

АГРАРЕН УНИВЕРСИТЕТ гр. ПЛОВДИВ	
Вх. № 7079	Дело № 22
Получено на 05.11.2018	

## РЕЦЕНЗИЯ

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 Софроний Миладиноски – Македонски университет,  
3.0. „Социални, стопански и правни науки”  
определен/а за член на научното жури със заповед № РД-16-958 от  
27.10.2018 г. от Ректора на АУ.

### 1. Кратко представяне на кандидата.

Агрон Сахит Мустафа е роден на 25 Юли, 1977 г. в град Прищина, Косово. През 2011 година придобива степен магистър по Икономика и мениджмънт от Университета в Прищина, Факултет по икономика. След което следва една година в Харвард Бизнес скуул, където придобива втора магистърска специалност по Лидерство и развитие. Агрон Мустафа започва своята кариера като ръководител проекти, а по-късно и като ръководител на мисията за Селскостопанска хуманитарна помощ за Косово. Понастоящем е изпълнителен директор на Косово Телеком, компания - мобилен оператор в Косово.

### 2. Актуалност на проблема.

Съвременното банкиране се изправя пред нови предизвикателства на пазара на банкови услуги, породени от бързото навлизане на иновациите в сектора. Класическият подход на банкиране има все по-малка роля, когато става въпрос за постигане на по-добри пазарни позиции в бизнес среда, отличаваща се с все по-голямо присъствие на иновации и нови пазарни изисквания. Процесите на трансформация във финансовата сфера доведоха до съществени промени в бизнес ориентацията и маркетинговото управление на търговските банки, които се отнасят до приемане на маркетинговия подход в управлението на банката като водещ; секюритизация на банковите услуги в условията на интернет среда; налагане на електронното банкиране и застраховане; създаването и управлението на големи масиви от данни. Всички

горепосочени фактори, определят темата на дисертацията като актуална и интересна за изследване.

### **3. Цел, задачи, хипотези и методи на изследване.**

Целта на представения за рецензиране 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 повишаване на тези ефекти. Така поставена целта на дисертационното изследване кореспондира с темата ѝ.

С оглед постигане на поставената цел в 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.

Поставените за решение задачи в дисертационното изследване позволяват да се постигне целта. Докторантът правилно е формулирал кои са предметът и обектът на изследване. Предмет на дисертационното изследване са маркетинговите дейности при формулиране, изпълнение и контрол на маркетинговата концепция, които се извършват от търговските банки при кредитиране на земеделския бизнес.

Обект на изследване са 10 търговски банки, които кредитират земеделския бизнес в Косово.

В представеното за рецензиране дисертационно изследване се защитава 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.

В дисертационното изследване маркетинговата концепция се възприема като управленски подход, поради което при изследването и анализа се прилага ситуационен подход.

За доказване на концептуалната теза в процеса на изследването, докторантът използва следните методи: системен анализ; сравнителен анализ; графичен анализ; статистическите методи – дескриптивна статистика, хи квадрат анализ и метода на еднофакторна корелация.

#### **4. Онагледеност и представяне на получените резултати.**

Дисертационният труд е структуриран като започва с въведение, изложение в шест глави и заключение, разположени на 145 страници. Изследването е онагледено с 23 фигури, 14 схеми, 3 таблици и 3 приложения. Така използваната структура на дисертацията, позволява да се постигне посочената ѝ цел. Използваните фигури, схеми и таблици са добре подбрани като тип и дават възможност на рецензента в детайли да види представените резултати от изследването.

#### **5. Обсъждане на резултатите и използвана литература.**

Получените резултати от извършения анализ на проблема, който докторанта изследва са достатъчни за да се потвърди изследователската хипотеза. Докторантът е представил в детайли изследваните търговски банки, като ги е профилирал по произход; размер на активите и собствения капитал; кредитен и депозитен ресурс; пазарен дял и пазарен ръст.

В дисертацията е изследвана връзката между прилаганите маркетингови концепции и постигнатото пазарно присъствие при обслужване на земеделския бизнес с кредитни и други банкови услуги. Идентифицирани са лидерите в изследвания пазарен сегмент като са посочени и основните фактори за доминация при обслужване на агробизнеса с кредитен ресурс. Следващ етап в анализа е изследването на основните маркетингови дейности, които търговските банки изпълняват при пазарния сегмент „Кредити и лизинг за агробизнес”. Чрез анкетно проучване докторантът е идентифицирал, кои са най-често изпълняваните маркетингови дейности при атакуване на пазарния сегмент. Докторантът след като определи критичните маркетингови дейности, търси релация между тях и постигнатото пазарно присъствие. Формулирането, избора, изпълнението и контрола на маркетинговата концепция на търговската банка е непрекъснат процес и неговото прекъсване чрез системни пропуски по осъществяваните маркетингови дейности водят до понижаване на ефективността на маркетинговия мениджмънт и загуба на пазарна мощ на пазара. Ето защо идентифицирането на пропуските по осъществяването на маркетинговите концепции на банките е важен елемент в дисертационното изследване.

Аналитичната част на дисертацията завършва с анализ на получените

ефекти от прилаганите маркетингови концепции при кредитиране на агробизнеса. Докторантът е изследвал основните фактори, определящи ефективността на следваната маркетингова концепция. Той посочва, че тези фактори са лидерството при прилагането на концепцията както и начина на бюджетиране на маркетинговите дейности. Докторантът е определил и измерил постигнатите ефекти от прилаганите маркетингови дейности. Изследва ефектите върху пазарното присъствие на търговските банки както и ефектите, които се постигат при обслужване на пазарния сегмент и приходните парични потоци. В тази част на дисертацията се търси връзка между основни фактори, които водят до положителни ефекти върху пазарното присъствие и удовлетвореността на клиентите. Идентифицирани са основните центрове на печалба на търговските банки при обслужване на пазарния сегмент.

Аналитичната постановка на дисертацията завършва с формулиране на констатации и изводи, които дават представа за основните фактори, причини и явления, които пораждаат спецификата на изследвания проблем.

След като са определени основните фактори на въздействие върху пазарното присъствие, целевия пазар и паричните приходи и е оценена тяхната сила на въздействие върху получените ефекти, докторантът моделира и предлага на практиката модел за формулиране, избор, следване и контрол на маркетингова концепция при обслужване на земеделския сектор с банкови услуги и продукти. Докторантът отправя конкретни препоръки за повишаване на ефективността от прилаганите маркетингови концепции като очертава основни насоки за тяхното подобряване.

## **6. Приноси на дисертационния труд.**

В представения за рецензиране дисертационен труд се открояват следните научни и научно-приложни приноси:

- 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;

## 7. Критични бележки и въпроси.

Авторът на дисертацията е представил задълбочено изследване на избрания от него и неговия научен ръководител проблем. Нямам критични бележки към дисертационното изследване, но давам препоръка на докторантът да продължи своите научени изследвания в сферата на кредитирането на агробизнеса в Косово, като смятам, че по този проблем няма достатъчно научни публикации.

## 8. Публикувани статии и цитирания.

От представените документи за рецензиране получих две статии в чието авторство присъства Агрон Сахит Мустафа и това са следните:

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 /под печат/

Представените статии, засягат тематиката на дисертацията както по отношение на методологична постановка, така и по отношение на отразяване и разпространение на резултатите от дисертационното изследване.

Представеният автореферат отразява обективно структурата и съдържанието на дисертационния труд.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

Въз основа на научените и приложените, от докторанта, различни методи на изследване, правилно изведените експерименти, направените обобщения и изводи 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 да присъди на **Агрон Сахит Мустафа** образователната и научна степен **“доктор”** по научната специалност „Организация и управление на производството”

Дата: 05.11.2018

РЕЦЕНЗЕНТ: *Младенчоски Софроний*  
(*С. Давидович*)