НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ

МАГИСТЪРСКИ ФАКУЛТЕТ

Департамент „ИКОНОМИКА“

Докторска програма „МАРКЕТИНГ“

РЕЦЕНЗИЯ

От: доц. д-р Надежда Йорданова Димова, Нов български университет, 3.8 Икономика

За: придобиване на научната и образователна степен „доктор“ по професионално направление 3.8 Икономика (Маркетинг), с кандидат Пламен Ивайлов Русков.

Тема на дисертационния труд: „Дигитална CRM трансформация в международния бизнес – стратегии, практики, предизвикателства“

1.Значимост на изследвания проблем в научно и научно-приложно отношение.

Темата на дисертационния труд, представен от докторант Пламен Русков, е изключително актуална, навременна и с висока практическа значимост. В ерата на глобална дигитализация и динамично развиващи се пазари, управлението на взаимоотношенията с клиентите (CRM) претърпява фундаментална еволюция. Интегрирането на изкуствен интелект (AI), големи данни и съвременни технологични стекове (като големи езикови модели - LLM) в международния бизнес е критичен фактор за конкурентоспособността на компаниите. Докторантът правилно е насочил научното си търсене към пресечната точка между стратегическото управление, дигиталната трансформация и поведението на потребителите в дигитална среда. Значимостта на изследваният проблем е безспорна както в научно, така и в научно – приложно отношение и дообогатява както теорията, така и практиката.

2.Точно формулирани цели и задачи на дисертацията.

От внимателното анализиране на целта и свързаните с нея задачи е видно, че те са ясно, правилно и коректно формулирани, а самият докторант внимателно е следвал в хода на разработването на дисертацията. Текстът на дисертацията е авторски, оригинален и с ясно анализиране на отделните проблеми аспекти, които се анализират. Задачите, които са

формулирани са релевантни на поставената цел и са в подредени в логическа последователност.

3.Степен на познаване на състоянието на проблема и съответствие на използваната литература.

Трудът е отлично балансиран и притежава специфична академична структура. Разгърнат е в **6 глави, заключение и 5 специализирани приложения**, обхващащи общо 189 страници (до началото на библиографията).

- **Уводната част** правилно дефинира обхвата, обекта, предмета, целите, задачите и водещите хипотези на изследването, което показва ясна предварителна методологическа подготовка.
- **Глава I и Глава II** представляват стабилна теоретична основа, разглеждаща еволюцията на CRM средите, концепцията за Customer Value Management (CVM) и концептуалните разлики между понятията „цифровизация“, „дигитализация“ и „дигитална трансформация“. Особено ценно е разглеждането на процесите през призмата на водещи световни модели (като рамката на McKinsey).
- **Глава III и Глава IV** пренасят фокуса върху дигиталната трансформация в международния бизнес. Анализирани са електронните маркетингови стратегии, e-CRM системите и специфичният технологичен контекст в България в най-актуалния период (**2025-2026 г.**). Разгледани са различните видове международни бизнес стратегии (глобална, мулти-локална, транснационална и др.).

Ясно проличава, че изследователският проблем се познава отлично от докторанта, а използваната богата и разнообразна литература напълно съответства на изследваната проблематика в дисертацията.

4. Коректност при цитирането на представителен брой автори.

Налице е коректност при цитирането на представителен брой автори, което е доказателство за отличното познаване от страна на докторанта на различните по брой и разнообразие източници и реалната възможност за анализиране и интегрирането им в дисертацията.

5.Наличие на обоснован и разработен теоретичен модел на изследването.

Едно от най-големите достойнства на труда е неговата **емпирична насоченост**. В Глава V докторантът демонстрира високо ниво на владеене на научно-изследователския инструментариум. Проведено е научно контролирано експериментално изследване на терен (Field Experiment) чрез използването на **тригрупов модел** (Универсална контролна група, Контролна група А и Експериментална група Б). Изключително впечатление прави иновативният архитектурен дизайн на технологичния стек на използваното AI решение:

- *Ниво 1:* Когнитивно моделиране и генериране на сценарии (LLM Layer);
- *Ниво 2:* Аудио-визуална синтеза;
- *Ниво 3:* UX интеграция и поведенческо задействане (Interaction Layer).

Този подход доказва, че трудът не е просто теоретичен обзор, а стъпва на реално внедрени високи технологии.

6.Съответствие на избраната методология и методика на изследване с поставената цел и задачи на дисертационния труд.

В последната глава докторантът подлага на дескриптивен и сравнителен анализ събраните данни, които напълно отговарят на поставената цел и задачи на дисертационният труд. Оценени са ключови за бизнеса показатели като:

- Ресурсна ефективност, производствени разходи и време за пазарна реализация (Time-to-Market).
- UX показатели (User Experience) и потребителско ангажиране.
- Конверсии в дигиталната фуния (E-commerce Funnel). Статистическата проверка на поставените изследователски въпроси и хипотези е извършена прецизно, което придава висока степен на достоверност на финалните изводи.

Включените 5 приложения представляват самостоятелна практическа стойност за науката и практиката. Те съдържат детайлни мета-промпти и методологии за работа с водещи генеративни AI платформи: **Claude, ChatGPT, HeyGen, ElevenLabs и Kling**. Това превръща дисертацията в готов наръчник за дигитална CRM трансформация.

7.Наличие на собствен принос при събирането и анализирането на емпиричните данни.

В дисертацията е ясно откроен собственият принос на докторанта при събирането и анализирането на емпиричните данни. Въз основа на представеното съдържание докторантът извежда следните приноси, които напълно одобрявам:

1. **Теоретично обогатяване:** Прецизиране на терминологичния апарат и разграничаване на дигитализацията от цялостната дигитална CRM трансформация в контекста на международния бизнес.
2. **Методологически принос:** Разработване на иновативен тригрупов експериментален модел за изследване на потребителското поведение чрез AI-генерирано съдържание.
3. **Научно-приложен принос:** Доказана оптимизация на бизнес показателите (Time-to-Market и конверсии) чрез внедряване на многослоен архитектурен AI стек.
4. **Практически принос:** Създаване на готови за внедряване промпт-инженерни модели (приложенията към труда) за бизнеса в България.

Описание на приносите:

Наличието на различните приноси по обхват и многообразие са тясно обвързани с достоверността на дисертацията. Самото съдържание, структура и целенасочен анализ на изследваната проблематика показват, че кандидатът притежава задълбочени теоретични познания по важните въпроси, които се анализират в дисертацията и успоредно с това доказва своята способност за самостоятелни научни изследвания.

През призмата на цялостното изследване може да се открои отличното лично участие на докторанта в приносите, които доказват иновативно мислене, способност за критичен анализ и предложения и препоръки за усъвършенстване на дейността на компаниите, въз основа на направеният цялостен поглед върху съществените проблеми в тази сфера.

Авторефератът отговаря на всички изисквания, както по отношение на структурата, така и по отношение на съдържанието си.

Въздействия на дисертационния труд върху външната среда.

Безспорно е положителното въздействие на дисертационният труд върху външната среда, както в теоретичен, така и в практически аспект. Самата дигитална CRM трансформация в международния бизнес ясно задава на компаниите какви стратегии, практики и предизвикателства да използва и по какъв начин да се осъществи това.

Докторантът по блестящ начин е подходил, когато е идентифицирал проблемните области и чрез изследването е постигнал формирането на препоръки и предложения за усъвършенстването на дейността на компаниите именно чрез нестандартните и иновативни подходи при използването на CRM.

Лични качества на автора (ако рецензентът го познава).

Познавам лично докторанта още като студент. Той се откроява със своята отговорност, дисциплинираност, умения за критично мислене, способност да прави точни и ясни изводи и умее чудесно да формулира препоръки за усъвършенстване на дейността на компаниите.

Мнения, препоръки и бележки.

Препоръчвам на докторанта да издаде под формата на монография своята дисертация, за да бъде достъпна до по-широка аудитория и заинтересованите страни.

Заключение

В заключение, въз основа на изготвената рецензия може да се направи извод, че представената дисертация на докторант **Пламен Ивайлов Русков** на тема: **„Дигитална CRM трансформация в международния бизнес – стратегии, практики, предизвикателства“** е коректно разработен изследователски труд на докторантско ниво, който доказва безспорно отличните качества на докторанта. Въз основа на това мое заключение, предлагам на членовете на уважаемото научно жури да му присъдят ОНС „доктор“ в направление 3.8 Икономика /Маркетинг/ и ще гласувам твърдо „За“ това да се случи.

05.10.2026г. **Рецензент:**

гр.София /доц.д-р Надежда Димова/