

РЕЦЕНЗИЯ

върху: дисертационния труд на тема „Ролята на държавната комуникационна политика за привличането на чуждестранни инвеститори“

представен от докторант: Димитър Цветанов Станишев, кандидатстващ за научната и образователната степен „доктор“ в професионално направление 3.7 „Администрация и управление“, научна специалност „Икономика и управление“ (Индустрия; Стопанско управление)“

научен ръководител: доц. д-р Кирил Палешутски

рецензент: проф. д-р Иван Петров Палигорев

Рецензията е изготвена на основание на решение от първото заседание на научното жури, формирано със Заповед на ректора на Югозападен университет „Неофит Рилски“ - Благоевград (№ 164 от 04.02.2019 г.). Рецензията е изготвена в съответствие с изискванията на чл.12 от Закона за развитие на АСРБ, на чл. 27 на Правилника за прилагане на ЗРАСРБ, както и на изискванията на Вътрешните правила за развитие на академичния състав на ЮЗУ. Оценките по основните въпроси от изискванията се основават на задълбочен прочит на представения дисертационен труд, както и на останалите документи на дисертанта.

I. Обща оценка на кандидата

Димитър Станишев е докторант в редовна форма на обучение по докторска програма “Икономика и управление (индустрия)” в катедра „Мениджмънт и маркетинг“ в Стопанския факултет на ЮЗУ “Н. Рилски” – Благоевград в периода - 2016 – 2018 г. Следвал е в Технически университет, Мюнхен от 2001-2003 г. През 2009 г. завършва Магистърска степен в Университет Лудвиг-Максимилиан, Мюнхен, по специалност Политически науки. През 2013 г. завършва Master of Business Administration (MBA) в Частно висше училище, Гьотинген, Германия.

По време на обучението си и след завършването си работи на различни позиции в Германия, включително в посолството на Германия в България.

В периода на обучението си като докторант той е хоноруван преподавател в катедра „Мениджмънт и маркетинг“.

II. Обща характеристика на дисертационния труд

Дисертационният труд е в обем от 246 стандартни страници, в т.ч. основен текст на работата от 210 страници, с включени 22 таблици и 17 фигури в текста, списък със 180 цитирани литературни и информационни източници, от които 100 на кирилица и останалите на латиница, както и 6 приложения в обем от 19 страници, списъци на съкращенията, фигурите и таблиците.

Докторантът е представил всички изискуеми за кандидатстването за образователната и научната степен „доктор“ материали.

Позволявам си да оценя тематиката за актуална. Това се определя от една страна, поради безспорния факт, че голяма част от чуждестранните инвеститори се ориентират не само за възможностите за постигане на по-голям пазарен дял или по-висока печалба в определена страна, а и доколко е успешно националното представяне, чрез съответната маркетингова комуникация и нейните форми, с водещо значение на държавната комуникация, но и отчитайки останалите елементи на микса (продукт; цена и процес на включване; възможности за дистрибуция; компетентни съучастници; физически условия). От друга страна, държавите членки на Европейския съюз са в изостряща се конкуренция за чуждестранните инвестиции и успешното участие на България минава задължително през по-успешна комуникация в сравнение с конкурентите. В този смисъл положителен факт е набирането на макар и скромно, но успешен български опит, в съответствие „добрите европейски практики“ за привличане на чуждестранни инвестиции. Това се оценява като несистемно и насочва вниманието в посока на търсене на пътища за преминаване от линейна към системна интегрирана комуникация.

Позволявам си да оценя темата на изследването и като значима, както от теоретична, така и от практическа гледна точка. Комуникацията има водеща роля за включването на преките чуждестранни инвестиции в развитието на националната икономика и за повишаването на конкурентоспособността ѝ. Темата на дисертационното изследване е свързана и с необходимостта да бъдат решени някои теоретико-методологични и практико-приложни проблеми, отнасящи се до: анализа на медийния имидж на Република България в Германия, изработката на комуникационна стратегия за адресирането на немски компании, избор на комуникационния микс от инструменти с цел продължително и координирано медийно присъствие в селектирани немски медии, създаване на координиращо комуникационно звено сред българските институции за постигане на еднакви послания към немския бизнес и др.

Може да се оцени, че е налице управленски проблем, за решаването на който правилно са формулирани обект, предмет, основна научна теза и цел на дисертационния труд. Дефинирани са и изследователски задачи, изпълнението на които е довело до постигане на поставената цел. Изследването е издържано от методическа гледна точка. Коректно са посочени ограниченията на проучването и затрудненията, пред които то е било изправено.

Реферираните 180 източника, включващи научни трудове и публикации на български и чуждестранни автори, нормативни и стратегически документи позволяват на докторанта задълбочено да проучи, систематизира и анализира достатъчна по обем и обхват литература. Използвани са и статистически данни, съдържащи информация за наблюдаваните процеси, данни от платформата за анализ на медиите „Genios.de“, базата с данни за медийните преференции сред германски мениджъри „LAE“, информация от разговори с отделни инвеститори, резултати от авторови проучвания и експертна помощ от изявени специалисти. Това допринася за постигане на поставените цел и задачи на изследването.

Като цяло дисертационният труд се отличава със задълбоченост и изучаване на проблемите в тяхната логична последователност, взаимна връзка и зависимост.

III. Оценка на научните и практическите резултати и приноси

По-важни научни и практически резултати

1. Направен е задълбочен преглед на философията на комуникационната политика на държавата. Анализирани са формите и каналите на комуникацията, представени са видовете инструменти в ПР-а, същността и основните характеристики на комуникационната политика и в частност на комуникационната политика на държавата.

2. Систематизирани са ключови елементи на държавната комуникационна политика на Република България в областта на чуждестранните инвестиции, като са изведени конкретни недостатъци на националната комуникационна стратегия на България за периода 2014-2020 г. Прави впечатление изводът, че са налични комуникационни стратегии и документи, но няма единна държавна комуникационна политика по отношение на чуждестранните инвестиции, независимо че е налице институционална структура със субекти, отговорни за контактите свързани с чуждестранните инвестиции. Изведени са инвестиционните характеристики на България като основна предпоставка за генериране на посланията и съдържанието на комуникационните мерки.

3. Анализирани са същността и структурата на немските инвестиции в България, през призмата на подробен теоретичен анализ на същността и формата на чуждестранните инвестиции. На основата на този анализ са определени сфери, в които са нужни усилия на държавата за перманентно оптимизиране на инвестиционния климат, както и теми за медийна работа при дефинирането на комуникационната стратегия на България.

4. Проучени са фазите и участниците при взимане на инвестиционни решения и е установено, че инвестиционните решения са продукт на няколко фази с участието на различни представители на дадена компания. Проличава подготовката на докторанта и доброто познаване на медийните предпочитания на германските мениджъри, което от своя страна прави установяването на контакт с тях по-успешно, а специален акцент е поставен върху нуждата от последователна медийна работа сред потенциалните и реални германски инвеститори.

5. Направен е задълбочен емпиричен анализ на структурата и значението на преките германски инвестиции за икономическото развитие на България. Специално внимание е отделено върху установените според германски инвеститори дефицити в бизнес средата в България и е направен SWOT-анализ на България като инвестиционна дестинация. Проучена е комуникационната политика на България по привличането на преки инвеститори от Германия. Разгледани са обстойно конкретни държавни комуникационни мерки по отношение на германските компании.

6. На изследване е подложено медийното отразяване в Германия на инвестиционния климат в България, като анализът е основан на онлайн базата с данни Genios.de. Предложен е и е приложен методически подход, като са получени практически резултати и е направено сравнение на медийното присъствие на България и на Румъния като основен конкурент по отношение на германските инвестиции в региона. Формулирани са изводи, които са аргументирани с получените резултати.

7. Анализирани са и са оценени резултатите от две анкетни проучвания сред германски инвеститори, като коректно е представена методологията за тяхното провеждане. За по-голяма нагледност резултатите са представени графично. Направени са изводи, обобщаващи нагласите на германските инвеститори по отношение на нуждата от комуникационна политика на държавата и конкретните послания, които тя би следвало да отправя.

8. Направени са препоръки за развитие и усъвършенстване на държавната комуникационна политика за привличане на чуждестранни инвес-

титори, като е представен и План за реализиране на посочените препоръки, които са в синхрон с получените резултати.

Приноси

Признавам формулираните приноси, които отразяват научните и научно-практически новости, постигнати в резултат на дисертационното изследване. Оценявам ги като обобщаване, систематизиране и нова интерпретация на известни теоретични постановки и натрупване на нови научни факти. Позволявам си да ги обобщя по следния начин:

- На основата на проучване на специализираната научна литература свързана с дефинирането, значението и ролята на комуникационната политика на държавата, на отделните елементи на комуникационния процес, както и на техните особености за осигуряване на комплексното им въздействие е доказано, че имиджът и медийното присъствие на една инвестиционна дестинация могат да бъдат от значение за привличането на нови инвестиции.

- Оценен е чуждият опит на системите за управленски и маркетингови комуникации на държавата. На основата на систематизирането и обобщаването на съществуващите теоретични модели е направена характеристика на отделните форми на чуждестранните инвестиции, като е синтезирана ролята на преките инвестиции и в частност на немските директни инвестиции за икономическото развитие на Република България.

- На базата на резултати от самостоятелна оценка на различни методически изследователски инструменти е адаптирана и предложена методика, избрана е адекватна информационна и методологична база на изследването. Осъществено е самостоятелно емпирично изследване за оценка на мнението на германски инвеститори и компании относно значението на комуникационната политика на една страна при привличането на чуждестранни инвеститори, както и мнението им за информационната политика на Република България. Сравнителният анализ на данните през различни периоди показва промените в нагласите на участвалите фирми за актуалните предизвикателства пред инвестиционния климат в България. На основата на самостоятелно разработена анкета през призмата на мнението на германския бизнес е оценен актуалният бизнес климат в България и са начертани областите, в които България следва да реализира трайни и необратими реформи.

- Изведени са конкретни препоръки за създаване на единен орган за стратегическа комуникация с инвеститори, както и примерен план за необходимите комуникационни мерки, а също и период за тяхното реализиране.

Може да се оцени, че поставените задачи са изпълнени, а формулираната цел е постигната, като е доказана и изследователската теза.

Дисертационният труд е завършено научно изследване, получено в резултат на собствено самостоятелно проучване, с получени оригинални научни резултати, с научна стойност и практическа значимост.

IV. Публикации, свързани с дисертационния труд

В документите са представени пет публикации, в които са публикувани части от дисертационното изследване. Три от тях са в сборници от международни конференции в България, 2 са на английски език, което ми позволява да заключа, че получените резултати от изследването са получили публичност сред колегията и заинтересованите страни. Това доказва, че дисертационният труд е лично дело на докторанта.

V. Автореферат и справка за приносите

Авторефератът отговаря на изискванията и представя коректно съдържанието на дисертационния труд. Справката за приносите е попълнена правилно.

VI. Критични бележки и препоръки

Позволявам си да отправя няколко въпроса, които да позволят на докторанта да защити убедително своите научни достижения и резултати, както и някои бележки и препоръки, които са по-скоро за бъдещата му дейност.

1. Кои са по-важните причини за липсата на координация в комуникационната политика на държавата, както от теоретична, така и от практическа гледна точка?

2. Бихте ли коментирали възможностите на социалните мрежи и как те се вписват във формите и медиите, които сте синтезирали?

3. Може да има някои претенции по отношение на прецизността в стила, оформлението на работата и особено към обема. Препоръчвам (поради интереса към тематиката) при отпечатването на работата като монография да се прецизират някои твърдения, като се потърси по-добър баланс, особено по-отношение на категоричността на някои твърдения и наличието на научни факти и аргументи. В някои от частите на текста на

работата са представени теоретични постановки и виждания, които са представени като за учебник. Стилът на изложението е убедителен, но би било по-добре позицията на автора да е по-ясно и категорично подчертана.

Отправените въпроси, критични бележки и препоръки не намаляват стойността на дисертационния труд и посочените приноси на докторант Димитър Станишев.

VII. Заключение

Позволявам си да обобщя, че в разработката има ясно формулиран икономически и управленски проблем, формулирани са цел и задачи, предполагащи научно изследване на този проблем, проучена е достъпната научна литература и научните постижения в тази област, открити са нерешените или частично решените проблеми, систематизирана, предложена и приложена е методика за изследване, получени са научни резултати, които са обобщени, интерпретирани и са представени коректно, разбираемо и логично. Дисертационният труд е изготвен в съответствие с изискванията на чл.12 от Закона за развитие на АСРБ, на чл. 27 на Правилника за прилагане на ЗРАСРБ, както и на изискванията на Вътрешните правила за развитие на академичния състав на ЮЗУ, което е традиция, както за научния му ръководител, а също и за обучаващата Катедра „Мениджмънт и Маркетинг“ в ЮЗУ.

Напълно убедено изразявам своето положително становище и предлагам на почитаемото научно жури да вземе решение за присъждане на образователната и научна степен “доктор” по научната специалност Икономика и управление (Индустрия), професионално направление 3.7. Администрация и управление на **Димитър Цветанов Станишев**.

София, 27.02.2019 г.

**Рецензент:
Проф. д-р Иван Палигоров**