

## Югозападен университет „Неофит Рилски“

### СТАНОВИЩЕ

**на проф.д.ик.н. Юлия Маркова Дойчинова** - член на научно жури в конкурс за заемане на академичната длъжност ПРОФЕСОР, обявен от ЮЗУ „Неофит Рилски“ в ДВ. бр. 37 / 26.04.2024 г. по научната специалност 3.8. Икономика (Маркетинг (Маркетинг, ценова политика на предприемаческия бизнес, предприемачество)), с кандидат доц. д-р **Вяра Василева Кюрова**  
**Относно:** научната, научно-приложната и професионално-академичната дейност и продукция

#### I. Обобщени данни за научната продукция и дейността на кандидата

Преподавателската кариера на кандидата стартира през 2005г. като асистент в Стопанския факултет на Югозападния университет, а от 2014 г. е доцент по научната специалност “Маркетинг”. През периода октомври 2015 г. - октомври 2023 г. е заместник декан по учебната дейност в Стопанския факултет, а от януари 2024 г. е избрана за Заместник ректор по образователни дейности – бакалавърски програми и акредитация в ЮЗУ „Неофит Рилски“.

В конкурса за „професор“ кандидатът участва с 38 публикации с общ обем от 830 страници, групирани по следния начин: Монографии – 3 броя, 362 страници (в т.ч. 1 бр. самостоятелна); Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация – 9 броя, 98 страници в т.ч. 2 броя самостоятелни публикации; Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове – 21 броя с 221 страници, в т.ч. 6 самостоятелни; Студии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация – 1 колективна с 24 стр.; Студии, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове – 1 колективна с 21 страници; Учебници и учебни помагала – 3 броя колективни с 204 стр.

Научната продукция на доц. Кюрова набера общо 1561,4 точки и чувствително (2,7 пъти) надвишава минималните национални изисквания по чл. 2б, ал. 2, 3 и 5 от ЗРАСРБ и Приложение към Чл.1а на ППЗРАСРБ. Най-много точки (495 броя – 31 %) са набрани са от цитирания или рецензии в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни.

Кандидатът развива активна изследователска дейност чрез участие в 4 международни, 3 национални и 10 университетски научни и образователни проекта. Тя е била ръководител на 4 успешно защитили докторанти.

Доц. д-р Кюрова изнася лекции и води упражнения в ОКС Бакалавър, ОКС Магистър и ОНС Доктор по 15 учебни дисциплини, в т.ч. и на английски език.

## **II. Научноизследователска дейност.**

Представените научни трудове могат да бъдат групирани в три тематични направления. Най-многобройни са публикациите в областта на маркетинга и ценова политика на предприемаческия бизнес (18 броя), следвани от изследванията по проблемите на мениджмънта на предприемаческата дейност при различните икономически и социални сектори (16 броя) и учебници (3 бр.).

Съдържащите се в продукцията приноси имат характера на доразвиване и обогатяване на научни знания в изследваните области, както и на адаптиране на методически подходи и разработване на методики за анализ и оценка. Те могат да бъдат обобщени като:

- Аргументирана и оценена е ролята на ценовата политика за развитие на предприемаческия бизнес, разкрита е нейната факторна обусловеност и е анализирано влиянието на ценообразуващите фактори(1, 3, 38).

- Разработена е типологията на ценовите цели на предприемаческия бизнес и характерните черти на ценовите му стратегии, както и на факторите, оказващи влияние върху характера им и тяхната стабилност. Изяснени са същността, предимствата и недостатъците на подходите за ценообразуване и са представени ограниченията, влияещи върху техния избор (1, 38).

- Изведена е ролята на маркетинговата ориентация за развитието на фамилияния бизнес и са изяснени компонентите ѝ. Анализирани са процеса на стратегическото управление на маркетинга и ролята му за ефективно управление и устойчиво развитие на бизнеса. Установени са зависимости между маркетинговата гъвкавост и резултати, както и основни проблеми при управлението и реализацията на маркетинговата политика на фамилияните предприятия в туризма в България и са изведени насоки (3, 9, 21, 29, 32, 36, 37).

- Доразвити са същността и измерителите на корпоративния имидж, на маркетинговия и иновационния потенциал на предприятията и зависимостите им с конкурентоспособността. Разработена и приложена е система от индикатори за анализ и оценка на влиянието на външните фактори на конкурентоспособността и са определени индикатори за анализ и оценка на маркетинговия и иновационния потенциал (Публ. с № 5, 14, 15, 16, 27, 33).

- Изяснена и оценена е комуникационната политика в сектора на търговията и са изведени препоръки за подобряването ѝ. На тази база са обобщени теоретичните постановки за потребителската удовлетвореност и факторите, които ѝ влияят. (18, 19, 25, 28)

- Оценени са възможностите, които международната маркетингова дейност предоставя за развитие на фамилия бизнес. Разгледани са факторите на културната среда и са изведени проблемите при набирането на маркетингова информация за тези фактори.(23, 26).

- Обобщени и анализирани са теоретични постановки за предприемачеството и различни негови аспекти (младежко, социално и фамилия предприемачество; предприемачество в МСП). Установени са връзки, зависимости, основни проблеми и са предложени решения за бъдещото развитие (Публикации с № 2, 4, 6, 10, 11, 12, 13, 17, 20, 22, 24, 30, 31, 34, 35).

- Оценени са принципите на лийн концепцията и същността на лийн мениджмънта като успешен подход в сферата на туризма. Анализирани са процесите на дигитализация на предприемаческия бизнес и дигиталния маркетинг като компонент на цялостната маркетингова стратегия на предприемаческия бизнес (Публикации с № 4, 7, 13, 17, 20, 22, 30, 34).

- Оценена е ролята на предприемачеството в културните и творческите индустрии за икономиката и обществото. Разработени са два модела на предприемачество в зависимост от организацията на предприемаческия процес в сферата на културата (Публ. № 2, 6, 12, 31, 35).

- Обогатени са знанията за основните видове иновации и е разработена е система от показатели за оценка на иновационния потенциал на фамилия бизнес в сферата на хотелиерството в България. (10, 11, 34)

- Оценени са компетенциите на предприемачите в областта на ценовата политика и с използването на количествен подход са изследвани „меките” умения, необходими в сферата на туризма. Предложен е модел на предприемаческите компетенции.(1, 8, 24)

Кандидатът е представил информация за 67 цитирания, в т.ч. 33 цитирания в издания, индексирани в световни бази данни, което доказва високата обществена оценка на научната продукция.

Доц. Кюрова е член редколегиите на 10 научни списания в България и други страни; главен редактор е на списание „Предприемачество“ и е член на организационни комитети на значителен брой научни форуми.

### **Заключение.**

Въз основа на направения анализ на научната и преподавателската дейност на кандидатката считам, че доц. д-р Вяра Василева Кюрова напълно отговаря на изискванията на ЗРАСРБ, ППЗРАСРБ и Правилника на Югозападния университет за неговото приложение. Тя е изграден преподавател и изследовател в областта на маркетинга, ценова политика на предприемаческия бизнес и предприемачеството със значителен брой публикации с научни приноси в обхвата на обявения конкурс. Всичко това ми дава основание да оценя **ПОЛОЖИТЕЛНО** цялостната ѝ дейност.

Позволявам си да предложа на почитаемото Научно жури също да гласува положително, а Факултетният съвет на Факултета по икономика при Югозападния университет – Благоевград да избере доц. д-р Вяра Василева Кюрова за „**професор**“ по научната специалност 3.8. Икономика (Маркетинг (Маркетинг, ценова политика на предприемаческия бизнес, предприемачество)).

30.07.2024г.

**ИЗГОТВИЛ**

**СТАНОВИЩЕТО:.....**

(проф.д.ик.н.Ю.Дойчинова)

## **Southwest University "Neofit Rilski"**

### **OPINION**

of Prof. D.Sc. Julia Markova Doitchinova - member of the scientific jury in the competition for the academic position of PROFESSOR, announced by the Southwestern University "Neofit Rilski" in the State Gazette. no. 37/ 26.04.2024 on the scientific specialty 3.8. Economics (Marketing (Marketing, price policy of entrepreneurial business, entrepreneurship)), with candidate Assoc. Prof. Dr. Vyara Vasileva Kyurova

Regarding: the scientific, scientific-applied and professional-academic activity and production

#### **I. Summary data on the candidate's scientific output and activity**

The candidate's teaching career started in 2005. as an assistant at the Faculty of Economics of Southwestern University, and since 2014 he is an associate professor in the scientific specialty "Marketing". In the period October 2015 - October 2023, she was the deputy dean for academic activities at the Faculty of Economics, and from January 2024 she was elected the Deputy Rector for educational activities - bachelor's programs and accreditation at the Neofit Rilski State University.

In the competition for "professor", the candidate participated with 38 publications with a total volume of 830 pages, grouped as follows: Monographs - 3 issues, 362 pages (including 1 independent issue); Articles and reports published in scientific publications, referenced and indexed in world-famous databases with scientific information - 9 issues, 98 pages incl. 2 independent publications; Articles and reports published in non-refereed peer-reviewed journals or published in edited collective volumes - 21 issues with 221 pages, incl. 6 independent; Studies published in scientific publications, referenced and indexed in world-renowned databases of scientific information– 1 collective with 24 pages; Studies published in non-refereed

peer-reviewed journals or published in edited collective volumes – 1 collective with 21 pages; Textbooks and teaching aids - 3 collective issues with 204 pages.

The scientific output of Associate Professor Kyurova scored a total of 1561.4 points and significantly (2.7 times) exceeded the minimum national requirements under Art. 2b, para. 2, 3 and 5 of the RRSP and Annex to Article 1a of the RRSP. The most points (495 items – 31%) were collected from citations or reviews in scientific publications, referenced and indexed in world-famous databases.

The candidate develops an active research activity by participating in 4 international, 3 national and 10 university scientific and educational projects. She was the supervisor of 4 successfully defended doctoral students.

Assoc. Prof. Kyurova gives lectures and leads exercises in OCS Bachelor, OCS Master and OCS Doctor in 15 academic disciplines, incl. and in English.

## **II. Scientific research activity.**

The presented scientific works can be grouped into three thematic areas. The most numerous are the publications in the field of marketing and pricing policy of the entrepreneurial business (18 issues), followed by research on the problems of management of entrepreneurial activity in the various economic and social sectors (16 issues) and textbooks (3 issues).

The contributions contained in the production have the character of further development and enrichment of scientific knowledge in the researched areas, as well as of adapting methodological approaches and developing methodologies for analysis and evaluation. They can be summarized as:

- The role of pricing policy for the development of entrepreneurial business has been argued and evaluated, its factor conditioning has been revealed and the influence of pricing factors has been analyzed (1, 3, 38).
- The typology of the price goals of the entrepreneurial business and the characteristic features of its price strategies, as well as the factors influencing their

nature and their stability, have been developed. The nature, advantages and disadvantages of pricing approaches are clarified and the limitations affecting their selection are presented. (1, 38)

- The role of the marketing orientation for the development of the family business is brought out and its components are clarified. The process of strategic marketing management and its role for effective management and sustainable development of the business are analyzed. Dependencies between marketing flexibility and results, as well as main problems in the management and implementation of the marketing policy of family businesses in tourism in Bulgaria have been established and guidelines have been derived (3, 9, 21, 29, 32, 36, 37).

- The essence and metrics of the corporate image, the marketing and innovation potential of enterprises and their dependence on competitiveness have been further developed. A system of indicators for analysis and assessment of the influence of external factors on competitiveness was developed and implemented, and indicators for analysis and assessment of marketing and innovation potential were determined (Publication No. 5, 14, 15, 16, 27, 33).

- The communication policy in the trade sector has been clarified and evaluated, and recommendations for its improvement have been made. On this basis, the theoretical statements about consumer satisfaction and the factors that influence it have been summarized. (18, 19, 25, 28)

- • The opportunities that the international marketing activity provides for the development of the family business have been evaluated. The factors of the cultural environment were examined and the problems in gathering marketing information about these factors were pointed out (23, 26).

- Theoretical statements about entrepreneurship and its various aspects (youth, social and family entrepreneurship; entrepreneurship in SMEs) are summarized and analyzed. Relationships, dependencies, main problems are identified and solutions



are proposed for future development (Publications № 2, 4, 6, 10, 11, 12, 13, 17, 20, 22, 24, 30, 31, 34, 35).

- The principles of the lean concept and the essence of lean management as a successful approach in the field of tourism are evaluated. The processes of digitalization of entrepreneurial business and digital marketing as a component of the overall marketing strategy of entrepreneurial business are analyzed (Publications with No. 4, 7, 13, 17, 20, 22, 30, 34).
- The role of entrepreneurship in the cultural and creative industries for the economy and society is assessed. Two models of entrepreneurship have been developed depending on the organization of the entrepreneurial process in the sphere of culture (Publication No. 2, 6, 12, 31, 35).
- The knowledge about the main types of innovations has been enriched and a system of indicators has been developed to assess the innovation potential of family businesses in the field of hospitality in Bulgaria. (10, 11, 34)
- The competences of entrepreneurs in the field of pricing policy were assessed and the "soft" skills needed in the field of tourism were investigated using a quantitative approach. A model of entrepreneurial competencies has been proposed. (1, 8, 24)

The candidate has submitted information on 67 citations, including 33 citations in publications indexed in global databases, which proves the high public appreciation of scientific production.

Assoc. Prof. Kyurova is a member of the editorial boards of 10 scientific journals in Bulgaria and other countries; is the editor-in-chief of the magazine "Entrepreneurship" and is a member of organizational committees of a significant number of scientific forums.

### **Conclusion.**

Based on the analysis of the scientific and teaching activities of the candidate, I believe that Assoc. Prof. Dr. Vyara Vasileva Kyurova fully meets the requirements

of the LRASRB, PPLRASRB and the Regulations of the Southwestern University for its application. She is an established teacher and researcher in the field of marketing, pricing policy of entrepreneurial business and entrepreneurship with a significant number of publications with scientific contributions within the scope of the announced competition. All this gives me reason to positively evaluate her overall activity.

I take the liberty of proposing to the honorable Scientific Jury to also vote positively, and the Faculty Council of the Faculty of Economics at Southwestern University - Blagoevgrad to elect Associate Professor Dr. Vyara Vasileva Kyurova as a "professor" in the scientific specialty 3.8. Economics (Marketing (Marketing, price policy of entrepreneurial business, entrepreneurship)).

30.07.2024

MADE IT

THE OPINION:..... (Prof. D. Sc. J. Doitchinova)