

## СТАНОВИЩЕ

**От:** проф. д-р Галина Пенчева Младенова, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“, Университет за национално и световно стопанство, София

**Относно:** дисертационен труд за присъждане на научната степен „доктор на науките“ в професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“

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

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

**Основание за написване на становището:** участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд в съответствие със Заповед №253/25.03.2026 г. на Ректора на СА „Д. А. Ценов“

Представените по процедурата за присъждане на научната степен „доктор на науките“ документи по своето съдържание и форма съответстват напълно на нормативните изисквания. Дисертантът е представил за обсъждане дисертационния си труд в катедра „Маркетинг“, факултет „Мениджмънт и маркетинг“ на СА „Д. А. Ценов“-Свищов съгласно чл.12 (б) от ЗРАСРБ. Разкриването на процедурата по защита на дисертационния труд е извършено с решение на ФС на факултет „Мениджмънт и маркетинг“, Протокол №6/25.03.2026 г. в съответствие с чл. 89, ал. 6 от Правилника за развитието на академичния състав в СА „Д. А. Ценов“-Свищов.

### **1. Обща характеристика на представения дисертационен труд за придобиване на научната степен „доктор на науките“ в професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“**

Дисертационният труд „Пожизнената стойност на клиента (Концептуални, методологични и приложни аспекти)“ е в обем от 318 страници и се състои от въведение; изложение, структурирано в пет глави; синопсис и заключение (рефлексивен епилог). Съставна част от дисертацията са двете приложения, съдържащи възпроизводим аналитичен протокол за моделиране на пожизнена стойност на клиента. Списъкът на използваните информационни и литературни източници се състои от 264 заглавия. В изложението и приложенията са включени 31 фигури, 29 таблици и множество онлайн препратки към използваните данни и програмен код с публичен достъп.

Представеният дисертационен труд на тема „Пожизнената стойност на клиента (Концептуални, методологични и приложни аспекти)“ разглежда системно и в голяма

дълбочина проблематиката, свързана с оценяването и прогнозирането на стойността на клиента в условията на съвременната дигитална икономика. Още в уводната част е изградена ясна логическа рамка на изследването, чрез прецизно формулиране на обекта, предмета, целите, задачите и изследователските хипотези, които са обвързани с ключови направления в стратегическия маркетинг и управлението на взаимоотношенията с клиентите. Точните и ясни формулировки на посочените по-горе „атрибути“ на научния труд са предпоставка за неговия системен характер и последователното развитие на изследователската линия в рамките на целия труд.

Проблематиката е позиционирана в контекста на нарастващата роля на данните, аналитичните методи и машинното обучение в маркетинга, като пожизнената стойност на клиента е разгледана като интегративен показател, който обединява финансови, поведенчески и стратегически измерения на клиентските взаимоотношения. В този смисъл изследването проследява връзката между пожизнената стойност на клиента (CLV) и ключови управленски процеси, включително сегментация, таргетиране и разпределение на маркетинговите ресурси (1 глава, 1.3).

Теоретичната част на труда е фокусирана към систематично разглеждане на същността и еволюцията на концепцията за пожизнената стойност на клиента (1 глава, 1.1–1.2), като критично се анализират различни дефиниции и подходи (табл. 1). В този контекст се извежда ролята на CLV като концепция, която интегрира показатели като разход за придобиване на клиент, марж, възвръщаемост и клиентски капитал (1 глава, 1.4). Анализът е разширен чрез разглеждане на методологични подходи за оценяване и прогнозиране на CLV (1 глава, 1.5), както и чрез включване на етични и управленски аспекти (1 глава, 1.6), което допринася за по-широка интерпретация на концепцията.

Много сериозно място в теоретичната част на разработката заема типологизацията на моделите за оценяване на пожизнената стойност на клиента (2 глава) – задълбочено са разгледани детерминистични, евристични, вероятностни, машинно обучавани, дълбоки невронни и хибридни модели. Типологията е представена чрез сравнителен анализ на посочените модели, който отчита техните предпоставки, изисквания към данните, предимства и ограничения (табл. 11 и табл. 12). Това позволява формулирането на критерии за избор на подходящ модел в зависимост от контекста (фиг. 4).

В глава трета се представя разграничението между договорни и извъндоговорни отношения с клиентите и произтичащото отражение върху моделирането на CLV (3

глава, 3.1–3.4). Акцентът върху наблюдаемостта на отпадането на клиентите и различията в подходите към моделиране в двата контекста (договорни и извъндоговорни отношения с клиентите) създава предпоставки за по-прецизно адаптиране на аналитичните методи към конкретни бизнес ситуации.

Методологичната рамка, развита в четвърта глава, включва анализ на основните компоненти на CLV моделите (4 глава, 4.1), както и на ключови допускания, като независимост на събитията, стационарност и хетерогенност (4 глава, 4.2). Особено внимание е отделено на предизвикателствата, свързани с подготовката и обработката на данните, включително разреденост, цензуриране и риск от изтичане на информация (4 глава, 4.3). Този анализ създава методологична основа за последващото емпирично моделиране.

Емпиричната част на труда, представена в глава пета, следва логиката на разработената методология. В нея се реализира процедура за моделиране на CLV, включваща инженеринг на признаци (5 глава, 5.1), прилагане на вероятностни модели от типа BG/NBD и Pareto/NBD (5 глава, 5.2), използване на методи на машинното обучение (5 глава, 5.3) и бейсовски подходи (5 глава, 5.4). Проведен е сравнителен анализ на различните модели (5 глава, 5.5), като са използвани показатели за точност и ефективност (табл. 20 и табл. 21), както и визуални средства за проверка на съгласуваността на резултатите (фиг. 24–26).

Особен интерес, както в теоретичен, така и в практико-приложен аспект, представляват разработените приложения към труда (интегрална част от него), които разширяват теоретичната и методологичната рамка чрез конкретни аналитични реализации. В Приложение А е представен протокол за моделиране на CLV в неконтрактна омниканална среда, който включва генериране на синтетични данни, конструиране на признаци и прилагане на вероятностни и хибридни модели. В този контекст се моделират поведенчески процеси, характерни за ритейлинг средата, включително хетерогенност на клиентите и различия в каналното поведение.

Приложение Б разглежда моделирането на CLV в договорни условия, като интегрира анализ на оцеляването, включително криви на Каплан-Майер и регресия на Кокс, с класификационни и регресионни модели за прогнозиране на отпадането и приходите. Този подход позволява отчитане на специфичните характеристики на договорните взаимоотношения и създава условия за по-прецизно прогнозиране на стойността на клиента.

## **2. Оценка на научните и научно-приложните резултати и приноси**

Представеният научен труд е безспорно оригинален и сериозно разширяващ знанието ни за управлението на CLV в динамично трансформиращата се среда. Многопластовият характер на изследването и системното вникване във всеки конкретен изследователски въпрос е довело до множество обосновани заключения, част от които сами по себе си представляват сериозни научни и научно-приложни резултати.

Кои според мен са ключовите аспекта на изследването, които могат да се очертаят като негови научни и научно-приложни приноси?

В теоретичен аспект - систематизацията и интеграцията на съществуващите подходи, в т. ч. разработената типология на CLV моделите и концептуализирането на тяхната компонентна структура.

В методологичен аспект - открояването на комбинирането на различни аналитични парадигми, включително вероятностни, машинно обучавани и бейсовски подходи, в единна методологична рамка.

В практико-приложен аспект - високо значение имат разработените аналитични протоколи, които демонстрират възможности за практическо приложение на моделите в различен бизнес контекст.

В обобщение следва да посоча, че настоящият дисертационният труд може да се оцени високо – в него се предлага цялостна и последователна разработка на концептуални, методологични и приложни аспекти на пожизнената стойност на клиента, като са интегрирани различни научни подходи и са демонстрирани възможности за тяхното приложение в реални аналитични задачи в областта на маркетинга и управлението на взаимоотношенията с клиенти в среда на големи данни.

## **3. Оценка на автореферата**

Авторефератът коректно отразява логиката и съдържанието на дисертационния труд. Показано е умение синтезирано и прецизно да се изложи същината на сложен научен проблем и да се представят резултатите от неговото изследване. Приветствам решението на автора във всяка глава да се изведе и обособи научният/научно-приложният резултат, връзката му с работните хипотези и емпиричната апробация, а така също – научният/научно-приложният принос.

#### **4. Оценка на публикациите и академична известност на кандидата**

Проф. д-р Тодор Кръстевич е представил 12 публикации в конкурса за придобиване на научна степен „доктор на науките“. Става дума за сериозни публикации (една монография, три студии, четири научни доклади, четири статии), пет от които са в индексирани в Scopus издания. Посочени са 8 участията на проф. д-р Тодор Борисов Кръстевич в научни и професионални форуми, свързани с популяризиране на резултатите от дисертацията, представена в конкурса за придобиване на научната степен „доктор на науките“

Категорично мога да заявя, че в маркетинговата ни академична общност проф. д-р Тодор Кръстевич заслужено си е спечелил име на безспорен авторитет с множество оригинални публикации и последователи. Повече от 20-годишното ми познатство и професионално общуване с него ми дават основание да твърдя, че като колега Тодор Кръстевич е високо ерудиран човек, „зареден“ с научна любознателност и постоянен стремеж към научно откривателство. Настоящият труд е още едно доказателство за това.

#### **5. Критични бележки и предложения**

Нямам критични бележки и препоръки. Наред с това, считам, че широкият обхват на изследването предполага възможности за допълнително задълбочаване на някои направления, включително по-детайлно разглеждане на специфични алгоритми в рамките на дълбокото обучение или емпирично валидиране с реални бизнес данни. Тези аспекти могат да се разглеждат като естествено продължение на изследването в бъдещи научни разработки.

#### **6. Обобщено заключение и становище**

Дисертационният труд „Пожизнената стойност на клиента (Концептуални, методологични и приложни аспекти)“ е зрял и завършен труд, съдържащ приноси в областта на теорията и методологията на маркетинга и предлагащ практически инструмент за оценка на CLV в различен бизнес контекст.

Дисертационният труд за присъждане на научна степен „доктор на науките“ с автор проф. д-р Тодор Кръстевич съответства на изискванията на чл. 12 (4) от ЗРАС в Република България.

Посоченото по-горе ми дава основание да гласувам „ЗА“ присъждане на проф. д-р Тодор Борисов Кръстевич на научна степен „доктор на науките“ в професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“.

21.04.2026 г.

Подпис: .....

Проф. д-р Галина Младенова