РЕЦЕНЗИЯ

От: *проф. дн. НИКОЛАЙ ХРИСТОВ ЩЕРЕВ*;
катедра „Индустриален бизнес“, УНСС-София;
научна специалност: 3.8 Организация и управление на производството (индустрия); 05.02.18 Икономика и управление (индустрия)

Автор на дисертационния труд: *ПЛАМЕН ИВАЙЛОВ РУСКОВ*

Тема на дисертационния труд: „*ДИГИТАЛНАТА CRM ТРАНСФОРМАЦИЯ В МЕДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС – СТРАТЕГИИ, ПРАКТИКИ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА*“

1. Актуалност на проблема

Безспорно темата на дисертационния труд може да се определи като актуална в съвременните условия на трансформация на всеки един елемент на бизнеса от физически към дигитален, вкл. и на процесите, свързани с маркетинга и управление на клиентите. В това направление, представеният за рецензиране дисертационен труд разглежда въпроси, свързани с аргументиране на икономическата ефективност на тази трансформация в една от основните в съвременние бизнес маркетингови елементи: управлението на взаимоотношенията с клиентите и управление на потребителската ценност. При това, необходимостта от внедряване и управление на дигитални маркетингови инструменти не се поставя на въпрос от гледна точка на бизнес процесите, а от гледна точка на създаване на персонализирано „изживяване“ и подпомагат визуализацията на бъдещия продукт в дигитална среда.

Съобразно представената мотивация на автора в Увода на дисертационния труд, както и в цялостното негово съдържание, може да се оцени, че докторантът е представил и аргументирал с подходящи авторови тези необходимостта за разработване на дигитална маркетингова и управленска стратегия за управение на взаимоотношенията ва клиентите в дигитална среда: e- CRM.

2. Обща характеристика на дисертационния труд

Дисертационният труд на тема „*ДИГИТАЛНАТА CRM ТРАНСФОРМАЦИЯ В МЕДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС – СТРАТЕГИИ, ПРАКТИКИ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА*“, представен от ПЛАМЕН ИВАЙЛОВ РУСКОВ, е структуриран в увод, 6 глави и обобщения и заключения. При така зададената структура, дисертационният труд е в обем от 199 страници, от които 183 страници същинска част и 16 страници приложения, като са използвани общо 128 литературни източника, вкл. 115 са на английски език, и 13 на български език. Дисертационният труд е онагледен с помощта на общо 32 фигури и 13 таблици. Представени са допълнително 5 приложения в общ обем от 16 страници, които подобряват разбирането на свършената работа от докторанта.

В структурно и в съдържателно отношение представеният от *ПЛАМЕН ИВАЙЛОВ РУСКОВ* дисертационен труд е балансиран като са представени следните структурни елементи:

- Първо, в уводната част са намерили място основните елементи, отразяващи мотивацията на

*Документът е собственост на НБУ! Принтирани и електронни копия, извън посочените в таблицата за контролирани екземпляри на този документ, са неконтролирани. При съмнение, преди ползване, провери за актуалност на версията в **Списъка на вътрешните нормативни актове на НБУ**.*

автора за изследването, както и са изведени основните елементи на целия дисертационен труд: обект, предмет, цели и задачи; оснвонит хипотези и издледователски задачи; изследователски методи. Представена е и аргументацията на структурата на самия труд.

- Второ, в първа глава място намират основните въпроси, свързани с предмета на диселтационния труд, а именно: изясняване на същността и съдържанието на понятията: CRM, e- CRM, CVM и други. Разгледано е както еволюционното развитие на тези понятия от разбирането з апродажби в началото на миналия век, до настоящия момент и използването на маркетинговите инструменти в дигитална среда и интернет пронстранството. Важен акцент е поставен и върху различните видови CRM системи, което е свързано както с ръзбирането на този елемент в управленската концепция на бизнеса, така и с използването на различни инструменти при създаване и реализиране на CRM стратегията на бизнеса.
- Трето, акцент във втората глава на дисертационния труд е поставен върху дигитализацията и дигиталната трансформация. Съвсем резонно, въпросите започват от изясняване на теоретичните различия /общи черти между: цифровизация, дигитализаци и дигитална трансформация. Представенети теоретични насоки и достиженията на други автори са добра основа за разгледждане в последствия на възможностите за трансформация на CRM стратегиите в техния „дигитален двойник“ – e- CRM стратегии. На тази основа, авторът е избрал достиженията на един от водещите консултанти во областта на стратегическото управление: McKinzey, за да представи своето аргументирано становище по отношение на процеса и етапите на дигитална трансформация, през които следва да се извърши прехода от CRM към e- CRM стратегии.
- Четвърто, в трета глава се откроява авторовата позиция по отношение на основния предметен елемента: дигиталната трансформация на CRM стратегиите като поетапно авторът дефинира обективната необходимост от дигитален маркетинг, използване на цифрови инструменти за дигиталния маркетинг и дигиталното управление на взаимоотношенията с клиентит (e-CRM). На тази основа, авторът прави първитен преглед на способностите на бизнеса да проведат дигиталната трансформация на CRM стратегиите в реална среда.
- Пето, следвайки практиката на бизнеса, свързана с регионална трансформация на бизнеса от локален към интернационален чрез поетапна дигитализация и цифрова трансформация на бизнеса, докторантът представя основни стратегически насоки, свързани с въвеждането и използването на CRM стратегия от бизнеса.
- Шесто, петата глава на дисертационния труд представя основните методически насоки на дисертационното изследване. По един безспорен начин авторът аргументира основните изследователки въпроси, избора на обекти на наблюдение, както и развива основната архитектура на провежданото изследване. Допълнителна информация за архитерктурата на изследването е представена в Приложенията, което представя добавена стойност към разбиране на методическите аспекти на провежданото изследване. Положителна оценка в тази глава заслужава и проведената авторава аргументация на използвания от него инструментариум за провеждане на дисертационното изследване в последните два параграфа на главата.
- Седмо, в последната, шеста, глава авторът представя основни резултати от преведеното от него авторово изследване. Заслужава да се отбележи факта, че са налице не само представяне

Документът е собственост на НБУ! Принтирани и електронни копия, извън посочените в таблицата за контролирани екземпляри на този документ, са неконтролирани. При съмнение, преди ползване, провери за актуалност на версията в ***Списъка на вътрешните нормативни актове на НБУ****.*

на резултатите, но и проведен анализ на получените приложни данни. Това е позволило на автора да отдели специално внемание на проверка на основните авторски хипотези. Следва да се отбележи, че главата завършва с авторова интерпреация на резултатате: „дискусия на резултатите“, члез която извежда основните насоки за извършване на дигиталната трансформация от CRM стратегия към e- CRM стратегия в реабния безнис.

- Осмо, дисертационния труд завършва с основни обобщения, свързани с основните резултати на дисертационния труд. Тези обобщения, и трябва да се даде положителна оценка за това, са основани на представени междинни изводи в края на всяка глава, които давът възможност да се оценат постигнатите резултати от докторанта междинно.

Структурната цялостност и логическата обвързаност на отделните структурни елементи на дисертационния труд са добре представени и защитени чрез ясна и разбираема концептуалната рамка. При това, цялостната концепция, върху която е изградено дисертационното изследване, може да се оцени високо. Основание за високата оценка са:

- Обектът: телекомуникационния сектор в България, с фокус върху мобилните услуги за частни B2C клиенти в условия на дигитална трансформация и клиентски взаимодействия, са коректно дефинирани;
- Предметът: стратегиите за дигитална CRM трансформация в телекомуникационния сектор с ограниченията: приложение на изкуствения интелект и кратки аудио-визуално съдържание в реална дигитална потребителска пътека, както и клиентското поведение, потребителското преживяване, потребителската конверсия и пр. са също добре аргументирани в методическата и приложната глави на дисертационни труд и предметът може да бъде оценен като подходящ.
- Основната цел: да се изследва и оцени дигиталната CRM трансформация, реализирана чрез генеративни компоненти на изкуствения интелект, и разширените 20 задачи са точни, ясни и логически обвързани с водещите 5 изследователски хипотези;
- Дефинираните пет главни хипотези на докторанта са точни и могат да бъде проверени чрез избрания и описан в пета глава методически инструментариум.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Основните резултати, които се открояват при рецензиране на дисертационния труд могат да се обобщят до следните по-значими:

- анализирани са теоретико-методическите основи на дигитализацията на CRM стратегиите и дигиталната трансформация от CRM към e- CRM стратегии в телекомуникационния пазар на B2C клиенти. При това, успешно е използван сравнителния анализ за съпоставка на потребителското изживяване и потребителското поведение между традиционните CRM стратегии и дигиталните e- CRM стратегии.
- Идентифицирани са основни елементи и особености на дигиталната трансформация на бизнеса от CRM към e-CRM стратегии като е предложена подходяща адаптация за международните компании, основана особеностите на клиентската ангажираност и клиентското поведение на различните пазари.

Документът е собственост на НБУ! Принтирани и електронни копия, извън посочените в таблицата за контролирани екземпляри на този документ, са неконтролирани. При съмнение, преди ползване, провери за актуалност на версията в ***Списъка на вътрешните нормативни актове на НБУ****.*

- Систематизирани са приложни модели за използване на инструментите на дигиталния маркетинг и управлението на дигиталните комуникации, свързи с оценка на влиянието на изкуствения интелект чрез генеративно създавано аудио-визуално съдържание, която е съобразено с основния обект: B2C клиенти на телекомуникационни компании.
- На основата на приложния анализ, както и на анализа на съществуващите теории и практика в областта на дигиталната трансформация, авторът е предложил напълно аргументирана система от препоръки за подобряване на дигиталнат атрансформация на международни компении в областта на e- CRM стратегиите.

Посочените теоретични и практически резултати налични и ясно откроени както в съдържанието на представения за рецензиране дисертационен труд, така и в представените допълнителни материали: автореферат, статии и доклади. Те са лично дела на автора и са основа за извеждане на постигнатите научни и научно-приложни приноси от докторанта.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Съдържанието на дисертационния труд позволява да се оцени високо компетентността на докторанта по отношение на теорията, методиката и приложните аспекти на избраната тема.

Представените за рецензирани материали: дисертационен труд, автореферат и публикации по темата на труда потвърждават напълно съдържащите се в дисертационния труд научни и научно-приложни приноси.

По отношение на научните приноси, потвърждение има за:

- На основата на критичен анализ са систематизирани авторски формулировки, обхващащи дигитализацията и дигиталната трансформация на CRM стратегиите като на тази основа са изведени и дефинирани ползите от дигиталната трансформация от CRM към e- CRM стратегия..
- Предложен е авторов иновативен модел, отразяващ дигиталната трансформация на бизнеса от CRM към e-CRM стратегии като е предложена подходяща адаптация за международните компании, основана особеностите на клиентската ангажираност и клиентското поведение на различните пазари.
- Предложена е авторска методика /експериментален модел/ за изследване влиянието н изкуствения интелект чрез генеративно създавано аудио-визуално съдържание, която е съобразено с основния обект: B2C клиенти на телекомуникационни компании.

По отношение на приложните приноса, потвърждение има за:

- Апробиран е в практиката е предложен от докторанта авторов модел за дигитална трансформация, основан на оценката на въздействието на изкуствения интелект върху клиентиското оизживяване и потребителското поведение в дигитална среда. На тази основа са направени препоръки за разработване и внедряване на генеративно създадено аудио-визуално съдържание с помощта на изкуствения интелект с оглед на създаване на персонализирана CRM комуникация, съобразена с потребителските нагласи и поведение в дигитална среда.
- Систематизирани са основните предимства на генеративно създадено съдържание в e-CRM комуникацията, което води до повишаване на оперативната ефективност на e- CRM

Документът е собственост на НБУ! Принтирани и електронни копия, извън посочените в таблицата за контролирани екземпляри на този документ, са неконтролирани. При съмнение, преди ползване, провери за актуалност на версията в ***Списъка на вътрешните нормативни актове на НБУ****.*

стратегията спрямо традиционната CRM комуникация.

Посочените приноси са с висока значимост за теорията и за практиката като те биха могли да се отнесат към следните две групи:

- обогатяване, конкретизиране и прецизиране на съществуващи научни и приложни знания по предмета на дисертационното изследване;
- приложение на съществуващи методи за решение на конкретен проблем за точно определен обект с формулирани изводи и препоръки за практиката.

5. Критични бележки, препоръки и въпроси

Независимо от общото ми положително становище и висока оценка за постиженията в дисертационния труд, както и факта, че в дисертационния труд не се откриват съществени пропуски и неточности, могат да се опсатвят следните въпроси и бележки:

- Какви организационни и управленски промени би предложил докторанта към реалния бизнес, за може предложения от него модел и архутектура успешно да бъдат приложени в реална бизнес среда и бизнеса да премине от чисто технологично мислене към стратегическо управление на процесите /стр.164-165/

6. Заключение

Предложеният дисертационен труд от *ПЛАМЕН ИВАЙЛОВ РУСКОВ* на тема „*ДИГИТАЛНАТА CRM ТРАНСФОРМАЦИЯ В МЕДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС – СТРАТЕГИИ, ПРАКТИКИ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА*“ напълно отговаря на изисквания на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ) и Правилника за неговото прилагане.

Общата ми оценка е, че дисертационният труд представлява самостоятелно завършено авторово изследване, при което изследователските задачи са успешно изпълнени, а основната цел е постигната. При това, основните теоретични и приложни резултати на дисертационния труд, както и откроените реални научни и научно-приложни приноси в него, позволяват да се даде висока обобщена оценка на дисертационния труд.

Като имам предвид изброените по-горе характеристики на дисертационния труд, както и посочените приноси в него, с пълна убеденост препоръчвам на уважаемите членове на Научното Жури да дадат ВИСОКА ОЦЕНКА за свършената работа на докторанта и да присъдят на *ПЛАМЕН ИВАЙЛОВ РУСКОВ* образователна и научна степен ДОКТОР по професионално направление: 3.8 Икономика, докторска програма: Световно стопанство. Международни икономически отношения.

Дата: 07-10-2026

Рецензент: ……..

/проф.дн. Николай Щерев/

Документът е собственост на НБУ! Принтирани и електронни копия, извън посочените в таблицата за контролирани екземпляри на този документ, са неконтролирани. При съмнение, преди ползване, провери за актуалност на версията в ***Списъка на вътрешните нормативни актове на НБУ****.*