



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, научната специалност Организация и управление на производството (селско стопанство и подотрасли)

Автор на дисертационния труд:

Анастасия Сашо Митревска, докторант на самостоятелна подготовка към катедра „Мениджмънт и маркетинг“ при Аграрен университет, гр. Пловдив

Тема на дисертационния труд: „Стратегия за развитие на маркетинговите канали в агробизнеса на Република Северна Македония“

Рецензент: проф. д-р Иванка Милкова Костова, Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“, област на висше образование 3 Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8 Икономика, научна специалност Икономика и управление

определен/а за член на научното жури със заповед № РД- 16/701 от 24.09.2024 год. от Ректора на АУ.

1. Актуалност на проблема.

Настоящият труд анализира един много важен въпрос за оборота на селскостопански и хранителни продукти като неразделни компоненти на общия възпроизводствен процес в агробизнеса. Търговските и други маркетингови канали в наблюдавания сектор изпълняват нарастващ брой функции при относително намален брой на производителността на труда. Признат е с репутацията на развитите пазарни икономики значението на маркетинговите канали на селскостопански продукти, като предпоставка за икономическото развитие на тази област като цяло, но също и бизнес успеха на селскостопанските субекти в резултат на вертикалната интеграция. Освен това, както в развитите пазарни страни, значителни промени в маркетинговите канали през последните десетилетия, преди всичко, в посока насърчаване на връзките между техните участници и засилване на ролята на търговията (особено магазините) в тях, като в Македония трябва да се акцентира върху очакваните реформаторски интервенции, особено в сферата на интегралната верига за доставки на храни.

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

Правилно формулираните цел, задачи, обект и предмет на изследването пряко кореспондират с защитаваната в дисертационния труд теза

Целта на изследването е да се покаже как спецификата на селскостопанските и хранителните продукти и тяхното предназначение влияят върху избора на маркетингови канали, както и да се посочат ефектите от

организацията на каналите за маркетинг на селскостопански продукти върху конкурентоспособността на аграрния сектор на Република Северна Македония на световния пазар. По-конкретно целта на дисертацията е да се проектира структурата на маркетинговите канали за определени видове избрани продукти, характерни за по-малките, семейни и големи, селскостопански стопанства, както за вътрешния, така и за международния пазар. Успоредно с това са изследвани промените, настъпили в структурата на маркетинговия канал и цялата система на агробизнеса у нас, които са се отразили на досегашното функциониране на търговията и които ще формират бъдещи структурни промени.

Отчитайки значението на маркетинговите канали и спецификата на маркетинговите канали, **основната хипотеза** на дисертацията се основава на предположението, че

Хо: Сътрудничеството в маркетинговите канали е ключово предположение за конкурентоспособността на агробизнеса в Република Северна Македония

Спомагателни хипотези

H1: В Република Северна Македония фермерите използват онлайн продажби на своите продукти

H2: Маркетинговите канали влияят върху подобряването на опита при закупуване на селскостопански продукти

H3: Решаването на определени предизвикателства и прилагането на стратегии за подобряване на дистрибуцията може да подобри ефективността и ефективността на продажбата на селскостопански продукти и бизнеса като цяло.

H4: Извършвайки постоянен мониторинг и анализ на проблемите, ще можете да определите ефективността на маркетинга и дистрибуцията и ще имате по-добра представа къде трябва да се направят подобрения, за да се увеличи ефективността на работата

H5: Ако се направят подобрения в маркетинга и дистрибуцията на селскостопански продукти, както и въвеждането на нови канали и интерактивни инструменти за потребителите, тогава потребителите ще имат по-добър опит при закупуване на нашите продукти и могат да станат по-лоялни клиенти

Предметът на настоящата работа е насочен към цялостно изследване на маркетинговите канали на селскостопански и хранителни продукти. Направено е сравнение на различен опит в развитието на агробизнеса в западните пазарни икономики, въз основа на което е направен преглед на предишния опит в тази област в Република Северна Македония, както и предложения за подобряване на конкурентната позиция на селскостопанския сектор

Използвани са следните **методи на изследване**: логико-диалектически метод, описателен метод, сравнителен, аналитико-синтетичен метод, метод на конкретизация, абстракции, методи на обобщение, методи на доказателство и опровержение.

3. Онагледеност и представяне на получените резултати.

Дисертационният труд се състои от въведения, шест раздела, заключение, списък на използваните източници. Работата е представена на 188 страници машинописен текст, 20 таблици и 23 диаграми, 14 фигури.

Във въведението е изложено виждането на автора относно актуалността на избраната тема, определени са мотивите за избора както и аргументите, защитаващи оригиналността на дисертационното изследване. В тази част на дисертацията са описани – целта, задачите, предмета и обекта на изследване. Дефинирана е изследователската теза, която се защитава в дисертационния труд.

В първата глава са анализирани основните характеристики и специфики на фермера и неговите основни функции. Допълнително се анализира спецификата на агробизнеса, както и спецификата на продажбата и предлагането на селскостопанска продукция.

В рамките на втората част на дисертацията са обхванати теоретични съображения, свързани с маркетинга и селското стопанство. Анализирани е процесът на вземане на решения при изкупуване на земеделска продукция.

Третата част се занимава с понятието, значението и видовете маркетингови канали на селскостопанска продукция. Освен това се анализират спецификите на маркетинговите канали в селското стопанство.

В четвъртата част са анализирани каналите за дистрибуция в селското стопанство в развитите страни.

В петата част е анализиран пазарът на селскостопански продукти в Република Северна Македония, по отношение на каналите за дистрибуция.

В шестата част на докторската дисертация - Емпирични изследвания по аналитичен начин с помощта на анкета показва ролята на каналите за дистрибуция при продажбата на селскостопански продукти.

В края на дисертацията са дадени заключенията, като се абстрахират най-важните познания в теорията и практиката, за да се види ролята на каналите за дистрибуция на селскостопански продукти в Република Северна Македония.

4. Обсъждане на резултатите и използвана литература.

Съдържанието на дисертационния труд свидетелства, че докторантката е реализирала задълбочено научно изследване.

Списъкът на използваните източници има 99 литературни източника, 7 са интернет базирани.

Оценката ми за структурата и съдържанието на дисертационния труд е положителна. В него са включени и съчетани научни знания и практически подходи за разрешаване на проблемите. Налице са доказателства, че докторантът може да извършва самостоятелни научни изследвания, да прави изводи и да обосновава предложения за решаване на проблемите.

Анализът на дисертационния труд, на използваните в него средства за научно изследване формира убеждението, че в дисертационния труд са налице достатъчно доказателства за научни и приложни приноси.

Считам, че приносите посочени в Справката за приноси на дисертационния труд отразяват постигнатото в него

5. Приноси на дисертационния труд.

Приемам справката за приносите, приложена към автореферата.

В дисертационния труд могат да се открият следните **приносни моменти** с научен и приложен характер:

- Изяснена е същността на земеделския сектор като мултиаспектно понятие и система),
- Изяснена е същността на аграрния маркетинг като инструмент за управление на земеделското стопанство.
- Разработена е обективна методика за анализ и оценка на маркетинговите канали в земеделието на Република Северна Македония.
- Проведено е полево изследване за идентифициране на факторите за избор на маркетингови канали в земеделието на Република Северна Македония.

7. Критични бележки и въпроси.

Препоръката ми към докторантката е да продължи да работи по проблемите на маркетинговите канали в агробизнеса на Република Северна Македония“.

8. Публикувани статии и цитирания.

Представените публикации (3) на докторантката са отражение на резултатите от теоретичните и емпирични изследвания в дисертационния труд.

Проведеното дисертационно изследване, получените резултати, публикациите по дисертацията и формулираните приноси са лична заслуга на докторанта.

Авторефератът е в обем от 42 страници и е разработен съгласно изискванията, отразява вярно основните резултати, постигнати в дисертацията и дава вярна представа за съдържанието и качеството на дисертационния труд.

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 Анастасия Сашо Митревска образователната и научна степен **“доктор”** по научната специалност: Организация и управление на производството (селско стопанство и подотрасли).

Дата: 15.10.2024
гр. Пловдив

Изготвил становището:
(проф. д-р Иванка Костова)