

СТАНОВИЩЕ

относно: дисертационния труд на тема „Въздействие на регулациите върху маркетинговите практики във финансовите институции”

докторант: *Янко Александров Янков, катедра „Маркетинг“, УНСС*

Научен ръководител: *доц. д-р Християн Анастасов Танушев*

Изготвил становището и основание: *проф. д-р Лина Анастасова*, ръководител катедра „Маркетинг“, Бургаски Свободен Университет; Становището е разработено на основание на Заповед N 107/ 25.01.2022 г. на зам. Ректора по научно-изследователска дейност и межд. Сътрудничество на УНСС.

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.

I. Общо представяне на кандидат-дисертационния труд

Дисертационният труд представен за рецензиране съдържа въведение, 5 глави, заключение и библиография, като общият обем е 134 страници, от които 13 страници са използваната литература. Списъкът на използваната и цитирана литература съдържа 226 литературни източника, повече от 80% от които на английски език, което показва отличната осведоменост на автора относно публикуваната специализирана литература в световен мащаб.

II. Мнение относно съдържанието и структурата на дисертационния труд

Във въведението авторът разглежда основните фактори въздействащи върху банковата сфера, като набляга на регулацията в банковия сектор, основните задачи на регулирането и тяхното отражение върху доходността на банките. Но основният фокус във Въведението са бъдещите направления за по-ефективен банков маркетинг. Дисертант Я.Янков споделя схващането си, че в условия на икономическа криза е необходимо да бъде приложен специфичен маркетинг, който да постига съответствие с вътрешната и външната пазарна среда. Дисертант Янко Янков коментира и схващанията си за влияние на 2та вида активи на банките- материалните и нематериални активи -стр. 7-9.

Формулиране на обект, теза и изследователски задачи

Във въведението са ясно дефинирани обектът на изследване, тезата и основните задачи. **Обектът на изследване** е банка, оперираща на българския и други пазари в Централна и Източна Европа. **Тезата на дисертацията** е, че банките могат значително да повишат ефективността на своите маркетингови кампании и в условията на засилено регулаторно въздействие, чрез интеграция на подходи от бихейвиористичната икономика с маркетинговите си комуникации, като по този начин постигнат по-големи продажби, но и повишат ангажираността на клиентите, дори когато последните нямат интерес към покупка.

Формулирани са 5 основни изследователски задачи, които са изпълними в рамките на разработката. В обобщен вид се свеждат до изследване на теоретичните концепции и хипотези в литературата на различни автори, отнасящи се към банковия мениджмънт и по-задълбочено изследване на теоретичната и практико-приложната част на поведенческата икономика в банковия сектор. Последните 2 задачи са свързани с практико-приложния аспект и по-точно да се изведат онези принципи и практики от поведенческата икономика, които могат да окажат по-голямо въздействие върху клиенти и служители и да се предоставят експериментите, подготвени и проведени от докторанта, както и резултатите от приложението им в банковата сфера. Намирам тезата и задачите за правилно формулирани и предоставящи достатъчно възможности за валидни изводи, насоки и препоръки. Считам за пропуск във въвеждащата част представянето на поне една основна и 1-2 спомагателни хипотези, които да показват какви са обосноваваните предположения на автора за резултатите от подготвените и проведени експерименти в изследователската рамка.

Структура и съдържание на разработката

В структурно отношение дисертацията е изградена последователно и логично, макар и според мен малко повече раздробена, отколкото е необходимо, но това не прече на качеството на съдържанието ѝ. В Първа глава обект на аналитичния преглед е банковото регулиране с основните за банковата сфера регулации, но силната страна на тази глава е обстояният преглед на еволюцията и развитието на банковия надзор в една страна. Много силна страна на дисертационния труд е и Втора глава, където обект на дискусията е маркетинговият микс в банковата сфера, както и банковият мениджмънт. В този раздел се поясняват особеностите на банковите продукти и услуги и необходимостта от действия за постигане на клиентоцентричност на основата на дълбочинно познаване на клиентското поведение и се дават примери за актуални

маркетингови практики в банковия сектор. Основателно е твърдението на докторанта, че предвид постоянно намаляващата кредитна доходност, задържането на клиенти е от голяма важност за доходността на банките и това става само с доверие и изграждане на силна връзка с клиента, което може да превърне продавача в стратегически партньор.

В Глава трета докторантът прави ретроспективен преглед на 250-годишната история на поведенческата икономика като основателно започва още от труда на Адам Смит „Теория на нравствените чувства“ и схващанията му за хората като социални същества и стига до днешни дни, като закономерно сравнява и противопоставя постулатите на поведенческата икономика със схващанията за рационалния човек на икономическата теория. В Четвърта глава е направен преглед на банковите регулации и отражението им върху маркетинговите практики, а в Пета глава авторът излага своето схващане за интегриране на поведенческите подходи и методи в маркетинговата практика на банковите институции и тук си проличава и богатият практически опит на дисертанта в средата, за която търси подобряване на маркетинговите комуникации.

По мое мнение в труда изчерпателно е изследвана класическа и модерна-наша и особено чужда-англоезична научна литература (226 литературни източника) и това прави много положително впечатление относно теоретичната подготовка на автора по изследваната проблематика. Езикът на автора в представения дисертационен труд е ясен и научен и спомага за по-доброто възприемане на съдържанието и читаемостта на разработката.

III. Методически аспекти на дисертационното изследване и практически аспекти

За провеждане на експерименталното изследване са използвани такива похвати от поведенческата икономика и от опита на Банката в Европа, които авторът смята, че ще имат най-силно въздействие върху положителната клиентска реакция. На практика за нуждите на експериментите, докторант Янко Янков операционализира понятието „положителната клиентска реакция“, но би било по-добре да беше ясно отбелязано, защото всеки по-общ и абстрактен индикатор свързан с изследваните явления изисква операционализация.

Приложенията от автора инструменти в кампаниите са валидизирани и от теоретичните изследвания в Трета глава. По отношение на метода на изследването, писмените оферти биват приемани най-общо за анкети/въпросници, а устните – за интервюта. Направени са много стойностни експерименти при кампаниите, при това с голям обем на контролните и експерименталните групи и в България и в три други пазара

на Банката- Русия, Чехия и Беларус, като коректно е анализирано влиянието на по-индивидуализираните подходи върху клиентското поведение и реакции. За целите на изследването е използвана разновидност на експерименталния метод „само-след с контролна група“, като са спазени основните му изисквания с оглед получаване на надеждна информация.

Считам, че би било по-добре, ако в раздела за методологията имаше малко повече за базисните основи на експерименталните методи- за видовете експерименти и за валидността им- външна и вътрешна.

IV. Мнение за научните и научно-приложни приноси на дисертационния труд

След подробно запознаване с представения труд приемам за съществени търсените и постигнати приноси чрез дисертационното експериментално изследване като ги групирам според моето виждане по следния начин:

За научни приноси считам безспорно следните два:

-Изведени и систематизирани са методи за приложение на принципите на поведенческата икономика в управлението на взаимоотношенията "банка - клиент".

- Адаптирана и апробирана е методика на експерименталното проучване, като в методиката са имплементирани похвати от поведенческата икономика.

Останалите два приноса, които е постигнал докторантът са научно-приложни и ги приемам също без резерви.

Дисертант Я.Янков е представил за преглед и рецензиране 2 самостоятелни свои научни публикации свързани с темата на дисертацията, а именно един доклад на Международна научно-практическа конференция на тема „Поведенческата икономика като метод за развитие на човешките ресурси и подобряване на удовлетвореността на служителите“ и 1 научна статия на английски език в списание „Икономически алтернативи“ на УНСС на тема “Behavioural Economic Tools as a Way to Increase Customers’ Response in the Banking Sector“.

V. Препоръки и въпроси към докторанта

Имайки предвид важността на изследвания проблем, бих препоръчала едно бъдещо изследване с извадка от търговски банки с оглед получаване на статистически значимо изследване, което да валидизира резултатите от дисертационното изследване. Това ще даде възможност и на бъдещия доктор и млад научен работник в лицето на Янко Янков да подготви и 1-2 изследователски статии (research papers) или студия за

престижни научни издания, които държат на богат емпиричен материал и статистически анализ. Самият докторант също е дал мнението си за бъдещи изследвания в областта на дигитализацията в банковия сектор, което също би било много полезно за подобряване комуникацията на банките в контекста на поведенческата икономика.

Предлагам при защитата докторант Янко Янков да отговори на следния въпрос:

1. Как може да бъде защитена/подкрепена една от основните критики на Thaler (2015) към икономическата теория и по-точно, че тя приема, че „с ограничен ресурс, хората постигат максимална полезност“. Какви аргументи/примери могат да се приведат в полза на критиката на Thaler?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

Дисертационният труд отговаря на изискванията на чл. 6 ал.3 на Закона за развитие на академичния състав на Република България и на Правилника на УНСС за прилагане на закона, за съчетаване на теория, практически изследвания и произтичащи от това изводи и съдържа собствено експериментално изследване. Постигнатите научни и научно-приложни приноси са оригинални и допринасят съществено към изследваната проблематика, а именно маркетинговите практики във финансовите институции. По тази причина давам с убеденост своята подкрепа, а именно: положителна оценка за труда на дисертант Янко Янков за присъждане на научната и образователна степен доктор в професионално направление Икономика 3.8. (научна специалност „Маркетинг“).

16.02. 2022

Проф.д-р Лина Анастасова

.....