

## 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

**Рецензент:** проф.д.н. Симеон Денев Желев, научна специалност „Маркетинг“, катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ към Университета за национално и световно стопанство.

**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)“.

### 1. Общо впечатление от дисертационния труд

Дисертационният труд на проф. д-р Тодор Кръстевич „Пожизнената стойност на клиента: концептуални, методологични и приложни аспекти“ е посветен на един от най-значимите мултидисциплинарни проблеми на съвременната икономическа наука. Исторически започнала като опит за интеграция на маркетинга и финансите концепцията за пожизнената стойност на клиента впоследствие интегрира и други познания – от статистиката, математиката, информатиката, изкуствения интелект и др. От една страна, на тази експанзия може да се гледа като на положително явление, от друга – на истинско предизвикателство, с каквито нови концепции са се сблъскали последните 50-на години, когато са се разширявали прекомерно.

Проф. д-р Кръстевич предлага едно цялостно виждане и оценка на концепцията за пожизнената стойност на клиента, което е достойно за изключително висока оценка не само гледната точка на българската научна литература, но и от световната.

## **2. Достойнства на труда**

Към достойнствата на труда отнасям:

1. Ясно дефинирани цели, задачи, обект, предмет и хипотези.
2. Възможността развитите тези да бъдат репликирани и проверени.
3. Логична структура, която „пилотира“ читателя по един подходящ и полезен начин от първата до последната страница.
4. Задълбоченото представяне на същността, еволюцията и очакванията, с които е натоварена концепцията за CLV.
5. Наличието на цялостна методологична рамка за моделиране от подготовката на данните, през избор на метрики, оценка на точност и интерпретируемост.
6. Сравнението на достойнствата на различните класове модели.
7. Опитът да се изведе управленската приложимост на резултатите.
8. Съчетанието на прецизен теоретически разбор с методологическа дълбочина.
9. Извеждането на важни етически аспекти на CLV.
10. Подробен и много добре подреден автореферат, който представя по един подходящ начин цялостното съдържание на труда.

## **3. Оценка на публикациите по дисертационния труд и изпълнение на минималните национални изисквания**

Представените 12 публикации са свързани с темата на дисертационния труд. 4 публикации са в съавторство. Същият брой публикации са индексирани в Scopus. Половината публикации са публикувани на английски език.

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. Кръстевич надхвърля изискванията два пъти.

#### 4. Приноси на дисертационния труд

Намирам за съществени и правилно открити в дисертационния труд следните приноси:

*В областта на теорията:*

- Доразработване на концепцията за пожизнената стойност на клиента.
- Разработване на типология на CLV моделите.
- Обосноваване на необходимостта от хибриден подход между вероятностни и ML модели.

*В областта на методологията:*

- Изграждане на цялостна методологична рамка за моделиране на CLV.
- Разработване на възпроизводими аналитични протоколи за оценка и сравнение на модели.

*В областта на емпирията:*

- Прототипиране на модели в различни бизнес контексти.
- Формулиране на управленски правила за използване на CLV в маркетинговите решения.

#### 5. Въпроси и бележки

Макар че авторът се е опитал да изведе някои етически аспекти на CLV има други важни, за които бих искал да разбера неговото мнение. Така например, колкото по-добре действат различните модели и алгоритми в измерването, оценяването и прогнозирането на CLV, толкова повече отношенията между фирмата и клиентите ѝ се инструментализират. Настъпва асиметрия: важно е колко струват клиентите за фирмата, а не колко тя „струва“ за клиентите си. Клиентът става капитал за фирмата, но това не пречи ли фирмата да бъде „капитал“ за клиента?

Колкото повече данни се натрупват за клиентите и колкото по-задълбочено и надеждно те се обработват, не става ли по-голям и рискът от фалшива сигурност пред

управлението? А оттам и по-голям рискът от стратегическо маркетингово късогледство?

В маркетинга (и не само в него) е имало на няколко пъти свръхочаквания, които обикновено са идвали от поредната технологична иновация в обработването на данните, която бързо намира подкрепа в нов софтуер. Данните стават все повече, моделите – все по-сложни, а познанията за потребителя – в много отношения по-повърхностни. Вижда ли авторът такава опасност и при CLV?

#### **6. Обобщена оценка на дисертационния труд и заключение**

Дисертационният труд представлява сериозно изследване на един от важните проблеми на съвременния бизнес и маркетингова наука. Той е лично дело на автора проф. д-р Тодор Кръстевич, обобщава и доразвива съвременните постижения в изследванията и оценката на концепцията за пожизнена стойност на клиентите. Трудът запълва важна празнина в българската маркетингова научна литература. Трудът отговаря на изискванията на закона и Правилника за развитието на академичния състав в СА „Д. А. Ценов” – Свищов за придобиване на степента „доктор на науките“. Поради всичко това с убеденост ще гласувам 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.

24.04.2026 г.

София

Изготвил рецензията:

(проф. д.н. Симеон Желев)