

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Теодора Милчева Лазарова
на материалите, представени за участие в конкурс за заемане на академична длъжност доцент
във ВУЗФ
по област на висшето образование 3. „*Стопански, социални и правни науки*“, професионално
направление 3.8 *Икономика*

В конкурса за „доцент“, обявен в Държавен вестник, бр. 5 от 17.01.2025 като кандидат участва Ивайло Петров Илиев от ВУЗФ

1. Общо представяне на получените материали

Със заповед № 152 от 13.05.2025 г. на Ректора на Висшето училище по застраховане и финанси съм определена за член на научното жури на конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“ във ВУЗФ по област на висше образование „*Социални, стопански и правни науки*“, професионално направление 3.8. „*Икономика*“, научна специалност „**Маркетинг (Стратегически маркетинг и иновации в маркетинга)**“.

За участие в обявения конкурс е подал документи единствен кандидат д-р Ивайло Петров Илиев.

Представеният от д-р Ивайло Илиев комплект материали на хартиен и електронен носител е в съответствие с Правилника за развитие на академичния състав на ВУЗФ и включва следните документи:

- Основен хабилитационен труд – монография, рецензирана от две хабилитирани лица;
- Списък на публикациите;
- Автобиография по европейски формат;
- Копие на диплома № 503 / 26.06.2020 г. за присъждане на образователната и научна степен „доктор“, издадена от Университета за национално и световно стопанство.
- Резюмета на публикациите на български и английски език;

- Справка за изпълнението на минималните национални изисквания за заемане на академичната длъжност „доцент“;
- Справка за оригиналните научни приноси в представените трудове;
- Справка за преподавателска дейност през последните три календарни години.
- Друга документация, съгласно изискванията на Правилника за развитие на академичния състав на ВУЗФ.

Кандидатът д-р Ивайло Илиев е приложил 16 научни труда: 1 хабилитационен труд (монографично изследване), 1 книга на базата на защитен дисертационен труд, 1 студия, 1 глава от колективна монография, 12 статии. Две от статиите са на английски език и една е публикувана в научно издание, реферирано и индексирено в световноизвестни бази данни с научна информация Scopus и Web of Science.

Не се рецензират и не се включват в крайната оценка за изпълнение на минималните национални изисквания по ЗРАСРБ и Правилника за прилагането му три от представените статии: „Местно самоуправление и програмно бюджетиране“ (2018), „Дигитализация на процесите в публичната мрежа“ (2019), „Основни характеристики на мрежовото управление в публичния сектор“ (2020). Тези публикации са включени в автореферата на Ивайло Илиев като основание за придобиване на образователната и научна степен „доктор“.

2. Кратки биографични данни за кандидата

Д-р Ивайло Илиев е доктор по публична администрация, придобил научната си степен в Университета за национално и световно стопанство (УНСС) с дисертация на тема *„Алтернативен подход за управление и оценка на публични програми“*. Той е завършил магистратура по публични финанси и бакалавърска степен по финанси в същия университет. Академичната му подготовка е допълнена с обучение в Софтуерния университет (SoftUni), където е изучавал мрежови и уеб технологии – знания с все по-голямо значение в дигиталната икономика и бизнес образованието.

Д-р Илиев има ценен преподавателски опит в различни университети:

- В УНСС води курсове по икономика на благосъстоянието и бюджетна политика;

- Във ВУЗФ преподава стратегически маркетинг, дигитален маркетинг и основи на маркетинга.

Паралелно с академичната си дейност, д-р Илиев има значителен управленски и предприемачески опит, основно в сферите на електронната търговия, дигиталния брандинг и стратегическото управление. Занимава се активно с международен онлайн бизнес и е изпълнителен директор на няколко успешни бранда, опериращи на платформата Amazon.

Тази практика му дава възможност да придобие:

- Задълбочено познание за дигиталните платформи и маркетингови инструменти;
- Експертиза в стратегическото управление, проектирането и реализацията на бизнес стратегии;
- Разбиране за международни пазари и възможности за растеж чрез електронна търговия;
- Умения, които обогатяват учебния процес с реални бизнес казуси и перспективи.

Съчетавайки академичната си подготовка с реалния опит от бизнес средата, д-р Илиев:

- Представя практически ориентирани примери, които свързват теорията с актуални бизнес ситуации;
- Подготвя студентите за предизвикателствата на дигитализацията, иновациите и стратегическото планиране;
- Действа като ментор в сфери като развитие на бизнес, публична политика, маркетинг и дигитална трансформация.

Интердисциплинарният профил на д-р Илиев – обединяващ знания по икономика, публично управление, дигитални технологии и маркетинг – го утвърждава като ценен преподавател и консултант. Той е отлично позициониран да допринесе за академични програми, ориентирани към съвременните нужди на публичния и частния сектор.

3. Обща характеристика на дейността на кандидата

Монографичният труд на д-р Ивайло Илиев, озаглавен „*Стратегически маркетинг в условията на дигитализация*“, е разработка, състояща се от 153 страници основен текст, придружени от списък с фигури и таблици, както и библиография. В подкрепа на изследването са използвани 6 източника на български език, 113 източника

на английски език и 7 интернет сайта. Основният фокус на монографията е влиянието **на дигитализацията върху маркетинга**. Авторът анализира как дигиталните технологии променят класическите маркетингови стратегии, като подчертава преминаването от традиционни модели към дигитални платформи. Специално внимание се обръща на:

- въздействието на дигитализацията върху поведението на потребителите;
- промяната в подходите за анализ на пазара;
- новите възможности за създаване на стойност за клиента.

Изследването извежда на преден план необходимостта бизнес организациите да се адаптират към дигиталната трансформация, за да запазят своята конкурентоспособност в динамичната пазарна среда. Авторът проследява как имплементацията на дигитални инструменти и платформи променя бизнес средата и процесите на пазарна сегментация, както и значението на анализа на данни и изкуствения интелект при вземане на стратегически решения. Съществена част от монографията е посветена на ролята на брандинга в дигиталната среда. Авторът изследва механизмите за създаване и поддържане на силни марки онлайн, подчертавайки значението на бранд идентичността, както и изграждането на емоционални и психологически връзки между марките и потребителите чрез дигитални комуникационни канали.

Монографичният труд разглежда в дълбочина как дигитализацията променя очакванията и поведението на потребителите, като акцентира върху необходимостта от персонализиран и ориентиран към стойността маркетинг. Специално внимание е отделено на различните измерения на стойността – функционална, психологическа и финансова, които са от значение както за потребителите, така и за бизнеса.

Авторът идентифицира основни предизвикателства, с които се сблъскват организациите в съвременната дигитална среда:

- засилваща се конкуренция;
- проблеми, свързани със защитата на личните данни;
- необходимостта от адаптация към бързи технологични промени.

Наред с това, са очертани и ключови възможности като:

- разширяване на достъпа до глобалните пазари;
- по-висока ангажираност на потребителите;
- прилагане на иновативни маркетингови подходи.

Теоретичен принос

Сред основните приноси на монографията се откроява предложената от д-р Илиев теоретична рамка, която интегрира класическите принципи на маркетинга със съвременните дигитални стратегии. Тази рамка предлага структуриран модел за разбиране и анализ на дигиталната пазарна динамика. Задълбоченият анализ на дигиталния брандинг и потребителското изживяване обогатява научната литература и демонстрира успешни подходи за изграждане на силни марки в онлайн среда, като акцентира върху създаването на емоционална и психологическа стойност.

Приложен аспект

Монографията включва практически примери и казуси, базирани на реални компании от електронната търговия, които демонстрират как стратегическият маркетинг функционира в дигитален контекст. Тези примери са ценен ресурс както за академичната общност, така и за практикуващи специалисти.

Перспективи и бъдещи насоки

Работата на д-р Илиев не само анализира настоящото състояние на дигиталния маркетинг, но и поставя основи за предвиждане на бъдещите му посоки на развитие. Особено внимание се обръща на ролята на изкуствения интелект и големите данни като двигатели на трансформацията в маркетинговите практики, което допринася за по-бързото им внедряване в реалната бизнес среда.

Книгата „Публични мрежи – подход за управление на публичната администрация“, основана на докторската дисертация на д-р Ивайло Илиев, представя задълбочен анализ на възможностите за прилагане на мрежовото управление в публичния сектор. Изследването включва практически модели, приложими в ключови обществени сфери като образование, здравеопазване и социални услуги. Изводите, направени в книгата, са особено значими в контекста на продължаващите процеси на **децентрализация и модернизация на публичната администрация**. Обемът на изданието е 122 страници, като са използвани 139 източника – 5 на български и останалите на английски език.

Другите научни трудове, с които д-р Илиев участва в конкурса, отразяват неговата изследователска активност през последните години. Те обхващат взаимосвързани теми в областта на публичната администрация, дигиталната трансформация, стратегическия маркетинг, както и развитието на микро-, малки и средни предприятия (ММСП).

Изследванията му предлагат задълбочен поглед върху:

- еволюцията на публичната администрация чрез мрежово управление;

- ролята на програмното бюджетиране за ефективното функциониране на местното самоуправление;
- необходимостта от стратегическо финансово планиране, което свързва публичните разходи с измерими и обществено значими резултати.

Д-р Илиев формулира конкретни стратегически насоки за подобряване на координацията между държавните институции, гражданския сектор и бизнеса, насочени към постигане на по-ефективно и отворено управление. В областта на дигиталната трансформация на публичната администрация, авторът подчертава значителното въздействие на новите технологии върху ефективността на административните процеси и върху ангажираността на гражданите. В своите публикации той аргументира нуждата от нови управленски модели и развиване на технически и дигитални компетентности, необходими за съвременното управление. Специално внимание е обърнато на структурните и поведенческите промени, които съпътстват процеса на дигитализация.

Друг важен акцент в изследователската работа на д-р Илиев е насочен **към развитието и дигиталната адаптация на микро-, малки и средни предприятия в България**. В поредица от приложни анализи той разглежда:

- предизвикателствата, пред които са изправени ММСП;
- възможностите за подобряване на достъпа до финансиране;
- ролята на дигиталния маркетинг;
- процесите на интернационализация на бизнеса.

Особено внимание заслужават и научните публикации на д-р Илиев, посветени на приложението на изкуствения интелект и машинното обучение в маркетинга. В тях той формулира стратегически подход към етичното и ефективно използване на тези технологии, като предложенията му са насочени както към академичната среда, така и към практическия бизнес контекст.

Научните му приноси се отличават със следните ключови характеристики:

- разработване на интегративни концептуални рамки, които успешно свързват теоретични модели с практическо приложение в управлението и маркетинга;
- фокус върху дигиталната трансформация, разглеждана не просто като технологичен, а като стратегически и организационен процес;

- анализ на реални проблеми и предизвикателства в българската обществена и бизнес среда, като предложените решения притежават универсална приложимост;
- емпирична обосновааност на изводите чрез използване на проучвания, практически казуси и сравнителни анализи.

Този подход затвърждава д-р Илиев като изследовател, който успява да съчетае иновативно мислене с приложимост, предоставяйки полза както за академичната общност, така и за организациите, търсещи ориентация в условията на бързо развиваща се дигитална среда.

4. Оценка на личния принос на кандидата

Монографията на д-р Ивайло Илиев представлява съвременно и задълбочено изследване върху стратегическия маркетинг в контекста на дигиталната епоха. В нея успешно се съчетават теоретични основи с конкретни практически приложения, като се предлагат иновативни идеи, които са от интерес както за научната общност, така и за професионалисти в сферата на маркетинга. Авторовият фокус върху дигиталната трансформация, изграждането на марки и потребителското поведение е допълнен от широкообхватен поглед върху предизвикателствата и новите възможности, които съвременната маркетингова среда предлага.

Останалите публикации на д-р Илиев допълват основната тема, като представят работещи стратегии и инструменти, приложими в условията на интензивни технологични и управленски промени в както публичния, така и в частния сектор.

На база съдържанието и обхвата на представените трудове считам, че те са резултат от самостоятелната изследователска дейност на автора и отговарят на тематичните изисквания на обявения конкурс. Интердисциплинарният подход, приложен от д-р Илиев, ясно демонстрира неговия потенциал като изследовател в области като модернизация на публичното управление и стратегически маркетинг в условията на дигитализация.

5. Критични забележки и препоръки

Прави впечатление известно тематично припокриване в част от публикациите, особено в областите на мрежовото управление и дигиталния маркетинг. В перспектива, д-р Илиев би могъл да насочи усилията си към по-целенасочени интердисциплинарни изследвания, които интегрират мениджмънт, маркетинг и дигитална трансформация в светлината на глобалните предизвикателства като устойчивото развитие, изкуствения

интелект и изследване на потребителското поведение. Подобни теми не само биха обогатили неговия научен профил, но и биха засилили международната релевантност и видимост на научната му дейност. Препоръчвам на д-р Илиев да разшири емпиричната база на своите изследвания чрез по-мощни количествени и качествени проучвания. Това ще допринесе за повишаване на аналитичната стойност и практическата приложимост на неговите изследвания.

6. Лични впечатления

Познавам д-р Ивайло Илиев от съвместната ни работа във ВУЗФ. Д-р Илиев винаги завършва своите задачи в срок. Обратната връзка от студентите е положителна и вярвам, че той ще бъде ценно допълнение към екипа от преподаватели на университета.

7. Заключение

Документите и материалите, представени от д-р Ивайло Илиев отговарят на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и Правилника за условията и реда за заемане на академични длъжности във Висшето училище по застраховане и финанси. Кандидатът в конкурса е представил достатъчен брой научни трудове, публикувани след материалите, използвани при защитата на ОНС „доктор“. В работите на кандидата има оригинални научни и приложни приноси. Теоретичните му разработки имат практическа приложимост, като част от тях са пряко ориентирани към учебната работа.

Постигнатите от д-р Ивайло Илиев резултати в учебната и научноизследователската дейност, напълно съответстват на Правилника за условията и реда за заемане на академични длъжности във ВУЗФ. След запознаване с представените в конкурса материали и научни трудове, анализ на тяхната значимост и съдържащи се в тях научни, научно-приложни и приложни приноси, намирам за основателно да дам **своята положителна оценка** и да препоръчам на Научното жури да изготви доклад-предложение до Академичния съвет за избор на д-р Ивайло Петров Илиев на академичната длъжност „доцент“ във ВУЗФ по професионално направление 3.8. „Икономика“.

13.06.2025

Рецензент:

Проф. д-р Теодора Лазарова

