



## УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

### СТ А Н О В И Щ Е

От: доц. д-р Християн Анастасов Танушев  
Университет за национално и световно стопанство  
Професионално направление 3.8 „Икономика“  
Научна специалност „Планиране“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.8. „Икономика“ научна специалност „Маркетинг“ в УНСС.

Автор на дисертационния труд: Янко Александров Янков  
Тема на дисертационния труд: Въздействие на регулациите върху маркетинговите практики във финансовите институции

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 107 от 25.01.2022 г. на Ректора на УНСС.

#### **1. Информация за дисертанта**

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на УНСС по научна специалност „Маркетинг“ съгласно Заповед на Заместник-ректора по НИД на УНСС № 852 от 21.03.2018 г. Обучението е осъществено в редовна форма през периода 13.03.2018 г. до 14.02.2022 г.

#### **2. Обща характеристика на представения дисертационен труд**

Представеният дисертационен труд е в обем от 120 страници основен текст. Съдържа въведение, пет основни глави и заключение. Структурата на ръкописа е логична. Следва се схемата. Теоретични основи на проблематиката и действаща регулаторна рамка в страните от Европейския съюз и в България, върху които се изгражда методиката на изследване. Емпирично проучване и оформяне на предложения и изводи, базирани на получените първични данни. Резултатите от изследването са илюстрирани

чрез 7 графики. Приложени са и 17 фигури, съдържащи използвани в изследването формуляри. Авторът се позовава на 226 източника. От тях 35 са на кирилица и 191 на латиница. Подборът на заглавия отразява стремежа, но и способността на докторанта да осмисли един научен проблем от различни гледни точки, да се запознае с творческите търсения на наши и чуждестранни учени. Отличното познаване на действащата нормативна уредба и регулаторна рамка в Европейския съюз му позволява да предложи практически решения, които са директно приложими в маркетинговата практика на банките.

Актуалността на избраната проблематика може да се изведе от процесите, наблюдавани във финансовия сектор. Регулирането е призвано да защити интересите на непрофесионалните потребители на финансови услуги, но и не бива да възпрепятства дейността на институциите, които оперират на тези пазари. Авторът ясно е формулирал предмета, обекта, целта и задачите на изследването си. Основната теза на дисертационния труд отразява обвързката на маркетинговата проблематика и използването на похвати на бихейвиористичната икономика при управление на удовлетвореността и ангажираността на клиентите в условията на засилени регулативни въздействия. Тезата се разгръща последователно в отделните глави и се представят обосновани аргументи за нейната защита.

### **3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати**

Прилагането на инструментите на бихейвиористичната икономика в сферата на финансовите услуги е тематика, която не е разработвана по отношение на взаимоотношенията „банка-клиент“ и „банка-служители“ в България. В същото време регулаторната рамка в Европейския съюз и нейното прилагане в нашата страна въвеждат редица ограничения за използване на маркетингови похвати в контактите с потребителите. Авторът на основата на критичен анализ, както на литературата, така и на действащите регламенти, директиви и други нормативни документи представя възможностите за въвеждане на маркетингови инструменти, които биха повишили ангажираността на клиентите и служителите. Извършените експерименти с клиенти на конкретна банка у нас и в чужбина дават достатъчно основания да се формулират изводите за ефективността на предлаганите практически решения. Разделянето на респондентите на контролна и тестова група позволява непосредствена сравнимост на резултатите. Проучването на диференцирани банкови продукти (кредитни и некредитни) и чрез различни канали (онлайн и контактен център) е основанието да се обобщят данните за поведението на банковите клиенти при промяна на комуникационното въздействие.

#### **4. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Дисертантът е формулирал четири приноса, като резултат от проведеното емпирично изследване. Откроява се техният научно-приложен характер.

Систематизирането на методите на приложение на принципите на поведенческата икономика в управлението на взаимоотношенията „банка – клиент“ е елемент на научната класификация.

Следващите три приноса отразяват етапите при внедряване на модерни маркетингови практики в дейността на финансовите институции.

- Формулиране на практически решения на основата на теоретичния анализ.
- Управление на комуникационния процес с клиенти и служители чрез предложените иновативни техники.
- Адаптиране и апробиране на методика на експериментално проучване.

Представените емпирични данни доказват, че предложенията в дисертацията водят до повишаване ангажираността на потребителите. Разработената авторска методика отразява възможностите на докторанта да извършва самостоятелна изследователска дейност и да формулира заключения на основата на получените данни.

Списъкът на приносите обективно представя постигнатите от докторанта научни резултати.

#### **5. Оценка на публикациите по дисертацията**

Дисертантът е представил разработките си на две научни конференции през 2019 г. в УНСС и Софийския университет „Св. Кл. Охридски“. Докладите му отразяват насоките на научните му търсения, свързани с влиянието на регулирането на финансовите институции върху маркетинговата политика на банките, постиганите от тях финансови резултати, но и удовлетвореността на служителите им. Чрез третата публикация през 2020 г. авторът е търсил по-широка аудитория и тя е на английски език, като ясно отразява позициите му за прилагането на инструментите на бихейвиористичната икономика в банковия сектор с цел повишаване ангажираността на клиентите. И в трите публикации се проследява научния стил на автора, ориентиран към практическа приложимост на резултатите на изследването му.

#### **6. Оценка на автореферата**

Авторефератът отразява вярно и в сбит вид съдържанието на дисертацията. Описани са публикациите на докторанта и са формулирани

претендираните приноси. Представена е декларация за оригиналност на текста.

### **7. Критични бележки, препоръки и въпроси**

Бих препоръчал на докторанта да излезе извън рамките на ограниченията, които сам си поставя, и в бъдещи разработки да се опита да обвърже получаваните резултати от усъвършенстване на маркетинговите подходи с финансовия ефект за банката. Внедряването на направените предложения е възможно единствено ако се гарантира ангажираността на висшия мениджмънт. Размерът на потенциалните печалби е значително по-неоспорим аргумент в сравнение с разяснението на психологическите похвати.

Препоръчвам публикуване на изследването в монографичен труд. Така ще се предостави възможност на по-широк кръг читатели да се запознаят с получените резултати и ще се повиши вероятността предложените решения да се внедрят в практиката.

### **8. Заключение**

Считам, че актуалността на разглеждания проблем, теоретичното равнище на изследването, използваната методика за анализ, постигнатите резултати и приноси и тяхната практическа насоченост, ми дават основание да дам положителна оценка на дисертационния труд и ще гласувам да бъде придобита от Янко Александров Янков образователната и научна степен "Доктор по икономика" по научна специалност „Маркетинг“ професионално направление 3.8. „Икономика“.

София  
10.02.2021 г.

  
Християн Танушев