



СТ А Н О В И Щ Е

От: **проф. д-р Иван Йочев Боевски**

Нов български университет (НБУ)

3.8. ИКОНОМИКА (БИЗНЕС МАРКЕТИНГ И БИЗНЕС МЕНИДЖМЪНТ)

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по научна специалност в УНСС.

Автор на дисертационния труд: *Марина Юлиянова Тодорова*

Тема на дисертационния труд: **ЦЕНОВИ ВЛИЯНИЯ ВЪРХУ БРАНД ИМИДЖА**

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 898/25.03.2026 г. на Зам.-ректора по научноизследователска дейност на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма МАРКЕТИНГ към катедра Маркетинг и стратегическо планиране, факултет Управление и администрация на УНСС по научна специалност съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС № 1187/21.04.2021 г. Обучението е осъществено в редовна форма през периода 07.04.2021 г. – 07.04.2024 г.

По процедурата кандидатът е представил автобиография, в която е описана информацията за него.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Докторатът представлява самостоятелно, стройно, логическо и задълбочено изследване. Той е с общ обем от 198 страници, структуриран стандартно за българската академична среда във въведение, три глави, заключение, използвана литература (14 източника на български и 70 на английски език; както и 6 бр. други източници) и приложения. Този обем и структура притежава параметри, които са в границите на приемливото и обичайното за подобни научни разработки. Дисертационният труд отговаря

на изискванията на чл. 27, ал. 2 от Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Република България. Използваните източници демонстрират осведомеността на дисертанта по проблематиката, разглеждана в дисертационния труд, която оценявам като достатъчна. Цитирането в дисертационния труд е коректно. Стилът е стегнат и точен. Текстът е написан на разбираем научен език. В дисертационния си труд авторът демонстрира умения за умело боравене с научни понятия и придържане към научен стил на изложението. Правилно е маркирал ограничителните условия на изследването, въз основа на които са очертани няколко основни насоки за бъдещи научни изследвания, които да надградят резултатите от настоящия дисертационен труд и да допринесат за по-нататъшното развитие на научното познание в областта на маркетинга.

Актуалността на темата е прецизно обоснована чрез 5 аргументирана, които приемам напълно.

Научно-изследователският въпрос е формулиран така: „*Как и в каква степен цената влияе върху възприятието за качество на продуктите?*“ Считам, че той е акуратен и прецизен и дава адекватна основа за структурирането на цялостното изложение на разработката.

Целта е представена както следва: да се идентифицират закономерности между цената и възприятието за качество и бранд имиджа, както и да се обогати разбирането за ролята на цената в потребителското поведение чрез прилагане на емпирично обоснован модел за оценка на ценовите ефекти при различни продуктови категории. Така формулираната цел е декомпозирана логически в 7 **задачи**. Те са ясно и точно формулирани, освен това и достатъчно конкретни. Изпълнението на задачите позволява да се постигне поставената цел. Целта и задачи обхващат в пълнота цялостната изследователска програма на доктората.

Тезата е формулирана както следва: „Цената функционира като комуникационен сигнал, който оказва съществено влияние върху възприеманото качество и бранд имиджа, като силата на това влияние варира в зависимост от продуктовата категория.“ Тази теза е конкретизирана в четири изследователски **хипотези**. Наред с тях докторантът формулира във всяко конкретно изследване и **специфични работни хипотези**, които са подложени на статистическа проверка.

В обобщение моята оценка е следната: Считам, че дисертационният труд е добре структуриран и разглежда актуална и значима тема. Оценявам положително аргументирания избор на научно-изследователски въпрос, обект и предмет на изследване и приемам, че изследователската цел е постигната. Поставените задачи са изпълнени. Докторантът отлично

познава актуалното състояние на проблема, а литературните източници са коректно цитирани в съответствие с приетите академични стандарти.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Представеният за оценяване дисертационен труд се отличава с ясна и последователна логическа структура, проявена както на равнище глави, така и във вътрешната организация на отделните раздели. Формулираната изследователска цел е постигната чрез систематично преминаване от теоретично изясняване на проблематиката към нейното емпирично изследване. Налице е добра съгласуваност между цел, задачи, подобаващо избран и използван методологичен инструментариум и получени научни и научно-приложни резултати, което свидетелства за прецизност и адекватна организация на изследването.

Направените изводи са логично обосновани и произтичат от проведените анализи и експериментални изследвания, като в отделни аспекти аргументацията би могла да бъде допълнително усилена. Логическата последователност на изложението позволява убедителна верификация на изследователската теза и хипотезите, както и формулиране на коректни обобщения, свързани с постигането на целта и решаването на поставените задачи.

Стилът и езикът на изложението са научни, ясни и прецизни. Използваният терминологичен апарат е последователен и коректен, което отразява добра теоретична подготовка и увереност при боравене с научни понятия.

Докторантът демонстрира научна зрялост и способност за самостоятелно изследване на сложни процеси. Трудът успешно интегрира теоретични постановки с емпиричен анализ. Авторът показва отлична ориентация в релевантната научна литература и работи уверено в утвърдените теоретични рамки, като проявява академичен реализъм при интерпретацията на резултатите.

В подкрепа на гореизложената оценка идентифицирам следните основни научни и научно-приложни резултати на дисертационния труд:

На първо място, дисертационното изследване потвърждава формулираната изследователска теза, че цената функционира не само като икономически, но и като комуникационен инструмент, който оказва съществено влияние върху възприеманото качество и бранд имиджа. Докторантът верифицира положително нееднородността на това влияние, което варира в зависимост от продуктовата категория. Това придава допълнителна аналитична дълбочина на изследването.

На второ място, като значим научен резултат откроявам разработването и емпиричната валидация на модел на взаимовръзката

„цена – възприемано качество – бранд имидж“. Той демонстрира въздействието на цената върху потребителското поведение като предимно индиректно и неговата реализация чрез имиджовите компоненти на продукта. По този начин докторантът разширява съществуващите теоретични постановки в областта.

На трето място проведените експериментални изследвания в две продуктови категории (бързо оборотни и дълготрайни стоки) доказват безспорно сигналната функция на цената. Тази функция формира очаквания за качеството и възприеманата стойност. По този начин цената активно участва в изграждането на бранд имиджа. Този резултат има ясно изразена емпирична обоснованост и потвърждава релевантността на използваната методика.

На четвърто място, докторанта установява диференциращата роля на цената в зависимост от типа продукт: при бързо оборотните стоки цената влияе основно върху оценката на конкретни атрибути, докато при дълготрайните продукти тя оказва по-силно въздействие върху цялостните нагласи към марката и възприеманата стойност. Това допринася за по-прецизно разбиране на инструментариума и механизмите при формиране на бранд имидж и аргументира необходимостта от адаптивни ценови стратегии.

На пето място, резултатите имат отчетлив научно-приложен принос, тъй като обосновават разглеждането на цената като елемент от комуникационната стратегия на бранда, а не единствено като инструмент за генериране на приходи. Кандидатът показва необходимостта от съгласуването на ценовата политика с позиционирането на бранда и с клиентските очаквания. По този начин се създават предпоставки за изграждане на устойчив бранд имидж и за повишаване на възприеманата стойност.

В обобщение, получените резултати допринасят както за развитието на маркетинговата теория чрез предоставяне на емпирични доказателства за ролята на цената като комуникационен сигнал, така и за практиката, като очертават конкретни насоки за по-ефективно използване на цената в управлението на бранд имиджа на конкретна компания дори.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Приносите, свързани с доктората, са включени като част от Автореферата и са общо 6 на брой. Те са групирани както следва: 2 броя приноси в областта на теорията; 2 броя приноси в областта на методологията и 2 броя приноси в областта на практиката.

Оценката по отношение на тях изисква да отбележа, че е налице както логическа последователност в тяхното формулиране, така и ясно изразена

приложна насоченост. Приемам, че те представят достатъчно адекватно постиженията на докторанта, и че те допринасят за обогатяване на теоретичните постановки и притежават практическа приложимост.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Представени са 3 броя публикации. 2 от тях са под печат. 1 на български език и 2 на английски.

Публикациите са по темата на дисертацията и представят пред научната общност части от труда. По своите тип и обем публикациите покриват минималните национални изисквания за присъждане на ОНС „Доктор“.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът е представен на български и английски език и е в общ обем от 74 страници за двата езика. Той съдържа всички необходими реквизити, разработен е коректно и в достатъчна степен отразява структурата, съдържанието и приносните моменти на доктората.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Критични бележки, препоръки и въпроси нямам.

8. Заключение

Въз основа на извършената цялостна научна оценка считам, че докторатът на тема **„ЦЕНОВИ ВЛИЯНИЯ ВЪРХУ БРАНД ИМИДЖА“** представлява завършено и самостоятелно научно изследване с ясно формулирана изследователска теза, аргументирана методология и значими научни и научно-приложни приноси и резултати.

На това основание давам **ПОЛОЖИТЕЛНА ОЦЕНКА** на дисертационния труд и предлагам на уважаемото научно жури да присъди на **Марина Юлиянова Тодорова** образователната и научна степен **„ДОКТОР“** по професионално направление 3.8 Икономика, научна специалност „Маркетинг“.

Дата 03.04.2024 / София

Подпис:



OPINION

By: **Prof. Ivan Yochev Boevsky, PhD**

New Bulgarian University (NBU)

3.8. ECONOMICS (BUSINESS MARKETING AND BUSINESS MANAGEMENT)

Subject: Dissertation for the award of the educational and scientific degree **"doctor"** in a scientific specialty at the UNWE.

Author of the dissertation: **Marina Yulianova Todorova**

Dissertation topic: **"PRICE INFLUENCES ON BRAND IMAGE"**

Reason for submitting the opinion: participation in the scientific jury for the defense of the dissertation work according to Order No. 898/25.03.2026 of the Vice-Rector for Research of the UNWE.

1. Information about the dissertation candidate

The dissertation candidate studied under the doctoral program **MARKETING** at the *Department of Marketing and Strategic Planning, Faculty of Management and Administration* of the UNWE in a scientific specialty in accordance with the Order of the Vice-Rector for Research and Development of the UNWE No. 1187/21.04.2021. The training was carried out in a regular form during the period 07.04.2021 - 07.04.2024.

Under the procedure, the candidate submitted a CV, which described information about him.

2. General characteristics of the presented dissertation work

The doctoral thesis is an independent, coherent, logical and in-depth study. It has a total volume of 198 pages, structured in a standard manner for the Bulgarian academic environment in an introduction, three chapters, conclusion, used literature (14 sources in Bulgarian and 70 in English; as well as 6 other sources) and appendices. This volume and structure have parameters that are within the limits of what is acceptable and customary for such scientific works. The dissertation meets the requirements of Art. 27, para. 2 of the Regulations for the Implementation of the Act on the Development of the Academic Staff in the

Republic of Bulgaria. The sources used demonstrate the doctoral candidate's awareness of the issues considered in the dissertation, which I assess as sufficient. The citation in the dissertation is correct. The style is concise and accurate. The text is written in understandable scientific language. In his dissertation, the author demonstrates skills for skillful handling of scientific concepts and adherence to a scientific style of presentation. He has correctly marked the limiting conditions of the study, based on which several main directions for future scientific research have been outlined, which will build on the results of the current dissertation and contribute to the further development of scientific knowledge in the field of marketing.

The relevance of the topic is precisely justified by 5 arguments, which I fully accept.

The research question is formulated as follows: "*How and to what extent does price affect the perception of product quality?*" I believe that it is accurate and precise and provides an adequate basis for structuring the overall presentation of the development.

The goal is presented as follows: to identify patterns between price and perception of quality and brand image, as well as to enrich the understanding of the role of price in consumer behavior by applying an empirically based model for assessing price effects in different product categories. The goal formulated in this way is logically decomposed into 7 **tasks**. They are clearly and precisely formulated, and sufficiently specific. The implementation of the tasks allows achieving the set goal. The goal and tasks fully cover the entire research program of the doctorate.

The thesis is formulated as follows: "Price functions as a communication signal that has a significant impact on perceived quality and brand image, with the strength of this influence varying depending on the product category." This thesis is specified in four research **hypotheses**. **Along with them, the doctoral student formulates specific working hypotheses** in each specific study, which are subjected to statistical testing.

In summary, my assessment is as follows: I believe that the dissertation is well structured and addresses a current and significant topic. I positively assess the well-reasoned choice of a research question, object and subject of study and I assume that the research goal has been achieved. The tasks set have been completed. The doctoral student is well aware of the current state of the problem, and the literary sources are correctly cited in accordance with accepted academic standards.

3. Evaluation of the obtained scientific and applied scientific results

The dissertation submitted for evaluation is distinguished by a clear and consistent logical structure, manifested both at the level of chapters and in the

internal organization of the individual sections. The formulated research goal has been achieved through a systematic transition from theoretical clarification of the issue to its empirical study. There is good coherence between the goal, tasks, appropriately selected and used methodological tools and obtained scientific and scientific-applied results, which testifies to the precision and adequate organization of the research.

The conclusions drawn are logically justified and stem from the conducted analyses and experimental studies, and in some aspects, the argumentation could be further strengthened. The logical sequence of the presentation allows for convincing verification of the research thesis and hypotheses, as well as the formulation of correct generalizations related to achieving the goal and solving the tasks set.

The style and language of the presentation are scientific, clear and precise. The terminology used is consistent and correct, which reflects good theoretical preparation and confidence in handling scientific concepts.

The doctoral student demonstrates scientific maturity and the ability to independently investigate complex processes. The work successfully integrates theoretical propositions with empirical analysis. The author shows excellent orientation in the relevant scientific literature and works confidently within the established theoretical frameworks, demonstrating academic realism in the interpretation of the results.

In support of the above assessment, I identify the following main scientific and applied scientific results of the dissertation work:

Firstly, the dissertation research confirms the formulated research thesis that price functions not only as an economic, but also as a communication tool, which has a significant impact on perceived quality and brand image. The doctoral student positively verifies the heterogeneity of this influence, which varies depending on the product category. This gives additional analytical depth to the research.

Secondly, as a significant scientific result, I highlight the development and empirical validation of a model of the relationship "price - perceived quality - brand image". It demonstrates the impact of price on consumer behavior as primarily indirect and its realization through the image components of the product. In this way, the doctoral student expands the existing theoretical statements in the field.

Thirdly, experimental studies conducted in two product categories (fast-moving consumer goods and durable goods) prove beyond doubt the signaling function of price. This function shapes expectations about quality and perceived value. In this way, price actively participates in building brand image. This result

has a clearly expressed empirical justification and confirms the relevance of the methodology used.

Fourth, the doctoral student establishes the differentiating role of price depending on the type of product: in fast-moving goods, price mainly influences the evaluation of specific attributes, while in durable products it has a stronger impact on overall brand attitudes and perceived value. This contributes to a more precise understanding of the tools and mechanisms in brand image formation and argues for the need for adaptive pricing strategies.

Fifth, the results have a clear scientific and applied contribution, as they justify considering the price as an element of the brand's communication strategy, and not only as a tool for generating revenue. The candidate shows the need to align the pricing policy with the brand's positioning and customer expectations. In this way, prerequisites are created for building a sustainable brand image and increasing perceived value.

In summary, the results obtained contribute both to the development of marketing theory by providing empirical evidence for the role of price as a communication signal, and to practice by outlining specific guidelines for more effective use of price in brand image management.

4. Evaluation of scientific and applied scientific contributions

The contributions related to the doctorate are included as part of the Abstract and are 6 in total. They are grouped as follows: 2 contributions in the field of theory; 2 contributions in the field of methodology and 2 contributions in the field of practice.

The assessment of them requires me to note that there is both a logical consistency in their formulation and a clearly expressed applied focus. I accept that they adequately present the achievements of the doctoral student and that they contribute to the enrichment of the theoretical statements and have practical applicability.

5. Evaluation of dissertation publications

Three publications are presented. Two of them are in print. One in Bulgarian and 2 in English.

The publications are on the topic of the dissertation and present parts of the work to the scientific community. In terms of their type and volume, the publications meet the minimum national requirements for the award of the ONS "Doctor".

6. Evaluation of the abstract

The abstract is presented in Bulgarian and English and is 74 pages in total for both languages. It contains all the necessary details, is developed correctly and sufficiently reflects the structure, content and contributions of the doctoral thesis.

7. Critical notes, recommendations and questions

I have no critical comments, recommendations or questions.

8. Conclusion

Based on the completed comprehensive scientific evaluation, I believe that the doctoral thesis on the topic "***PRICE INFLUENCES ON BRAND IMAGE***" **represents a complete and independent scientific study** with a clearly formulated research thesis, a reasoned methodology and significant scientific and applied scientific contributions and results.

On this basis, I give a **POSITIVE ASSESSMENT** to the dissertation work and propose to the esteemed scientific jury **to award** Marina ***Yulianova Todorova*** the educational and scientific degree "**DOCTOR**" in the professional field 3.8 Economics, scientific specialty "Marketing".

Date 03.04.2024 / Sofia

Signature: