



СТАНОВИЩЕ

върху дисертационен труд за получаване на образователната и научна степен “доктор” по: област на висше образование 3.0. «Социални, стопански и правни науки», професионално направление 3.8. „Икономика”, научна специалност – „Организация и управление на производството”

Автор на дисертационния труд: Агрон Сахит Мустафа
докторант към катедра „Мениджмънт и маркетинг” при Аграрен университет, гр. Пловдив

Тема на дисертационния труд: Маркетингови концепции на търговските банки за кредитиране на земеделието в Косово

Рецензент: доц. д-р Петър Борисов, Аграрен университет - Пловдив, 3.0. „Социални, стопански и правни науки”, 3. 7. „Администрация и управление”, Организация и управление на производството.

определен за член на научното жури със заповед № РД-16-958 от 27.10.2018 г. от Ректора на АУ.

1. Актуалност на проблема.

Процесите на навлизане на иновации в банковия сектор, които целят да се отговори на новите потребности на пазара определят високи предизвикателства пред маркетинговото управление на търговските банки в Косово. Земеделските производители в Косово притежават дребни по своя размер стопанства, които не могат да оправдаят големи по размер инвестиции и най-вече страдат от недостатъчен оборотен капитал. Чрез идентифициране на тези потребности търговските банки в Косово се стремят да предложат на достъпна цена кредитен ресурс. Представения в дисертационното изследване проблем има актуално значение както по отношение на изследвания регион – Косово, така и по отношение на изследвания проблем.

2. Цел, задачи, хипотези и методи на изследване.

Целта на представения за становище дисертационен труд е да се установят ефектите от прилаганите маркетингови концепции на търговските банки в сегмента „Кредити и лизинг за агробизнеса“ и да се предложат насоки за подобряване на тези ефекти.

В представената дисертацията се решават следните задачи:

- Изяснява се ролята на маркетинговата концепция в управлението на търговската банка;
- Изяснява се спецификата на земеделския бизнес, като потребител на кредитни продукти и услуги предлагани от търговските банки;
- Дефинират се основните маркетингови дейности на търговските банки, от които зависи качествено формулиране, внедряване и контролиране на маркетинговата концепция;
- Изследва се кои маркетингови дейности се изпълняват в търговските банки, а също и наличието на връзка между тези дейности и постигнатите ефекти;
- Дефинират се конкретни препоръки за подобряване процеса на формулиране, изпълнение и контрол на маркетинговите концепции на търговските банки при кредитиране на земеделския бизнес;

- Разработва се и се прилага модел за формулиране, изпълнение и контрол на маркетингова концепция при кредитиране на земеделския бизнес.

В дисертацията се защитава концептуалната теза, че следването на маркетингова концепция на управление в съвременния свят на глобализация и нарастваща конкуренция е предпоставка за устойчиво пазарно присъствие на търговската банка при предлагането на кредитни продукти на пазара.

3. Онагледеност и представяне на получените резултати.

Дисертационният труд е разположен на 145 страници. Той е структуриран във въведение, изложение в шест глави, заключение и приложения. Дисертационното изследване е онагледено с 23 фигури, 14 схеми, 3 таблици и 3 приложения. Използваните фигури, схеми и таблици представят в детайли събраната информация от проведеното дисертационно изследване.

4. Обсъждане на резултатите и използвана литература.

В представената за становище дисертация е извършен обширен литературен обзор на проблема, посветен на разработването, избора и изпълнението на маркетинговата концепция като инструмент за управление на продажбите на банкови продукти. Дефинирани са специфичните характеристики на търговската банка като бизнес структура, и на земеделието като отрасъл, потребяващ кредитен ресурс за своето устойчиво развитие. Автора е определил и изследвал факторите, детерминиращи избора на маркетингова концепция при кредитиране на земеделския бизнес.

В аналитичната част на дисертацията в логическа последователност са анализирани маркетинговите концепции на търговските банки в Косово, обслужващи земеделието с кредити. Търговските банки са сравнени по произход; по размер на активите и собствения капитал; по кредитен и депозитен ресурс; по пазарен дял и по пазарен ръст. Докторантът е успял да идентифицира и да профилира лидерите в изследвания пазарен сегмент. Задълбочил е анализа като е идентифицирал критичните фактори за успеха на водещите търговски банки, кредитиращи земеделския бизнес в Косово. Анализирани си начините на прилагане на маркетинговите концепции от страна на търговските банки при кредитиране на земеделския бизнес. Използвайки системния подход, Агрон Мустафа представя маркетинговата концепция, като логическа последователност от изпълнявани маркетингови дейности. Той анализира степента на изпълнение на тези дейности в изследвания пазарен сегмент.

Аналитичната част на дисертацията завършва с анализ на получените ефекти от прилаганите маркетингови концепции при кредитиране на агробизнеса. Аналитичната част на дисертацията завършва с формулиране на аргументирани изводи за състоянието на изследвания проблем.

На база формулираните изводи, докторантът предлага начини за повишаване на ефектите от прилаганите маркетингови дейности, като представя на практиката модел за формулиране, избор, следване и контрол на маркетингова концепция при обслужване на земеделския сектор и начин на създаване на организационен капацитет в практиката за внедряване на този модел.

5. Приноси на дисертационния труд.

В представения дисертационен труд могат да се открият следните приноси

моменти с научен и научно-приложен характер:

- Въз основа на направен критичен анализ на литературните източници и преглед на различните виждания за същността на маркетинговата концепция като управленски подход, е изведена постановка за специфичните условия, които в земеделския сектор съществуват и имат значение при обслужването му с кредитни и лизинг услуги;

- Адаптирана е специална методика за анализ и оценка на степента на изпълнение на маркетинговите концепции на търговските банки и постигнатите ефекти от тяхното приложение.

- Анализирани са приложенията на маркетинговите концепции на търговските банки при обслужване на земеделския сектор с кредитни услуги и са идентифицирани кои са ключовите маркетингови дейности за постигане на пазарно присъствие;

- Формулиран и представен е модел за избор, изпълнение и контрол на маркетингова концепция при обслужване на земеделския сектор с кредитни услуги.

- Препоръчани са конкретни насоки за повишаване на пазарното присъствие на търговските банки в изследвания пазарен сегмент;

6. Критични бележки и въпроси.

Нямам критични бележки към работата на докторанта.

7. Публикувани статии и цитирания.

Агрон Сахит Мустафа има две статии, в които участва като автор:

Mustafa, A. Loku, A. Privatization of POEs in Kosovo – Case Study: Post and Telecom of Kosovo. Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences vol3/2017.

Мустафа, А. П. Борисов, Т. Радев. Анализ на маркетинговите дейности при кредитиране на агробизнеса в Косово. Икономика и управление на селското стопанство, 2018.

Представените материали кореспондират с темата на дисертационното изследване. Представеният автореферат отразява обективно структурата и съдържанието на дисертационния труд.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

Считам, че представеният дисертационен труд отговаря на изискванията на ЗРАСРБ и Правилника на Аграрния университет за неговото приложение, което ми дава основание да го оценя **ПОЛОЖИТЕЛНО**.

Позволявам си да предложа на почитаемото Научно жури също да гласува положително и да присъди на Агрон Сахит Мустафа образователната и научна степен **“доктор”** по научната специалност „Организация и управление на производството”

Дата: 05.11.2018
гр. Пловдив

РЕЦЕНЗЕНТ: г-ж. Асият Борисов
