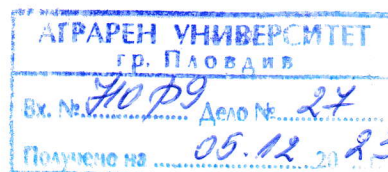


СТАНОВИЩЕ



върху дисертационен труд за получаване на образователната и научна степен “доктор” по: област на висше образование: 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление: 3.8. Икономика, научна специалност „Организация и управление на производството (селско стопанство и подотрасли)“

Автор на дисертационния труд: АТДХЕ ШИКЕРИ КАБАШИ
/ ATDHE SHYQERI KABASHI /

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

Тема на дисертационния труд:
РОЛЯТА НА МАРКЕТИНГА ЗА РАЗВИТИЕ НА ЗЕМЕДЕЛИЕТО
THE ROLE OF MARKETING FOR AGRICULTURAL DEVELOPMENT

Изготвил становището:
доц. д-р Екатерина Димитрова Кюскиева-Арабска
определена за член на научното жури със
Заповед № РД-16-907 / 26.09.2023 г. от Ректора на АУ

1. Актуалност на проблема

Подборът на темата на представения за становище дисертационен труд „Влиянието на маркетинга върху развитието на земеделието“ поставя едни от най-актуалните въпроси с висока степен на дисертабилност – специфика на земеделското производство и специфика на търсенето и предлагането на земеделска продукция. Разглеждането им от една страна в контекста на селскостопанската политика и икономическата интеграция, а от друга – във връзка с маркетинговата концепция и маркетинговия микс в селското стопанство, позволява извършване на обхванат анализ на характеристиките на холистичния маркетинг в селското стопанство и неговото значение, със специален фокус на дигиталния маркетинг и социално отговорния маркетинг. Насочеността към земеделските стопанства в Република Косово добавя и друга стойност към изследването и неговата актуалност. Приемам представеното изследване за влиянието на маркетинга на малките земеделски стопанства в Косово за оригинално и като основа за по-задълбочени проучвания в бъдеще.

2. Цел, задачи, хипотези и методи на изследване

Представеното изследване в дисертационния труд си поставя следната цел: да се анализира и оцени ролята на маркетинга за успешното развитие на земеделието като отрасъл, част от националната икономика на Република Косово.

За постигане на тази цел са решени следните научни задачи: 1) изяснена е спецификата на земеделския сектор и аграрната политика за неговото успешно развитие; 2) изяснена е същността на маркетинговата концепция като основен подход за управление на земеделското стопанство; 3) направен е анализ на земеделския сектор на Република Косово; 4) формулирани са препоръки за подобряване на маркетинга като подход за управление на земеделското стопанство.

Приложените научни методи са адекватни на поставената цел и задачи на дисертационното изследване.

Успешно е защитена основната теза на дисертационния труд, че маркетингът е надежден инструмент за цялостното управление на всяка организация, вкл. в сектор селско стопанство.

3. Онагледеност и представяне на получените резултати

Представеният за становище дисертационен труд е в обем от 120 страници. В структурата си включва увод, четири глави, заключение и списък на използваните литературни източници (71 на брой). Резултатите са онагледени в 12 таблици и 23 фигури.

4. Обсъждане на резултатите и използвана литература

В дисертационния труд извършеното изследване е представено в логическа последователност.

Анализът на основните характерни черти на аграрния сектор представя спецификата на земеделското производство и аграрна политика, изяснява основни понятия и обогатява тяхното разбиране.

Разглеждането на еволюцията на маркетинга като управленски подход и извеждането на неговата роля за успешното развитие на земеделското стопанство позволява прилагане на нов подход в приложението на маркетинговата концепция в агробизнеса като инструмент за цялостно управление на земеделското стопанство.

Представянето на основните характеристики на земеделието в Република Косово и основните тенденции в неговото развитие е база за извършването на оригинално емпирично изследване сред земеделски

производители в Косово, в резултат на което са формулирани препоръки за подобряване на маркетинга на земеделските производители.

Изследването е проведено върху извадка от 58 семейни ферми с десет основни цели: 1) Оценка на нивото на информираност и използване на маркетингови стратегии сред семейните ферми; 2) Определяне на степента, в която семейните ферми използват сертификати и етикети за качество за своите земеделски продукти; 3) Проучване на честотата на организиране на дегустации на продукти като промоционален инструмент сред семейните ферми; 4) Проучване на редовното актуализиране на уебсайтове и профили в социалните медии от семейни ферми; 5) Проучване на участието на семейни ферми в образователни събития и семинари за маркетингови стратегии; 6) Оценка на използването на брошури, листовки или каталози за промоция на продукти от семейни ферми; 7) Оценка на наличието на дефинирана маркетингова стратегия сред семейните ферми за техните земеделски продукти; 8) Проучване на участието на маркетинг специалисти или агенции в популяризирането на продуктите на семейните ферми; 9) Оценка на редовната комуникация с потребителите чрез социални медии или имейл от семейни ферми; 10) Проучване на сътрудничеството между семейни ферми и дистрибутори или търговци на дребно за по-добро разпространение на продукта.

В резултат на проучването са събрани и анализирани данни и са направени изводи за ролята на маркетинга в селското стопанство в семейните ферми в Косово и са идентифицирани областите за подобрене и по-нататъшно развитие на маркетинговите стратегии и практики.

Ползваните литературни източници са в съответствие с поставената тема.

5. Приноси на дисертационния труд

Приемам формулираните в автореферата приноси като достоверни и лично дело на автора, като си позволявам да ги преформулирам и допълня по следния начин:

Научни приноси

1. Представяне на спецификите на земеделското производство и търсенето и предлагането на земеделска продукция в контекста на селскостопанската политика, прилаганите мерки и ролята на икономическата интеграция.

2. Концептуално обогатяване на теорията за маркетинговата концепция в агробизнеса с фокус на дигиталния и социално отговорния маркетинг и извеждане на значението на холистичния маркетинг за развитието на селското стопанство.

Научно-приложни приноси

3. Анализ на състоянието на земеделието на Република Косово в контекста на настоящата аграрна политика и извеждане на маркетинга като решаващ фактор за развитието на земеделието.

4. Извършване на актуално емпирично проучване и анализ на маркетинговите дейности в земеделските стопанства на Република Косово.

5. Формулиране на препоръки за подобряване на маркетинговите дейности в земеделските стопанства на Република Косово.

6. Критични бележки и въпроси

Основните ми препоръки към автора на дисертационни труд за бъдещата му работа са в три направления: 1) публикуване на резултатите от дисертационния труд; 2) актуализиране на ползваните данни и източници; 3) обръщане на внимание на някои детайли, свързани с техническото оформление.

7. Публикувани статии и цитирания

Представеният списък от публикации покрива наукометричните показатели за придобиване на ОНС „доктор“.

Представеният автореферат отразява структурата и съдържанието на дисертационния труд.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

Въз основа на научените и приложените от докторанта 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 **АТДХЕ ШИКЕРИ КАБАШИ** образователната и научна степен **„доктор“** по научната специалност **„Организация и управление на производството (селско стопанство и подотрасли)“**.

Дата: 29.11.2023
гр. Пловдив

ИЗГОТВИЛ
СТАНОВИЩЕТО: СА

(проф. д-р Е. Пролева)