



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;

- 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, които обхващат 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 представения за становище дисертационен труд в теоретично-методическата му част е извършен литературен обзор на проблема. Идентифицирани са основните елементи на маркетинговата концепция като инструмент за стратегическо управление на търговската банка. Разработена е обоснована методология за анализ и оценка на прилаганите маркетингови концепции на търговските банки при кредитиране на агробизнеса в Косово.

В аналитичната част на база разработения методологичен подход са анализирани маркетинговите концепции на търговските банки в Косово, обслужващи земеделието с кредити. Анализирани си начините на прилагане на маркетинговите концепции както и постигнатите ефекти от тях. В резултат на изведения анализ, докторанта е направил аргументирани изводи за състоянието на изследвания проблем.

На база формулираните изводи, Агрон Мустафа предлага начини за подобряване на ефектите от прилаганите маркетингови дейности, като предлага модел за формулиране, избор, следване и контрол на маркетингова концепция при кредитиране на земеделието.

5. Приноси на дисертационния труд.

В представения дисертационен труд могат да се открият следните приносни моменти с 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 приложението 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 автора на дисертационното изследване.

7. Публикувани статии и цитирания.

От представените документи за становище получих две статии, в които Агрон Сахит Мустафа участва и те са:

1. **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.
2. **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 и автореферат отразява обективно структурата и съдържанието на дисертационния труд.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

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

РЕЦЕНЗЕНТ: *Срејан Милутиновиќ*
(.....)