

## РЕЦЕНЗИЯ

*от: проф. д-р Боян Любомиров Дуранкев, УНСС – София, Катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“*

*член на Научното жури в конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент“ в областта на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление „Администрация и управление“, специалност „Управление на маркетинга в сферата на услугите“*

*обявен за нуждите на Технически университет - Габрово в ДВ бр. 63 от 16.07.2013 г.*

Със Заповед № 550 от 20.09.2013 г. на Ректора на Технически университет - Габрово за назначаване на Научно жури за избор на „Доцент“ съм определен за член на Научното жури, а на първото му заседание на 27.09.2013 г. съм задължен да изготвя рецензия по конкурса.

Представената **документация** е в изискуем обем и отговаря на Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Технически университет - Габрово. Още тук обаче държа да споделя, че документацията е перфектно подготвена и представена, което съществено облекчава подготовката на рецензията.

В обявения конкурс е подал документи **един кандидат**, а именно **гл. ас. д-р Веряна Тодорова Боева**.

Още тук трябва да споделя, че **познавам някои от най-съществените научни продукти** на кандидатката за „доцент“ по причината, че през 2005 г. бях рецензент на вариант на нейната дисертация, а през настоящата 2013 г. – рецензент и на монографията ѝ.

## 1. Представяне на кандидатката за участие в конкурса

Гл. ас. д-р Веряна Тодорова Боева е родена на 25.07.1962 г. в гр. Хасково. След завършване на средното си образование, през периода 1980-1985 г. е редовен студент във Висш машинно-електротехнически институт - Габрово, където завършва специалност „Механично приборостроене“ (като магистър), а през 2006 г. се дипломира в Технически университет – Габрово в специалност „Стопанско управление“ (отново като магистър). Т.е., тя е два пъти магистър. През 2012 г. получава от УНСС, факултет „Управление и администрация“, диплом № 39 от 04.05.2012 г. за „Доктор“ след защитата на дисертацията си през м. октомври 2011 г. През периода от 1996 г. и до сега е преподавател (асистент, старши асистент, главен асистент) в Технически университет - Габрово.

**Професионалното развитие** на кандидатката за заемане на академичната длъжност „доцент“ бележи различни (във възходящ ред) стъпала. През периода от постъпването си на работа в Технически университет – Габрово, и досега, е участвала в 11 проекта към УЦНИТ. Това е една доста убедителна професионална (научна и практическа) кариера.

Освен всичко посочено, гл. ас. д-р Веряна Боева е придобила **допълнителна квалификация**, потвърдена като професионални умения и компютърни умения и компетенции. Член е на БАМ от много години. Именно тези нейни изяви подпомагат да се утвърди убеждението, че тя е стойностен представител на българската академична общност.

Като **преподавател** гл. ас. д-р Веряна Боева се е специализирала предимно в областта на маркетинга: пред бакалавърската степен изнася лекции и води семинарни занятия по „Маркетинг“, „Индустриален маркетинг“, „Маркетингови проучвания“, „Управление на маркетинга“. Въпреки значимия брой дисциплини, те са взаимосвързани.

Гл. ас. д-р Веряна Боева е известна като **автор на редица стойностни публикации**. Специално за участието си в конкурса тя е представила както следва (справка 8, виж също справка 9): 1 монография, 4 издадени учебници и учебни пособия, 26 публикувани статии и доклади (от които 23 самостоятелни и 1 с импакт-фактор); участвала е в други 11 специални научни проекта. Общият обем на публикациите на кандидатката за „доцент“ са (само чрез

горепосочените основни издания) над 600 стандартни страници. Те не са включени в списъка на трудовете за получаването на образователната и научната степен „доктор“. Съвместните участия са коректно разделени с протоколи.

Освен всичко, посочено по-горе, у нас гл. ас. д-р Веряна Боева е известно име в академичните среди както с точните си попадения на научни теми, така и с компетентното им анализиране и ясно излагане на научен език. Притежава неоспорими организаторски способности, умее да работи ефективно в екип. Известна е като **компетентен специалист, който се отличава с професионална скромност и научно достойнство.**

## *2. Персонална характеристика на кандидатката*

Гл. ас. д-р Веряна Боева притежава основен безсрочен трудов договор, пълна трудова заетост, удостоверена с документ за аудиторна заетост; изискуем пълен комплект документи за участие в конкурса за академичната длъжност „доцент“.

Кандидатката за „доцент“ е отдавна известен специалист по „Маркетинг“ и „Мениджмънт“ не само във висшето училище, където преподава, но и в други висши училища и на различни академични форуми в Република България.

## *3. Количествена оценка по нормативните критерии и показатели*

Според приетия „Закон за развитие на академичния състав в Република България“ и предоставения ми „Правилник на за придобиване на научни степени и за заемане на академични длъжности в Технически университет - Габрово“, кандидатите за заемане на академичната длъжност „Доцент“ се оценяват по съвкупност от критерии и показатели. Те са посочени императивно както в **ЗРАСРБ, така също и в свързаните с тях изисквания, приети в Правилника на Технически университет - Габрово, Чл. 54-62.**

Отговор на базовите закони и допълнителните изисквания на Правилника на Технически университет - Габрово:

(1) Кандидатката за заемане на академичната длъжност „доцент“ отговаря на следните **базови условия:**

1. Придобила е образователната и научната степен „доктор“;

2. Заемала е предходните академични длъжности в Университета не по-малко от 2 академични години с пълен норматив аудиторна и извънаудиторна заетост;

3. Притежава публикуван монографичен труд и равностойни студии и статии в специализирани научни издания, които не повтарят представените за научната степен „доктор“;

4. Има участие в издадени учебници.

5. Има отпечатани научни изследвания в областта на конкурса.

(2) Оценката на кандидатката за заемане на академичната длъжност „доцент“ се **повишава**, понеже отговаря и редица от посочените допълнителни критерии и показатели.

Може да се заключи, че по линия на *нормативни критерии и показатели за оценка на учебната и изследователската работа* кандидатката **не само покрива, но и надхвърля** минималните изисквания.

#### *4. Качествена оценка по критериите и показателите за научно-изследователската дейност*

Според приетия Закон и Правилник, кандидатите за заемане на академичната длъжност „Доцент“ се оценяват по съвкупност от критерии и показатели за научно-изследователската дейност.

**1. Монографични издания.** В този раздел присъства заглавието „Маркетинг на образователните услуги на висшите училища“ в обем на 246 страници (2013 г.). Монографията е с двама научни рецензенти. Написана е по тема и проблеми, отнасящи се пряко до тематиката на обявения конкурс. В нея в синтезиран вид компетентно са разгърнати идеи и въпроси, отнасящи се до маркетинга на образователните услуги на висшите училища. Логиката на изследването е в посока на разкриване на възможностите за микромаркетинг (от позициите на висше училище), както и да се предложи разгърнат и динамичен маркетингов микс за целите на определено висше училище. Особено ценни са разсъжденията за модела за избор на стратегия за запазване и разширяване на предлагането на специалности в областта на машиностроенето и уредостроенето на примера на Технически университет – Габрово. Авторката коректно е цитирала ползваната научна литература, като е открила собствените си визии и становища. Научното изследване на гл. ас. д-

р Веряна Боева има чертите на много съдържателно и дълбочинно критично (аналитично и прогностично) изследване. Някои от идеите, разгърнати там, могат да претендират за оригиналност, особено що се отнася до научната литература на български език.

**2. Студии и статии.** Студиите и статиите по същество представляват доразвитие и доизясняване на идеите, синтезирани в монографията и учебниците, доуточняване на възлови въпроси на маркетинга или влизане в научна дискусия по някои направления на маркетинговия мениджмънт както в комерческите фирми, така и на пазара на образователните услуги. Чрез тях авторката доказва своята ангажираност към съвременните въпроси на маркетинга, прави самостоятелни опити за сравнения на различни практики и изказва собствените си мнения, които защитава коректно и отговорно.

**3. Учебници и учебни помагала.** Посочените също са рецензирани и също попадат в сферата на маркетинга. Учебникът „Основи на маркетинга“ (в съавторство с доц. д-р Анюта Николова) е силно синтезиран курс по тази дисциплина, като той се допълва успешно от ръководството за семинарни упражнения „Маркетинг“ (самостоятелно издание). Учебникът „Стратегическо управление“ (в съавторство) съдържа маркетингови стратегии (втората част), които са изследвани от кандидатката за „доцент“.

**4. Доклади на конференции.** И тук, чрез многобройните си изяви, кандидатката фокусира вниманието на участниците в тези конференции върху съвременни проблеми, въпроси и направления на маркетинга, като умело защитава становищата си.

Както става ясно от гореизложеното, гл. ас. д-р Веряна Боева надхвърля изискуемите количествени и качествени показатели.

## *5. Приноси в научните изследвания*

**Научните интереси, съответно научните приноси,** изразени в нейните лични и колективни публикации, могат да се подразделят в следните важни области (макар че ми е трудно да дефинирам приносите на „чисто“ теоретични и практически):

*Теория и практика на маркетинга* и по-специално – в областта на маркетинга в сферата на услугите;

*Изведени и систематизирани са особеностите на маркетинга в сферата на образованието в условията на конкурентен пазар като българския, при който отсъства централизирано планиране както на икономиката, така и на потребностите от „продуктови портфейли“ на висшето образование. Доказана е приложимостта на част от маркетинговите стратегии в планирането на образователните услуги във висшите училища. Изследвана е спецификата на образователната услуга на висшето училище, притежаваща едновременно частно финансово (на висшето училище), но също социално (за обществото и отделната личност) значение; разработен е проект и е осъществено маркетингово изследване, в резултат на което е разкрита хетерогенността на пазара на образователните услуги на висшите училища и релевантните критерии за сегментирането му; разработен е специфичен маркетингов микс, адекватен на потребностите на висшите училища;*

*Развитие на маркетинговите изследвания в областта на дефиниране и измерване на продуктовото качество и привлекателност. Очертани са две насоки, в които качеството въздейства върху привлекателността на продукта: първо – като мотивационен фактор при потребителския избор и второ – като промоционален аргумент, като между тези два резултата би могъл при определени условия да се търси синергичен ефект;*

Този обхват на научните интереси на кандидатката и нейните способности да извършва количествени и качествени научни изследвания в гранични области, е доказателство за академичните ѝ качества и готовност да заимства и прилага критично в изследванията си методология и методики от други научни области.

Приемам всички представени публикации като имащи пряко или косвено отношение към конкурса за „доцент“ поради следните основания: те доказват много висока степен на познаване на методологията и методиката на научните изследвания в областта, за която кандидатства – маркетинг; те са основани на съществени изследвания (научни или практически), които могат да бъдат използвани пряко в преподавателската дейност на кандидатката; публикациите свидетелстват и са илюстрация на еволюцията в академично израстване на гл. ас. д-р Веряна Боева, довело до публикации в наши и чужди издания, което е само по себе си е гаранция за високо научно равнище; в монографията са развити класически и изказани нови моменти за теорията и практиката на

маркетинга на образователни услуги в условията на конкурентен пазар. Научните публикации на кандидатката съдържат оригинални авторски постижения, които определиха място за гл. ас. д-р Веряна Боева в академичните среди; те са личен продукт на авторката, при това всички представени значими трудове са рецензирани.

Обобщено научните постижения на гл. ас. д-р Веряна Боева могат да бъдат отнесени към групата на “обогатяване на съществуващите знания” и на “приложение на нови научни постижения в практиката”, а така също и получаване на нови данни и факти за изучавани икономически обекти в България и света.

Казаното до тук ми дава основание да направя заключение че представените работи от кандидатката за академичната длъжност “доцент” по съдържание и по количество са достатъчни за заемане на тази длъжност. Наред с това трябва да се има предвид, че избраният научен профил отговаря на потребността за извършване на научни изследвания и преподаване в указаната научна специалност. Представените научни трудове и преподавателската дейност на кандидатката покриват профила на обявения конкурс.

## *6. Характеризиране академичната известност на кандидатката*

Гл. ас. д-р Веряна Тодорова Боева посочва достатъчно като количество и качество авторитетни цитирания и индикации. Същевременно при търсене с Google Scholar излизат повече индикации на нейното име.

Гл. ас. д-р Веряна Тодорова Боева е популярно име и респектирац колега както със задълбочените си познания, идеи и интерпретации на маркетинговите явления и процеси, така също и с публичните си изяви на конференции.

## *7. Критични бележки и препоръки*

Всеки кандидат за „доцент” може да бъде предизвикан към по-нататъшна еволюция на своите възгледи и научни идеи. По тази причина, въпреки сериозните си изяви досега, включително и в своята монография, творчеството на кандидатката гл. ас. д-р Веряна Боева е пожелателно да бъде значително по-критично както към българската, така и към международната маркетингова

практика. От тази гледна точка, препоръчително е да популяризира творчеството си още по-представително и по-убедително чрез силно критичен анализ и критични оценки на бъдещи научни конференции и чрез научни публикации. Тази „критика“ нека да бъде възприемана не толкова като забележка, колкото като колегиална „препоръка“ и „насърчение“ по повод предстоящите ѝ наши и международни научни прояви.

Първо, предлагам да бъдат оценени възможностите и на макромаркетинга при планиране на приема и количеството на приетите студенти в различни професионални направления и специалности както във висшите училища, така също и в средното образование. Оставено на ниво микромаркетинг, висшето и средното образование се финансира и силно лобира, като „микромаркетингът“ е насочен преди всичко към „лов на клиенти“ и трупане на приходи. С това на качеството на образованието се слага кръст. Сериозен повод за размисъл от страна на всеки специалист по маркетинг.

Второ, предлагам за бъде търсено оригинално доразвитие на основните маркетингови идеи и концепции, които се оказаха неверни или неподходящи за устойчивото развитие както на България, така и на света. Преповеряването на американската маркетингова (и не само на нея) школа води до сериозни научни и практически последици, включително и доста вредни. Всеки учен трябва да си задава въпроси по тези поводи и да търси адекватни решения.

Принизяването на статута на „доцент“ в България само до академична *длъжност* е пример за недалновидно опазаряване на науката, но духът на изследователя няма право да не остава буден.

Направените критични бележки не са от такъв характер, че да оспорват приносите на кандидатката за академичната длъжност „доцент“.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Гл. ас. д-р Веряна Боева в качеството ѝ на кандидат за академичната длъжност „доцент“ отговаря на приетите препоръчителни научни и наукометрични формални изисквания. Научната продукция на кандидатката съдържа резултати, представляващи научен и научно-приложни приноси; насочена е към усъвършенстване на науката и на маркетинговата теория и

практика; съдържа обобщения на резултати, получени чрез изследователска дейност.

Нямам роднински връзки с кандидатката. Не притежаваме съвместни публикации. Познавам я като съвестен, коректен и задълбочен изследовател, ценен и уважаван в академичната общност. Нещо повече, неотменно е вътрешното ми убеждение, че тя притежаваше труд, който отдавна можеше да бъде оценен като докторски; че тя отдавна заслужаваше да стане „доцент“

Гл. ас. д-р Веряна Боева е признат изследовател и уважаван учен в сферата на икономическите науки и особено в маркетинга. Въз основа на запознаването с предоставените научни трудове, тяхната значимост, съдържащите се в тях научни и приложни приноси, намирам достатъчни основания да предложа гл. ас. д-р Веряна Тодорова Боева да бъде избрана на академичната длъжност „доцент на Технически университет - Габрово“ в областта на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление „Администрация и управление“, специалност „Управление на маркетинга в сферата на услугите“. Убеден съм, че заемането на академичната длъжност „доцент“ ще бъде заслужено и ще даде добри възможности за бъдещо ѝ научно творчество и изяви като преподавател.

Заклчението на личната ми рецензия е „**ДА**“.

**Член на научното жури:**

(проф. д-р Боян Любомиров Дуранкев)

четвъртък, 17 октомври 2013 г.