

СТАНОВИЩЕ

от проф. д-р Десислава Йорданова
катедра „Стопанско управление“
на Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по професионално 3.7. Администрация и управление (Стопанско управление)

Тема: Управление на отношенията с клиенти. Основна стратегия за компаниите да оцелеят и да се развиват на силно конкурентен пазар.

Автор: Кармине Д'Арконте

Научен ръководител: Доц. д-р Мирослава Христова

1. Обща характеристика на дисертационния труд и оценка на получените резултати

Представеният дисертационен труд съдържа увод, две глави, изводи, ограничения на изследването и насоки за бъдещи изследвания, едно приложение (въпросник на изследването) и списък на използваната литература в обем от 173 страници. За визуализиране на съдържанието са използвани 63 фигури и 16 таблици. Използвани са 142 литературни източници. Голяма част от използваните литературни източници са публикувани през последните десет години.

В увода се дискутира актуалността на темата, целта на изследването, изследователските въпроси, методологията на изследването и структурата на дисертационния труд. Изследваният проблем е изключително актуален за управленската теория и практика. Това се обуславя от необходимостта съвременните организации да оцелеят и да се развиват успешно на силно конкурентни пазари. Дисертантът подчертава, че друг научен проблем в литературата в областта на управлението на отношенията с клиенти (CRM) е необходимостта от описание на необходимите предприемачески компетенции и управленски умения за въвеждане му в организациите. Целта на дисертацията е „да изясни естеството на CRM, анализирайки не само неговите теоретични аспекти, но и неговото практическо възприемане и въвеждане по-конкретно в бизнес организации за повишаване на техните финансови резултати“ (стр. 12). Дисертантът формулира следните изследователски въпроси (стр. 13):

- Какво представлява CRM?
- Как то може да бъде от полза за бизнес организациите?
- Какви предприемачески компетенции и управленски умения са необходими за успешно то му възприемане и въвеждане?

Първа глава съдържа литературен обзор по темата на дисертацията. Анализират се най-важните перспективи за изследване на CRM в научната литература, а именно философска перспектива, процесна перспектива, пазарен подход, способности и стратегия. Критичният и задълбочен анализ на различните перспективи за изследване на CRM помага на дисертанта да изясни същността на CRM и ролята на

технологии за неговото въвеждане в организациите, както и да формулира препоръки по отношение на прилагането на стратегията на CRM в организациите. Изведени са механизмите на влияние на CRM върху финансовите резултати на компаниите. Идентифицирани са разнообразни грешки, водещи до неуспешно управление на отношенията с клиенти.

В тази глава от докторската дисертация са представени 10 заключения за CRM в бизнес организациите. Те са основа за идентифициране на десет специфични управленски умения, необходими според дисертанта за въвеждането на CRM в бизнес организациите. Анализът на литературата в областта на предприемаческите компетенции е основа за идентифициране на две предприемачески компетенции, които според дисертанта също са двигател за успешното CRM в бизнес организациите.

Втора глава представя изследователската методология и резултатите от емпирично изследване на влиянието на 12-те фактора върху успеха на CRM. Отделено е специално внимание на структурата и съдържанието на въпросника на изследването. Описани са методите за събиране на данни, характеристиките на извадката и описателна статистика на студентите и предприемачите, включени в извадката.

Представени са резултатите за оценката на 12-те критични фактора за CRM за цялата извадка, както и за предприемачите и студентите. За извадката на студентите са изведени най-добрите и най-лошите резултати на студентите по отношение на 12-те критични фактора за успеха на CRM. Проучено е влиянието на нивото на образование, притежанието на икономическо образование, брой слушани управленски дисциплини и страна, в която се обучава студента и оценката на студентите на 12-те критични фактора за успеха на CRM.

За извадката на предприемачите също са идентифицирани най-добрите и най-лошите резултати на предприемачите по отношение на 12-те критични фактора за успеха на CRM. Проучено е влиянието на оборота и броя на персонала на компанията, нивото на образование на предприемача, брой слушани управленски дисциплини от предприемача и оценката на предприемачите и държавата, в която оперира предприемача и оценката на 12-те критични фактора за успеха на CRM. Изследвана е връзката между оценката на 12-те критични фактора за успеха на CRM и нивото на успех на компаниите, които са собственост на изследваните предприемачи чрез корелационен и регресионен анализ.

В заключителната част са представени изводи от емпиричния анализ на данните и приносите на дисертацията. Коментират ограниченията на изследването. Формулирани са насоки за бъдещи изследвания и практически препоръки към предприемачи, мениджъри и образователни институции, предоставящи обучение в областта на икономиката и бизнес администрацията.

2. Оценка на получените научни и научно-приложни приноси, публикациите по дисертацията и автореферата

Приемам формулираните научно-приложни приноси в текста на дисертацията и автореферата. Формулираните приноси се основават на получените научни резултати и са лично постижение на автора. Като основен принос на автора бих

искала да открие създаването на многоизмерен модел на CRM с фокус върху стратегическият подход към пазара. Въз основа на прегледа на литература в областта на CRM и литературата в областта на предприемаческите компетенции са изведени дванадесет фактора, които могат да влияят върху успеха на CRM. Интерес представляват резултатите от извършеното емпирично изследване сред студенти и предприемачи от България, Италия и други държави на влиянието на 12-те фактора върху успеха на CRM. Изводите от направените анализи могат да се използват от предприемачи и мениджъри при внедряване на CRM и от образователни институции, предоставящи обучение в областта на икономиката и стопанското управление, за обогатяването на съдържанието и повишаване на качеството на академичните курсове.

Дисертантът е представил списък с 13 публикации, свързани с теми, дискутирани в дисертационния труд. От представения списък пет публикации са свързани с темата за CRM, три публикации са по темата за предприемаческите компетенции, две от публикациите са в областта на бизнес комуникациите, а останалите три публикации са в областта на управлението на човешките ресурси. Представени са 6 известни цитирания на публикациите. Значително са надвишени минималните изисквания от 30 точки за придобиване на образователна и научна степен „доктор“.

Авторефератът на дисертационния труд отговаря на изискванията за съдържание, обем и оформление. Той представя по достоверен и ясен начин съдържанието на дисертацията. В автореферата са включени общата характеристика на дисертационния труд, неговата структура и съдържание, справка за основните приноси и списък на публикациите по дисертацията.

3. Критични бележки и препоръки

Всички отправени от мен критични бележки към предишна версия на дисертационния труд са отразени от автора. Препоръчвам на автора да публикува резултати от дисертацията в международни научни списания, индексирани в световноизвестните бази данни Web of Science и Scopus.

4. Заключение

Представеният дисертационен труд е цялостен и задълбочен анализ на управлението на отношенията с клиенти като основна стратегия за компаниите да оцелеят и да се развиват на силно конкурентен пазар и на предприемачески компетенции и управленски умения, необходими за успешното му възприемане и въвеждане. Постигнатите резултати и реализираните публикации демонстрират подготовката и уменията на дисертанта да извършва самостоятелни научни изследвания. Дисертационният труд съответства на изискванията за придобиване на образователна и научна степен "доктор" в Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за неговото приложение и Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности на Софийски университет „Св. Климент Охридски“. **Препоръчвам на уважаемите членове на Научното жури да подкрепят присъждането на**

**образователна и научна степен "доктор" по професионално направление 3.7.
Администрация и управление (Стопанско управление) на Кармине Д'Арконте.**

Подпис:

/ проф. д-р Десислава Йорданова /

01.08.2022г.