

СТАНОВИЩЕ

От: доц. д-р Маруся Иванова Смокова-Стефанова,
катедра „Маркетинг“ при СА „Д. А. Ценов“

Относно: дисертационен труд за присъждане на ОНС „доктор“
по ДП „Маркетинг“

Име на докторанта: КРИСТА ЦВЕТАНОВА НЕЙКОВА

Тема на дисертацията: КЛИЕНТСКАТА ЛОЯЛНОСТ ПРИ БАНКИРАНЕ НА
ДРЕБНО

Основание за представяне на становището: Заповед № 213/29.04.2021 г. на ректора на СА „Д. А. Ценов“ и Протокол № 1, т. 2 от 14.05.2021 г. на научно жури

1. Общо представяне на дисертационния труд

Представеният за рецензиране дисертационен труд с автор Криста Нейкова е в общ обем от 253 страници, от които 223 страници основен текст. Дисертацията се отличава с много добра логическа подреденост и баланс между отделните структурни компоненти. В структурно отношение тя включва: въведение, три глави, заключение, цитирана литература и приложения. Библиографска справка съдържа 270 литературни източника, предимно студии и статии, публикувани в утвърдени научни издания. Свитъкът с приложения съдържа смислен допълнителен материал с концептуален и емпиричен характер. Дисертацията се базира на сериозен литературен анализ и солиден теоретичен фундамент и свидетелства за отлична запознатост на докторанта както с проблематиката, така и със статистическия инструментариум. Литературните източници са добросъвестно използвани и уместно цитирани.

Клиентската лоялност не е преставала да вълнува както изследователи, така и практики. Как да се измери валидно и надеждно? Как да се управлява ефикасно? Кои са факторите, които я обуславят, и до какви ефекти върху пазарните и финансовите резултати води тя? Тези въпроси са интересни и значими особено в силно конкурентни сектори като банкирането на дребно. За банките привличането и задържането на клиенти и изграждането на лоялна клиентска база е не само основна маркетингова цел, но има и ключово значение за изграждането на устойчиво конкурентно предимство. Познаването на факторите, тяхната сила и посока на въздействие върху клиентската лоялност ще позволи на банките навременно и адекватно да манипулират лоялността на своите клиенти и ще им осигури конкурентни предимства. В този смисъл изследователският проблем, към решаването на който се е ориентирал докторантът, е сполучливо избран.

Във **въвеждащата част** на дисертацията си Криста Нейкова дава постановка на изследователския проблем и аргументирано обосновава значимостта на своето изследване, формулира изследователска теза, обект и предмет, дефинира изследователски цели и задачи, представя синтезирано използваните методи и инструменти за тестване на издигнатите в хода на изследването хипотези, представя ограниченията в обхвата на изследване и мотивите за тяхното налагане, коментира структурата на дисертационния труд и фокуса на отделните компоненти. Счита, че обектът, предметът, тезата, целта и задачите са коректно изведени и дефинирани.

Глава първа е посветена на концептуалната рамка на изследването. Проследяват се различни дефиниции на клиентска лоялност, като се дискутират обхватът, фокусът и подходите за концептуализация. На базата на задълбочено проучване на специализираната литература докторантът очертава две изследователски направления и три подхода за изучаване на клиентската лоялност. Освен в по-генеричен вид, клиентската лоялност е дискутирана, анализирана и концептуализирана и в контекста на пазара на банковите услуги. Обоснована е необходимостта от обследване и количествено измерване на връзката между антецедентите на клиентската лоялност и лоялността при банкирането на дребно. Главата завършва с проследяване на потенциалните ефекти на лоялността върху пазарните и финансовите

резултати на банките, с което докторантът внася допълнителна аргументация за значимостта на изследването, измерването и анализа на клиентската лоялност при банкирането на дребно.

Глава втора разглежда методологичната рамка на изследването. Неин фокус са разработването на концептуален модел на клиентската лоялност при банкирането на дребно и операционализацията на дефинираните конструкти. Добро впечатление правят уменията на докторанта да води дискусия и да аргументира избора на индикаторни променливи за операционално дефиниране на латентните променливи на клиентската лоялност. При съблюдаване на добрите изследователски практики докторантът дефинира 7 мултиатрибутивни скали за измерване на конструктите „отношенческа лоялност“, „поведенческа лоялност“, „техническо качество на банковите услуги“, „функционално качество на банковите услуги“, „клиентска удовлетвореност“, „разходи за смяна на банката“ и „препоръка“. Сериозен приносен момент в глава втора е предложеният разширен концептуален модел на клиентската лоялност при банкирането на дребно, с който да се измерват ефектите на клиентската лоялност върху застъпничеството и да се оценява потенциала на отношенческата и поведенческата лоялност да генерират позитивна комуникация „от уста на уста“.

Трета глава има емпиричен характер. В нея последователно се оценяват и диагностицират базов и разширен измервателен и структурен модел на клиентската лоялност при банкирането на дребно и се тестват хипотези относно силата и посоката на въздействие на изведените антецеденти върху клиентската лоялност и величината на ефектите на отношенческата и поведенческата клиентска лоялност върху застъпничеството. Главата съдържа обширна дискусия на постигнатите резултати. Прави добро впечатление умението на автора, прозрачно и при съблюдаване на добрите изследователски практики, да презентира и аргументира валидността и надеждността на постигнатите резултати. Висока научна и практическа стойност и полезност имат изведените от докторанта предложения към маркетинговите специалисти в банковия сектор за положително директно и индиректно повлияване на клиентската лоялност.

В **заключението** докторантът сполучливо структурира резултатите от проведеното в рамките на дисертационния труд теоретично и емпирично изследване.

Дисертационният труд се характеризира с много висока степен на формална и съдържателна споеност и тематично-смислова единност. Дисертацията е добре подредена и изцяло подчинена на изследователските цели и задачи. Езикът и стилът са строго научни. Използван е адекватен статистически инструментариум за решаване на дефинирания изследователски проблем.

2. Оценка на получените резултати

Дисертационният труд на Криста Нейкова представлява мащабно и задълбочено научно изследване, водещо до съществени теоретични и научно-приложни резултати. Представени в синтезиран вид, конкретните резултати от проведеното от докторанта изследване могат да бъдат сведени до:

- Детайлно са формулирани същността и обхвата на клиентската лоялност при банкирането на дребно.
- Разработен и обоснован е концептуален модел за оценка на въздействието на потребителските възприятия за качество на банковите услуги, възприеманите разходи за смяна на банката и удовлетвореността на клиентите върху клиентската лоялност при банкиране на дребно.
- Лансиран и аргументиран е разширен концептуален модел на клиентската лоялност при банкирането на дребно, с който да се измерват ефектите на клиентската лоялност върху застъпничеството и да се оценява потенциалът на отношенческата и поведенческата лоялност да генерират позитивна комуникация „от уста на уста“.
- Сполучливо са подбрани множествата от индикаторни променливи за операционално дефиниране на (многомерните) латентни конструкти на „отношенческа лоялност“, „поведенческа лоялност“, „техническо качество на банковите услуги“, „функционално качество на банковите услуги“, „клиентска удовлетвореност“, „разходи за смяна на банката“ и „препоръка“.
- По емпиричен път са оценени магнитудът и посоката на въздействие на потребителските възприятия за качество на банковите услуги, възприеманите разходи за смяна на банката и удовлетвореността на клиентите върху клиентската лоялност при банкиране на дребно. Доказано е и наличието на по-силен ефект на поведенческата лоялност на клиентите върху

позитивната персонална комуникация, отколкото на емоционалната. Изведен е алгоритъм за въздействие от страна на маркетинговите специалисти в сферата на персоналното банкиране върху поведенческата и отношенческата лоялност и генериране на ефекти на лоялността върху застъпничеството.

4. Оценка на научните и научно-приложните приноси

Изцяло приемам декларираните от докторанта научни и научно-приложни приноси.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Към дисертацията са приложни 6 научни публикации, от които 1 студия, 1 статия и 4 доклада, от които 2 от участие в международни научни конференции в чужбина. Публикациите са пряко свързани с темата, обекта, предмета и тезата на дисертационния труд и отразяват основни идеи, развити в него.

6. Оценка на автореферата

Представеният за рецензиране автореферат правдиво отразява съдържанието на дисертационния труд. От него проличават уменията на докторанта в синтезиран и компактен вид да представя основните моменти в изследването и изследователските постижения.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Нямам конкретни критични бележки към дисертационния труд на докторанта.

В заключителната си част докторантът декларира като насока за бъдещо изследване необходимостта от валидиране на концептуален модел на клиентската лоялност при т.нар. „нови играчи“. Кои допълнителни фактори следва да бъдат включени в един такъв модел, така че се да се отчете спецификата на клиентската лоялност при небанковите финансови институции?

8. Заключение

Дисертационният труд „Клиентската лоялност при банкиране на дребно“ е мащабно и значимо научно изследване, представящо докторант Криста Нейкова като изследовател с доказани умения да: структурира, систематизира, анализира, синтезира и оценява научно знание; идентифицира проблеми; формулира теоретични модели;

обосновава изследователска методология; дефинира изследователска стратегия и провежда самостоятелно емпирично изследване; подбира и прилага адекватен изследователски инструментариум; привежда аргументи; защитава тези; съблюдава утвърдения стандарт за описание на резултати от проведени изследвания; извежда логически издържани заключения и препоръки; формулира значими изводи и обобщения.

Това ми дава основание да дам своята **категорична положителна оценка** на дисертационен труд на тема „Клиентската лоялност при банкиране на дребно“ и с **убеденост да подкрепя** присъждането на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност „Маркетинг“ на Криста Цветанова Нейкова.

Свищов, 07 юли 2021 г.

Изготвил становището:
(доц. д-р Маруся Смокова)