

АГРАРЕН УНИВЕРСИТЕТ	
гр. ПЛОВДИВ	
Вх. № <u>Жор 9</u>	Дело № <u>07</u>
Получено на <u>23.02</u> 20 <u>23</u>	

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: ВЛЪОРА ХАЯНУНИ ЛИМАНИ
/ VLORA LIMANI HAJNUNI /

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

Тема на дисертационния труд:
**МАРКЕТИНГОВИ СТРАТЕГИИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОДАЖБИТЕ
НА ХИМИЧЕСКИ ПРЕПАРАТИ ЗА НУЖДТЕ НА ФЕРМЕРИТЕ**
**MARKETING STRATEGIES FOR MANAGING SALES OF CHEMICALS
FOR FARMERS**

Изготвил становището:

доц. д-р Екатерина Димитрова Кюскиева-Арабска
определена за член на научното жури със
Заповед № РД-16-1312 / 19.12.2022 г. от Ректора на АУ

1. Актуалност на проблема

Въпросът за постигане на устойчиви конкурентни предимства в съвременните предприятия чрез разработване и изпълнение на адекватни стратегии е от особена актуалност в теорията и практиката на управлението. Стратегическият подход към управлението на предприятието е от решаващо значение за успешното му развитие. Предмет на изследване в дисертационния труд е стратегическото управление на маркетинговите дейности на предприятията, а обект са предприятия за производство на препарати за нуждите на земеделските производители. В този смисъл, представеното изследване се отличава с висока степен на дисертабилност.

2. Цел, задачи, хипотези и методи на изследване

Представеният за становище дисертационен труд разглежда хипотезата, че маркетинговото управление на химическото предприятие определя нивото на конкурентоспособност на неговите продажбите. Водещите подхипотези са свързани с концентрацията на капитала; прилагането на управленски подход, основан на маркетинга, и изпълнението на стратегически маркетингови дейности.

Основна цел на изследването е да се установи влиянието на маркетинговото звено на предприятието и неговите стратегически маркетингови дейности върху равнището на продажбите.

За изпълнението на така поставената цел са решени следните научноизследователски задачи: 1) изясняване на същността на стратегическото планиране на бизнеса като обект на стратегическото управление на химическото предприятие; 2) прилагане на концептуална рамка за изграждане на успешна бизнес стратегия за по-добри продажби на препарати за нуждите на фермерите; 3) прилагане на концептуална рамка за разработване на маркетингов, производствен и финансов план на химическо предприятие; 4) прилагане на концептуална рамка за оценка на ефективността на маркетинговите стратегии на химическите предприятия; 5) анализ на стратегическите маркетингови дейности на химическите предприятия като ключов доставчик на химически продукти за земеделските производители; 6) идентифициране на насоки за подобряване на стратегическото маркетингово управление като фактор за по-високи продажби в сектора.

Методологията на изследването отговаря на поставените задачи и включва: системен анализ, ситуационен анализ, сравнителен анализ, диагностичен анализ и др., като изследването се отличава с умело приложение на статистически методи във връзка с извършено добре обосновано анкетиране и работа с релевантна документация.

3. Онагледеност и представяне на получените резултати

Дисертационният труд е представен в 158 страници, в които са поместени осем основни раздела.

Представеният дисертационен труд показва отличната теоретична подготовка на докторанта в областта на проведеното изследване, умението да подбира и прилага съответните методи за научно изследване и ползване на статистически инструментариум.

Резултатите са представени в подходящ табличен вид.

4. Обсъждане на резултатите и използвана литература

Осемте раздела на дисертационния труд следват логическата последователност:

1. Изясняване на основните принципи, подходи и методи за бизнес планиране; анализ на бизнес модела като основен инструмент за стратегическо бизнес планиране и прилагани бизнес стратегии и тактики.

2. Анализ на бизнес средата – вътрешна и външна, като критичен фактор в процеса на разработване на успешна бизнес стратегия.

3. Изясняване на същността и ролята на бизнес плана в управлението на продажбите на предприятието.

4. Разработване на маркетингов план – целеполагане в управлението на маркетинговите дейности; анализ на маркетинговата среда; сегментиране на пазара и позициониране на продуктите.

5. Разработване на производствен план и определяне на неговата роля в управлението на продажбите на предприятието, установяване на връзка между маркетингово и производствено планиране.

6. Анализ на ролята на финансите в маркетинговото управление на продажбите на предприятието - управление на паричните потоци, методи и подходи за оптимизиране и постигане на финансова стабилност при управление на продажбите и др.

7. Извеждане на основните подходи за разработване на успешни политики при разработването на специфичен маркетингов микс за постигане на високи нива на продажби.

8. Анализ на изпълнението на стратегически маркетингови дейности в химическите предприятия по адаптирана методика за анализ и оценка на маркетинговите дейности на химическите предприятия и изводи относно маркетинговия мениджмънт.

Трябва да се отбележат специално достойнствата на приложения статистически модел, чрез който се проверява дали има връзка между изпълняваните стратегически маркетингови дейности и равнището на конкурентоспособност на продажбите, оценени с показателите пазарен дял, рентабилност на активите и възвращаемост на продажбите.

Списъкът с ползвани литературни източници включва 79 заглавия.

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. Изясняване на същността на стратегическото планиране на бизнеса като обект на стратегическото управление на химическото предприятие и извеждане на основните подходи за разработване на успешни политики при разработването на специфичен маркетингов микс за постигане на високи нива на продажби.

2. Анализ на приложението и адаптиране на концептуална рамка за изграждане на успешна бизнес стратегия за по-добри продажби на химикали за нуждите на фермерите, концептуална рамка за разработване на маркетингов, производствен и финансов план на химическо предприятие и концептуална рамка за оценка на ефективността на маркетинговите стратегии на химическите предприятия

Научно-приложни приноси

3. Адаптиране и приложение на методика за изследване влиянието на стратегическите маркетингови дейности върху конкурентоспособността на продажбите в предприятията от сектора на химическата индустрия и приложение на статистически модел за проверка на връзката между изпълняваните стратегически маркетингови дейности и равнището на конкурентоспособност на продажбите, оценени с показателите пазарен дял, рентабилност на активите и възвращаемост на продажбите.

4. Извършване на анализ на стратегическите маркетингови дейности на химическите предприятия като ключов доставчик на химически продукти за земеделските производители.

5. Извеждане на основни резултати относно маркетинговите стратегии за управление на продажбите на химически препарати за нуждите на фермерите и насоки за подобряване на стратегическото маркетингово управление като фактор за по-високи продажби в сектора.

6. Критични бележки и въпроси

Предлагам следните бележки с препоръчителен характер, вкл. и за бъдещи изследвания: постигане на по-коректно цитиране на ползваните литературни източници, повишаване на нивото на тяхната актуалност, по-голяма яснота около ползвания инструментариум за анкетиране (с приложения към дисертационния труд) и оформяне и открояване на формулираните препоръки.

Имайки предвид безспорните достойнства на дисертационния труд и в теоретично, и в практическо отношение, препоръчвам на автора да помисли за още публикации в научни издания, участия в научни и специализирани

форуми, както и за оформяне на учебно пособие в областта на изследваната проблематика.

7. Публикувани статии и цитирания

Представеният списък от четири публикации в автореферата 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 **ВЛЪОРА ХАЯНУНИ ЛИМАНИ** образователната и научна степен **„доктор“** по научната специалност „Организация и управление на производството (селско стопанство и подотрасли)“.

Дата: 21.02.2023 г.
гр. Пловдив

ИЗГОТВИЛ
СТАНОВИЩЕТО:

(*проф. д-р. Е. Пробеш*)