

РЕЦЕНЗИЯ

От: проф. д-р Миланка Димитрова Славова, Международно висше бизнес училище,
професионално направление 3.8. „Икономика“ научна специалност “Световно
стопанство и МИО“

Относно: дисертационен труд за присъждане на научна степен „доктор на науките“
в професионално направление 3.8 „Икономика“, докторска програма по „Световно
стопанство и МИО“ , ВСУ „Черноризец Храбър“

Автор на дисертационния труд: Любомир Димитров Любенов

Тема на дисертационния труд: „Маркетингови стратегии на агросекторно и
регионално равнище “

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по
защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 614/ 28.09.2022 г. на Ректора на ВСУ
„Черноризец Храбър “

1. Информация за дисертанта

Доц. д-р Любомир Димитров Любенов е завършил магистратура във ВТУ “Ангел Кънчев” – Русе. Той е инженер магистър по специалност „Комплексна механизация и поточни линии в селското стопанство“. През 2000 г. е придобил ОНС „доктор“ по научна специалност “Организация и управление на производството (по отрасли и подотрасли)”. Хабилитира се през 2007 г. в научна специалност “Икономика и управление” (земеделие). Специализирал е в чужбина в областта на агро- маркетинга.

Доц. Любенов е преподавател на основен трудов договор в Русенския университет от 2000 г. От 2016 г. има трудов договор и с ВТУ Св. Св. ”Кирил и Методий”. Доц. Любенов притежава значителен преподавателски опит. Той е водил курсове в ОКС „бакалавър“ и ОКС „магистър“ по 13 дисциплини в областта на икономика на земеделието, агро- маркетинга и по отделни политики на маркетинг микса на агро-маркетинга. Има опит също

така в управлението на учебната дейност като заместник-декан по учебната работа на ФБМ, заместник директор на Дирекция чуждестранни студенти и 12 години като ръководител издателската дейност на РУ “А. Кънчев”.

В своята трудова дейност като преподавател и изследовател доц. Любенов е взел участие в 13 национални и международни проекти и е специализирал и изнасял лекции в четири европейски университета.

От предоставената информация може да се направи изводът, че дисертантът има солидна подготовка и траен интерес към проблемите на развитието на селскостопанския сектор и възможностите за прилагането на принципите на маркетинговото управление както на равнище на отделна фирма/организация, така и на равнище регион и подсектор.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд на тема „Маркетинг стратегии на агросекторно и регионално равнище“ е с обем от 381 страници, от които основният текст е 339 страници. Структурата на изложението е логична. Състои се от увод, пет глави и заключение. В дисертацията има пет приложения с 30 таблици, 22 корелационни матрици и анкетна карта с инструкция. В текста на изложението се съдържат 23 фигури и 24 таблици. Изследването се основава на обобщаването на значителен брой литературни източници, от които 47 са на български език и 29 на английски. В източниците са включени, 69 нормативни документи и периодични издания и 127 интернет източника.

Проблемите, изследвани в дисертацията, са безспорно актуални. Нарастващата конкуренция при реализацията на селскостопанските продукти и в частност пчелните продукти, нараства независимо от недостатъчното удовлетворяване на потребностите в глобален мащаб. Тезата на автора за необходимостта от обединяване на усилията на пчеларските стопанства от област Русе чрез различни видове взаимодействия и прилагането на адекватни маркетингови стратегии за разграничаване от конкурентните продукти на регионално и секторно равнище и постигането на конкурентни предимства е убедителна и релевантна и за други производства и региони в аграрния сектор.

В увода на дисертацията авторът е аргументирал актуалността на своето изследване. Тя се обуславя от начините за провеждането на Общата аграрна политика (ОАП) на ЕС, при

която субсидирането намалява интереса към проучването на пазарите и поставянето на потребностите на клиентите във фокуса на пчеларските стопанства.

В увода на дисертацията авторът е определил ясно обекта, предмета, целта и задачите на своето изследване, както времевите и пространствени ограничения. Методиката на дисертационния труд се основава на логични общоприети научни подходи. Авторът демонстрира отлично познаване на теориите за маркетинговите стратегии на съвременните организации, както и ограниченията им да бъдат прилагани от малки и средни предприятия в аграрния сектор и в условията на ОАП на ЕС. Емпиричното изследване представя задълбочено проблемите, които пчеларските стопанства трябва да решават и необходимостта от секторни и регионални решения в подкрепа на изграждането на конкурентни предимства.

Основната теза на дисертационния труд е, че повишената конкурентоспособност на вътрешния и международния пазар изисква координирани усилия на производителите и изработването на регионална маркетингова стратегия, която да е съобразена с особеностите на пазарите, към които е ориентирана реализацията на продуктите на пчеларските стопанства. Авторът на дисертацията е доказал тезата си в хода на изложението.

В първа глава „Теория и практика на маркетинг стратегиите на секторно и регионално равнище“ дисертантът изследва стратегиите на секторно и регионално равнище в условията на зелената икономика и сравнява последиците от ОАП в два сектора – зърнопроизводството и пчеларството. Във втора глава „Стратегически анализ на бизнес средата на регионално и секторно равнище“ са представени пазарните тенденции, международната търговия, ОАП на ЕС и международните и национални пазари на пчелни продукти, пазарите на фактори и на средства за производство в пчеларството. В трета глава на дисертацията „Сегментиране на пазарите, таргетиране и позициониране на региона и неговите продукти“ авторът е предложил критерии за сегментирането на националните индустриални и потребителски пазари на пчелни продукти, анализирал е възможностите за сегментиране въз основа на критерия „лоялност“ на потребителите и е аргументирал необходимостта от позиционирането на продуктите въз основа на регионални характеристики.

В четвърта глава „Стратегически маркетинг на взаимоотношенията в сектор пчеларство на област Русе“ авторът е разгледал различните видове взаимоотношения в

сектора и региона в хоризонтално, вертикално и вътрешно измерение. В пета глава “Маркетинг политики в пчеларството на област Русе“ дисертантът е изследвал традиционните маркетинговите политики и е направил изводи, че слабо развитият продуктов микс в ширина, дължина, дълбочина и хармоничност на продуктите групи, доминиран от суровината мед при сравнително ниско ниво на иновациите, води до ограничени възможности за разгръщането на потенциала на дистрибуционната, комуникационната, ценовата и комуникационната политики. Необходими са съществени промени в сектора.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Изследването в дисертационния труд е задълбочено и многостранно с ясно заявени позиции на дисертантът. То е довело до множество обосновани заключения, които представляват сериозни научни и научно-приложни резултати.

Най-важният извод, който е направен в изследването е, че страната ни не провежда активна агрополитика, а само следва различни модели, които се налагат от общите политики на ЕС и често са обвързани с определени реформи и финансиране. Този извод се потвърждава и по отношение на сектора пчеларство.

Авторът на дисертацията е представил добра практика на брандиране на производството на мед в България, която би могла да се разшири в други райони, в т.ч. в изследвания регион. Представени са предимствата на късите вериги за доставки, чието значение нараства в пандемични условия и при несигурна международна обкръжаваща среда. Аргументирано е становището, че този тип вериги са успешни при наличието на малък брой икономически единици, които произвеждат и реализират в тясно сътрудничество. В изследвания сектор това е сътрудничеството между производителите на пчелни продукти, преработвателите и потребителите. Дисертантът е изследвал възможностите за допълването на основните дейности в областта на пчеларството с туристическа дейност, дигитализация на дистрибуцията и други дейности, които имат потенциал да засилят сътрудничеството между регионалните икономически агенти.

Проведеното емпирично проучване потвърждава предположенията за липса на ясно стратегическо виждане на пчеларските стопанства относно целевите пазари и вида на

конкуренцията. То води също така до извода за ограничен брой биосертифицирани стопанства и слабо взаимодействие по хоризонтала и вертикала в сектора, ниска иновативност и ориентираност към разходно ценообразуване, усвояване на субсидии и слабо участие в промоционални програми. В резултат на тези обективни фактори диференцирането на производството на мед и пчелни продукти в регион Русе логично е трудно осъществимо.

Дисертантът е представил също така ограниченията върху сектора, които се налагат от липсата на стройна хоризонтална и и вертикална организация, която да подпомага малките и средни стопанства в сектора да подобрят чрез сътрудничество своята конкурентоспособност на местния пазар и потенциално на международните пазари. Липсата на сътрудничество между производителите не дава възможност на сектора в региона да се възползва от потребителския интерес към здравословна храна, налагащите се тенденции на регионализация и противодействие на колебанията в цените на пчелните продукти.

Въз основа на анализа, авторът на дисертацията е достигнал също така до извода за причините за по-слабото производство и реализация на пчелни продукти извън категорията на меда и восъка. Те са определени като маркетингови, технологични, информационни и имиджови.

Интересна е констатацията за липсата на специфични характеристики на произвеждания мед в региона, което със сигурност затруднява разработването на маркетингови стратегии с ясно позициониране и изисква творчески подход и колективни усилия на производителите. В тази връзка и въз основа на задълбоченото изследване на автора относно възможностите за сегментиране на бизнес пазара и пазара на крайните потребители, дисертантът предлага произвежданият мед в региона на Русе да се позиционира на основата на обективната му прилика с производството на мед в други райони в страната, която се отличава с наличието на здравословни билки. Брандирането на меда и другите пчелни продукти ще подпомогне позиционирането на пазара.

В дисертацията е предложен модел на организационна структура и са изследвани взаимоотношенията по отношение на управлението на взаимоотношенията с клиентите, вътрешните ресурси и управлението на бизнес партньорствата. Дисертантът е обосновал необходимостта от сдружение - лидер в националния сектор пчеларство, който би

съдействал за укрепването на взаимоотношенията между производителите и би улеснил достъпа им до големите търговци на местния пазар и до международните пазари.

Като сериозен проблем на развитието на сектора авторът е посочил много ограниченото сътрудничество при продажбата на пчелни продукти, промотирането на регионалното производство и подпомагането на развитието на предприемачески умения на производителите на мед и други пчелни продукти. Създаването на регионален клъстер би могло да подпомогне конкурентоспособността на пчеларските стопанства чрез регионална хоризонтална интеграция и развитието на иновации на секторно равнище. За улесняването на процеса на управление на взаимоотношенията в различен разрез могат да спомогнат дигиталните платформи.

Важен извод по отношение на промоционалната политика на пчеларските стопанства е недостатъчното използване на промоционалните инициативи на ЕС, които могат да подпомогнат финансово сектора. Въпрос от първостепенно значение обаче е продуктовото диференциране на пчелните продукти в региона, утвърждаването на бранд и неговото позициониране на пазара, за да се постигнат по-високи цени.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Доц. д-р Любомир Любенов е структурирал и обобщил коректно научните и научно-приложните приноси на своята изследователска дейност. Те могат да бъдат определени в две основни области:

- *Повишаване на валидността на съществуващата теория и методология чрез допълването им.* Към тази област могат да се отнесат доразвиването на съществуващите теоретични постановки за маркетинг стратегиите на агросекторно и регионално равнище и тяхната връзка със зелената кръгова икономика; проучванията и изводите за ролята на маркетинговите стратегии за увеличаването на потенциала на регионалните продукти и доходите на регионалните стопанства. Зелените маркетингови политики допринасят за социалното, икономическото и екологичното развитие на региона чрез екобрандиране и „зелено“ позициониране. Те позволяват да се повиши международната конкурентоспособност на продуктите от пчеларските стопанства и сектора като цяло.

- *Приложение на съществуващата теория или методология за обяснение и анализ на конкретни проблеми.* Към тази група се отнасят идентифицираните проблеми на развитието на пчеларството в региона на Русе, емпиричното сравнително проучване на състоянието на пчеларството и зърнопроизводството и констатирането на общи проблеми в развитието на секторите и ограниченото прилагане на маркетингови стратегии на равнище отделно стопанство, сдружаване, регионална подкрепа и участие в промоционални инициативи на ЕС и необходимостта от промяна; потвърждаването на необходимостта от различни форми на регионално сътрудничество и целенасочена подкрепа на регионалните производители за съвместна реализация на продуктите на експортните пазари, опита за сегментиране на бизнес пазарите и пазарите на крайните потребители, разработеният модел на организационна структура на пазарно ориентирана мрежова организация в сектор пчеларство на област Русе и др.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Докторантът е представил публикации, които са по проблемите, изследвани в дисертационния труд и представят основните и резултати от изследването и приносите към теорията и практиката. Публикациите представляват една монография под печат, три студии, две от които са на английски език и шест статии, пет от които са на английски език.

6. Оценка на автореферата

Представеният автореферат е с обем 51 страници. Той отразява пълно и коректно структурата и съдържанието на дисертационния труд, приложената методология и получените резултати.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Представеният дисертационен труд е многоаспектно изследване на развитието на пчеларството в страната и на проблемите на неговата международна конкурентоспособност, както и на организационните промени, които трябва да настъпят в хоризонталните и вертикалните връзки в сектора и приложението на маркетинговите

принципи на равнище фирма, сектор и регион. Направени са много изводи и са формулирани препоръки във всяка част на дисертационния труд. Необходим е обаче отговор на въпросите за последователността на действията в сектора, за да се разработят и приложат необходимите стратегии.

При запознаване с изложението възникват някои въпроси, които дисертантът би могъл да разясни по време на публичната защита:

- ✓ Как и кой би следвало да организира промените в сектора пчеларство, за да се осъществи разработването и приложението на маркетинговата стратегия на равнище сектор и регион? Как може да се формулират общи цели на заинтересованите страни и постигането им? Как могат да бъдат убедени пчеларските стопанства да придобият биосертификати?
- ✓ Кои са основните бариери пред осъществяването на препоръките, формулирани в дисертацията и как практически биха могли да се преодолеят?

Забележките и препоръките не намаляват качеството и количеството на получените резултати и приноси.

8. Заключение

Въз основа на постигнатите изследователски резултати в дисертационния труд, теоретичните обобщения и предложения за решаване на значими научно приложни проблеми както и оригиналните приноси, може да се направи изводът, че дисертацията на тема „Маркетингови стратегии на агросекторно и регионално равнище“ съответства на изискванията на чл. 12 от ЗРАС в Република България за придобиването на научната степен „доктор на науките“. Това ми дава основание да подкрепя присъждането на Любомир Димитров Любенов на научната степен „доктор на науките“ в професионално направление 3.8 Икономика, докторска програма "Световно стопанство и международни икономически отношения" на ВСУ „Черноризец Храбър“.

2.11.2022 г.
гр. София

Подпис.....