



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • www.ue-varna.bg

С.А. "Д.А.Ценов" - Свищов
Вх.№ 93.00-16/27.07.2026

РЕЦЕНЗИЯ

върху дисертационен труд за придобиване на научна степен „доктор на науките“ по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“ при СА „Д. А. Ценов“ - Свищов

Изготвил рецензията: проф. д-р Евгени Петров Станимиров, научна специалност „Маркетинг“, катедра „Маркетинг“ към Икономически университет - Варна.

Относно: дисертационен труд за придобиване на научна степен „доктор на науките“ в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“ при СА „Д. А. Ценов“ - Свищов.

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на Научно жури със заповед № 253/25.03.2026 г. на Ректора на СА „Д. А. Ценов“ - Свищов и първо заседание на Научното жури, проведено на 27.03.2026 г.

Автор на дисертационния труд: проф. д-р Тодор Борисов Кръстевич.

Тема на дисертационния труд: „Пожизнената стойност на клиента (концептуални, методологични и приложни аспекти)“.

I. Общо представяне на дисертационния труд

Представеният дисертационен труд на проф. д-р Тодор Кръстевич на тема „Пожизнената стойност на клиента: концептуални, методологични и приложни аспекти“ е посветен на изключително актуален и значим проблем в съвременната маркетингова теория и практика. Актуалността на изследването се обуславя от засилената роля на стойността на клиентите като интегрираща концепция между стратегическия маркетинг, управлението на взаимоотношенията с клиенти и финансовата логика на бизнеса. В условията на цифровизация, наличие на големи масиви от данни и навлизане на машинното обучение в маркетинговата



аналитика, оценяването и прогнозирането на пожизнената стойност на клиента се превръща в ключов инструмент за вземане на управленски решения.

Особено силна страна на труда е стремежът към интеграция между класическите вероятностни модели и съвременните предиктивни модели, което демонстрира висока степен на научна зрялост и ориентация към практически приложими решения.

Всичко това показва, че избраната тема съответства на съвременните теоретични и практически постижения в маркетинговата област, т.е. тя е по актуална тематика, и създава предпоставки за сериозни теоретични и практико-приложни обобщения, което я прави значима.

II. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Дисертационният труд е с обем от 318 страници и включва въведение, пет глави, синопсис, рефлексивен епилог и приложения, както и богата библиография от 264 източника.

Структурата на труда е логична, последователна и съответства на изследователската логика – от концептуално изясняване на проблема към неговата методологична и приложна разработка.

В съдържателен аспект могат да се открият следните по-съществени акценти.

В първите части на труда се изгражда стабилна концептуална рамка на понятието CLV, като се разглеждат неговата икономическа същност, еволюция и стратегическа роля.

Представена е задълбочена типология на моделите за оценяване на CLV – детерминистични, евристични, вероятностни, базирани на машинно обучение, базирани на дълбоки невронни мрежи, както и хибридни и ансамблови модели. Авторът представя и съображения при избиране на подход за моделиране на CLV.

Особено внимание е отделено на разграничението между договорни и извъндоговорни взаимоотношения с клиентите, което има ключово значение за избора на модел.



Разработена е цялостна методологична рамка за моделиране, включваща подготовка на данни, избор на метрики, оценка на точност и интерпретируемост.

В приложната част са реализирани прототипи на модели (вкл. BG/NBD, Gamma-Gamma, Random Forest, XGBoost), както и хибридни решения.

Прави впечатление високото ниво на методологична култура, както и стремежът към възпроизводимост чрез използване на аналитични протоколи и програмна реализация.

Изследването се отличава с ясно дефинирани:

- обект (процесите по оценяване и управление на клиентската стойност);
- предмет (моделирането и прогнозирането на CLV);
- цел (подобряване на прогностичната точност и управленската полезност чрез интеграция на класически и ML подходи);
- хипотези (H1–H6), които са логически обосновани и подлежат на емпирична проверка.

Силна страна на дисертацията е методологичният апарат и прототипирането на приложни модели за прогнозиране на пожизнената стойност на клиента.

Особено положително следва да се оцени:

- сравнителният подход между различни класове модели;
- използването на реалистични (макар и симулирани) CRM данни;
- ориентацията към управленска приложимост на резултатите.

Налице е балансирано съчетание между теоретична строгост и практическа насоченост.

В представеното заключение, което авторът нарича „Синопис и дискусия“ сполучливо е направен синтез на постигнатите резултати. Допълнително е представен сравнителен анализ по ключови измерения, както и перспективни методологични импликации и хибридна рамка.

Библиографската справка показва отлична литературна осведоменост на автора на дисертационния труд.



Постановката на изследването, избраният инструментариум и представените резултати показват завиден професионален подход на автора във връзка с използването на статистически и вероятностни модели, както и съвременни ML методи.

Дефинираните *цел* и *задачи* категорично възприемам за постигнати.

Авторефератът кореспондира с основния труд на автора.

III. Оценка на публикациите по дисертационния труд и изпълнение на минималните национални изисквания

Представени са 12 публикации, свързани с темата на дисертационния труд: монография, научни студии, статии и доклади. Част от публикациите са в съавторство – 4 бр. Същият брой публикации са индексирани в Scopus. 50% от представените публикации са публикувани на английски език, което увеличава тяхната видимост.

Представената справка за изпълнение на минималните национални изисквания в област 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика, за присъждане на научната степен „доктор на науките“ показва, че проф. Тодор Кръстевич надхвърля изискванията два пъти.

IV. Научни и практико-приложни приноси на дисертационния труд

В дисертационния труд могат да бъдат открити съществени научни и приложни приноси:

С теоретичен характер:

1. Систематизиране и доразвитие на концепцията за пожизнената стойност на клиента като икономически и управленски конструкт.
2. Разработване на интегрирана типология на CLV моделите.
3. Обосноваване на необходимостта от хибриден подход между вероятностни и ML модели.

С методологичен характер:

4. Изграждане на цялостна методологична рамка за моделиране на CLV.



5. Разработване на възпроизводими аналитични протоколи за оценка и сравнение на модели.

С практико-приложен характер:

6. Прототипиране на модели в различни бизнес контексти (неконтрактен и контрактен).
7. Формулиране на управленски правила за използване на CLV в маркетинговите решения.
8. Демонстриране на приложимостта на резултатите в реални бизнес сценарии.

V. Препоръки и въпроси

С цел допълнително развитие на изследването и засилване на неговата приложна стойност могат да бъдат отправени следните препоръки:

1. Какви са възможностите за приложимост на разработените модели в реалния бизнес при ограничени или непълни данни, както и в ситуации на липса на единен формат за тяхното систематизиране?
2. Възможно ли е да се разработят стандартизирани процедури за внедряване на CLV модели в различни индустрии или това е въпрос, който се решава ситуативно?
3. До каква степен използването на машинно обучение може да бъде съвместено с изискванията за прозрачност и управленска отчетност?

VI. Обобщена оценка на дисертационния труд и заключение

Представеният дисертационен труд представлява изследване на изключително актуален и значим практико-приложен въпрос за бизнеса. Постигнатото от проф. д-р Тодор Кръстевич отразява и доразвива съвременните постижения в сферата на стратегическия маркетинг и управлението на взаимоотношенията с клиентите в теоретичен, методичен и практически план. Безспорно се констатират оригинални приноси на автора за маркетинговата



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • www.ue-varna.bg

теория и практика. Трудът съдържа теоретични обобщения и решения на научно-приложни проблеми, представляващи значителен и оригинален принос в науката. Посоченото е в съответствие с изискванията на чл. 12 от ЗРАСРБ, чл. 37 от ППЗРАСРБ и чл. 86 от Правилника за развитието на академичния състав в СА „Д. А. Ценов” – Свищов, поради което с убеденост предлагам на членовете на уважаемото Научно жури да вземат положително решение за присъждане на научната степен „доктор на науките“ в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“ на проф. д-р Тодор Борисов Кръстевич.

22.04.2026 г.

Варна

Изготвил рецензият

(проф. д-р Евге́й Станимиров)