

# СТАНОВИЩЕ

**на член на научно жури, определено със Заповед № 614, 28.09.2022 г.  
на Ректора на ВСУ „Черноризец Храбър”  
относно дисертационен труд за присъждане на ОНС „доктор на  
науките”**

**Изготвил становището:** доц. д-р Виржиния Живкова Иванова, катедра „Икономика“, на Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“, област на висшето образование – „Социални, стопански и правни науки, професионално направление – „Икономика“, научна специалност- „Световно стопанство и международни икономически отношения“.

**Автор на дисертационния труд:** д-р Любомир Димитров Любенов докторант в професионално направление 3.8. „Икономика“, докторска програма „Световно стопанство и МИО“.

**Тема на дисертационния труд:** „Маркетинг стратегии на агросекторно и регионално равнище“.

**Основание за представяне на становището:** участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно заповед на Ректора на ВСУ „Черноризец Храбър” № 614/ 28.09.2022 г.

**1.Общо представяне и характеристика на дисертационния труд, актуалност и значимост на темата.**

Дисертационният труд е с обем от 381 страници, от които 339 страници основен текст, библиография 12 страници и 30 страници приложения. Структурата на дисертационния труд се състои от увод, пет глави, заключение, литература и приложения. Изложението включва списък на съкращенията, списък на фигурите - общо 23, списък на 24 таблици, 22 корелационни-матрици и анкетна карта с инструкция за попълване в приложение. Съдържанието на отделните глави е разпределено в точки, под точки и техните подточки като в края на всяка глава са направени конкретни обобщения и изводи от автора. Приложен е богат списък от използвани литературни източници, от които 47 източника на български, 29 на английски, 69 нормативни, институционални и периодични издания и 127 интернет източника.

**Избраната тема за дисертационен труд е актуална и значима** предвид важността на маркетинга, маркетинговата политика и маркетинг стратегиите за развитие на бизнеса, за утвърждаване на търговската марка, за правилното позициониране и сегментиране на продукта, за задържането и привличането на нови потребители, за развитието на бранша на национално, регионално и международно ниво. Прилагането на правилни маркетингови стратегии за сектор пчеларство в България и област Русе ще доведат до устойчиво развитие на сектора. В условията на изострена

национална и международна конкуренция, местните и регионални агропазари и в частност пчеларските стопанства от област Русе е необходимо да разработят маркетинг стратегии, които да се прилагат съвместно на секторно и регионално ниво, чрез хоризонтални, вътрешни и вертикални взаимоотношения, адаптиран маркетинг инструментариум за целите на този сектор, активна маркетингова политика към опазване на околната среда във връзка с агросектора и пчелството и др.

**В увода**, след кратко обосноваване на актуалността на темата, се формулират обектът, предметът, целта, задачите, методите и ограниченията на изследването, информационното обезпечаване и методи на изследването, както и структурата на изложението в отделни пет глави., защитаваните тези и под тези на изследването, както и практико-приложните приноси и полезност на дисертационния труд.

**Изложението на дисертационния труд** следва така, избраното заглавие и структура, която е оформена в пет последователни глави.

**В първа глава** автора изследва и анализира теорията и практиката на приложение на маркетинг стратегиите на секторно ниво и регионално ниво. Тази глава е предназначена да покаже и докаже полезността от прилагане на адекватни и правилни маркетинг стратегии в изследвания бранш (пчеларство) и регион (гр.Русе). Проведено е теоретично изследване на маркетинг стратегиите и политиките на агросектора, маркетинг стратегиите на секторно и регионално ниво в контекста на зелената кръгова биоикономика, вкл. и на маркетинг стратегиите на пчеларството от област Русе в зелената кръгова биоикономика. Осъществено е кабинетно проучване на стратегиите на агросектора и на стратегиите на два национални сектора - зърнопроизводство и пчеларство. Дефиниран е проблем, за разрешаването на който е проведено емпирично проучване на стратегиите на пчеларски и зърнопроизводствени стопанства от област Русе.

Изготвено е емпирично изследване на база на анкетно проучване като са попълнени 202 бр. анкети със зърно-производители и 161 бр. с пчелари или общо 363 бр. анкети. За статистическа обработка на анкетите е изграден макет на база данни в SPSS. Получените резултати от емпиричното изследване са анализирани, чрез вариационният анализ, проверката на хипотези, корелационният анализ, използването на синтез и сравнение.

**Във втора** автора изследва пазарните тенденции, продуктите заместителите и конкурентите на пчелни продукти, международните и националните пазари на пчелни продукти, либерализацията на тези пазари и агропротекционизма. Извършен е анализ на българското пчеларство, както и икономически-географски анализ на област Русе. Изследван е националният и регионален потенциал на развитие на пчеларството. Анализът на международната и националната пазарна среда, както и на

секторната и регионалната бизнес среда са дали база за осъществяването на SWOT-анализ на националното и регионално пчеларство, с който е доказано, че той може да бъде изходна база за разработването на маркетинг стратегии на секторно и регионално ниво.

**В трета глава** автора осъществява сегментиране на националните B2B и B2C пазари на пчелни продукти и техни сегменти - мед, восък, прополис, прашец, пчелно млечице и др., както и на миксове от пчелни и други продукти. Направен е сегментационен анализ на международните пазари в ЕС и в трети страни от бранша. Осъществено е сегментиране на база лоялност на клиентите, предвид важността ѝ за осъществяване на рентабилен бизнес. Детерминирани са секторни, регионални и пазарни цели. От цялостния анализ в тази глава на дисертационния труд, автора установява сериозен позиционен проблем пред регионалните пчелни продукти, решаването на който налага детерминирани на тяхната регионална идентичност, диференциране на региона и неговите продукти и подходящи методи за тяхното позициониране.

Авторът много подробно и извел международното позициониране на различните пчелни продукти от област Русе с цел устойчивото им развитие и международна конкурентоспособност предвид това, че те са с високо качество, хранителна, профилактична и лечебната стойност.

**В четвърта глава** е изследван стратегическия маркетинг на взаимоотношенията чрез хоризонталните, вътрешните и вертикалните взаимоотношения, и причините за формирането им в сектор пчеларство на област Русе. Анализирани са вертикалните B2B и B2C взаимоотношения на секторно и регионално ниво, както и взаимоотношенията по отношение на управление на взаимоотношенията с клиентите, управление на вътрешните ресурси и управление на бизнес партньорствата.

От направените изследвания в този параграф на дисертационния труд автора констатира, че създаването на кооперации с пазарна ориентация поставя началото на икономическото и организационното развитие на българското пчеларство като резултат от формираните хоризонтални взаимоотношения на секторно и регионално равнище. Също така, съществуват благоприятни условия и стимули за изграждане на регионален маркетинг борд в сектор пчеларство на област Русе, както и регионален клъстер които ще стимулират развитието на много сектори в местната икономика и пчеларството в частност, ще позволят постигането на регионална интеграция в хоризонтален план, глобална конкурентоспособност на пчеларството и др.

**Последвана пета глава** е посветена на маркетинг политиките, като тактически инструментариум за реализиране на маркетинг стратегиите на секторно и регионално ниво. Изследвани са четирите традиционни маркетинг политики - продуктова и иновационна, дистрибуционна, комуникационна и ценова.

Авторът извежда важността от формирането на продуктов микс като част от маркетинговите политики на пчеларския бизнес. Прави маркетингов анализ на пчеларските продукти с матрицата на Бостънската консултантска група и предлага съответните решения.

За всяка една от маркетинговите политика, автора доказва важността от нейното управление, приложение и анализ за пчеларските стопанства, брендирането на техните марки и предлагани продукти, рекламата и позиционирането в съзнанието на потребителите, особено за биопродуктите и зелената икономика и т.н.

#### **Методология на изследването.**

В дисертационния труд са използвани: системния подход, методи на анализ и синтез, индуктивни и дедуктивни методи за достигане до основните изводи. Този методически инструментариум позволява обзор и обобщение на широк кръг от литературни източници, а анализа и синтеза позволяват извеждане на нови научни резултати от вече съществуващи изследвания. От друга страна системният и интердисциплинарният подход, спомагат за обединението и интегрираното разбиране на резултати от различни научни области.

Приложен е нормативният подход с отчитане на българския опит за подобряване на нормативната база, държавната аграрна и други политики относно приложимостта на маркетинг стратегиите на секторно (пчеларство и др.) и регионално ниво – област Русе и др. Използвани са микро-, макро-икономическият и регионалният подход при анализ на бизнес средата на секторно (пчеларство и зърно-производство) и регионално ниво – област Русе и др. Приложен е подходът на взаимоотношенията между стопанствата, институциите и задоволяването на потребителите, при запазване на природните ресурси и осигуряване на устойчиво развитие.

Постигането на целта и задачите в дисертационния труд е извършено чрез събиране, анализ и синтез на теоретични и емпирични изследвания и резултати, чрез изводи от консултации с експерти от общински, браншови и държавни сектор, бизнес и научни дейци, чрез апробиране на предварителните резултати на национални и международни научни конференции и др. Проучени и систематизирани са научни публикации на български и чужд език за пазарните тенденции (глобални, регионални и локални) и маркетинг стратегиите на секторно (пчеларство, зърно-производство и др.) и регионално ниво (област Русе, Странджа и др.), вкл. в контекста на зелената кръгова био-икономика. Акцентът на изследването, като отчита интердисциплинарния характер на маркетинг стратегиите на секторно и регионално ниво, е върху икономическите науки и пазарните изследвания, маркетингът, технологиите и иновациите.

#### **Защитавана теза и под-тези на автора.**

Проведеното изследване доказва основна теза, че е необходимо сътрудничеството в земеделските стопанства в условията на изострена

конкуренцията на международните, националните и регионалните агро-пазари. За да оцелеят, просперират и постигнат конкурентоспособност на определени пазари, пчеларските стопанства от област Русе трябва да разработят маркетинг стратегии, които да прилагат съвместно на секторно и регионално ниво, чрез хоризонтални, вътрешни и вертикални взаимоотношения. Авторът доказва, че тази теза е релевантна и към други сектори и региони от българското и международното земеделие, т.е необходимостта от сътрудничество на агросекторно и регионално ниво и прилагането на маркетинг стратегии в агросектора. На тази база той обособява и своите под-тези, които показват, че сътрудничеството, правилната маркетингова политика и приложени маркетинг стратегии могат да доведат даден сектор и регион до национална и международна конкурентоспособност.

### **Практическа приложимост на резултатите от изследването.**

Авторът доказва, че използваните концепции, методи и резултати от изследването могат да се приложат при формиране на пазарно ориентирани бизнес и маркетинг стратегии за българското пчеларство и др. сектори на международно, национално и регионално ниво. Те могат да бъдат полезни при определяне на политиката и законите на редица органи на държавното управление, на браншовите организации, на агробизнеса, на висшите училища и др. Маркетинг стратегиите на секторно и регионално ниво могат да внесат правилна промяна в нормативната и законодателната база на агросектора.

Конкретните резултати от анализите и изводите могат да послужат на национални и европейски институции при определяне на приоритетите за развитие на българското земеделие, неговите сектори и региони. Те биха били полезни за усъвършенстване и формиране на нови икономически и маркетингови парадигми и програми за устойчиво развитие на сектор пчеларство, чрез отчитане на всички регионални специфики и взаимовръзки с други научни области и отрасли. Предложените маркетинг стратегии дават насоки за подобряване на пазарните отношения, инфраструктурата, законодателството, засилване на отрасловите, между отрасловите и регионалните взаимоотношения, в контекста на зелената кръгова биоикономика.

**В заключението** се синтезират и обобщават крайните резултати от проведеното научно изследване.

Не е установено плагиатство.

### **2. Оценка на научните и научно-приложни резултатите и приноси.**

Проведените изследвания в дисертационният труд генерират приноси в три основни групи - научни, научно-приложни и приложни. Основните сфери които обхващат са пазарите на пчелни продукти и

насочените към тях маркетинг стратегии на секторно (пчеларство и др.) и регионално ниво - област Русе и др. региони. Авторът е извел 4 научни приноса, 5 научно-приложни и 5 приложни приноса.

Считам, че направените изследвания и предложените модели и анализи са полезни за науката и някои от тях са апробирани в практиката или биха могли да бъдат апробирани поради тяхната полезност в областта на маркетинга на секторно и регионално ниво и по конкретно за целите на пчеларството и пчеларските стопанства.

Давам положителна оценка за научните , научно-приложни и приложни резултати и приноси.

### **3. Оценка на публикациите по дисертацията.**

Авторът има достатъчно самостоятелни публикации и богата публикационна дейност. За процедурата за която кандидатства, д-р Любомир Любенов е приложил справка с 10 публикации, от които 1 монографии, 3 студии, 6 статии в научни списания на български и английски език.

Давам положителна оценка за публикационната и научна дейност на автора, свързана с популяризирането на резултатите от дисертационния труд.

Приложената справка за изпълнение на минималните национални изисквания по чл. 2б, ал. 2 и 3, съответно на изискванията по чл. 2б, ал. 5 от ЗРАСРБ, показва че автора отговоря на тези изисквания.

### **4. Оценка на автореферата.**

Авторефератът дава достатъчно пълна представа за структурата, целите, задачите, съдържанието, резултатите, публикационна дейност и приносните моменти от проведеното изследване и разработен научен труд.

Оценявам положително така, представения автореферат.

### **5. Критични бележки и препоръки по дисертационния труд.**

Някои от изброените приноси е можело да се систематизират и обобщят, предвид, че някои от тях припокриват или доразвиват предходни обобщения на автора.

Препоръчвам на автора да популяризира своите научни резултати като публикации в индексирани списания като Scopus, Web of Science и др.

Препоръките и бележките по никакъв начин не намаляват положителната ми оценка към дисертационния труд и направените изследвания и приноси резултати.

## 6. Заключение.

Представеният дисертационния труд отговаря на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Р. България, Правилника за неговото прилагане Правилника за организацията и провеждането на конкурси за придобиване на научни степени и за заемане на академични длъжности във Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“.

Това ми дава основание да дам положителна оценка на дисертационния труд и да предложа на уважаемите членове на Научното жури да гласуват за присъждане на образователна и научна степен „доктор на науките“ по докторска програма „Световно стопанство и международни икономически отношения“ на д-р Любомир Димитров Любенов.

24.10.2022 г.

Изготвил становището:



гр. Варна

(доц. д-р Виржиния Иванова)