



## 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“

**Автор на дисертационния труд:** Деан Насков Курдов  
редовен докторант към катедра „Мениджмънт и маркетинг“ при Аграрен университет – Пловдив

**Тема на дисертационния труд:**  
„Маркетингова стратегия за управление на производството и реализацията на мед“

**Рецензент:** проф. д.н. Петър Борисов Борисов  
Аграрен университет – Пловдив, област на висше образование 3.0 „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Организация и управление“

определен за член на научното жури със заповед № РД-16-479/02.04.2026 г. на Ректора на АУ – Пловдив.

### 1. Кратко представяне на кандидата

Докторантът Деан Насков Курдов притежава магистърска степен по „Аграрен маркетинг“ от Аграрен университет – Пловдив (2021 г.) и бакалавърска степен по „Аграрна икономика“ от същото висше училище. Професионалният му опит съчетава практическа дейност в производството и търговията с пчелни продукти в „Курдов Груп“ ООД, както и управленски и технологичен опит в частния сектор. Тази интердисциплинарна подготовка създава солидна практическа основа за разработването на дисертационното изследване, посветено на управлението и маркетинга на производството на мед.

### 2. Актуалност на проблема

Темата на дисертационния труд е актуална и значима както в теоретичен, така и в практико-приложен аспект. Пазарът на мед в България функционира в условията на динамична конкурентна среда, засилено международно съперничество, променящо се потребителско поведение и високи изисквания към качеството и проследимостта на продуктите. България разполага със значителни конкурентни предимства в производството

на мед, но секторът е изправен пред редица предизвикателства, свързани с реализацията, позиционирането, дистрибуцията и устойчивото развитие на производителите. В този контекст разработването на ефективни маркетингови стратегии е от ключово значение за повишаване конкурентоспособността на пчеларските стопанства. Авторът правилно извежда стратегическия маркетинг като определящ фактор за успешното управление на производството и реализацията на мед.

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

Целта на дисертационния труд е ясно формулирана – да се установи влиянието на стратегическия маркетинг при управлението на производството и реализацията на мед. За реализиране на тази цел са формулирани шест конкретни задачи, които са логически последователни и съответстват на предмета и обекта на изследването.

Основната изследователска теза – че стратегическият маркетинг в съвременните пазарни условия въздейства върху организацията и производството на мед и съдейства за утвърждаването на земеделските стопанства – е ясно аргументирана и последователно защитена.

Използваните научни методи – системен подход, ретроспективен анализ, ситуационен анализ, сравнителен анализ, статистически методи, диагностичен и прогностичен анализ – са адекватни на характера на изследването и позволяват пълноценно постигане на поставените цели.

### **4. Онагледеност и представяне на получените резултати**

Дисертационният труд е в обем от 124 страници, от които 120 страници основен текст, и съдържа 13 таблици и 26 фигури. Това осигурява много добра визуализация на анализа и резултатите. Структурата на труда е логически издържана и включва увод, три глави, заключение, литература и приложения. Представянето на резултатите е систематизирано, ясно и подпомогнато от подходящ табличен и графичен материал, улесняващ възприемането на основните изводи.

### **5. Обсъждане на резултатите и използвана литература**

Дисертационният труд се отличава със значителна теоретична задълбоченост и практическа приложимост. В теоретичната част авторът извършва задълбочен анализ на същността и характеристиките на маркетинговата стратегия, като поставя специален акцент върху приложението ѝ в агробизнеса и в сектора на пчеларството. Първата глава успешно интегрира класически и съвременни концепции на стратегическия маркетинг, опирайки се на авторитетни учени като Филип Котлър и Жан-Жак Ламбен, адаптирайки техните идеи към спецификата на медопроизводството.

Особено положително впечатление прави начинът, по който авторът разглежда стратегическия маркетинг през призмата на специфичните особености на аграрното производство – сезонност, биологична обусловеност, зависимост от природните фактори и необходимост от доверие в продукта. Това придава на теоретичния анализ висока степен на релевантност и секторна приложимост.

Втората глава представя задълбочен емпиричен анализ на състоянието на производството и реализацията на мед в Южна България. Авторът идентифицира ключови пазарни тенденции, структурни слабости и възможности за развитие. Анализът на производствените процеси обхваща както вътрешни организационни фактори, така и външни пазарни детерминанти – търсене, ценова динамика, конкуренция и регулаторни ограничения.

Съществен принос има SWOT анализът на съществуващите маркетингови практики, чрез който ясно се открояват силните страни (натуралност, качество, традиционност), слабостите (раздробена структура, ограничен достъп до пазари), възможностите (био и премиум сегменти) и заплахите (фалшифициран мед, ценова нестабилност).

Третата глава представлява най-същественният оригинален принос на автора. В нея е разработен цялостен модел на маркетингова стратегия за управление на производството и реализацията на мед. Предложеният модел е логично изведен от предходните анализи и включва разработен маркетинг-микс – продуктова, ценова, дистрибуционна и комуникационна политика.

Особено ценен е фактът, че в стратегията са включени оценка на риска и устойчивостта, което значително повишава приложната стойност на изследването. Авторът отчита високата зависимост на сектора от климатични, биологични и пазарни рискове и предлага адаптивни механизми за управление.

Използваната литература включва 80 научни източника – значително постижение, което свидетелства за сериозна теоретична подготовка. Източниците са актуални, тематично релевантни и добре интегрирани в изложението. Литературният обзор не е формален, а органично подпомага аргументацията на автора и показва умение за синтезиране на различни научни позиции.

В обобщение, резултатите са интерпретирани убедително, аргументирано и в пряка връзка с поставените цели. Дисертационният труд представлява завършено научно изследване с ясно изразена приложна насоченост и висока значимост за аграрния сектор.

## **6. Приноси на дисертационния труд**

Дисертационният труд съдържа научни и научно-приложни приноси:

### **Научни приноси:**

1. Систематизирани са основните теоретични подходи към стратегическия маркетинг в контекста на производството на мед.
2. Разработена е методика за изследване влиянието на стратегическия маркетинг върху производството и реализацията на мед.
3. Създаден е оригинален концептуален модел на маркетингова стратегия, адаптиран към спецификата на пчеларството.

### **Научно-приложни приноси:**

1. Идентифицирани са ключови проблемни зони и добри практики в сектора на медопроизводството в Южна България.
2. Формулирани са конкретни препоръки за подобряване на маркетинговите стратегии на производителите на мед.
3. Разработеният модел има практическа приложимост в управлението на пчеларски стопанства.

## **7. Критични бележки и въпроси**

Наред с безспорните достойнства на дисертационния труд могат да бъдат отправени и някои препоръки. В емпиричната част би било полезно по-детайлно количествено представяне на изследваната извадка – точен брой стопанства, критерии за подбор и регионално разпределение. Това би повишило представителността на анализа.

На отделни места е необходимо по-ясно разграничаване между авторовите интерпретации и изложените теоретични постановки, основани на литературния обзор, което би подчертало още по-силно личния принос на докторанта.

Наблюдават се и отделни стилови повторения и езикови неточности, които следва да бъдат редакционно прецизирани.

#### **Въпрос към докторанта:**

1. Как предложеният модел на маркетингова стратегия може да бъде адаптиран за малки семейни пчеларски стопанства с ограничени финансови и логистични ресурси?

### **8. Публикувани статии и цитирания**

Представени са публикации, свързани с тематиката на дисертационния труд, които отразяват основните аспекти на изследването. Публикационната активност съответства на минималните изисквания за защита на дисертационен труд. Не са представени данни за цитирания.

Представеният автореферат отразява обективно структурата и съдържанието на дисертационния труд.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Въз основа на приложените от докторанта научни методи, правилно проведените анализи и направените аргументирани обобщения и изводи считам, че представеният дисертационен труд отговаря на изискванията на ЗРАСРБ и Правилника на Аграрен университет – Пловдив за неговото приложение, което ми дава основание да го оценя **ПОЛОЖИТЕЛНО**.

Позволявам си да предложа на уважаемото Научно жури също да гласува положително и да присъди на Деан Насков Курдов образователната и научна степен „доктор“ по научната специалност „Организация и управление“.

Дата: ..... 20.04.2016 .....

гр. Пловдив

