



РЕЦЕНЗИЯ

от д-р Бистра Константинова Василева – професор в Икономически университет-
Варна

относно дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“
по научна специалност „Маркетинг“ в Икономически университет-Варна
по Област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки
Професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“

1. Обща информация.

Рецензията е изготвена от проф. д-р Бистра Константинова Василева от Икономически университет-Варна, назначена за член на научното жури съгласно Заповед на Ректора на ИУ-Варна № РД-06-165/07.11.2025г. по открита процедура за защита на дисертационен труд на Ивелина Славова Иванова-Кадери и придобиване на ОНС „доктор“ в ПН 3.8 Икономика. Решението за изготвяне на рецензия е взето на проведеното първо заседание на научното жури на 17 ноември от 15:00 часа.

Автор на дисертационния труд е Ивелина Славова Иванова-Кадери с тема на дисертационния труд „Управление на взаимоотношенията с клиенти чрез генетични данни“.

2. Данни за дисертанта (най-съществени елементи от професионалната биография на дисертанта, образование, данни за конкурса, изпълнение на учебните задължения, положени докторантски изпити и др.).

Ивелина Славова Иванова-Кадери е завършила ОКС „бакалавър“, специалност „Туризм“ в ИУ-Варна през 2007 година. Надградила е своите знания и умения в това професионално направление с едногодишно обучение в Университет Кембридж, IATA/UFTAA и е получила диплома по Управление на туризма през 2010 година. През 2014 година успешно е завършила обучението си в ОКС „магистър“ и е придобила степен магистър по Икономика, специалност Бизнес консултиране. Тези знания и умения е надградила с едногодишно обучение по бизнес управление в Дунавски университет Кремс през 2018 година. В периода 2019-2020 година се обучава в ОКС „магистър“ в Академия за музикално, танцово и изобразително изкуство „Проф. Асен Диамандиев“, гр. Пловдив и успешно се дипломира като магистър по арт мениджмънт.



В периода м.септември 2021 година – м.септември 2024 година е редовен докторант в катедра „Маркетинг“. Зачислена е със заповед на ректора на ИУ-Варна РД № 17-899 от 20.09.2021 година. По време на обучението си успешно е издържала следните докторантски изпити: Управление на взаимоотношенията с клиенти (Отличен 5.75), Маркетингова диагностика (Отличен 6.00), Икономика на предприятието (Много добър 5.25), Английски език (Отличен 6.00). Отчислена е с право на защита със заповед на ректора на ИУ-Варна РД № 17-529 от 10.10.2024 година.

Ивелина Иванова-Кадири стартира своята кариера в областта на туризма и авиацията като агент обслужване на клиенти, представител на авиокомпани и туристически агент. Впоследствие заема позицията агент продажби и пътническо обслужване, както и старши супервайзор Оперативни дейности и пътническо обслужване, асистент към Регионалния мениджър и експерт координатор на Управителния борд в Австрийски авиолинии (летище Варна). В периода 2016 – 2023 година работи в областта на енергетиката като експерт Продуктов мениджмънт и мениджър Регулаторни въпроси. От 2023 година до момента работи в сектор Електромобилност като старши мениджър Регулаторно съответствие.

Ивелина Иванова-Кадири владее отлично английски език, а немски и френски език на основно ниво. Тя притежава много добри комуникационни умения и способност за бърза адаптация в динамична и стресова среда, както и умения за управление на времето и ефективна работа в екип, съчетани с комбинативно мислене и способност за намиране на нестандартни решения на проблеми.

3. Общо представяне на дисертационния труд (съгласно изискванията на чл. 27, ал. 2 от Правилника за прилагане на закона за развитие на академичния състав в Република България).

В структурно отношение дисертационният труд се състои от увод, три глави, заключение, използвана литература и шест приложения в общ обем от 276 страници, от които 168 страници основен текст (структуриран в три глави), 29 страници библиография и 106 страници приложения. Изложението съдържа 17 таблици и 22 фигури. Библиографията съдържа 296 информационни източника, от които 22 на български език и 12 Интернет страници. В приложенията са включени седем дълбочинни интервюта с експерти в областта на генетиката, молекулярната биология и маркетинга, анкета за нагласите за предоставяне на генетични данни за създаване на персонализирани



продукти и услуги, анонимизираните отговори на респондентите от проведеното проучване, едномерните разпределения на всички променливи, резултатите от корелационните анализи, резултатите от статистическото тестване на хипотези, регресионен и дисперсионен анализ.

Дисертантът използва и цитира коректно научната литература в дисертацията. Авторът се позовава на авторитетни и интензивно цитирани от научната общност научни публикации, които включват фундаментални теоретични постановки и съвременните им апробации и модификации в областта на управлението на взаимоотношения с клиенти и работата с генетични данни.

Темата на дисертационния труд отговаря напълно на съдържанието му и е с нарастваща актуалност предвид ускореното развитие на дигиталните технологии и на генетиката, което предоставя почти неограничени възможности пред маркетинговете за разработване на хиперперсонализирани продуктови оферти към клиентите, от една страна, и етичните и регулаторни съображения и ограничения (особено по отношение на защита на личните данни), от друга страна. В тази връзка дисертантът правилно се ориентира в основната проблематика на дисертационния труд, свързана с интегрирането на генетични данни в управлението на взаимоотношенията с клиенти и разбирането им като стратегически ресурс за фирмите и паралелното изследване на нагласите на потребителите за споделяне на генетични данни за бизнес цели.

За обект на изследване в дисертационния труд коректно са определени съвременните модели за управление на взаимоотношенията с клиенти в контекста на нарастващото използване на персонализирани, и по-точно генетични, данни. Имам известни резерви по отношение на формулировката на предмета на дисертационния труд в частта за разработване на трансформирани бизнес модели, които отчитат етичните, регулаторните и комуникационните аспекти на хиперперсонализацията в CRM системите. Според мен, предмет на дисертационния труд в този му вид са потребителските нагласи за споделяне на генетични данни и възможностите за интегриране на тези данни в системите за управление на взаимоотношенията с клиенти.

Целта на дисертационния труд пряко произтича от заглавието на дисертацията, с фокус върху изследване на възможностите за трансформиране на системите за управление на взаимоотношенията с клиенти чрез интеграция на генетични данни. За постигането на тази цел дисертантът се насочва към анализ на потребителските нагласи,



маркетинговите стратегии за хиперперсонализация и етичните, правни и комуникационни предизвикателства, произтичащи от използването на чувствителна биологична информация. За изпълнение на целта на дисертационния труд са дефинирани три научноизследователски задачи, които впоследствие са разгърнати съответно в трите глави на дисертацията. Основната изследователска теза отразява дуалността на интегрирането на генетични данни в CRM системите, т.е. този процес има потенциал за създаване на хиперперсонализирани продукти, но същевременно поставя сериозни рискове за защита на личните данни на потребителите.

4. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд (съответствие на изискванията по чл. 34, ал. 2 и ал. 3 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна), мнение относно коректността на автореферата на дисертацията и лексикалната и стиловата характеристика на дисертационния труд

Дисертационният труд в структурно отношение се състои от увод, три глави, заключение, използвана литература и приложения. Главите са балансирани като обем и структура. Авторът избира традиционния подход към научното изследване, започвайки в Глава първа със задълбочен и пространен преглед на теоретичните постановки в областта на управлението на взаимоотношения с клиенти в дигитално-геномна среда, акцентирайки върху еволюцията на CRM концепцията, спецификата на генетичните данни като стратегически инструмент за хиперперсонализиране при управлението на взаимоотношения с клиенти и пазарните аспекти на геномните и генетични продукти и услуги. Въведена е концепцията за „генетичната персона“ и са дефинирани характеристиките на генетичния маркетинг. Разработена е таксономия на бизнес моделите на пазара на геномни продукти и услуги по тип услуга, дистрибуция, собственост и употреба на данни. В Глава втора е представена методологията, инструментариума и резултатите от проведеното изследване на потребителските нагласи за споделяне на генетични данни за бизнес цели. Дефинирани са три изследователски хипотези, които дисертантът впоследствие проверява със съответните статистически методи. Авторът комбинира качествени (дълбочинни интервюта със седем експерти в областите генетика, персонализирана медицина и маркетинг) и количествени методи (анкетно проучване) за събиране и анализ на данни (тематично кодиране и метрифициране за резултатите от дълбочинните интервюта и дескриптивен,



корелационен и клъстерен анализ за резултатите от анкетното проучване). Въз основа на проведеня клъстерен анализ са изведени три потребителски профила: „пионери“ (високо доверие и интерес към персонализирани решения), „предпазливи реалисти“ (условна готовност при ясни гаранции) и „консерватори“ (категоричен отказ, високорисков профил). Резултатите от изследването и изводите от него са доразвити в Глава трета с акцент върху приложението им в бизнеса чрез представяне на матрично позициониране на потребителските сегменти спрямо различни бизнес модели, напр. матрица на съвместимостта между потребителски профили и бизнес модели (пар. 3.2.2). Идентифицирани са различни сценарии на съвпадение и напрежение между очакванията на потребителите и пазарните стратегии на компаниите и са предложени насоки за адаптиране на диагностичния инструментариум в контекста на генетичния маркетинг. В пар. 3.3 на дисертационния труд авторът аргументира избора си на CRM-диаманта като базов модел и прави предложение за неговото динамизиране, което да позволи интегриране на генетични данни при управление на взаимоотношенията с клиенти.

Авторефератът е написан в съответствие с изискванията и отразява адекватно ключовите моменти от съдържанието на дисертацията и резултатите от проведеното емпирично изследване. В него дисертантът е представил актуалността на темата, обект, предмет, основна изследователска теза, цел и задачи на изследването, неговата методика и ограничения, както и приносните моменти. Съдържанието и основните части на дисертационния труд са представени коректно.

Дисертантът демонстрира добро познаване на специализираната терминология и я използва професионално. Стилът на писане е строго научен.

5. Идентифициране и оценяване на научните и научно-приложните приноси в дисертационния труд

Дисертантът е формулирал един теоретичен, един методичен и един практико-приложен принос. Моите съображения по отношение на предложените приносни моменти в дисертационния труд са следните:

На първо място, концепцията за „геномната персона“ обоготява концепцията за маркетинговата персона и я надгражда, но не разширява фундаменталното знание в маркетинга, поради което приемам това за научно-приложен принос.

На второ място, предложеният изследователски инструментариум по същество не предлага нови изследователски методи и техники. Комбинацията от качествени и



количествени методи е често използвана и съставлява т.нар. комбиниран изследователски подход (mixed research approach). Някои от използваните индикатори, напр. тези за измерване на доверието, могат да се приемат като принос, но към скалите за измерване, а не към методиката на изследване.

На трето място, дисертантът заявява практико-приложен принос чрез разработването на матрици за съвместимост и трансформиран CRM модел, но в изложението изтъква, че тези инструменти не са валидирани в реална бизнес среда. Това поставя под въпрос степента, в която може да се говори за действителен приложен принос, и по-скоро насочва към концептуално и методологично предложение с потенциал за бъдещо развитие.

6. Публикации и участие в научни форуми: съответствие на количествените изисквания по чл. 35, ал. 1, т. 1-4 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна (да отговарят на минималните национални изисквания за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, съгласно чл. 26, ал. 2 и ал. 3 на Закона за развитие на академичния състав в Република България), ако дисертационният труд не е публикуван като монография.

Според Правилника за развитие на академичния състав в ИУ-Варна публикациите на докторанта и участието в научни форуми трябва да отговарят на минималните национални изисквания за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, съгласно чл. 26, ал. 2 и ал. 3 на Закона за развитие на академичния състав в Република България, ако дисертационният труд не е публикуван като монография.

Съгласно представената от дисертанта Справка-декларация за изпълнение на минимални национални изисквания за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, съгласно чл. 26 от ЗРАСРБ, тя има публикувани две самостоятелни научни статии в нереферирани списания с научно рецензиране и три самостоятелни научни доклада в нереферирани списания с научно рецензиране, с общо 50 точки за показателите в Група Г, което съответства на минималните национални изисквания за присъждане на ОНС „доктор“.

6. Констатирано или неконстатирано плагиатство в дисертационния труд и автореферата



При работата ми върху дисертационния труд и автореферата не открих преки заемки от автори и материали в обхвата на управлението на взаимоотношения с клиенти чрез генетични данни. За прецизност на заключението ми относно наличието на плагиатство, съдържанието на дисертацията е проверено със софтуера за антиплагиатство StrikePlagiarism и са получени следните коефициенти за сходство. Коефициентът за сходство 1 е 1.47%, който показва, че в по-малко от 2% от дисертацията се съдържат фрази от 5 думи или по-дълги, открити в „домашната“ база данни на ИУ-Варна, базата данни RefBooks или Интернет ресурси. Коефициентът за сходство 2 е 0.82%, който показва, че в по-малко от 1% от дисертацията се съдържат фрази от 25 думи или повече, открити в посочените по-горе бази данни. Това ми дава основания да направя заключение, че не съм констатирала плагиатство в дисертационния труд и автореферата.

7. Критични бележки и препоръки

Дисертационният труд се отличава с висока степен на концептуална амбиция, интердисциплинарен подход и задълбочен теоретичен обзор. Наред с безспорните му достойнства, в разработката могат да бъдат открити и някои логически несъответствия, които трябва да бъдат отчетени при защитата.

На първо място, в теоретичната част на дисертационния труд генетичните данни са концептуализирани като централен стратегически ресурс и като изходна точка, която определя всички останали атрибути на клиентите в процеса на управление на взаимоотношенията с тях. В същото време, резултатите от емпиричното изследване показват ясно изразена поляризация на потребителските нагласи, като съществен дял от респондентите (40%) категорично отказват да споделят генетични данни при каквито и да било условия. Освен това, дисертантът не установява статистически значима връзка между възприетата институционална защита и реалната готовност за споделяне, нито между финансовите стимули и поведенческите намерения. Това поражда логическо противоречие между теоретично приписаната значимост на генетичните данни и тяхната ограничена емпирична приложимост в реален пазарен контекст.

На второ място, формулираните изследователски хипотези, свързани с ролята на доверието, регулациите и прозрачността (H1 и H2), не получават еднозначно статистическо потвърждение в количествения анализ. Въпреки това, в обобщенията и заключенията се правят категорични изводи за определящата роля на институционалната защита и етичните механизми като условия за споделяне на генетични данни. По този



начин се наблюдава известно разминаване между емпиричните резултати и направените интерпретации, при което нормативни очаквания се представят като емпирично доказани зависимости.

На трето място, в Глава първа (пар. 1.2.2 и пар. 1.2.3) авторката се позовава на мнения на различни автори за прогностичната стойност на генетичните данни за предсказване на потребителското поведение, което ѝ дава основание да формулира твърдение за това, че „генетичните данни се утвърждават като стратегически актив“ (стр. 43). Същевременно, в частта за ограниченията на изследването, дисертантът изрично отбелязва липсата на валидирани бизнес приложения, невъзможността за практическа апробация на предложените модели и липсата на стабилна регулаторна и технологична инфраструктура. Това създава усещане за логическо несъответствие между заявената прогностичност на генетичните данни и признатата научна и практическа неопределеност при тяхното приложение в CRM системите.

На четвърто място, концепцията за „генетичната персона“ („геномната персона“) е представена като относително стабилен и неизменен елемент на клиентския профил, произтичащ от биологичните характеристики на индивида и е един от научните приноси. В същото време предложеният динамизиран модел на CRM-диаманта акцентира върху адаптивност, поведенческа чувствителност и контекстуална зависимост на клиентските взаимоотношения. В дисертационния труд не е напълно изяснено по какъв начин биологично неизменни характеристики се интегрират логически в динамичен и ситуационно обусловен маркетингов модел, което оставя известно концептуално колебание.

На пето място, в предложената матрица на потребителските профили е включен сегмент „неинформирани, но доверчиви“, за който изрично се посочва, че не е установен в резултатите от емпиричното изследване. Включването на този сегмент в стратегическите модели, без емпирично потвърждение, размива границата между аналитичен и нормативно-конструктивен подход и трябва да бъде по-ясно аргументирано.

На шесто място, в целите на изследването се включват намерения, свързани с повишаване на обществената информираност и насърчаване на потребителите към проактивно поведение. Макар тези цели да са обществено значими, те излизат извън строгата рамка на научно-изследователска задача и придават на дисертационния труд



елементи на нормативност и социална ангажираност, които не винаги са ясно разграничени от аналитичния научен принос.

В обобщение, посочените логически несъответствия не омаловажават значимостта на изследването, но показват необходимост от по-прецизно разграничаване между теоретичен потенциал, емпирично потвърдени резултати и нормативни визии за развитие на генетичния маркетинг и CRM системите, използващи генетични данни. По-ясното артикулиране на тези граници би повишило вътрешната логическа кохерентност и научната убедителност на дисертационния труд.

8. Въпроси към дисертанта

- (1) Имайки предвид моята първа критична бележка, как дисертантът би коментирал предположението, че генетичните данни не могат да бъдат концептуализирани като „централен“ стратегически актив, а по-скоро като нишов, контингентен или експериментален източник на данни?
- (2) Освен генетични тестове, какви други продукти и услуги включва пазара на геномни продукти? За да анализирате динамиката на този пазар, какви други показатели и/или модели можете да използвате, освен размер на пазара, ръст на продажбите и пазарен дял?
- (3) По какъв начин биологично неизменни характеристики могат да се интегрират логически в динамичен и ситуационно обусловен маркетингов модел? Може ли да дадете пример с конкретен бизнес и/или фирма?
- (4) Направете разяснение от практико-приложен аспект на следното Ваше твърдение: „Различните видове CRM не следва да се разглеждат като изолирани решения, а като допълващи се компоненти в една холистична екосистема за устойчиво управление на взаимоотношенията с клиенти.“ (стр. 122).
- (5) Каква е разликата между CRM-основа и CRM-база в модела на CRM-диаманта (Фигура 3.5, стр. 128)?

Зададените въпроси са конструктивни и имат за цел да стимулират ползотворна научна дискусия по време на защитата.

9. Заключение

Констатациите и изводите, които са направени в рецензията по отделните изисквания ми позволяват да дам положителна оценка и да гласувам с „ДА“ за



присъждане на Ивелина Славова Иванова-Кадири на образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност „Маркетинг“, професионално направление 3.8 – Икономика.

гр. Варна

14.01.2026 г.

Изготвил рецензията:

/Проф.д-р Бистра Василева/

Заличена информация съгласно
ЗЗЛД и регламент (ЕС) 2016/ 679



Рецензия

за придобиване на образователна и научна степен „доктор” по обявена процедура от Икономически университет – Варна

1. Обща информация

- изготвил рецензията: доц. дн Любомир Димитров Любенов, Русенски университет „Ангел Кънчев”, гр. Русе
- основание за написване на рецензията: заповед № РД-06-165/07.11.2025 г. на Ректора за назначаване на научно жури и решение на научното жури
- автор на дисертационния труд: Ивелина Славова Иванова-Кадири
- тема на дисертационния труд: Управление на взаимоотношенията с клиенти чрез генетични данни

2. Данни за дисертанта

Образование, обучение и придобити квалификации:

- 2003 – 2007 год., Икономически университет – Варна, Бакалавър в туризма;
- 2007 – 2008 год., Икономически университет – Варна, Магистър по Икономика, специалност Управление на продажбите;
- 2009 – 2010 год., Университет Кембридж, IATA/UFTAA, Диплома по Управление на туризма;
- 2013 – 2014 год., Икономически университет – Варна, Магистър по Икономика, специалност Бизнес консултиране;
- 2018 год., Дунавски университет Кремс, Сертификат по бизнес управление;
- 2019 – 2020 год., Академия за музикално, танцово и изобразително изкуство „Проф. Асен Диамандиев“ – Пловдив, Магистър по Артменджмънт;
- 2021 - 2024 год., Икономически университет – Варна, Редовен докторант в специалност “Маркетинг”, отчислен с право на защита.

Дисертантът има богат трудов стаж и от 2004-2025 год. заема различни експертни и мениджърски длъжности, в които показва отлични и мн. добри езикови, компютърни, комуникативни, организационни и др. умения.

3. Общо представяне на дисертационния труд

Дисертационният труд е представен във вид и обем, съответстващи на специфичните изисквания на първичното звено. Той съдържа: заглавна страница; съдържание, увод; изложение; заключение - резюме на получените резултати с декларация за оригиналност; библиография.

Дисертационният труд е разработен в обем от 276 страници, в т.ч. основен текст - 169 страници (титулна страница, съдържание - 3 страници, увод - 12 страници, три глави - 113 страници, заключение - 4 страници), списък с използваната литература - 29 страници и 6 приложения - 106 страници. В основния текст са включени 17 таблици и 22 фигури. Списъкът на използваната литература съдържа 296 източника на български и на английски език, от които 12 Интернет страници. Правилното формулиране на структурата на дисертацията способства изследването по темата за управление на взаимоотношенията с клиенти чрез генетични данни.

Във въведението на труда правилно се обосновава изборът на темата от позицията на значимост, актуалност и перспективност на управлението на взаимоотношенията с



клиенти чрез генетични данни. Добре са формулирани обект и предмет на изследване, изследователска теза, цел, задачи, методи на изследването, основни ограничения, източници на информация и апробация. Научните реквизити са конкретни и ясни, което гарантира качество на дисертацията.

4. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Избраната тема на дисертацията и резултатите от представения дисертационен труд обуславят добре аргументирана актуалност и значимост на управление на взаимоотношенията с клиенти чрез генетични данни, респективно и търсенето на решения по дефинираните проблеми. Посочена е методическата база на проучването. Изведени са ограничителните условия, при които е разработен дисертационният труд, както и ползите в теоретичен, методичен и практико-приложен план.

Положителните резултати от изследването обуславят принципното одобрение на труда като притежаващ необходимите качества на дисертация за получаване на образователна и научна степен „доктор“, както и съответствие между тема и съдържание. Общото впечатление от дисертационния труд говори за яснота на постановките в границите на ясно формулираните предмет и обект, изследователска теза, цел, задачи и работни хипотези в контекста на темата на дисертацията.

Дисертационният труд и направените изводи почиват на богата теоретична и емпирична информация, която е обработена със специализиран софтуер (SPSS Statistics), с много добра илюстрация и обосновка на резултатите от изследването. Цялостната оценка на представения труд говори за добросъвестност и компетентност при ползването на информацията, с ясно разграничение на приносите на автора на изследването.

Авторефератът е представен в установената форма и съдържание. Той отразява в обобщен вид основните резултати от изследването и дава необходимата представа за теоретичните и приложни постижения на автора и неговите приноси. Лексикалната и стиловата характеристика на дисертационния труд и автореферата са теоретично и емпирично коректни.

5. Идентифициране и оценяване на научните и научно – приложните приноси в дисертационния труд

Детайлното запознаване с дисертацията позволява разкриването и формулирането на конкретни положителни резултати и приноси, най-важните от които са:

- разработената концепция за „геномна персона“ обогатява теорията за управление на взаимоотношения с клиенти, предлагайки по-комплексно възприемане на клиента не само като демографска или психографска категория, а и като субективна такава с генетични маркери за хиперперсонализация, която повишава стойността когато потребителят разполага с пълна информираност, контрол и право на отказ.

- авторът предлага и тества разширен маркетинг инструментариум (дълбочинни интервюта, количествени методи и индикатори за измерване на доверието), което в методичен план разширява съществуващия изследователски арсенал и може да се прилага в бъдещи теоретични и емпирични изследвания на генетичния и друг маркетинг.

- създадените матрици за съвместимост между потребителски профили и бизнес модели, както и динамизирания модел на CRM-диаманта, адаптиран към дигитално-геномната среда, позволяват в практико-приложен план прецизно позициониране на сегментите, идентифициране на сили на въздействие и изграждане на устойчиви CRM стратегии.



- справката с приносите е сравнително добре формулирана и синтезира постигнатите резултати.

6. Публикации и участие в научни форуми:

Представени са 5 публикации (2 научни статии и 3 научни доклада), които по обем и тематична насоченост отговарят на изискванията за получаване на образователна и научна степен „доктор“. Те са свързани с проблематиката на защитаваната изследователска теза, цели, задачи и работни хипотези, и представляват успешен опит за изследователска дейност.

Публикациите на дисертанта съответствие на количествените изисквания по чл. 35, ал. 1, т. 1-4 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна, както и на минималните национални изисквания за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, съгласно чл. 2б, ал. 2 и ал. 3 на Закона за развитие на академичния състав в Република България. Не ми е известно дисертационният труд да е публикуван като монография, което препоръчвам.

7. Констатирано или неконстатирано плагиатство в дисертационния труд и автореферата

Въпреки че основното звено е проверило дисертацията за плагиатство, а и авторът декларира писмено, че дисертационният труд е изцяло авторски продукт и при неговото разработване не са използвани в нарушение на авторските права чужди публикации и разработки, също не констатирам плагиатство в дисертационния труд и автореферата.

8. Критични бележки и препоръки

Критичните бележки към дисертационния труд са във висока степен и препоръки към автора. Това е обусловено от постигнатите резултати, които със своите характеристики, конкретност и синтезираност провокират изводи, но и бележки и препоръки:

- на страница 84 се посочва, че извадката на емпиричното изследване включва 437 респондента, но никъде в дисертацията не са обосновани критериите за нейния избор, вид, обем и др. Моля дисертантът да направи разяснения и допълнения.

- дисертантът твърди, че единствената умерено приемлива опция за А3 Консерватори е Б2 (Фигура 3.4, стр. 120 и 121). Моля дисертантът да направи разяснения и допълнения.

- в дисертацията се твърди, че резултатите от нея предполагат преформулиране на традиционното понятие за стойност в CRM. Моля дисертантът да направи разяснения и допълнения.

9. Въпроси към дисертанта

- какви са основните недостатъци на скалата на Ликерт?
- високите нива на корелация между изследваните величини предполагат ли причинни-следствена връзка?
- каква е статистическата достоверност на отговори от емпиричното изследване с вероятно разпределение около 50/50?



10. Заключение

Посочените положителни резултати от дисертацията на Ивелина Славова Иванова-Кадири на тема „Управление на взаимоотношенията с клиенти чрез генетични данни“ дават достатъчно основание за обща положителна оценка на научния потенциал и възможности за изследователска дейност. Това ми позволява да гласувам обосновано и недвусмислено положително за присъждане на Ивелина Славова Иванова-Кадири на образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.8 „Икономика“, докторска програма „Маркетинг“.

Дата: 05.01.2026 г.

Рецензе:

Заличена информация съгласно
ЗЗЛД и регламент (ЕС) 2016/ 679

(доц. дн Л. Любенов)