



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 във 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;

