

# РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационен труда

за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по докторска програма „Маркетинг“  
на Икономически университет – Варна

Автор на дисертационния труда: **АНДРЕЙ ГЕОРГИЕВ МИНЧЕВ**

Заглавие на дисертацията: **КУЛТУРНИ РАЗЛИЧИЯ КАТО ФАКТОР ЗА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ НА  
МСП ОТ РЪБЪЛГАРИЯ КЪМ АЗИЯ**

Рецензент: **Проф. д-р Тодор Борисов Кръстевич**

*Рецензицията е изготвена на основание Заповед № РД-06-90 от 9 юни 2023 година на Зам.-Ректора на Икономически университет – Варна, съгласно чл. 9 от Закона за развитието на академичния състав в Република България, чл. 30, ал. 3 от Правилника за прилагането му и чл. 36, ал. 3 от Правилника за развитието на академичния състав в Икономически университет – Варна.*

Информационна предпоставка за изготвянето на настоящата рецензия е представения по процедурата пакет документи, включващи дисертационен труда, автореферат със справка за приносите на докторанта, справка за изпълнението на минималните национални изисквания към дисертационния труда, копия от публикациите на автора по темата на дисертацията, както и творческа му автобиография.

## I. ДАННИ ЗА ДИСЕРТАНТА

Андрей Георгиев Минчев е обучаван в докторантска програма „Маркетинг“ в Икономически университет Варна в периода от февруари, 2020 до февруари 2023 година. Придобил е бакалавърска степен по „Бизнес администрация“ в Американски университет в България, Благоевград през 2008 г. и магистърска степен по „Европейски бизнес“ от Университетът "Роял Холоуей", Лондон (Великобритания) през 2009 г. В периода от 2012 до 2019 година е работил като преподавател по английски език в различни университети в Тайланд, Тайван, Китай и в Нов български университет (София, България). Освен английски език (C2), владее корейски (A2) и немски (A2) съзиди.

## II. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ И ФОРМА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Представеният за рецензиране дисертационен труда е в общ обем от 299 страници, от които 149 страници изложение (въведение, основен текст и заключение) и 15 приложения, заемащи останалите 150 страници. Изложението се състои от три глави (детайлно структурирани), заключение и списък на използваната литература. Авторът се позовава на 194 информационни източници. Преобладаващата част от тях (173) са на английски език, а останалите 21 са на български език (от тях едно автоцитиране). Източниците са използвани добросъвестно и са цитирани в съответствие със стила APA. Не откривам разминавания с принципите на научна стика. Не констатирам некоректно използване на чужди идеи и/или текстове, без съответното позоваване на източника и съблюдаване на авторското право. Дисертантът е публикувал три самостоятелни научни изследвания, свързани с дисертацията – две статии и един доклад от участие в научна конференция. С това той изпълняват минималните национални изисквания за присъждане на ОНС „Доктор“, съгласно чл. 26 от ЗРАСРБ. Приложният автореферат коректно и в пълнота резюмира съдържанието на дисертационния труда.

### **III. ПРЕЦЕНКА НА СЪДЪРЖАНИЕТО НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

#### **3.1. АКТУАЛНОСТ НА ИЗСЛЕДВАНИЯ ПРОБЛЕМ**

Интернационализацията на малките и средните предприятия (МСП) е обект на значително изследователски интерес от години, главно поради ролята на тези предприятия за насърчаване на икономическия растеж. Репавалц момент в изследователския процес се явява разбирането и адаптирането към културните различия. Тази тема е била и е обект на разработване от множество автори, но най-вече в глобален и/или национален, мултисекторен аспект. Дисертантът фокусира свързано внимание върху изясняване на значението на културните различия като фактор за интернационализацията на МСП от България в Азия, като се опитва да дефинира и операционализира концептуален модел, базиран на управленски нагласи към интернационализация на лейността на малките и средни предприятия и прави опити за емпиричното му валидиране в сред български винопроизводители, имащи интереси от навлизане в избрани азиатски пазари. Резултатите от подобно изследване, проведено в конкретен контекст, а не „по принцип“, определено биха представлявали практически интерес както за българските винопроизводители, така и за институции и браншови организации, провеждащи политики по насърчаване на експортната ориентация на българската икономика. В този смисъл, изследваният проблем е състоятелен.

#### **3.2. АДЕКАВНОСТ НА ОБЕКТА, ПРЕДМЕТА, ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИТЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

Заглавието на дисертацията е достатъчно конкретно дефинирано и информира читателя за изследвания проблем. Обектът и предметът на изследване (с. 11) са декларирали епизначно. Ясно формулираната основна цел на изследването „...постояване на модел за анализ на културни нагласи, ... позволяващи изучаването на предполагаеми зависимости култури, нагласи и интернационализация и извеждане на препоръки за бъдещата интернационализация на български винопроизводители ... в Азия.“ (с. 11) и свързаните с постигането и три задачи, достатъчно добре ориентират читателя в конкретния замисъл и подход. За това допринасят и пристигните и ограничения (с. 12-13).

#### **3.3. КРИТИЧЕН ПРЕГЛЕД НА ИЗПОЛЗВАНИЯ ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИЯ ПОДХОД И ИНСТРУМЕНТАРИУМ**

Тръгвайки по пътя на традиционната ледукция „от общото към частната“, авторът се опитва да компилира солиден теоретичен фундамент, обосновавайки значението на интернационализацията за малки и средни предприятия по принцип. Изведените от масовата научна литература литература са четири доминиращи подхода за интернационализация, които дисертантът нарича „икономически“, „етапен“, „мрежови“ и „предприемачески“ (т. 1). Добро впечатление остава детайлността при опитите да се дефинират и „избистрят“ на основни схващания, понятия, концепции и теоретични постановки. На базата на задълбочен анализ на доминиращия през последните години модел на националната култура на Хофтеде, както и на резултатите от проекта GLOBE, иницииран от Хаус, се обосновава тезата, че културните различия могат да бъдат бариера в процесите на интернационализация. Откриват се и критично се оценяват различни авторови виждания за модели и подходи за преодоляване на културното разнообразие и междукултурните различия, когато последните се явяват „бариери“ пред навлизането на чуждестранни пазари (с. 41-45). Имплицитно се постулира, че междукултурните различия рефлектират в нагласи, които от своя страна влияят върху

поведението (репс. решението) за излизане на съответния нов пазар. Авторът прави препратки към теорията на планираното поведение на Лайзен и трикомпонентния модел за нейното операционализиране, известен от 80-те години на минатия век като модел на Айзен и Фишбайн. Използването на тази теория и модел в културния контекст и свързването им с търсене на отговор на основния изследователски въпрос „...дали и какъв ефект азиатските културни различия оказват върху интернационализацията на български винопроизводители в Азия...“ следва да бъде оценено като адекватно и сполучливо.

Авторът използва вторични данни на финландска консултантска компания ([hofstede-insights.com](http://hofstede-insights.com)), която използва теорията за културните измерения на Герг Хофстеде като концептуална рамка за сравнителен анализ на културните различия между множество наблюдавани страни (инструмента country comparison tool). С помощта на този безплатен инструмент, който е базиран на данни от допитване и последващ факторен анализ, екстрагираш шест психологически конструкта, са извлечени стандартизириани оценки за България и още 8 наблюдавани азиатски страни, с цел да се анализира влиянието на културата на дадено общество върху ценностите на неговите членове и как тези ценности се отнасят към поведението. Синопсисът е информативен, но не би могъл да се оцени като научен авторов принос, тъй като тази информационна услуга е със свободен достъп и се използва като freemium е бизнес модел от доставчика.

Безспорно и според очакванията по-голям интерес провокира адаптирания от автора концептуален (с. 67) модел на изследване на културни нагласи и усилията за неговото операционализиране (с. 74) и емпирично валидиране (т. 2 и 3 от Глава II). В изложението на тази раздели дисертантът се опитва да премине от концептуално на операционално равнище и следвайки логиката на предлагания от него модел, да тества емпирично няколко работни хипотези относно влияние на различни компоненти, формиращи нагласите на български винопроизводители за интернационализация на бизнеса в осем страни от югоизточна Азия (с. 83) в контекста на националните културни различия.

Стъпвайки на анкетно допитване до 103 респонденти (мениджъри и/или собственици), подбрани от целевата съвкупност на винопроизводителите в България на принципа на отзовалите се (с. 85), както и на неструктурирани телефонни интервюа до неизвестен брой респонденти (с. 87) авторът набира два адекватни набора от първични данни (първият структуриран, вторият неструктурен), позволяващи му да използва статистически техники за извличане на закономерности от данните, за анализ и resp. обобщения.

Основно внимание е отделено на анализирането и извличането на прозрения от набора, състоящ се от извадкови структурирани данни. От изложението не може да се добие обаче ясна представа, кои от наблюдаваните индикаторни променливи във въпросника (Приложение 1) формират познатателен (когнитивен), емоционален (афективен) и поведенчески компонент на нагласите. Не личат опити за експлоративен или конфирмативен факторен анализ, чрез които биха могли да се идентифицират споменаваните в текста психологически конструкти (като напр. познавателен\_компонент, емоционален\_компонент, поведенчески\_компонент в таблици 6,7 и 8, както и културни\_знания, културна\_чувствителност, възприятия за психическа отдалеченост в таблици 10 - 21).

Чрез поредица от непараметрични  $\chi^2$ -тестове, дублирани (може би за осигуряване на инструментална валидност) с еднофакторни линейни регресионни анализи, е направен опит за оценяване на статистическата валидност на предполагаеми връзки и зависимости между конструкти и индикатори (вж. т. 3.2. и Приложение 3). Категорично считам, че  $\chi^2$ -тестът не е подходящ за проверка на статистическата валидност на връзка между двойка рангови (псевдометрични) променливи, данни за каквито са набирани по време на допитването, и още по-малко за метрични латентни конструкти (които така и не става ясно как са оценени и валидиране).

Трета глава (чието заглавие зарежда с очаквания за интересни прозрени и полезни интерпретации), започва с описателен статистически анализ на част от отговорите на респондентите, участвали в допитването (с. 98-100). Тези обобщения едва ли могат да бъдат интерпретирани като представителни, най-малкото поради подхода за реализиране на извадката – на принципа „на отзовалите се“.

Следват визуализации и интерпретации на едномерни честотни разпределения на отговорите на търдения (индикатори), предполагащи кореспондиращи с компонентите на концептуалния модел (с. 100-114). Подобен експлоративен анализ е необходим, но в случая е ниска информативност, най-малко поради обстоятелството, че в хипотетичния концептуален модел, представен на фиг. 9 (с. 74), тези променливи би трябвало да бъдат използвани като индикатори за оценка на латентни екзогенни и ендогенни конструкти.

Проведените тестове за нормалност на разпределенията (K-S тест) на индикаторните променливи, с помощта на които се оценяват конструктите на модела (Таблица 23, с. 114, Приложение 6) показват, че хипотезата за нормалност не може да се приеме, от която следва, че моделиране с помощта на линейни структурни уравнения, основаващо се на ковариация, не е допустимо.

Проведена е и проверката на вътрешната съгласуваност на предполагаемите конструкти с помощта на алфата на Кронбах. Оказва се, че с едно дискусионно изключение, наблюдаваните индикатори се отразяват консистентно предполагаемите латентни конструкти (вж. Таблица 24, с. 116).

Направен и опит за оценяване на конвергентната и дискриминантната валидност на предполагаемите скали за измерване на латентните конструкти от Таблица 23. Буди недоумение обаче, използването на обикновена линейна корелация на Пирсън (с. 116-116, както и Приложение 8) за оценяването им. Общоприето е, конвергентната валидност на латентни конструкти да се установява и измерва чрез показателя средна екстракирана дисперсия (AVE). Този показател показва каква част от дисперсията е извлечена и отразена в латентните конструкти посредством индикаторите. Като неписано правило се приема, че конвергентната валидност е доказана при  $AVE > 0.50$ . Дискриминантната валидност (доколко анализираните конструкти се различават един от друг, т.е. дали притежават специфична разграничима идентичност) обикновено се оценява чрез критерия на Форнел и Ларкър (Fornell & Larcker, 1981), чрез съотношението хетерогенност-моногенност на средните стойности на корелациите на индикаторите в конструктите (т. нар. НТМТ критерий, предложен от Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2015), или чрез анализирането на кръстосаните факторни товари. Всички тези „стандартни“ инструменти са останали извън поле зрения на автора.

Използването на набор от двумерни честотни разпределения (с. 117-119) няма съществен информационен принос за постигане на целите на проучването. Изведението на тяхна база констатации, макар и верни, не се представителни (поради характера на извадката) и не могат да бъдат интерпретирани като трайни, съществени, постоянно повтарящите закономерности.

Правилно определен като неподходящ е и методът на множествения регресионен анализ (с. 119), с който авторът явно опитва да установи статистически зависимости между склонността към интернационализация на бизнеса от страна на мениджърите/собствениците и техните представи, възприятия, убеждения и знания за културните различия. Не става ясно обаче защо изобщо резултатите от оценения регресионен модел са докладвани и интерпретирани (с. 120)?

В отделен раздел (подточка 2 от третата глава на дисертацията) са анализирани и интерпретирани резултатите от проведените персонални неструктурирани телефонни интервюта. Използвана е техника за извличане на информация и анализ на съдържание от неструктурни тест с помощта на адекватен софтуер, в резултат е стигнато до извода, че „...българският винопроизводител няма аълбоки културни познания за азиатски култури.“ и че това обстоятелство не влияе „... нито силен, нито слабо...“ (с. 122) и като цяло „...влиянието на културните различия не се оказва възпрепятстващо ограничение пред винопроизводителя за пазаризане в Азия...“ (с. 122).

Генералният извод от изследването е, че не културните различия, а ниският производствен капацитет е основната бариера пред българския винопроизводител да навлезе на азиатски пазари, следвани от липсата на адекватни политики за държавна подкрепа и организационни, логистични и финансови проблеми, свързани с недостатъчното обединение на бранша, ценови риски, недостиг на информация, контакти, недогат оформен позитивен имидж и познатост на българските вина, административни и нормативни изисквания, езикови бариери и др. (с. 123). Изведени са и някои потенциални „предимства“, които би следвало да се използват за позициониране на българските вина на тези пазари (с. 125). Тези изводи обаче са висока степен дискусационни, тъй като са изведени от много малък обем неструктурни данни и са силно податливи на систематични грешки и субективни пристрастия.

### **3.4. ОЦЕНКА НА ИЗПЪЛНЕНИЕТО**

Теоретичната част на настоящата дисертация е изпълнена на подобащо научно ниво, с необходимата степен на прецизност, коректност и задълбоченост. Емпиричното ѝ верифициране обаче провокира ред въпроси, заслужаващи дискусия и кореспондиращи с множеството „бели“ неща и полета, останали в „черната“ кутия на автора, както и с избора на неадекватен статистически инструментариум.

## **IV. ОТКРОЯВАЩИ СЕ НАУЧНИ ПРИНОСИ**

Макар наличието на емпирични данни (вторични, вж. глава II, т. 1.1 и първични, вж. Глава II, т.3. и Глава III) да е необходимо условие, даващо значително предимство на всяко научно изследване, наличието им само по себе си без обвързването им в модели и системи за работа с тях може да се окаже също толкова лошо, колкото и липсата на данни. В този смисъл, авторът се с опитва да следва систематичен подход (и донякъде това му се с отдало), но при процедурите и методологията за

емпирически анализ се заболява недостатъчна научна пресцизност, обиграност и точност, които да доведат до надеждни прозрения и препоръки за вземане на решения на интернационализация. Въпреки това, разработката не е лишена от достойнства и претенции от отделни научни приноси.

В чисто теоретичен аспект, на първо място премирам сполучливия критичен поглед и систематизация на теоретични постановки на фирменият интернационализация на малки и средни предприятия и обръщане на внимание върху влиянието на нагласите към културните различия като бариера за проникване на специфичен международен пазар. На второ място, оценявам опита (според мен, сполучлив) за дефиниране на конкретни стратегически препоръки за преодоляване на психологическите, организационни и информационни бариери за проникване на българските винопроизводители на избрани пазари в югоизточна Азия. И на трето място, въпреки изразените в предходния раздел резерви и дискусационни полета относно операционализирането и обработката на набраната емпирична информация, считаме, че тя представлява определен, макар и ограничен научен принос.

## V. ДИСКУСИОННИ ВЪПРОСИ

Всяко научно изследване, базиращо се на извадкови емпирични данни и на утвърден и признат инструментариум е нормално да бъде дискусационно. Дефинираният от автора научен проблем, предложеният модел и набраните гървични данни са изключително благоприятно поле и примамливо предизвикателство за прилагане на линейно структурно моделиране. По-конкретно, в случая (1) анализът е свързан с проверка на теоретична рамка от гледна точка на прогнозирането; (2) структурният модел е сложен и включва много конструкти, показатели и моделни връзки; (3) емпиричната цел на изследването е да се разбере по-добре сложността на феномена „културни различия“ чрез изучаване на теоретичните разширения на установените теории (на практика имаме експлоративно изследване за развитие на теорията); (4) извадката е сравнително малка и индикаторните променливи не следват нормално статистическо разпределение; (5) културните различия (респ. нагласите, формирани на тяхна база) биха били отличен кандидат за медиаторна (и аори и за модераторна) променлива в предлагания концептуален модел. При наличието на тези предпоставки, възможно най-адекватният изследователски инструментариум би бил линейно структурна моделиране по метода на частичните най-малки квадрати.

Моля, по време на защитата да бъде дискутирано, защо авторът е пренебрегнал тази утвърдена аналитична техника, а се е опитвал чрез тривиални (и на места неадекватни за изследвания проблем) елементарни статистически методи (непараметрични тестове, анализ на едномерни и двумерни честотни разпределения, праста линейна регресия) да търси отговори на толкова сложни (и комплексни) маркетингови феномени, като решението за интернационализация на бизнеса? Предполагам, че при използването на действително пригодна статистическа методология за анализ на събраниите данни, би било възможно да се достигне до много по-дълбоки и валидни прозрения, с които да се обосноват още по-солидно направените изводи и препоръки за бизнеса.

## **VI. ОБЩА ОЦЕНКА И ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Въпреки очертаните спорни моменти и подлежаши на дискусия емпирични похвати, считам, че рецензираният труд има характеристиките на дисертационна теза и е защитит. В него са налице признания на задълбочен теоретичен анализ, доразвиване и прилагане на маркетингови знания и инструменти в полето на международния маркетинг. Считам, че създадения научен „продукт“ покрива минималните изисквания на ЗРАСРБ и правилниците за неговото прилагане. С това си постижение, авторът се доближава в някаква степен до колегия от изследователи, които „проповядват“ идеята, че маркетинговите решения не следва да се базират на интуиция, споделен опит и/или абстрактни ментални модели, а на емпирични данни, количествен анализ и обективна експертиза. На това основание си позволявам да оцеля положително постигнатите до момента научни резултати и да препоръчам на уважаемото научно жури **да присъди** образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност „Маркетинг“ на докторант **АНДРЕЙ ГЕОРГИЕВ Минчев**.

05.09.2023 г.

Свицов

Заличена информация съгласно  
Изготвил реченицията: **ЗЗЛД и регламент (ЕС) 2016/ 679**

Проф. д-р Тодор Б. Кръстевич



# ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • [www.ue-varna.bg](http://www.ue-varna.bg)

## РЕЦЕНЗИЯ

върху дисертационен труд за присъждане на ОНС „доктор”

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ по РН 3.8. „Икономика“, докторска  
програма „Маркетинг“

Вх. № РД 20-935 / 08.09.2023г.

**Изготвил рецензиията:** проф. д-р Евгени Петров Станимиров, научна специалност „Маркетинг”, ректор на Икономически университет-Варна.

**Основание за представяне на рецензията:** участие в състав на Научно жури със заповед № РД-06-90/05.07.2023 г. на зам.-ректора по УДОК (съgl. заповед РД-14-115/29.06.2023 г.) и първо заседание на Научното жури на 13.07.2023 г. в хибриден формат.

**Автор на дисертационния труд:** Андрей Георгиев Минчев, докторант към факултет „Управление“, катедра „Маркетинг“ при Икономически университет-Варна.

**Тема на дисертационния труд:** „Културни различия като фактор за интернационализация на МСП от РБългария към Азия“.

### I. Информация за докторанта

Андрей Минчев е бакалавър по Бизнес Администрация от Американски университет в България (Благоевград) и магистър по Европейски бизнес от Университет "Роял Холоуей", Лондон (Великобритания). Владее английски, корейски и немски език. От 2010 г. до 2013 г. г-н Минчев преминава курсове за обучение по корейски език (Университет "Къонхи", Сеул, Южна Корея) и обучителен курс по преподаване на английски език (оторизиран център за обучение на учители - ЕСС, Банкок, Тайланд). От 2012 г. до 2019 г. Андрей Минчев е преподавател по английски език в различни образователни институции - училище "Ракуитая", Пранбури (Тайланд); Университет "Раджабат Мубан Чомбънг", Чомбънг (Тайланд); "Тютър Груп", Тайпей (Тайван); Нов български университет, София (България); Университет



# ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • [www.ue-varna.bg](http://www.ue-varna.bg)

"Бурапа", Бангсаен (Тайланд); Колеж по комуникации "Фуджиан Чуанзънг", Фуджоу (Китай); Университет "Дайе", Дацун (Тайван) и Технически Университет "Крал Монгкут", Бангкок (Тайланд).

От 2020 до 2023 г. Андрей Минчев е редовен докторант по програма „Маркетинг“ в Икономически университет-Варна с научен ръководител доц. д-р Владимир Жечев.

Представените публикации по конкурса на докторанта и преподавателската му дейност в различни образователни институции, показват много добър потенциал за развитие.

## II. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Дисертационният труд е посветен на актуален и значим въпрос – интернационализацията на малките и средните предприятия, културните различия и моделите на поведение. Дисертационният труд е структуриран както следва: съдържание, въведение, три глави, заключение, използвана литература и приложения с общ обем от 299 страници от които 133 стр. основен текст. В дисертацията са включени 28 бр. таблици и 8 бр. фигури, 38 бр. диаграми и 15 бр. приложения. Библиографията съдържа 194 бр. източници на кирилица и латиница.

Уводът на дисертацията представя рамката на изследването. Авторът се придържа към класическия подход, като хвърля светлина върху актуалността и значимостта на изследването. Много ясно е посочено в какви области се правят изследванията по темата и, че към момента изучаването на процеса на интернационализация едновременно от поведенчески и културни перспективи, е твърде осъкъдно. Представени са: обект и предмет на изследването, основна цел, три научно-изследователски задачи и изследователска теза. Изрично е обособена практическата ценност на изследването, която позволява на четящия от самото начало да



# ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • [www.ue-varna.bg](http://www.ue-varna.bg)

идентифицира ползи от представената дисертация. Дефинирани са и 5 бр. ограничения на изследването.

**В първа глава** в три параграфа докторантът представя теоретичните аспекти на интернационализацията на малките и средните предприятия, на културните различия в процеса на интернационализация на фирмите, както и изследвания върху нагласите. Авторът по интелигентен начин представя различни подходи за обясняване на интернационализацията на фирмата. Разгледани са културните различия по методиките на Hofstede и House в контекста на Азия и постановките за интернационализацията на малки и средни предприятия на азиатски пазари. Докторантът анализира теории за формиране на нагласите и модели на поведение, в които нагласите заемат ключово място. Много приятно впечатление прави това, че в теоретичната част докторантът прави разсъждения през призмата на обекта и предмета на изследване, а не по принцип.

**Втора глава** на дисертацията е свързана с културния контекст и методически предпоставки за изследване на влиянието на културните различия върху нагласите. В тази връзка е направена характеристика на българската национална култура по методиките на Hofstede и House. На база на културните различия на азиатските страни (Тайланд, Китай, Япония, Хонг Конг, Тайван, Сингапур, Виетнам, Малайзия) докторантът сравнява и обособява културните различия на България. Представен е концептуален модел за нагласите на български винопроизводители към интернационализация в международна бизнес среда. Разработен е и операционален модел за нагласите на български винопроизводители към интернационализация. Специално място е отделено на типа на извадката, методите и инструментите за събиране на данни и тестването на хипотези.

**Трета глава** представя анализ и интерпретация на резултатите за влияние на културни различия върху нагласите. Авторът представя дескриптивна статистика за международната дейност на



# ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • [www.ue-varna.bg](http://www.ue-varna.bg)

винопроизводителите. На тази база след това се наслагват по-конкретни резултати от проучването по проектирания от докторанта концептуален модел. Авторът на дисертацията представя дескриптивна статистика на резултатите по полета от концептуалния модел. Представени и анализирани са резултатите от направените статистически тестове върху операционализиращи променливи при стриктно следване на методиката от втора глава на дисертацията. Осъществен е анализ и е направена интерпретация на резултатите от проведените интервюта с винопроизводители. Установява се умерено влияние на културните различия върху нагласите на българските винопроизводители към навлизане в азиатски пазари. Независимо от това, културните различия се възприемат от винопроизводителите като недостатъчно важен фактор за навлизане в Азия. Същевременно се констатират силно значими фактори, затрудняващи интернационализацията на винопроизводителите в азиатски страни, като: нисък производствен капацитет и недостатъчна държавна подкрепа за обединено навлизане в азиатски пазари. Докторантът прави изводи за интернационализацията на винопроизводителите в азиатски пазари и дефинира конкретни препоръки към винопроизводителите и българските държавни органи.

В представеното **заключение** авторът е обобщил постигнатите резултати в теоретичен и практически план.

**Библиографската справка** показва отлична литературна осведоменост на автора на дисертационния труд. Не констатирам некоректно цитиране на литературни източници.

**Езикът и стилът** на разработката са научни. Дефинираните **цел и задачи** възприемам за постигнати.

**Авторефератът** кореспондира с основния труд на автора.

Като цяло може да се направи заключение, че докторантът притежава задълбочени теоретични знания и способност за самостоятелни научни



# ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • [www.ue-varna.bg](http://www.ue-varna.bg)

изследвания, с което се изпълняват условията за придобиване на ОНС „доктор“, заложени в ЗРАСРБ и в Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна.

### III. Оценка на публикациите на докторанта

Представени са 6 бр. публикации, свързани с темата на дисертационния труд. От тях 3 бр. са научни доклади и 3 бр. статии (от които 2 бр. са в научни издания). Обемът на научната продукция на докторанта и характерът на изданията съответстват на условията и реда за придобиване на ОНС „доктор“. Справката за съответствие с националните изисквания по ППЗРАСРБ показва покриване на изискващите се точки за придобиване на ОНС „доктор“.

### IV. Научни и практико-приложни приноси на дисертационния труд

Представената справка за полезност на дисертационния труд съдържа 3 приносни момента. В резултат на анализ на представения дисертационен труд потвърждавам наличието на посочените приноси, което е в съответствие с чл. 6 ал. 3 от ЗРАСРБ.

Теоретичният принос касае систематизация, адаптация и критичен анализ на теоретични постановки в областта на интернационализацията на малките и средните предприятия, културните различия и моделите на поведение, които могат да бъдат използвани за бъдещи изследвания в областта на интернационализацията на пазари с изявени културни различия.

Методико-приложният принос е свързан с разработване и тестване на концептуален модел за интернационализация на българските малки и средни винопроизводители на азиатски пазари.

Практико-приложният принос се отнася до формулираните препоръки за преодоляване на констатирани трудности при интернационализацията на българските винопроизводители в азиатски пазари.



# ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • [www.ue-varna.bg](http://www.ue-varna.bg)

## V. Критични бележки и препоръки към докторанта

1. В увода на дисертацията изрично не са упоменати използваните подходи и методи за изследване. Същите са посочени в автореферата към дисертацията. Ситуацията с информационните източници е идентична.

2. Авторът е вложил много старание при статистическите тестове. Направи ми впечатление, че валидността на скалите се проверява чрез корелационен анализ. Използван ли е за целта и регресионен анализ?

3. Кое дава основание на автора да счита, че държавата е мотивирана да подкрепи обединеното навлизане на малките и средни винопроизводители на азиатски пазари?

4. Според докторанта, кой е основният проблем за по-дълбоко навлизане на българските винопроизводители на пазара в Азия, при условие, че културните различия не се възприемат от винопроизводителите като достатъчно важен фактор?

## VI. Обобщена оценка на дисертационния труд и заключение

Дисертационният труд представлява изследване на актуален и значим въпрос. Приносите на автора обогатяват съществуващите знания в сферата на интернационализацията на малките и средните предприятия, културните различия и моделите на поведение. Дисертационният труд отговаря на изискванията на ЗРАСРБ, поради което предлагам на членовете на уважаемото Научно жури да вземат положително решение за присъждане на образователната и научната степен „доктор“ по докторска програма „Маркетинг“ на докторант Андрей Георгиев Минчев.

31.08.2023 г.

Варна

Изготвил рецензията

(проф. д-р Евгени Станимиров)

Заличена информация съгласно  
ЗЗЛД и регламент (ЕС) 2016/ 679