



СТАНОВИЩЕ

- От: проф. д-р Красимир Маринов Маринов
Научна специалност: Маркетинг
Университет за национално и световно стопанство, София
- Относно: Придобиване на образователна и научна степен „Доктор” по обявена процедура от Икономически университет – Варна, професионално направление 3.8. Икономика
- Основание за настоящото становище е Заповеди №РД 06-20 от 02.02.2024 г. и РД 06-25 от 14.02.2024 г. на Ректора на Икономически университет – Варна за назначаване на научно жури, както и решение на научното жури от 16.02.2024 г.
- Автор на дисертационния труд: Яна Георгиева Балашова-Стефанова
- Тема на дисертационния труд: Маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията

1. Общо представяне на труда

Дисертацията е разработена в обем от 348 стр. и съдържа Въведение, три глави, Заключение, Използвана литература и Приложения. Големината на отделните структурни елементи, както и съдържанието им, като цяло съответстват на изискванията към подобен научен продукт. Дисертационният труд отговаря на изискванията на чл. 27, ал. 2 от Правилника за прилагане на закона за развитие на академичния състав в Република България.

Библиографията включва 277 източника – научни публикации, публикации на органи на местно самоуправление и регионални организации, институционални сайтове, сайтове за статистическа и пазарна информация. Използваните източници са на български, английски, френски и руски език. Броят на цитираните източници съответства на изискванията за подобно научно творчество. Включените източници са релевантни към обекта и предмета на изследване и отразяват съвременните постижения по разглеждания кръг от въпроси.

Докторантът е представил и: автореферат; списък с публикации по темата на дисертацията; и списък с търсените приноси; следователно са изпълнени формалните изисквания, за да бъде рецензиран дисертационният труд и да се пристъпи към процедурата за присъждане на докторската степен, съгласно Закона за развитие на академичния състав в РБ, Правилника за прилагането му, и вътрешната нормативна уредба на Икономически университет – Варна.



2. Публикации и участие в научни форуми

Докторантът представя общо 4 публикации: 3 статии и 1 доклад. Тези публикации са по темата на изследването и представят съществени елементи на дисертационния труд. Представените публикации съответстват на минималните национални изисквания за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, съгласно чл. 2б, ал. 2 и ал. 3 на Закона за развитие на академичния състав в РБ, залегнали и в чл. 35, ал. 1, т. 1-4 от Правилника за развитие на академичния състав в ИУ-Варна.

3. Оценка на структурата и съдържанието на труда

Темата на дисертационния труд може да се определи като актуална и значима. Основания за това твърдение откривам в поне две посоки:

На първо място, адекватното и пълноценно развитие на териториите е сред най-важните проблеми в дневния ред на регионални, национални и наднационални, в т.ч. на Европейския съюз, органи на управление и институции. Към укрепването му в последните години се насочват редица икономически и законодателни решения, вземани на нивото на ЕС и на държавите-членки. Сами по себе си териториалните общности са изправени пред множество предизвикателства и са под въздействието на редица фактори от национален и наднационален характер. В този контекст е напълно оправдано научното изследване на проблема за управлението на процесите и дейностите на местно и регионално равнище, така щото общините и регионите да постигнат комплексните си цели по отношение на настоящото си състояние и бъдещото си развитие.

На второ място, като логика, подход и философия маркетингът има какво да даде и може да бъде полезен в процеса на създаване, предоставяне и комуникиране на сравнителните предимства на териториите. В този смисъл представеният дисертационен труд е навременен опит да се аргументира маркетингов подход за разработване на сравнителните предимства на територията (община Варна) в интерес на изследваните целеви групи - жители, посетители и местен бизнес.

Обектът на изследване в дисертационния труд е ясно очертан – това са сравнителните предимства на територията на община Варна от позициите на маркетинговото им разработване.

Предметът на изследване е точно формулиран – възможностите за маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията (община Варна) в интерес на изследваните целеви групи - жители, посетители и местен бизнес, чрез идентифицирането им на база на официална информация на община Варна и мненията на изследваните субекти.

Възможностите, които така дефинираните обект и предмет предоставят на изследователя, са стимулирали докторанта към формулиране на изследователска цел и свързани с нея задачи.

Изследователска цел е въз основа на проучените литературни източници да се моделира процес за маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията на община Варна, чрез който да се идентифицират сравнителните предимства на територията, да се оцени състоянието им от гледна точка на изследваните



целеви групи, да се определят насоки за маркетинговото им разработване и използването им.

Така формулираната цел докторантът преобразува в логически обоснован комплекс от **три основни изследователски задачи**, които са логически подредени и ясно формулирани. Те са достатъчно конкретни и изпълнението им позволява да се постигне поставената цел.

Тезата, която дисертантът е защитил, е, че идентифицирането на сравнителните предимства на територията и оценяването им от гледна точка на различни целеви групи може да се използва като основа за маркетинговото им разработване, което да доведе до целесъобразното им използване.

Структурата на представения труд отразява логическата пълнота на изследването и е израз на съществуващите връзки и зависимости между елементите на изложението - както между отделните глави, така и между точките в тях. Логическата подредба на главите дава възможност на автора да си задава точните въпроси към изследователския проблем и да прави коректни обобщения относно процеса на маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията. **Стилът и езикът** на докторанта като цяло се отличават с научност, като в същото време са разбираеми и ясни.

Авторефератът е с обем 61 страници и в него са отразени адекватно съдържанието и структурата на дисертацията, както и постигнатите резултати.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

В автореферата на представения за рецензиране дисертационен труд докторантът формулира три приноса. Приемам, че в дисертацията са налични вторият и третият от тях, като и двата са научно-приложни приноси, достатъчни за присъждане на търсената образователна и научна степен „Доктор“.

5. Плагиатство в дисертационния труд и автореферата

В дисертационния труд и в автореферата не е констатирано плагиатство.

6. Критични бележки и препоръки

Към дисертационния труд могат да бъдат отправени няколко бележки:

Първо, в изложението се откриват повторения на едни и същи мисли и изречения – например относно целевите групи на дадена територия; диаманта на Портър; програмата „Развитие на регионите“ на ЕС; влиянието на глобализацията върху развитието на териториите. Подобни пропуски би следвало да бъдат изчистени в една докторска дисертация.

Второ, в някои части от изложението – например по отношение на елементите на обкръжаващата среда; SWOT анализа; процеса на маркетингово разработване на сравнителните предимства на територия – равнището е на ниво учебник, а не дисертационен труд. Желанието за всестранно изясняване на разглеждания проблем е



довело докторанта до разглеждане на въпроси, които или не следва да бъдат разглеждани, или, ако бъдат представени, водят до снижаване на цялостното ниво на изследването.

Трето, в някои части на труда стилът на автора е описателен, а не аналитично-оценъчен – например относно формите за разработване на маркетинга на територии; 4-факторния и 7-факторния модели на маркетинг микс; 4С модела – това са известни неща, които не би следвало да се обясняват в дисертационен труд. Същото е валидно и по отношение на общата характеристика на община Варна (с. 128), както и сравнителните предимства в резултатите от първични изследвания (с. 159 и следващите), в които са преразказани таблиците от приложенията. В тези части е представена значителна по обем информация, която би могло да бъде по-добре осмислена и обобщена.

Четвърто, на места са налице технически пропуски, свързани с представянето на графиките – например етикетите на много от индикаторите в радарните графики не се четат поради по-голямата им дължина.


7. Въпроси към докторанта

По време на защитата докторантът да вземе отношение по следния въпрос: Доколко смятате за удачно да се дават насоки за маркетингово разработване на сравнителните предимства на територия, без да се вземат предвид разходите, които ще бъдат направени за отделните маркетингови дейности? В дисертацията не е изследвано нивото на конкретните маркетингови дейности за реализиране на сравнителните предимства, но при изразходване на публични средства удачно ли е да се препоръчват едни или други действия, без да се държи сметка за тяхната относителна ефективност?

8. Заключение

Представеният дисертационен труд е самостоятелно проведено научно изследване с ясно открити резултати и научно-приложни приноси, съответстващо на изискванията към подобен научен труд. **Това ми дава основание да препоръчам на научното жури да присъди на докторант Яна Георгиева Балашова-Стефанова образователната и научна степен „Доктор“ по научна специалност „Маркетинг“.** **Аз самият ще гласувам с „Да“.**

18.03.2024 г.


проф. д-р Красимир Маринов Маринов



СТАНОВИЩЕ

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ ВАРНА

Вх. № PA20-444/25.03.2024г.

Изготвил становището: доц. д-р Евгения Георгиева Тонкова
Икономически Университет – Варна

Относно: обявена процедура от Икономически университет – Варна за придобиване на образователна и научна степен „доктор“ за защита на дисертационен труд на Яна Георгиева Балашова-Стефанова, редовен докторант, професионално направление: 3.8. Икономика, Икономически университет – Варна

Автор на дисертационния труд: Яна Георгиева Балашова-Стефанова
Тема на дисертационния труд: Маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията

1. Обща информация

Становището е изготвено в изпълнение на Заповед № РД-06-20/02.02.2024г. на Ректора на Икономически университет – Варна за откриване на процедура за защита на дисертационния труд на Яна Балашова-Стефанова, редовен докторант в Икономически университет – Варна. За целта на изготвяне на становището са ми предоставени необходимите материали, в т. ч. дисертационният труд, автореферат, заповед, протоколи от докторантските изпити, публикации на докторанта и др. Всички материали и документи отговарят напълно на законовите изисквания.

2. Общо представяне на дисертационния труд

Представеният ми за становище дисертационен труд на докторант Яна Георгиева Балашова-Стефанова е с общ обем от 348 страници и е структуриран във въведение (7 с.), три глави (214 с.), заключение (4 с.), списък на използваната литература (16 с.) и приложения (99 с.).

3. Публикации и участие в научни форуми

Докторант Яна Георгиева Балашова-Стефанова е представила общо 4 самостоятелни публикации по темата на дисертационния труд: 3 научни статии и 1 научен доклад. Всички публикации са издадени на английски език. Научните публикации са представени с пълно библиографско описание и осигурен достъп до съдържанието им.

Представените публикации са в съответствие с количествените изисквания по чл. 35, ал. 1, т. 1-4 от Правилника за развитие на академичния състав в ИУ-Варна и отговарят на минималните национални изисквания за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, съгласно чл. 26, ал. 2 и ал. 3 на Закона за развитие на академичния състав в Република България.

4. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Дисертационният труд „Маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията“ с автор Яна Георгиева Балашова-Стефанова е фокусиран върху възможностите за маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията.

Дисертационният труд е структуриран в увод, три глави, заключение и приложения.

В увода са представени аргументи относно актуалността на проблема и неговата значимост, основните практико-приложни проблеми, свързани с идентифицирането и използването на сравнителните предимства на територията при маркетинговото ѝ



разработване, предметът и обектът на изследването, изследователската теза, основната цел и задачите на дисертационния труд.

В първа глава се представят теоретичните аспекти на маркетинговото разработване на сравнителните предимства на територията чрез:

- Осъществен теоретичен преглед на маркетинга на територии;
- Разглеждане на теории на сравнителните предимства и приложението им към територията;
- Определяне на предпоставки за маркетингово разработване на териториите;
- Представяне на основни постановки и роля на маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията;
- Идентифициране на форми на маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията.

В глава втора се представя методология на маркетингово разработване на сравнителни предимства на територията, която обхваща:

- Процес на маркетинговото разработване на сравнителни предимства на територията;
- Проект на изследване на сравнителните предимства на територията.
- Концептуален модел на изследване на сравнителните предимства на територията;
- Аргументи за избора на община Варна като териториална единица за провеждане на изследването на база на основните характеристики на община Варна, които могат да бъдат определени като предпоставки за сравнителни предимства.

В трета глава са представени приложните аспекти на маркетингово разработване на сравнителни предимства на територията чрез:

- Аprobация на изследователските хипотези;
- Извеждане на сравнителните предимства в резултатите от първични изследвания (сред жителите на община Варна, сред посетителите на община Варна и сред местния бизнес на община Варна);
- Осъществена е съпоставка на важността на сравнителните предимства по целеви групи;
- Определена е отправната точка за маркетингово разработване на сравнителни предимства на територията;
- Изведени са насоки за маркетингово разработване на сравнителни предимства на територията.

В заключението се представят постигнати основни резултати по темата и насоки за бъдещи изследвания. Разглежда се възможността предложената последователност от действия за идентифициране на сравнителните предимства на територията и определяне на важността им за различните групи целеви групи да бъде приложена за всяка територия с минимални настройки.

Дисертацията има ясно формулирани обект, предмет, цел и задачи. Изследването е добре аргументирано.

Представеният за изготвяне на становище дисертационен труд съответства на изискванията по чл. 34, ал. 2 и ал. 3 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна.

Авторефератът е в обем от 61 страници и подробно представя структурата и съдържанието на изследването, както и основните резултати от изследванията със



съответстващите им анализи, приложни аспекти и изводи. Ясно са представени и научните приноси. В дисертацията и автореферата е използван подходящ език и стил на изложение, който съответства на научен труд. Цитиранията на литературни и други източници са коректни.

5. Идентифициране и оценяване на научните и научно – приложните приноси в дисертационния труд

Приноси в дисертационния труд на тема „Маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията“ с автор Яна Георгиева Балашова-Стефанова се явяват следните резултати в логическата им последователност:

1. Систематизиране, критичен анализ и обобщение на теоретичните аспекти на категориите „маркетинг на територията“ и „сравнително предимство“ и възможностите за прилагане на „теорията за сравнителните предимства“ спрямо територията.
2. Разработване на модел на процес за маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията и концептуален модел за изследването им.
3. Идентифициране на сравнителните предимства на територията на община Варна и извеждане на насоки за маркетинговото им разработване.

Намирам приносите на автора като изключително важни и приложими в териториалния маркетинг и управлението му в публичната сфера.

Считам, че дисертационният труд съдържа изведените научни, научно-приложни приноси и приложни резултати и ги оценявам като оригинални и значими за науката и практиката.

6. Констатирано или неконстатирано плагиатство в дисертационния труд и автореферата

Към момента на изготвяне на това становище не съм открила плагиатство в дисертационния труд и автореферата на Яна Георгиева Балашова-Стефанова. Считам, че теоретичният анализ и систематизиране, изследванията, изводите и препоръките са изцяло дело на докторанта.

7. Критични бележки и препоръки

Като критични бележки за дисертационния труд на тема „Маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията“ с автор Яна Георгиева Балашова-Стефанова откроявам следните:

- На места в текста се откриват повторения на малки части от съдържанието;
- Част от насоките за маркетинговото разработване на сравнителните предимства на територията са разработени концептуално без да се дава конкретизация.

Намирам темата за изключително актуална и с високо равнище на приложимост и си позволявам да отправя препоръка към докторанта да издаде дисертационния труд в книга, която да е достъпна за заинтересованите лица.

8. Въпроси към дисертанта

Счита ли докторантът, че маркетингът на територии и в частност маркетинговото разработване на сравнителните предимства на територията може да доведе по ефективно управление на равнище „община“ и постигане на по-добра балансираност в разпределението на положителния ефект от него сред различните целеви групи?



9. Заключение

Въз основа на извършения прочит и анализ на представения ми за становище дисертационен труд на тема „Маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията“, автореферат и публикации по темата може да се направи заключителна оценка за актуално, оригинално и задълбочено изследване с конкретни теоретични и практико-приложни резултати.

Въз основа на това предлагам на уважаемото научно жури на Яна Георгиева Балашова-Стефанова да бъде присъдена образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност 3.8. „Икономика“ (Маркетинг).

25.03.2024
Варна

Член на научното жури:
Доц. д-р Е

СТАНОВИЩЕ

относно дисертационен труд
за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по професионално
направление 3.8 Икономика, докторска програма „Маркетинг“ на
Икономически университет – Варна

Автор на дисертационния труд: **ЯНА ГЕОРГИЕВА БАЛАШОВА-СТЕФАНОВА**

Заглавие на дисертацията: **МАРКЕТИНГОВО РАЗРАБОТВАНЕ НА СРАВНИТЕЛНИТЕ
ПРЕДИМСТВА НА ТЕРИТОРИЯТА**

Изготвил становището: **ПРОФ. Д-Р ТОДОР БОРИСОВ КРЪСТЕВИЧ**

Рецензията е изготвена на основание Заповеди № РД-06-20 от 02.02.2024 година и № РД-06-25 от 14.02.2024 година на Ректора на Икономически университет – Варна, чл. 9 от Закона за развитие на академичния състав в Република България, чл. 30, ал. 3 от Правилника за прилагането му, чл. 36, ал. 3 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна и решение на факултетния съвет на факултет „Управление“ (Протокол №8 от 30.01.2024 г.)

За изготвяне на настоящото становище е използван единствено и само представения по процедурата пакет документи, включващ дисертационен труд, автореферат със справка за приносите на докторанта, справка за изпълнението на минималните национални изисквания към дисертационния труд, копия от публикациите на авторката по темата на дисертацията, както и творческа й автобиография. Декларирам, че в лично качество не познавам авторката и нямаме съвместни научни публикации.

I. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Дисертационният труд е в обем на 348 страници. Съдържа въведение, три глави и заключение (248 с.), както и 18 приложения (100 с.). Авторката се позовава на 277 литературни източници. От тях 53 са на кирилица (български или руски език), 205 на латиница (английски или френски език) и 19 представляват препратки към страници и/или електронни документи в интернет. Източниците са цитирани в съответствие с академичния стандарт АРА. Не откривам нарушения на правилата на научната етика и не констатирам некоректно използване на чужди идеи и/или текстове, без съответното позоваване на източника и съблюдаване на авторското право. Съпътстващите научни публикации на докторантката изпълняват минималните национални изисквания за присъждане на ОНС „Доктор“, предвидени в чл. 35, ал. 1, т. 1-4 от Правилника за развитие на академичния състав в ИУ-Варна.

II. ОТНОСНО СЪДЪРЖАНИЕТО НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

2.1. Адекватност на изследователската теза

Дисертационния труд е построен върху традиционната за подобен род разработки трикомпонентна структура, състояща се от теоретична, методологична и приложна части (глави). Заглавието на дисертацията ни информира най-общо за изследвания проблем, като конкретизацията му откриваме в дефинираните обект на изследване (цит.: „... сравнителните предимства на територията на община Варна ...“ с. 12) и предмет на

изследване („... възможностите за маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията на същата община...“, с. 12). Авторката стъпва на тезата, че идентифицирането и сегментно ориентираното оценяването на сравнителните предимства на територията може да се използва за „маркетинговото“ им разработване. Теоретичната база за разбирането ѝ за сравнителни предимства на територия се обосновава с класическата теория на за сравнителни предимства при международната търговия (с. 35) и теорията за конкурентните предимства (с. 36), без да се изяснява разликата между тези две категории в контекста на пространствената организация на икономиката. Механично се постулира, че „... сравнителните предимства на териториите представляват различните видове ресурси и специфични особености, с които всяко място по презумпция разполага...“ (с. 45). Това съждение по същество кореспондира с теорията за абсолютните предимства на Адам Смит, и се различава понятийно от концепцията за „сравнителни предимства“ по Рикардо, свързвани традиционно с възможността да се произвежда дадена стока с по-нисък относителен алтернативен (т.е. пределен) разход. Следователно, наличието на сравнителното предимство не означава диференциация – то само осигурява мярка за ефективност на разходите. Авторската интерпретация, че „... сравнителните предимства са дадености, които определена територия притежава и които я правят по-привлекателна за живот и/или работа в нея...“, не кореспондира по никакъв начин с упоменатите теории и не изчерпва многомерния характер на явлениято, тъй като една съществува част от факторите, влияещи върху привлекателността на дадена територия не са „дадености“, а са по-скоро променливи величини.

Самото понятие „маркетингово разработване“ е изкуствено съотнесено към проблема. Основание за подобна констатация е напълно излишната и досадно разточителна свободна интерпретация на видове маркетинг в т. 5 от Глава I, която представлява по същество еkleктика от концепции, които могат да бъдат „пришити“ към всяка една пазарно ориентирана тема. Съвсем спокойно този труд може да бъде озаглавен, например, „Сравнителните предимства на територията като основа за формулиране и провеждане на местни политики и стратегии за развитие на регионите на примера на...“ или „Как да превърнем сравнителните предимства на територията в конкурентно предимство (на примера на...)“, и това няма да ни отдалечи от основната идея на изложението.

2.2. Изпълнение на поставените изследователски цели и задачи

Позволявам си да заостря вниманието върху поставената **цел** на изследването, „... да се **моделира** процес за маркетингово разработване на сравнителните предимства на територията (на община Варна), чрез който да се (1) *идентифицират* сравнителните предимства на територията, да се (2) *оцени* състоянието им от гледна точка на изследваните целеви групи, да се (3) *определят насоки* за *маркетинговото* им разработване и използването им...“ (с. 12). Основанията за преследването на тази цел откриваме едва на с. 89, на която в резултат на преглед на литературата се констатира, че „... няма разработен конкретен процес за идентифицирането им, оценка за важноста и състоянието им от гледна точка на целеви групи на територията“. Запознавайки се в детайли с цялостното изложение, констатирам *несъответствие* между следвания изследователски подход, описаните *резултати* и така дефинираната изследователска цел. Представените на с. 98, с. 108, с. 110, с. 111 процесни модели, както и предложеният на с. 118 концептуален модел не са емпирично подкрепени и според нас не биха могли да служи за (1) идентифициране и (2) оценяване на сравнителните предимства на територията. Обстоятелството, че е направен опит за синопсис на видове фактори, които биха могли да бъдат предпоставки за сравнителни предимства на територия (с. 105-106),

не ги превръща в автоматично в хипотетични конструкции (напр. „ценност на територия“ или „удовлетвореност на целеви групи“, вж. с. 32, Фиг. 1), които авторката твърди, че са идентифицирани от самата нея като сравнителни предимства на община Варна (вж. с. 151) и които в глава III са били обект на допитване сред три целеви групи – жители на община Варна, гости на община Варна и местен бизнес.

2.3. Критични бележки към адекватността на използваните изследователски методи и аналитичен инструментариум

Авторката ни убеждава, че с помощта на метода на допитване са набрани емпирични данни за оценяване на мнението на три целеви групи, свързани с територията на община Варна (с. 151). Инструментът (трите анкетни карти) са недостъпни онлайн към момента на изготвяне на настоящото становище. Използваният метод да подбор на респонденти (неслучаен, по удобство, на принципа на отзовалите се) от първата и втората целеви групи (жители и гости на община Варна) не осигурява представителност. Това ясно се вижда и от социодемографския профил на анкетираните лица, който не е претеглен съобразно с действителния социодемографски профил на жителите на общината. Използването на непредставителни данни е опасно и манипулативно за извеждане дори и на симптоматични заключения. Поради това обстоятелство не мога да приема за надеждни статистическите обобщения и тестваните хипотези за наличието на връзки между социодемографските признаци и заявеното нагласи на респондентите.

Още по-голямо недоумение буди представената информация на с. 151, Таблица 6, с която авторката твърди, че доказва по статистически път с помощта на Алфата на Кронбах вътрешната съгласуваност на използваните скали, заложили в двете анкетни карти. Не е посечено между кои индикатори в анкетните карти (вж. Приложения 11 и 12) е оценявана тази вътрешна съгласуваност и по отношение на кой (кои) конструкции? Подобен род непрецизност е недопустима в едно емпирично изследване, което би трябвало да убеди читателя във валидността, надеждността и обективността на емпирични резултати, с претенции за научност. Объркване поражда и залагането на неподдаващи се на еднозначна интерпретация твърдения, заложили в анкетните допитвания, от рода на „... лично усещане за общината, спрямо останалите в страната...“. Подобен монадичен изследователски план предполага респондентите да са еднакво добре запознати с всички възможни алтернативи (каквато хипотеза в случая е меко казано несъстоятелна). Сходни размити, двусмислени и неинформативни твърдения откриваме и в други въпроси в използваните анкети (напр. въпросите, свързани с оценяване на „ефективността“ от използване на сравнителните предимства на територията, или свързани с най-важното предимство на общината, задържаща респондента по местоживееене.

Считам за излишни, хаотични и неинформативни за целите на разработката приложените десетки тестове на хипотези между двойки номинални променливи, в някои от които е включена неадекватно дори и опцията „Не мога да преценя“ (вж. с. 167, Фиг. 12 във връзка с Таблица 2 в Приложение 15, с. 315). Как това помага за маркетинговото разработване на сравнителните предимства, така и не става ясно.

Изразявам мнение, че междугруповите сравнения с помощта на радарни диаграми и констатираните различия между обобщените оценки на респондентите от трите наблюдавани целеви групи в т.3 на глава III не са надеждни и информативни, тъй като не са проверени с адекватни статистически тестове за проверка на хипотези за различия между независими и несвързани извадки.

Спорен е и подходът за съставяне на стратегическия SWOT анализ в т.4 от Глава III, озаглавена „Разпределение на сравнителните предимства ... през погледа на изследваните субекти“. Явно тук се има предвид оценяването на факторите, влияещи върху привлекателността на конкретната територия. Не е логично обаче да се интерпретират „сравнителни предимства“ като слаби страни, или като заплахи (с. 200). Не става ясно и как са определени относителните тегла на тези фактори (вж. Таблица 11, с. 201) – следи за подобни емпирични оценки в изложението и/или в приложенията не се откриват. Същите въпроси изникват и при обследването на Таблицы 12, 13 и 14 на с. 201-204. От тук, направените изводи на с. 205 и изведените стратегически насоки за маркетингово разработване на сравнителните предимства за община Варна (т. 5, глава III) според нас нямат белезите на научни резултати и са спорни. Безспорно, те могат да се използват като идейна рамка за разработване на стратегически план за развитие на общината, но предложения от типа: „...да се направи нов уеб сайт с елементи на изкуствен интелект“ (с. 227) и „...да се създаде софтуерна платформа за събиране на информация или внедряване на интелигентна системи и устройства в градска среда“ (с. 227) макар и да звучат смислено и актуално, не са релевантни и съотносими с едно научно изследване.

Като цяло, въпреки очевидно положените усилия за обработка и синопсис на огромен литературен корпус, от изложеното в емпиричната част на дисертацията не може да се направи категорично и обосновано предположение, че авторката (1) владее и използва на очакваното високо научно ниво инструменти за набиране, обработка и анализиране на първични и вторични данни с цел осмисляне, адаптиране и синопсис на теоретични концепции и (2) умее да извежда от тях валидни, надеждни и полезни за подобряване на местните политики препоръки и заключения, имащи приносен характер.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Препращайки към чл. 34 (2) и (3) от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна, а именно, че „Дисертационният труд ... трябва да съдържа научни или научно-приложни резултати, които представляват оригинален принос в науката.“ и че „... кандидатът (трябва да) притежава задълбочени теоретични знания по съответната специалност и способности за самостоятелни научни изследвания“ считам, че представения за рецензиране труд притежава формалните белези на дисертация, отговаря на минималните национални изисквания за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, но не съдържа ясни и неоспорими приноси. Приносните моменти, декларирани от авторката в автореферата (с. 61) са спорни и не убеждават, че е налице присъствие на **научно-приложно** решение на реален практически проблем с обществена значимост. Изхождайки от гореизложените съображения, на този етап **се въздържам** от категорична препоръка за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по ПН 3.8 Икономика, научна специалност „Маркетинг“, на докторант Яна Георгиева Балашова-Стефанова, като си запазвам правото да формирам окончателното си решение по време на публичната защита.

19.03.2024 г.

Свищов

Подпис:

(Проф. д-р Т. Кръстевич)