



**Бургаски Свободен Университет**

## **РЕЦЕНЗИЯ**

От: **проф. д-р Лина Георгиева Анастасова**, Бургаски Свободен Университет, Професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“

**Относно:** конкурс за **професор** в професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност **Маркетинг (ценова политика)**, публикуван в „Държавен вестник“ бр. 70 от 15.08. 2023 година.

### **Основание за представяне на рецензията**

Конкурсът е обявен за професор в област на висшето образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление, 3.8. Икономика, научна специалност Маркетинг (Ценова политика) и е за нуждите на Университета за национално и световно стопанство - гр. София. Участвам в научното жури на основа на Заповед № 2648 от 13.10.2023 г. година на Зам. Ректора по НИД и международно сътрудничество на Университет за национално и световно стопанство и рецензията е написана съгласно Протокол № 69 от 23.10.2023 г. от първото заседание на научното жури.

### **1. Информация за кандидатите в конкурса**

Единственият кандидат в конкурса за професор в професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност Маркетинг (Ценова политика) на УНСС е доц. д-р Татяна Нецева-Порчева. Съгласно нормативните изисквания на Закона за развитие на академичния състав на Р.България, Правилника на неговото прилагане, както и качествените и количествените изисквания за заемане на академични длъжности в УНСС, документацията представена от кандидата, отговаря напълно по вид и съдържание на изискванията.

Доц. д-р Нецева-Порчева е завършила математическата гимназия „Ив. Ценов“ в гр. Враца, след което продължава образованието си в Университета за национално и световно стопанство-София, където през 1995 година се дипломира като магистър по Маркетинг- катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“. През март 2006 година кандидатът по конкурса защитава докторантура по „Маркетинг“ в УНСС с тема на докторската си дисертация „Разработване на система за определяне на разходите на услугите по взаимно свързване на далекосъобщителни мрежи“. Кариерното развитие на доц. Нецева-Порчева преминава последователно в УНСС през всички академични позиции като от 1999 до 2003 година тя е асистент, от 2003-2006 г. е старши асистент, от 2006-2013 г. е гласистент и от 2013 до сега е доцент в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“. Прави впечатление нейната голяма ангажираност с

преподавателска и експертна дейност през целия този период, тъй като тя се занимава с преподавателска дейност от 2015 година и в ПУ „Паисий Хилендарски“, катедра Маркетинг и МИО, където като доцент преподава няколко маркетингови дисциплини. През периода 1999-2000 година тя изпълнява функциите на гл. специалист и гл. експерт в Комисия за регулиране на съобщенията, Дирекция „Пазарно регулиране“, Отдел „Проучване и анализ на пазара на електронни съобщения“, а през 2013 година доц. Нецева-Порчева участва като експерт към Висшия Съдебен Съвет и в изготвяне на Икономическа обосновка на предложение за промени в: Тарифа № 1 към Закона за държавните такси, за таксите събирани от съдилищата, прокуратурата, следствените служби и Министерство на правосъдието и в: Тарифата за държавните такси, които се събират от съдилищата по ГПК. Съчетаването на преподавателска и експертна практическа дейност осигурява безспорно голяма полза и за преподавателя и за студентите, тъй като преподавателят има възможност да дава реални примери за прилагане на теорията в реалния живот. Тези обстоятелства помагат лекциите и семинарните занятия на кандидата по конкурса да са практически насочени, актуални и полезни за студентите.

В периода след 2013 година кандидатът в конкурса заема и различни ръководни позиции във Факултета и в УНСС като от 2011 година до сега доц. Нецева-Порчева е ръководител на специалност "Маркетинг", ОКС "Бакалавър", дистанционна форма на обучение, от 2016 година досега тя е Зам.- директор на „Научно-изследователски център по маркетинг“ /НИЦМ/ при УНСС, Зам.- председател на Общото събрание на факултет "Управление и администрация", както и член на Консултативния съвет към „Университетски център по маркетинг“ при УНСС, Член на ФС на факултет „Управление и администрация“ при УНСС и член на редколегиите на сп. „Научен вектор на Балканите“, сп. „Балканско научно обзрение“ и сп. „Хуманитарни балкански изследвания“. През последните 5 години кандидатът по конкурса е рецензираща и 4 научни студии да Годишника на СА „Димитър Ценов“- гр. Свищов. Доц. Нецева-Порчева е член и на Българската Маркетингова Асоциация, както и на Съюза на учените в България -приложени са свидетелства за членството ѝ.

## **2. Изпълнение на минималните национални и допълнителни университетски изисквания за заемане на академичната длъжност “професор”**

Кандидатът по конкурса е представил Карта за изпълнение на минималните национални изисквания по чл. 2Б, ал. 2 и 3 от ЗРАСРБ, съответно с допълнителните изисквания на УНСС съгласно чл. 2Б, ал. 5 от ЗРАСРБ, според която на основа на представените документи, той покрива напълно качествените изискванията за заемане на академичната длъжност „професор“ в УНСС и по трите критерия, а именно: *доц. Нецева-Порчева е утвърден изследовател с приноси в развитието на знанието, за което са представени необходимите документи и данни, също и утвърден лектор с университетски и национален принос в преподавателското, учебното и педагогическото развитие.* Тя е постигнала и обществено признание в практиката на професионалните си активности и има принос към утвърждаване на доброто име и репутацията на УНСС на основата и на участието си в различни академични и изследователски дейности и на други университети като ПУ „Паисий Хилендарски“ и СА „Димитър Ценов“- Свищов. Доц. Нецева е участвала и като член на Програмния

комитет на международни конференции на УНСС и други организации, което потвърждава нейната академична репутация.

Според представената справка за изпълнение на нормативните изисквания на ЗРАСРБ и правилника за прилагането му в УНСС, кандидатът по конкурса доц. д-р Нецева-Порчева покрива напълно и количествените изисквания по всички групи показатели за заемане на академичната длъжност „професор“, като при някои групи показатели ги надвишава значително и по-точно при група Е - при изискване минимум 100- постигнати 210 точки, при група Д- с минимум 100- постигнати 485 т.е. 4 пъти повече. Общо при групи А,Б,В,Г,Д и Е кандидатът по конкурса е регистрирал двойно повече брой точки спрямо минимума, а именно 1075 точки.

При допълнителните изисквания на УНСС съгласно изискванията на ЗРАСРБ (чл.2б, ал.5) и Правилника за приложението му (чл.1а, ал.2-3) кандидатът е регистрирала също двойно повече точки спрямо минимума-520 т. общо при групи Ж,З и И , като доц. Нецева-Порчева е постигнала 1060 точки. Изводът е, че кандидатът по конкурса доц. Нецева-Порчева има висока успеваемост по националните и допълнителни изисквания за заемане на академичната длъжност „професор“ в научна област Маркетинг (ценова политика).

### **3. Оценка на учебно-преподавателската дейност на кандидата**

От представената справка за учебно-преподавателската дейност за последните десет учебни години е видно, че доц. д-р Татяна Нецева-Порчева ежегодно е изпълнявала изискванията за учебна натовареност като общият обем лекции за този период е 2359 часа- средногодишно по 235.9 часа лекции, а броят на семинарните занятия е 1365 часа т.е. средногодишно по 136,5 часа, което надхвърля нормативните изисквания на ЗРАСРБ. Кандидатът в конкурса е водил лекции по няколко учебни дисциплини в бакалавърска и магистърска степен, а именно: *Ценова политика, Трансферно ценообразуване, Маркетинг, B2B Маркетинг и Визуален дизайн*. Доц. д-р Нецева- Порчева е водила през последните 8 години и 2 дисциплини на английски език- „*Цени и ценообразуване*“ и „*Ценова политика*“, като общо лекционните часове за периода са 330, а средногодишно са 41 часа лекции на английски език и добавени към часовете на български език се наблюдава висока наднормативна натовареност.

Справката за покриване на количествените изисквания на кандидата за академична длъжност „професор“ показва, че през периода след първата си хабилизация доц. д-р Татяна Нецева е била избрана за научен ръководител на двама докторанти от катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ при Факултет „Управление и администрация“, които са защитили успешно дисертационните си трудове. Според моите лични впечатления от периода, когато преподавах в УНСС- в програмата на спец. Маркетинг в УНСС на английски език, а и от контактите ми с колеги от катедрата и студенти, доц. Нецева е уважаван университетски преподавател и колега, който показва в работата си професионална компетентност, отговорност и академична етика.

### **4. Оценка на научните трудове и научно-изследователската активност на кандидата**

#### **4.1. Обща характеристика на научните трудове**

Безспорно важна част от академична дейност на всеки университетски преподавател е неговата научна и публикационна активност, чрез които той представя на научната общност в своята тематична област резултатите от изследванията си и ги прави публични за научни дискусии и обучение по своите дисциплини. Доц. Нецева-Порчева е представила за рецензиране пълен списък на своите публикации, които са както следва:

- Една монография- хабилитационен труд: *Ценообразуване в България: Маркетингов подход*, ИК-УНСС, 2021, ISBN: 978-619-232-439-1, 200 стр.

- 21 броя научни статии и доклади, от които 13 научни статии- 2 от тях публикувани в списание, което е реферирано и индексирено в Скопус, а именно „Икономически изследвания“ на БАН (#2 и #3 в списъка), издания 2019 и 2020 година. Останалите 11 статии са публикувани в списания с рецензиране и издания на различни университети в България като УНСС, Икономически Университет-Варна, Бургаски Свободен Университет, Югозападен Университет в Благоевград и др. Общо 6 от статиите са на английски език, при това с много добър научен стил.

- Представени за рецензиране са и 8 доклада на международни конференции, проведени, както в България, така и в други страни като Гърция, Сърбия и Албания.

- Глава в колективна монография на тема „Адаптиране на ценовите стратегии на фирми опериращи в България в условията на икономическа криза“ в: Младенова, Г. и кол. (#23).

Университетски учебник : Нецева-Порчева, Т., Ценова политика, София, ИК-УНСС, 2023, ISBN: 978-619-232-716-3, 208 стр. (#24).

При съдържателен преглед и прочит на публикациите прави положително впечатление фактът, че преобладаващата част от научната продукция е самостоятелни трудове характеризиращи се с научен подход, ясно формулирани изследователски цели , задълбочена теоретична основа и прецизност в терминологията, поднесени по един разбираем начин и за по-широка аудитория, а не само за тясно специализирана научна общност.

#### **4.2. Тематични направления в научните публикации и изследвания на кандидата**

Един по-задълбочен прочит и преглед на научните разработки на доц. Нецева Порчева показва, че можем да ги обобщим в 4 по-агрегирани групи, а именно.

- Ценообразуване на база ценност и фактори влияещи върху ценовите решения в ценообразуването (#1, #2, #6, #9, #11, #14)

- Връзка между ценови цели и ценови стратегии и ценообразуване на фирмите в България в условия на икономическа криза (+1, #3, #5, #12, #13, #17, #18, #20, # 23);

- Ценообразуване на инвестиционни продукти и ценообразуване на отпадъци, както и ценообразуване на далекосъобщителните услуги (#8, #17, #10,#1);

- Ценови стратегии за продуктовия микс в дигитална среда и ценови стратегии в дигитална среда според модела на плащане (#20, #21, #22);

Отделни научни публикации са по други теми, а именно една от статиите е на тема „Използване на трансферните цени във фирменото управление“ (#7) , където е

дефинирано понятието трансферна цена и е анализирана подробно практиката на трансферно ценообразуване като сложен управленски процес. Друга статия е на тема „Ценообразуване на услугите в България“ (#19), чиято тематика е изключително актуална, тъй като съвременните икономики са основно икономики на услуги, вкл. и българската, където почти 2/3 от БВП се създава от услугите.

Като обобщена оценка бих искала да подчертая, че проблемите, които се засягат в публикациите са актуални и важни за българския пазар и особено по-новият маркетингов подход към ценовите цели и стратегии. Наред с това прави положително впечатление ясният и коректен научен стил на публикациите на кандидата по конкурса, което ги прави читаеми и разбираеми и за аудитория без специални познания по ценообразуване и ценови стратегии. В същото време друга силна страна на научните й трудове е обстоятелството, че във всяка публикация се чувства собственото мнение на автора заедно с цитираните утвърдени мнения и тези на споменатите автори в дадената тематична област.

#### **4.3. Оценка на монографиите като самостоятелен обект на рецензиране**

Кандидатът по конкурса е представил за рецензиране самостоятелната монография на тема „Ценообразуване в България: Маркетингов подход“ (#1), която съдържа професионално издържано емпирично изследване с ясни и логични изводи. Авторката си е поставила за цел, чрез количествено и качествено изследване да изследва практиката на ценообразуване на фирмите, опериращи в България и да се изготви профил на фирмите според възприетата ценова стратегия (с.37). Поставените изследователски задачи са ясно дефинирани и са разработени 12 изследователски хипотези за проверка, подробно и в логическа последователност е описан и инструментариумът на изследването, концептуалният му модел, както и съдържанието на инструмента за количественото изследване (с.49-54). Прави отлично впечатление и ясното представяне на методиката на изследването с изчерпателната обосновка на използваните методи и статистически тестове за проверка на заложените хипотези и постигане на изследователските цели (с.55-64). Основният метод за събиране на данни за качественото изследване е правилно подбран, а именно дълбочинно интервю, а за количественото изследване е използвана персонално онлайн допитване чрез анкетния метод (с.39-40). Анализът на емпиричните данни е извършен чрез софтуерния продукт SPSS и по-точно използвани са методите за проверка на хипотези, факторен и клъстерен анализ. Очевиден е фактът, че авторката познава много добре методите за статистически анализ и ги използва коректно за правене на обосновани изводи въз основа на обработените и анализирани данни. Доц. Нецева-Порчева е разработила методика, състояща се от 2 блока (с.55), на базата на която прави анализа си на практиката на ценообразуване на фирмите на българския пазар и изследванията й и дават възможност да стигне до важни изводи, а именно: Ценовите решения на фирмите се вземат на най-високо мениджърско ниво и че повечето фирми опериращи в България най-често прилагат разходно-калкулативния метод на ценообразуване т.е. разходите за производство и реализация на продукта, а другите 2 използвани подхода са „цените на конкурентите“ и „възприеманата ценност на продукта за клиента (с.91-95).

Много важен в случая е изводът на базата на емпиричните данни, че докато в по-ранните проучвания преобладава дефинирането на ориентирани към разходите, печалбата и конкурентите ценови цели и използването на ориентирани към разходите и

конкуренцията ценови стратегии, в по-късните изследвания се обръща особено внимание на клиентите и в частност на ценността на продукта за клиента, както по отношение на ценовите цели, така и по отношение на ценовите стратегии (с.113). На практика това значи, че доц. Нецева-Порчева е констатирала с 2те изследвания, че се наблюдава *промяна в парадигмата на ценообразуване: нова ориентация на целите и стратегиите и по-точно ориентация, при която във фокуса на фирмите е ценността на продукта за потребителите*. И считам, че напълно основателно, според нея, се налага необходимостта от преосмисляне на основните принципи на ценообразуване и провеждането на нови ценови изследвания. Силна страна на монографичния труд е, че с проведеното изследване, посветено на ценообразуването на фирмите, опериращи в България и по-точно за първи път от гледна точка на маркетинговия подход, се прави опит да се запълни известна празнота в теоретичното и практическото познание у нас относно ценообразуването. Трябва да се отбележи, че са посочени прецизно и 3те основни ограничения на изследването и наистина би било интересно, ако при следващо изследване се обхванат и фирми, които оперират само на външни пазари, а не само тези опериращи на българския пазар.

Един от сериозните приноси към темата за практиката на ценообразуване на фирмите в България е разработената методика, която включва изследване на връзките между ценовите цели и ценовите стратегии и изготвянето на добре структурирани профили на фирмите според прилаганата от тях ценова стратегия. Авторката е изследвала и и дефинирала и бариерите пред използването на ценовата стратегия на база ценност на продукта за клиента (с.115-116) като са проучени и нагласите на фирмите за ориентация и прилагане на тази ценова стратегия. В монографията се съдържат теоретични приноси, но и приложни резултати, част от които представляват оригинален принос за развитието на теорията и практиката по ценова политика, които ще бъдат описани в раздела за приносите на кандидата.

#### **4.4. Участие в научни и образователни проекти**

За периода след 2009 до 2022 година кандидатът по конкурса е участвала активно като експерт, съавтор, участник и рецензент в 6 национални научни и образователни проекти за нуждите на университета, финансирани от различни програми. Темите и целите на проектите са съществени за качеството на висшето образование като най-важните са проектите: 1. Проект BG051PO001-4.3.04-00 „Развитие на електронни форми на дистанционно обучение в УНСС – създаване възможности за повишаване на образованието и успешна професионална реализация“; 2. Проект BG051PO001-3.1.07-0059 “Актуализиране на учебните планове и програми в ОКС „бакалавър“ за професионално направление „Икономика“ в съответствие с потребностите на пазара на труда за изграждане икономика, основана на знанието; 3. Проект BG051PO001-3.3.06–0032 „Обучението на докторанти иноватори, визионери, таргет-анализатори и реализатори – инвестиция с европейски измерения; 4. Проект BGO5M2OP001-2.016-0004-C01 „Икономическото образование в България 2030“, финансиран от Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейските структурни и инвестиционни фондове (вж. Справка за изпълнение на количествените показатели).

#### **5. Научни приноси на кандидата по конкурса**

След прочита и аналитичния преглед на представената научна продукция на кандидата по конкурса бих подчертала, че приемам формулираните от нея приноси, но

вносям известно пренареждане на 2та вида приноси, тъй като считам, че „научен принос 2“ е по-скоро научно-приложен и спада към втората група приноси, тъй като представлява описание на настоящите профили на фирмите функциониращи на българския пазар и съдържа приложна стойност за мениджърите и обектите на пазара към този момент. Следователно приемам, че доц. Нецева- Порчева има 3 безспорни научни приноса и 4 научно-приложни приноса.

## **I. Научни приноси**

1. Принос към научните знания за връзката между ценови цели и ценови стратегии. Установено е коя от трите ценови стратегии – ценова стратегия на база разходи, ценова стратегия на база цени на конкуренти и ценова стратегия на база ценност на продукта за клиента, се прилага от фирмите според поставените ценови цели. [Публикации: 1, 3]

3. Доразвита и обогатена е теорията за ценностното ценообразуване. Установено е, че ценовата стратегия на база ценност на продукта може да доведе до по-добри финансови резултати в сравнение с ценовата стратегия на база разходи и ценовата стратегия на база цени на конкуренти. Изведени са бариери пред използването на ценовата стратегия на база ценност на продукта за клиента и са проучени нагласите на бизнеса за преминаване към тази ценова стратегия [Публикации: 1, 6, 14].

4. Разширен е обхватът на съществуващите знания относно особеностите на ценообразуването на инвестиционни продукти, ценообразуването на услуги, трансферното ценообразуване и ценообразуването на отпадъци. Направените констатации са обосновани на база на спецификата на съответните продукти, предназначението им, характера на търсенето им и характеристиките на участниците на пазара [Публикации: 7, 8, 9, 10, 16, 19].

## **II. Научно-приложни приноси**

1. Разработена и апробирана е методика за емпирично изследване (качествено и количествено) относно ценообразуването на фирмите. Установено е как фирмите, опериращи в България, определят цените на продуктите. Разкрити са най-често използваните ценови цели, стратегии, методи, тактики на ценообразуване и причините за адаптиране на цените във времето [#1, #11, #12, #13, #15].

2. Разработена и апробирана е методика за профилиране на фирмите според възприетата ценова стратегия. Методиката включва изследване на връзките между ценовите цели и ценовите стратегии. Констатирано е, че стратегията на разходно ценообразуване се прилага предимно от малки фирми, стратегията на конкурентно ценообразуване – от средни по размер фирми, а стратегията на ценностно ценообразуване – от микрофирми. [#1, #2]. Разработената методика ориентира мениджърите, отговорни за цените и ценообразуването в техните фирми, какви ценови стратегии да използват според поставените ценови цели и профила на фирмата. [# 1, #2,# 3]

3. Доразвити и обогатени са знанията за ценовото поведение на фирмите в дигитална среда. Чрез емпирично изследване е установено, че ценовите стратегии на преобладаваща част от фирмите не се различават при онлайн и офлайн продажби [#22]. Изведени са най-често използваните ценови стратегии в дигитална среда по три критерия: според използвания приходен модел [#22], според продуктовия микс [# 21, #22] и според модела на плащане [#20, #22].

4. Обогатени са знанията по важен проблем, а именно за ценовото поведение на фирмите в България, в условия на икономическа криза. Установено е, че повечето компании,

които инициират ценови изменения, адаптират цените към намалялата платежоспособност на клиентите. Разработени са конкретни препоръки за ценообразуване в условия на икономическа криза, които могат да бъдат полезни за мениджърите [#5; #17; #23].

## **6. Критични бележки и препоръки към кандидата**

След споделяне на оценката ми по-горе относно цялостната научно-изследователска и публикационна активност на доц. д-р Нецева- Порчева нямам съществени критични бележки, но бих отправила 2 колегиални препоръки:

1. Поради важността на темата за ценообразуването на фирмите опериращи в България, би било добре доц. д-р Нецева- Порчева да проведе след 1- 2 години още веднъж изследване по апробираната си методика, но да се направи и сравнителен анализ на финансовите резултати на фирмите при прилагане на различни ценови стратегии т.е. проучване подобно на това на Хоуган от 2010 година.
2. Препоръчително е доц. д-р Нецева-Порчева да публикува и научна студия или статия с резултатите от изследването на английски език в списание с висок импакт фактор.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В заключение, кандидатът по конкурса доц. д-р Татяна Нецева- Порчева отговаря напълно на условията на чл.29, ал 1,2,3,4,5 и 6 от ЗРАСРБ и на Правилника за приложението му в УНСС относно условията и реда за заемане на академични длъжности. Представената и оценена от мен учебно-преподавателска, изследователска и публикационна дейност на кандидата и високата ѝ професионална експертиза в научната област, в която преподава, изследва и пише, ми дават основание да изразя своята положителна оценка и да гласувам с пълно убеждение за избора на *доц. д-р Татяна Нецева- Порчева за академичната длъжност „професор“ в професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг (ценова политика)“.*

25.11.2023

Бургас

Рецензент:.....

**Проф. д-р Лина Анастасова**





**Burgas Free University**  
Faculty of Business Studies

## **REVIEW**

**By: Prof. Lina Georgieva Anastasova, Ph.D. Burgas Free University, Professional field 3.8. Economics, scientific specialty Marketing.**

**Regarding:** competition for a professor in a professional field 3.8. Economy, published in "State Gazette" no. 70 of 15.08. 2023.

### **Reason for writing the review**

The competition has been announced for a professor in higher education 3. Social, economic, and legal sciences, professional direction, 3.8. Economics, scientific specialty Marketing (Pricing Policy), and is for the needs of the University of National and World Economy (UNSS) - Sofia. I am a member of the scientific jury based on Order No. 2648 of 13.10.2023 year of Deputy Rector of Scientific Research and International Co-operation of the University of National and World Economy and the review was written according to Protocol No. 69 of 23.10.2023 of the first meeting of the Scientific Jury.

### **1. Information about the candidates in the contest**

The only candidate in the competition for a professor in professional field 3.8. Economics, scientific specialty Marketing (Pricing Policy) of UNSS is Assoc. Prof. Dr. Tatyana Netseva-Porcheva. In accordance by the normative requirements of the Law on the Development of the Academic Staff of the Republic of Bulgaria, the Regulations for its Implementation, as well as the qualitative and quantitative requirements for occupying academic positions at the University of National and World Economy (UNSS), the documentation presented by Associate Professor Dr. Tatyana Netseva-Porcheva fully complies with type and content of requirements.

Assoc. Prof. Dr. Netseva-Porcheva graduated from the "Iv. Tsenov" in the city of Vratsa, after which he continued his education at the University of National and World Economy-Sofia, where in 1995 he graduated as a Master of Marketing - Department of "Marketing and Strategic Planning". In March 2006, the candidate for the competition defended his doctoral studies in "Marketing" at UNSS with the topic of his doctoral dissertation "Development of a system for determining the costs of interconnection services of telecommunications networks". The career development of Assoc. Prof. Netseva-Porcheva passed successively in UNSS through all academic positions, such as from 1999 to 2003 she was an assistant, from 2003-2006 she was a senior assistant, from 2006-2013 he was the chief assistant and from 2013 until now he was an associate professor in the Department of "Marketing and Strategic Planning". Her great commitment to teaching and expert activity during this entire period is

impressive, as she has been teaching since 2015, and at the "Paisiy Hilendarsky" Plovdiv University, Department of Marketing and MIE, where she teaches several marketing disciplines. During the period 1999-2000, she performed the functions of chief specialist and chief expert in the Communications Regulation Commission, Market Regulation Directorate, Electronic Communications Market Research and Analysis Department, and in 2013 Associate Professor Netseva-Porcheva participated as an expert at the Supreme Judicial Council and in the preparation of Economic justification of a proposal for changes in: Tariff No. 1 to the State Fees Act, for fees collected by the courts, the prosecutor's office, investigative services and the Ministry of Justice, and in: the Tariff for state fees collected by the courts under the Civil Code. The combination of teaching and expert practical activity undoubtedly provides a great benefit for both the teacher and the students, since the teacher has the opportunity to give real examples of the application of the theory in real life. These circumstances help the candidate's lectures and seminars to be practically focused, relevant and useful for students.

In the period after the year 2013, the applicant for the position is head of the "Marketing" specialty, the "Bachelor" Degree- distance learning, from 2016 until now she is the Deputy Director of the "Scientific Research Center on Marketing" (NITSM) at UNSS, Deputy Chairman of the General Assembly of the Faculty "Management and Administration", as well as a member of the Advisory Council to the "University Center for Marketing" at UNSS, a member of the Faculty Council of the Faculty of "Management and Administration" at UNSS and a member of the editorial boards of the magazine "Science Vector of the Balkans", magazine "Balkan Scientific Review" and "Humanitarian Balkan Studies" magazine. In the last 5 years, the candidate for the competition has also reviewed 4 scientific studies for the Yearbook of SA "Dimitar Tsenov" - Svishtov. Assoc. Prof. Dr. Netseva- Porcheva is a member of the Bulgarian Marketing Association, as well as the Union of Scientists in Bulgaria - certificates of its membership are attached.

## **2. Fulfillment of the minimum national and additional university requirements for occupying the academic position of "Professor"**

The candidate for the competition has submitted a Card for the fulfillment of the minimum national requirements under Art. 2B, para. 2 and 3 of ZRASRB, respectively with the additional requirements of UNSS according to Art. 2B, para. 5 of ZRASRB, according to which, based on the submitted documents, he fully meets the quality requirements for occupying the academic position of "professor" at UNSS according to all three criteria, namely: Assoc. Prof. Netseva-Porcheva is an established researcher with contributions to the development of knowledge, for which the necessary documents and data are presented, also an established lecturer with a university and national contribution to teaching, learning and pedagogical development. She has also achieved public recognition in the practice of her professional activities and has contributed to strengthening the good name and reputation of UNSS based on her participation in various academic and research activities and at other universities such as PU "Paisiy Hilendarski" and SA "Dimitar" Tsenov" - Svishtov. Prof. Netseva also participated as a member of the Program Committee of international conferences of the UNSS and other organizations, which confirms her academic reputation.

According to the presented report on the implementation of the regulatory requirements of the RASRB and the rules for its implementation at the UNSS, the candidate for the competition Assoc. Prof. Netseva-Porcheva fully meets the quantitative requirements for all groups of indicators for occupying the academic position of "professor", while in some groups of

indicators they exceeds significantly and more precisely for group E - with a minimum requirement of 100 - achieved 210 points, for group D - with a minimum of 100 - achieved 485 i.e. 4 times more. In total, for groups A, B, C, D, D and E, the candidate for the competition registered twice the number of points compared to the minimum, namely 1075 points.

With the additional requirements of the UNSS in accordance with the requirements of the ZRASRB (art. 2b, para. 5) and the Regulations for the application (art. 1a, para. 2-3) Assoc. Prof. Dr. Netseva-Porcheva has also registered twice as many points compared to the minimum - 520 points in total for groups Z, Z and I, and Assoc. Prof. Netseva-Porcheva has achieved 1060 points . The conclusion is that the candidate in the competition has a high success rate according to the national and additional requirements for occupying the academic position "professor" in the scientific field of Marketing (price policy).

### **3. Evaluation of the candidate's educational and teaching activities**

It is evident from the presented report on the educational and teaching activities for the last ten academic years that Assoc. Dr. Tatyana Netseva-Porcheva annually performed the requirements for study load, such as the total volume of lectures for this period is 2359 hours - an average of 235.9 hours of lectures per year, and the number of seminar classes is 1365 hours, i.e. an average of 136.5 hours per year, which exceeds the regulatory requirements of the Law for academic staff development in the Republic of Bulgaria (ZRASRB. The candidate for the competition has lectured on several academic disciplines in bachelor's and master's degrees, namely: Pricing Policy, Transfer Pricing, Marketing, B2B Marketing, and Visual Design. Associate Professor Dr. Netseva-Porcheva has taught 2 courses in English for the past 8 years - "Prices and Pricing" and "Pricing Policy", with a total of 330 lecture hours for the period, and an average of 41 hours of lectures in English per year and added to the hours in Bulgarian language, a high over-normative workload is observed.

The reference for meeting the quantitative requirements of the candidate for the academic position "professor" shows that during the period after her first habilitation, Assoc. Dr. Tatiana Netseva was selected as the supervisor of two Ph.D. students from the Department of "Marketing and Strategic Planning" at the Faculty of " Management and Administration", who have successfully defended their dissertation works. According to my impressions from the period when I taught at UNSS - in the Special Marketing program at UNSS in English, and from my contacts with colleagues from the department, and students, Assoc. Prof. Netseva is a respected university teacher and colleague who shows in her everyday work, are professional competence, responsibility, and academic ethics.

### **4. Evaluation of the candidate's scientific works and research activity**

#### **4.1. General characteristics of scientific works**

An unquestionably important part of the academic activity of every university professor is his scientific and publication activity, through which he presents the results of his research to the scientific community in his thematic area and makes them public for scientific discussions and training in his disciplines. Prof. Netseva-Porcheva has submitted for review a complete list of her publications, which are as follows:

- One monograph: Pricing in Bulgaria: Marketing approach, IC-UNSS, 2021, ISBN: 978-619-232-439-1, 200 pages.

- 21 scientific articles and reports, of which 13 scientific articles - 2 of them published in a journal that is referenced and indexed in Scopus, namely "Economic Research" of the BAS (#2 and #3 in the list), editions 2019 and 2020 year. The remaining 11 articles were published in peer-reviewed journals and publications of various universities in Bulgaria such as UNSS, University of Economics-Varna, Burgas Free University, Southwest University in Blagoevgrad, etc. A total of 6 of the articles are in English, with a very good scientific style.

- 8 papers from international conferences, held both in Bulgaria and in other countries such as Greece, Serbia and Albania., were submitted for review;

- Chapter in a collective monograph on "Adaptation of the price strategies of companies operating in Bulgaria in the conditions of economic crisis" in: Mladenova, G. et al. (#23).

- University textbook: Netseva-Porcheva, T., Price policy, Sofia, IC-UNSS, 2023, ISBN: 978-619-232-716-3, 208 pages (#24).

Upon a meaningful review and reading of the publications, the fact that the predominant part of the scientific production is independent works characterized by a scientific approach, clearly formulated research objectives, a deep theoretical basis and precision in the terminology, presented in an understandable way and for a wider audience, makes a positive impression. audience, not just for a narrowly specialized scientific community.

#### **4.2. Thematic directions in the candidate's scientific publications and research**

A more in-depth reading and review of the scientific works of Assoc. Prof. Dr. Netseva-Porcheva shows that we can summarize them in 4 more aggregated groups, namely:

- Value-based pricing and factors influencing pricing decisions in pricing (#1, #2, #6, #9, #11, #14);

- Relationship between price targets and price strategies and pricing of companies in Bulgaria in conditions of economic crisis (+1, #3, #5, #12, #13, #17, #18, #20, #23);

- Pricing of investment products and pricing of waste, pricing of telecommunications services and advance pricing agreements as a means of preventing and resolving disputes (#8, #17, #10, #1);

- Pricing strategies for the product mix in the digital environment and pricing strategies in the digital environment according to the payment model (#20, #21, #22);

Several scientific publications are on other topics, namely one of the articles is on the topic "Use of transfer prices in company management" (#7), and another article is on the topic "Pricing of services in Bulgaria" (#19), the topic of which is extremely relevant, since modern economies are mainly economies of opportunities, incl. and the Bulgarian one, where almost 2/3 of GDP is created by services.

As a general assessment, I would like to emphasize that the issues addressed in the publications are current and important for the Bulgarian market, and especially the newer marketing approach to price targets and strategies. In addition, the clear and correct scientific style of the candidate's publications on the competition makes a positive impression, which

makes them readable and understandable even for an audience without special knowledge of pricing and pricing strategies. At the same time, another strength of her scientific works is the fact that in each publication the author's own opinion is felt along with the cited established opinions and those of the mentioned authors in the given thematic area.

#### **4.3. Evaluation of monographs as an independent object of review**

The candidate for the competition submitted for review the independent monograph on the topic "Pricing in Bulgaria: Marketing Approach" (#1), which contains professionally sound empirical research with clear and logical conclusions. The author has set herself the goal, through quantitative and qualitative research, to investigate the pricing practices of companies operating in Bulgaria and to prepare a profile of the companies according to the adopted pricing strategy (p.37). The set research tasks are clearly defined, 12 research hypotheses are developed for testing, and the research toolkit, its conceptual model, as well as the content of the quantitative research tool is described in detail and in a logical sequence (pp. 49-54). The clear presentation of the research methodology with the comprehensive justification of the used methods and statistical tests to verify the established hypotheses and achieve the research goals also makes an excellent impression (p. 55-64).

The main method of data collection for the qualitative research was correctly selected, namely an in-depth interview, and for the quantitative research, a personal online survey was used using the survey method ( p=39-40). The analysis of the empirical data was carried out using the software product SPSS, and more precisely, the methods of hypothesis testing, factor, and cluster analysis were used. Assoc. Prof. Netseva-Porcheva has developed a methodology consisting of 2 blocks (p. 55), based on which she makes her analysis of the pricing practice of companies on the Bulgarian market and her research, and enable her to reach important conclusions, namely: The pricing decisions of companies are made at the highest managerial level and that most companies operating in Bulgaria most often apply the cost-calculating method of pricing, i.e. the costs of production and realization of the product, and the other 2 approaches used are "prices of competitors" and "perceived value of the product to the customer"(p. 91-95 ).

Very important in this case is the conclusion based on the empirical data that while in the earlier studies, the definition prevails to cost, profit, and competitor pricing objectives and the use of cost- and competition-oriented pricing strategies, later research pays particular attention to customers, and in particular to the value of the product to the customer, both in terms of pricing objectives and in terms of pricing strategies ( p.113). In practice, this means that Assoc. Prof. Dr. Netseva-Porcheva has established with the 2 studies that a change in the pricing paradigm is being observed: a new orientation of goals and strategies and, more precisely, an orientation in which the focus of companies is consumer value. And I believe that, in her opinion, the need to rethink the basic principles of pricing and conducting new price studies is quite justified. A strong point of the monographic work is that with the conducted research, dedicated to the pricing of companies operating in Bulgaria and more precisely for the first time from the point of view of the marketing approach, an attempt is made to fill a certain gap in theoretical and practical knowledge in our country on pricing.

One of the serious contributions to the topic of the pricing practice of companies in Bulgaria is the methodology developed, which includes the study of the relationships between pricing targets, and strategies, and the preparation of well-structured company profiles according to their pricing strategy. The author has researched and defined the barriers to the use of the

price strategy based on the value of the product for the customer (p. 115-116) and the attitudes of the companies regarding the orientation and implementation of this price strategy have also been studied. The monograph also contains theoretical contributions and applied results, some of which represent original contributions to the development of pricing policy theory and practice, which will be described in the candidate's contributions section.

### **Participation in scientific and educational projects**

For the period from 2009 to 2022, the candidate of the contest actively participated as an expert, co-author, participant and reviewer in 6 national scientific and educational projects for the needs of the university, funded by various programs. The topics and goals of the projects are essential for the quality of higher education, the most important of which are the following projects: 1. Project BG051PO001-4.3.04-00 "Development of electronic forms of distance learning at the National University of the National Academy of Sciences - creating opportunities for increasing education and successful professional realization "; 2. Project BG051PO001-3.1.07-0059 "Updating the curricula and programs in the Bachelor's College for the professional field of Economics in accordance by the needs of the labor market to build a knowledge-based economy; 3. Project BG051PO001-3.3.06-0032 "The training of doctoral students, innovators, visionaries, target analysts and implementers - an investment with European dimensions; 4. Project BGO5M2OP001-2.016-0004-C01 "Economic Education in Bulgaria 2030", financed by the Operational Program "Science and Education for Smart Growth", co-financed by the European Union through the European Structural and Investment Funds (see Reference on the implementation of the quantitative indicators ).

### **5. Scientific contributions of the candidate in the contest**

After the analytical review and reading of the scientific production of the candidate for the competition, I would emphasize, that I accept the contributions formulated by her, but I make a certain rearrangement of the 2 types of contributions, as I consider that pointed scientific contribution 2 is more applied and belongs to the second contributions group, as it represents a description of the current profiles of the companies operating on the Bulgarian market. Therefore, I accept that Prof. Netseva-Porcheva has 3 indisputable scientific contributions and 4 indisputable scientific and applied contributions.

#### **I. Scientific contributions**

1. Contribution to the scientific knowledge of the relationship between pricing objectives and pricing strategies. Which of the three pricing strategies is established- pricing strategy based on costs, pricing strategy based on competitors' prices and pricing strategy based on the "value of the product for the customer", is applied by companies according to the set price targets. [Publications 1, 3]

2. The theory of value pricing has been further developed and enriched. It has been found that the product value for the customer-based pricing strategy can lead to better financial results compared to cost-based pricing strategy and competitor price-based pricing strategy. Barriers to the use of the customer value-based pricing strategy are identified and business attitudes toward switching to this pricing strategy are explored [Publications: 1, 6, 14].

3. The scope of existing knowledge on the specifics of investment product pricing, service pricing, transfer pricing, and waste pricing has been expanded. The findings are justified based

on the specifics of the relevant products, their purpose, the nature of their demand, and the characteristics of the market participants [Publications: 7, 8, 9, 10, 16, 19].

## **II. Applied contributions of the scientific works**

1. A methodology for empirical research (qualitative and quantitative) on the pricing of companies has been developed and approved. It has been established how the companies operating in Bulgaria determine the prices of the products. The most used price targets, strategies, methods, pricing tactics, and reasons for adjusting prices over time are revealed [#1, #11, #12, #13, #15].

2. A methodology for profiling companies according to the adopted price strategy has been developed and tested. The methodology involves researching the relationships between pricing targets and pricing strategies. It has been established that the cost pricing strategy is mainly applied by small firms, the competitive pricing strategy by medium-sized firms, and the value pricing strategy by micro firms. [#1, #2]. The written methodology guides the managers responsible for prices and pricing in their companies, which pricing strategies to use according to the set price goals and the profile of the company. [#1, #2,#3]

3. The knowledge about the price behavior of companies in a digital environment has been further developed and enriched. Through empirical research, it has been established that the pricing strategies of the majority of companies do not differ between online and offline sales [#22]. The most frequently used pricing strategies in the digital environment are derived according to three criteria: according to the used revenue model [#22], according to the product mix [# 21, #22] and according to the payment model [#20, #22].

4. The knowledge on an important problem has been enriched, namely on the price behavior of companies in Bulgaria, in conditions of economic crisis. It has been found that most companies that initiate price changes adapt prices to customers' reduced ability to pay. Specific recommendations for pricing in conditions of economic crisis have been developed, which can be useful for managers [#5; #17; #23].

## **6. Critical notes and recommendations to the candidate**

After sharing my assessment above regarding the overall scientific research and publication activity of Assoc. Prof. Dr. Netseva-Porcheva I have no serious criticisms, but I would make 1 collegial recommendation:

- Due to the importance of the subject of pricing for companies operating in Bulgaria, it would be good for Assoc. Prof. Netseva-Porcheva to conduct another study in 1-2 years using his proven methodology, but also to make a comparative analysis of the financial results of the companies when applying of different pricing strategies. It is also recommended to publish scientific studies or an article with the results of the research in English in a journal with a high impact factor.

## **CONCLUSION**

In conclusion, the candidate for the competition Assoc. Prof. Dr. Tatyana Netseva-Porcheva fully meets the conditions of Article 24, paragraphs 1, 2, 3, 4, 5 of the ZRASRB and the Regulations for its application in the UNSS regarding the conditions and procedures for

employment in academic positions. Her high professional expertise in the scientific field in which she teaches, researches, and writes gives me the reason **to express my positive assessment and vote with full conviction for the election of Assoc. Prof. Dr. Tatiana Netseva-Porcheva as a professor in professional direction 3.8. Economics, Scientific specialty Marketing (Price policy).**

25.11.2023

Burgas

Reviewer: .....

**Prof. Lina Anastassova Ph.D.**