

До
Ректора на
Варненския свободен университет
„Черноризец Храбър”

РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен “ДОКТОР”, професионално направление „Икономика”, докторска програма „Световно стопанство и МИО”

Автор: НАДЕЖДА ВЕСЕЛИНОВА ГЕОРГИЕВА

Тема: “КОНТРОЛИНГЪТ В УПРАВЛЕНИЕТО НА МАРКЕТИНГОВИТЕ ДЕЙНОСТИ”

Научен ръководител: проф.д.ик. Лилия Каракашева

Рецензент: доц.д-р Иван Стойчев, УНСС – София

научна специалност:Световно стопанство и МИО

Дисертационният труд на Надежда Веселинова Георгиева е посветен на интересна и **актуална тема** с практическа значимост, по която в съвременната теория и практика усилено се работи. В условия на глобализация фирмите и изследователите търсят и внедряват по-гъвкави и адаптивни управленски инструменти за повишаване качеството на маркетинговата дейност (с.3). Това допринася за преодоляване на управленските дефицити и създаване на предпоставки за устойчиво развитие.

Докторантката избира за **обект** на своето изследване маркетинговата система на бизнес организациите на примера на „Енергомонтаж холдинг” АД, което развива своята инженерингова дейност в страната и чужбина. Аспектът (предметът), който докторантката изследва, е свързан с

конкретните методи, техники и процедури, приложими при изграждането на маркетинговата контролингова система на фирми, опериращи на международния пазар.

Крайната цел на изследването е „... да се предложи концептуален модел на маркетингова контролингова система, който предполага решаване на сложни проблеми, а внедряването му ще спомогне за повишаване качеството на управление на маркетинговите дейности (с 6).

Във връзка с това е формулирана **тезата** на авторката „... че чрез контролинга могат да се решават проблеми на управлението на маркетинговите дейности и неговото внедряване ще спомогне за повишаване качеството на функциониране на системата от тези дейности, и на организациите в цялостния им бизнес” (с.7-8).

В съответствие с предмета на изследването са формулирани и **задачите** за критично преосмисляне на изискванията към маркетинговите дейности и техните особености, предпоставките за изграждане на маркетингова контролингова система, разработване и внедряване на такава система в конкретна инженерингова организация по идеен модел на докторантката.

С оглед решаването на тези задачи е **структуриран** и дисертационният труд. Той съдържа увод, три глави, заключение и приложение в обем от 226 с. В логическа последователност се разработват теоретико-постановъчният фундамент на изследването, методологическите измерения на разработването на маркетингова контролингова система във фирмите и практическите проблеми при нейното внедряване в конкретна инженерингова организация.

В глава първа са систематизирани основни теории за контролинга и маркетинга, техните цели, съставни елементи, функции, връзките и

зависимостите между тях. Втора глава привежда аргументи за необходимостта и предпоставките за изграждане на маркетингова контролингова система. Глава трета предлага концептуален модел за изграждане на маркетингова контролингова система в изследваната бизнес организация – „Енергомонтаж холдинг” АД.

Научният анализ на избраната тематика е осъществен на основата на 126 български и чуждестранни **литературни източници**, обобщен е опитът на български фирми и компании от развитите страни, които имат маркетингова контролингова система. Свободното владение на английски език е позволило на докторантката да се позове и да използва вижданията на утвърдени автори в тази област. На тяхна основа докторантката изгражда изследване на високо научно равнище като формулира свои виждания по дискуссионни въпроси на маркетинговата дейност и използването на инструментариума на контролинга при нейното управление. Литературните източници са използвани творчески, а позоваването на цитираните автори е коректно и добросъвестно. В работата си докторантката използва информация, която е систематизирала и обработила в 44 фигури и 14 таблици. Към работата са дадено едно приложение с формуляр на анкетата, разработена от докторантката.

Високата оценка на дисертационния труд като цяло е основание и за конкретизиране на **научните постижения** с характер на принос за теорията и подпомагане на практиката:

1. Намерен е сполучлив баланс между икономически, управленски, маркетингови и финансови аспекти в изследването на сложните проблеми на контролинга и маркетинга. Изложението е структурирано добре на основата

на сравнителния и системния подход, съчетание на историческия с логическия подход към изследваната тематика, индуктивния с дедуктивния метод. Съдържанието, структурата на изложението, доказаните връзки и зависимости между отделните въпроси в хода на работата показват познаване на третираната материя. Самият подбор на проблемите и начина на тяхното изследване и представяне обосновават компетентност и професионализъм като значими достойнства на представения труд. При анализа на класификации на български и чуждестранни автори прави впечатление прецизното използване на понятията и умението на докторантката да обобщава предимствата и рисковете при използване на контролинга в областта на маркетинга. Доказани са възможности за задълбочена и комплексна аналитико-оценъчна дейност, посветена на високо специализирана и сложна проблематика.

2. В контекста на критичния анализ на възгледите на различни изследователи за системата от фактори, които оказват влияние върху маркетинга и контролинга, докторантката доразвива идеята за видовете контролинг, а именно: счетоводно ориентиран, ориентиран към действия и ориентиран към управлението, стратегически и оперативен контролинг, сравняването между маркетинговото управление и маркетинговата институция (с. 35), ретроспективният поглед върху развитието на маркетинга и неговите елементи (с.72 и следващи)

3. Представени са резултатите от проведено анкетно проучване сред 24 български фирми със съдействието на Националното сдружение на монтажните организации в нашата страна. Изследването е ориентирано към маркетингов процес и изпълнението на решения, насочени към подобряване на неговото качество. Направени са изводи, че

промишлено-монтажните фирми имат стабилна основа за развитие на маркетинга (с. 99). Същевременно се установява, че маркетинговата система на тези организации все още е слабо развита, че липсва ясна визия за структуриране на маркетинговите дейности. Част от изследваните фирми нямат изградена отчетно-информационна система, което поражда затруднения при разработването и изпълнението на маркетинговите планове (с.101).

4. Положителен момент е представената система от показатели за контрол на маркетинговата рентабилност (с. 113). Докторатката вярно отразява изискванията към контролинговата система в маркетинговия планов процес, а именно гъвкавост, обхватност, координираност и яснота. На сравнителна основа са представени разновидностите и методите за разработване на маркетинговия бюджет. (с. 128). Адекватно е отразена логиката на връзката между маркетинговия планов процес и контрола на маркетинговите дейности, между статистическите, счетоводните и оперативните данни, от една страна, и информационните потоци в границите на контролинговата система, от друга страна (с.132).

5. Може би най-висока стойност за теорията и практиката имат приносните постижения на докторантката относно възможностите за внедряване на разработения методологически и методически инструментариум за контролинг на маркетинговата дейност в български фирми, които оперират на международния пазар. Тя демонстрира задълбочени познания и умения да анализира и обобщава изводи за актуалното състояние маркетинговата дейност на инженеринговите организации. Предложеният идеен модел за изграждане на маркетинговата контролингова система в бизнес организацията е обоснован както от

теоретична, така и от приложна гледна точка. В него се залага на развитието и саморазвитието (с. 147), обективно са отразени връзките между маркетинговата и контролинговата система, поставен е проблемът за връзката между ресурсното осигуряване на контролинговата система и резултатите от нейното интегрирано функциониране.

6. Изграждането на маркетингова контролингова система в „Енергомонтаж холдинг” АД авторката свързва с широкия обхват на дейностите, извършвани от холдинга и вертикалните и хоризонтални връзки между неговите структурни звена. Докторантката предлага маркетинговата контролингова система да бъде структурирана в следните подсистемите: изходни данни, структури (инфраструктура, управленска, функционална), и подсистема развитие (с. 170). Изяснен е методологическият подход за изграждане на системата и практическите стъпки за нейното внедряване. Идеите на докторантката са илюстрирани с подходящи схеми.

7.Обобщенията в края на всяка глава и заключението отразяват основните изводи и препоръки от изложението. Съществено достойнство на дисертационния труд е добрият професионален, ясен и точен език, на който се предлагат сложни проблеми.

8.Представеният труд е дело на авторката. Използваната специализирана литература е интерпретирана от нейни позиции на основата на практиката и опита в изследването в посочената област. Самият подход към изследването, структурата и изложението, както и прецизният научен апарат доказват личния принос на автора на дисертационния труд.

9.Съдържащите се в дисертационния труд приносни моменти обогатяват съществуващи знания по проблема с възможност за приложение

на научните постижения в практиката на инженеринговите организации при изграждане на маркетингова контролингова система.

В дисертационният труд се съдържат и други идеи и предложения за решения в областта на маркетинга и контролинга, които не е възможно да се обхванат и систематизират в една рецензия. Значителна част от идеите и решенията в дисертационния труд са станали достояние на обществеността чрез **публикациите** на авторката по темата на дисертационната разработка. Към труда са приложени една студия, публикувана в Годишник на СА „Д.Ценов” (33 с.) и три доклада, публикувани в сборници с доклади от национални конференции. Публикациите са свързани с дисертационния труд и представят идеи от дисертационния труд и постигнати научни резултати от изследванията по темата.

Независимо от високата оценка на дисертационния труд като цяло, могат да се направят и някои **критични бележки**. Отбелязването на по-важните от тях е необходимо както за точността, така и за пълнотата на извършвания анализ.

Формулирана е само крайната цел на изследването, на която е посветена трета глава. Целта на дисертационния труд е много по-широка по обхват както се вижда от изложението.

Многоплановият характер на изследването изисква по-ясно очертаване и аргументиране на логическите връзки още в увода на дисертационния труд.

Считам, че не е необходимо да се дефинират всички понятия, с които авторката борави.

Не е аргументирана добре методологията на емпиричното проучване и

неговата представителност.

Маркетинговите проучвания са слабо звено в системата на маркетинга на българските инженерингови организации. Добре е докторантката да представи виждане за възможностите за контрол над маркетинговите проучвания чрез предлаганата контролингова система.

Посочените критични бележки обаче не намаляват високата оценка на дисертационния труд и значимостта на посочените научни постижения с характер на принос в теорията и за развитието и усъвършенстването на практиката. Приносните постижения считам за лично дело на докторантката. В работата си тя демонстрира добро познаване на теорията и практиката както зад граница така и у нас в областта на маркетинга и контролинга. С вещина и научен подход представя проблемите, свързани с разработването и прилагането на технология за маркетингов контролинг. Изводите и предложенията в дисертационния труд представят докторантката като ерудиран изследовател с добра теоретична подготовка, с възможности за творчески обобщения и формулиране на решения за практиката. Научният подход към изследването на проблемите е подкрепен с много схеми, таблици и диаграми.

В автореферата правилно са отразени съществените елементи от съдържанието на дисертационния труд, методологията и резултатите от изследването. В справката точно и вярно са формулирани приносните постижения .

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Като имам предвид безспорни достойнства на дисертационния труд,

актуалността и сложността на изследваните проблеми, необходимостта от търсене на ефективни решения за тях в практиката , доброто теоретично равнище на изследваните и анализирани проблеми и посочените приноси постижения за теорията и особено за практиката, уменията за провеждане на самостоятелно научно изследване, позволявам си да изразя своето мнение да бъде присъдена образователната и научна степен „доктор” по професионално направление „Икономика”, научната специалност: “Световно стопанство и международни икономически отношения” на авторката на дисертационния труд Надежда Веселинова Георгиева.

07.06.2012 г.

Рецензент:

София

(доц.д-р И.Стойчев)