



## 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:** проф. д-р Сретен Миладиноски – Македонски университет, 3.0. „Социални, стопански и правни науки”,

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

### 1. Актуалност на проблема.

Съвременният пазар на банкови услуги е наситен с голямо присъствие на играчи – традиционни и нови, което определя съществуването на ожесточена конкуренция. „Традиционните играчи“ са банките, които разполагат с разгъната мрежа от представителства, отдели и офиси, в които персонала работи за да предложи качествени услуги при конкурентни условия. „Традиционните играчи“ разполагат с реална инфраструктура, която поражда съществени разходи по оферирание на банковите услуги. „Новите играчи“ са така наречените “fintech” компании, които за разлика от банките притежават виртуална инфраструктура, която им дава възможност със значително по-малко разходи ценово да конкурират банките при оферирание на банковите услуги. “Новите играчи“ са силно иновативни по отношение на използването на маркетинговите принципи за изграждане на конкурентни предимства. Те активно залагат в своите маркетингови концепции използването на социалните мрежи и „B2B“ партньорствата. При тези условия използването на иновативни елементи в маркетинговата стратегия има решаваща роля при заемането на пазарни позиции. Ето защо анализът на маркетинговите дейности има актуално значение при изследване на пазарното присъствие на търговската банка. В резултат на този анализ може да се идентифицират основните маркетингови дейности, които водят до пазарен успех.

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

Целта на представения 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;

