

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 Боян Любомиров Дуранкев

Със Заповед на Ректора на Югозападен университет „Неофит Рилски“ - Благоевград № 164 от 04.02.2019 г. съм утвърден за **член в състава на научно жури**, а на първото заседание на научното жури съм избран за **рецензент** на дисертационния труд „Ролята на държавната комуникационна политика за привличането на чуждестранни инвеститори” на докторант Димитър Цветанов Станишев.

За справка: Димитър Цветанов Станишев е бил зачислен в **редовна докторантура** в професионално направление 3.7 „Администрация и управление“ към Катедра „Мениджмънт и маркетинг“ на Югозападен университет „Неофит Рилски“ – Благоевград за периода 01/2016 – 12/2018 г.

В изпълнение на задълженията ми представям следните констатации и заключения, като се старая в основни линии да спазвам препоръчителната структура за рецензия. Не мога обаче да не спомена обстоятелството че съм бил в течение на някои от публикационните и публичните изяви на докторанта от 2014 г. – обстоятелство, което частично **облекчава моята сегашна рецензия**.

И така, представям моите **констатации**.

I. Общо представяне на дисертационния труд

1. Изходен пункт за рецензията са:

1. Дисертационен труд „Ролята на държавната комуникационна политика за привличането на чуждестранни инвеститори” в обем от 246 стандартни страници. Посочени са 180 цитирани и използвани литературни и информационни източници. В текста са включени 22 таблици и 17 фигури. Към дисертационния труд има 6 приложения в обем от 19 страници. Приемам обема като „нормален“ и **напълно достатъчен** за изясняване и защитаване на авторската теза.

2. Автореферат – представен.

3. Списък с публикациите на кандидата – представен.

4. Списък с търсени приноси – представен.

2. Отговор на формалните изисквания

Докторантът е **представил всички материали**, които са формално изискуеми за кандидатстването за образователната и научната степен „доктор“. Намирам, че даже да се отчетат само обемът и съдържането на дисертационния труд, то той достатъчно точно позволява да се оцени от различни гледни точки научното творчество по тази тема на докторант Димитър Станишев, както и да се формулира предложение за решение.

II. Основни изводи по формата и съдържанието на дисертационния труд

1. Заглавието на дисертацията – „Ролята на държавната комуникационна политика за привличането на чуждестранни инвеститори” **отговоря на съдържанието**.

Ако читателят се взре по-внимателно в съответствието на заглавие и текст, то със сигурност ще констатира само на някои незначителни места (наистина, в ограничен обем) че текстът излиза извън рамките на заглавието, но тези „отклонения“ са полезни,

понеже са направени в полза на допълнителни доказателства и допустима косвената аргументация. Приемам тези „отклонения“ за важни, понеже те по един или друг начин допълват общата картина на изследването.

Намирам заглавието за многопластово и значимо: от една страна, голяма част от чуждестранните инвеститори се ориентират не само въз основа на възможностите за постигане на по-голям пазарен дял или по-висока печалба в определена страна, а на базата на това, доколко е успешен националният маркетингов микс (продукт; цена на включване; възможности за дистрибуция; държавна комуникация; компетентни съучастници; физически условия; процес на включване), като сред него на входния и изходния етап се откроява държавната комуникационна политика; от друга страна, страните от Европейския съюз са в силно конкурентни отношения по повод на всеки цент (евро и т.н.) чуждестранни инвестиции, а България се води последният по значимост член на този съюз, следователно държавните мъже и жени трябва да умеят да комуникират по-успешно от конкурентите си; от трета страна, паралелно с увеличаване на „добрите европейски практики“ за привличане на чуждестранни инвестиции се наблюдава „прохождане“ и на българската практика, макар спорадично и несистемно. Именно тази ситуация насочва вниманието на изследователите към търсенето на ускорени и системни пътища за преход от линеен модел на комуникация към ИМК.

Така че докторантът се е постарал да обхване многостранен въпрос от сферата на управленските и маркетинговите комуникации, който изисква преценки както от различен ъгъл, така и в цялост.

2. **Темата** на изследването е определено дисертабилна, много актуална и достатъчно значима от теоретична и практическа гледни точки. От една страна, за да се премине към изграждане на силен имидж на една национална инвестиционна дестинация, на позитивни нагласи към нея, влияят както държавните комуникации, така и личните препоръки на други сродни компании, които заедно могат да предопределят инвестиционното решение. Тук комуникацията има основна роля, като нейното избягване също е вид послание към компаниите; в този смисъл е необходимо излизане от диктата на икономическата религиозна секта, настояваща за пълна „свобода на пазара“ – всеки сам да се ориентира в обстановката. От друга страна, през последното десетилетие на членство на България в Европейския съюз на привличането на преки чуждестранни инвеститори не е правен самостоятелен обстоен анализ; не са обстойно изследвани и предпочитаните информационни източници от страна на чуждите компании при избора на нова дестинация, което повишава риска от неефективни проекти, свързани със значителен материален ресурс, но лишени от конкретни резултати. Тематиката предполага много, много внимателно разглеждане на тези огромни маркетингови и мениджърски промени, особено като се отчете необходимостта от основна трансформация на глобалната икономическа система и преминаването към нов икономически модел на управление на взаимодействията. На базата на направените теоретични и емпирични заключения, настоящата работа синтезира няколко препоръки към конкретно адресирани правителствени институции.

Дисертационният труд се захваща да **анализира и оценява** степента и качеството на управлението на включването на преките чуждестранни инвестиции в развитието на националната икономика и за повишаването на конкурентоспособността на българските компании посредством трансфер на „ноу-хау“. Същевременно, основание за този избор е и недостатъчното изследване и анализиране на взаимовръзката между ролята на държавната комуникация и привличането на чужди (най-вече – германски) инвестиции в научната литература. Изборът на темата на дисертационното изследване е свързан 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. Факт е, че изследванията в това отношение досега са фрагментарни и инцидентни, както правилно отбелязва докторантът. Съществува необходимост, особено в нашата страна, от теоретичен анализ и научен синтез на възможностите за внедряване на новия модел на комуникации към потенциалните чуждестранни инвеститори.

Именно поради горните причини твърдя че **темата е оригинална и актуална**, че главното предимство на избраната тема за дисертационен труд е насочеността ѝ не само към изследване на управлението на държавните комуникации на България към чуждестранните инвеститори, но и стремежът към открояване на проблеми, чието решение би генерирало позитивен резултат за родината ни в тази сфера в бъдеще време.

3. **Обект** на изследване в дисертационния труд е правителствената комуникация на България при привличането на германски инвеститори. **Предмет** на изследване е влиянието на правителствената комуникация върху избора на инвестиционна дестинация на германски фирми и повишаването на стойността на германските инвестиции в България.

Описани са коректно **ограничителните рамки**, в които се осъществява научното изследване.

4. **Целта** на изследването е след задълбочено проучване, критичен анализ и оценка на състоянието и перспективите, да се изследва влиянието на правителствената комуникация върху инвестиционния избор, да се оцени досегашната политика на България при адресирането на немски инвеститори и да се предложат насоки за подобряване на тяхното привличане.

Задачите, които се решават в дисертационния труд са:

1. Установяване на основните характеристики на държавната комуникационна политика при привличането на преки инвестиции и на органите, които по закон са упълномощени с нея.

2. Установяване на основните комуникационни формати и техните ограничения при влизането в контакт с немски инвестиции.

3. Установяване на основните характеристики на преките чуждестранни инвестиции, участници и фази при взимането на инвестиционно решение.

4. Анализ на значението на немските инвестиции за икономиката на България, както и основни отрасли, в които са активни.

5. Анализ на бизнес климата в България през погледа на германските инвеститори в България, извеждане на основните дефицити и предимства.

6. Преглед на медийната картина относно инвестиционния климат в България в национални печатни медии в Германия и анализ на нейното развитие в два периода: 2014-2016 г. и 2016-2018 г. Целта на така дефинираните периоди е да се проследи актуалното развитие в последните две години, както и да се направи сравнение с предишен период. Проследяване в рамките на период от една година би било твърде ограничено и недостатъчно за по-представителен анализ.

7. Преглед на медийното отразяване на инвестиционния климат в държави конкуренти на България, респ. конкуренти на Република България страни при привличането на немски инвестиции.

8. Изготвяне на конкретни препоръки, продиктувани от разгледаните предимства, дефицити, шансове и рискове с цел улесняване на практически приложими мерки и повишаване нивото на преките инвестиции на германски компании в България.

И целта и задачите, предопределят и структурата на дисертацията. Намирам ги за **правилно формулирани** и предоставящи достатъчно възможности за изводи и препоръки.

5. **Хипотезата**¹ на дисертацията е многопластова и логично конструирана, а именно: „повишаването на обема на немските инвестиции в България може да се постигне чрез изследване на информационните нужди и предпочитаните информационни източници на немските фирми, както и посредством проактивна правителствена комуникация в Германия“.

6. **Основният изследователски метод**, който е използван при провеждането на дисертационното изследване, е теоретичен анализ и синтез за проучване, обобщение и интегриране на теоретични постановки и факти от практиката относно управленските и маркетингови комуникации към чуждестранните инвеститори. Допълващи методи са: метод на анализ и синтез, метод на наблюдението, метод на индукция и дедукция, контент анализ, анкетно проучване сред германски компании, базирано на онлайн-въпросник, съдържащ отворени и затворени въпроси, интуитивен и систематичен подход, както и сравнителен анализ на медийното присъствие на България и нейни конкуренти в национални германски печатни издания.

За емпиричния анализ и проверка на хипотезите е разработена **специална изследователска програма и инструментариум**. Проведено е **емпирично изследване** с целева съвкупност част от германския бизнес. **Методът за събиране на данни** е проучване, администрирана от докторанта.

7. **В структурно отношение** дисертацията е изградена стройно и логично. Увод, три основни глави, заключение и подробна библиографска справка. Според мен тя (структурата), балансът между частите и най-вече тяхното съдържание представят в много приятна светлина докторант Димитър Станишев като съвместен изследовател и понятно изразяващ се колега.

Глава първа е озаглавена „Философия на държавната комуникационна политика“. Последователно са разгледани и оценени следните елементи:

1.1. Философия, форми и канали на комуникацията. Медийна политика.

1.2. Държавна комуникационна политика на Република България в областта на чуждестранните инвестиции.

1.3. Функции на държавните институции, формиращи инвестиционния климат.

1.4. Специфични фактори и нормативна база на инвестиционната локация България.

Глава втора е озаглавена „Същност и структура на немските инвестиции в България“. Тук е налице следната подструктура:

2.1. Същност и форма на чуждестранните инвестиции.

2.2. Взимане на инвестиционни решения – фази и участници.

2.3. Структура и значение на преките германски инвестиции за икономическото развитие на България.

Глава трета е „Комуникационна политика на България по привличането на преки инвеститори от Германия“. В нея се открояват следните елементи:

3.1. Органи и политики на България за привличане на немски инвестиции.

3.2. Изследване на медийното отразяване в Германия на инвестиционния климат в България.

¹ Редно е в началото да се залага основна хипотеза, а ако хипотезата се докаже, в края се превръща в теза.

3.3. Анкети сред германски инвеститори.

3.4. Препоръки за привличането на германски инвеститори.

За особено ценно намирам **заклучението**, в което са синтезирани както резултатите, така и насоките за бъдещите изследвания относно ролята на държавната комуникационна политика за привличането на преки германски инвеститори: в инвестиционните решения обикновено взимат участие различни служители на една компания, а достъпът до пълна и обективна информация е невъзможен поради индивидуалните когнитивни схеми и различен начин на интерпретация и комплексният характер на информацията; компаниите не са изолирани от общественото мнение и като част от него също до голяма степен са подвластни на темите и образите, които го определят, тъй като в повечето случаи не могат да си набавят сами цялата и пълна картина относно една дестинация; препоръките на други компании и на собствения персонал имат особена достоверност при взимане на инвестиционно решение, редом с високото значение на медийните статии за дадена инвестиционна дестинация. Основен фактор за успеха на България при привличането на преки инвеститори не е само маркирането на дефицитите и проактивната комуникация, а и тяхното ефективно решаване. В комуникационен аспект привличането на преки инвеститори от Германия следва да обхваща следните дейности: координацията в посланията между отделните институции; адекватно медийно обучение на комуникиращите политически субекти перманентен мониторинг на медийното присъствие на България в Германия в контекста на инвестиции и напасването на медийните послания; постоянен контакт с представители на медиите в Германия с цел по-добра взаимна информираност и изграждане на доверие; осигуряване на перманентно медийно присъствие във водещите медии в Германия с фокус върху инвестиционния климат в България; налагането на самокритичност както в посланията, така и в личните разговори с инвеститори.

Възможните насоки за допълнителни бъдещи изследвания в разглежданата предметна област могат да се търсят в допълването на проучванията за комуникационната политика и имиджа на една държава като фактор в привличането на инвестиции.

Приемам структурата (логиката на изследване) за **сполучлива и балансирана**, а поднесените оценки и изводи – в голяма степен точни и коректно (личностни) формулирани.

8. **Езикът** е изключително динамичен, но ясен и научен, като докторантът използва понятия от различни науки. Четенето на дисертацията се улеснява от факта че той понятно представя както анализирани или критикуваните чужди идеи, така и на много места собствените си виждания, изводи и заключения.

9. Добросъвестно е изследвана класическа и модерна, наша и чужда **научна литература**. Като количество (180 броя) и качество ползваната литература е достатъчна. Точно, пестеливо и навременно са индикирани най-важните цитати, пряко свързани с тематиката.

10. Приемам следните търсени **приноси** (синтезирам ги за удобство):

10.1. Извършено е *критично проучване на специализираната научна литература* относно *дефинирането, значението и ролята* на държавната комуникационна политика, на отделните комуникационни елементи, както и на техните особености с цел синхронизирането на въздействието им. *Доказано е*, че имиджът и медийното присъствие на една инвестиционна дестинация могат да бъдат от значение за привличането на нови инвестиции – област, в която до момента не са правени значителни изследвания. Самостоятелно е *проучен и оценен чуждият опит на системите за управленски и маркетингови държавни комуникации*. 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.

10.2. Чрез самостоятелна оценка на различни методологически и методически изследователски инструменти е избрана адекватна информационна и методологична база на изследването, както и съответстващата ѝ адаптирана методика.

10.3. Осъществено е самостоятелно емпирично изследване на мнението на немски 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. Синтезирана е анкета на германо-българската индустриално-търговска камара относно актуалния бизнес климат в България през призмата на германския бизнес и са начертани областите, в които България следва да реализира трайни и необратими реформи.

10.4. 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.

Според мен, приносите са кратко и ясно изразени, което подчертава скромността на изследователя.

11. **Публикации** на докторанта по темата са пет: „Значението на ефективното административно управление при привличането на чуждестранни инвеститори“; „Obstacles to the german’s direct investments in Bulgaria through the eyes of the german’s investors“; „Влияние върху инвестиционния климат в България чрез проактивна правителствена комуникация. утопия или неизползвана ниша?“; „Значението на правителствените комуникации при адресирането на чуждестранни инвестиции.“; „Structure an meaning of the direct german investments for the economic development of Bulgaria. Economics and Management“.

Те са пряко свързани с темата и да имат допълващо и проверяващо значение на изследователските хипотези.

Общото ми становище е: докторантът е разработил дисертация, която има ясно формулиран проблем, цел и задачи, предполагащи научно изследване; дисертацията е доказателство, че докторант Димитър Станишев познава научната литература и научните постижения в тази научна област, в основни линии е открил нерешените или частично решените проблеми, систематизирал и осмислил е критично съществуващите тези и в повечето случаи е заел аргументирана позиция, правилно е интерпретирал резултатите от научното изследване, оформил ги е и ги е представил разбираемо и логично. Дисертационният труд представя в много добра светлина както докторанта, така и научния му ръководител, а също и обучаващата Катедра „Мениджмънт и Маркетинг“ в ЮЗУ.

Ще заключа, че очевидно това е труд на млад и успешен изследовател. Че докторантът Димитър Станишев е изработил свой почерк на научен анализ и синтез, на представяне на изводи и резултати от научни изследвания. Че формулира съществени заключения и извежда предложения, имащи значение не само за прилагане на проактивни стратегии и модели в България.

Докторантът е извършила значима работа по подготовката и финалното представяне на докторската си дисертация, това трябва да се оцени много, много положително.

III. Забележки и препоръки

По принцип, към всеки дисертационен труд могат да се предявят претенции, да зададат въпроси и да се направят **забележки и препоръки за неговото усъвършенстване**. Ще отбележа само пътъом че докторант Станишев се представя очевидно както като съвестен изследовател, така и като коректен млад учен, склонен да отразява онези бележки, които са наистина принципи и пряко влияещи върху крайните изводи.

Затоа ще си позволя една **съдържателна препоръка за бъдещите му изследвания върху бъдещето на инвестициите**: може да се мисли как да се разработи и налага собствена национална инвестиционна политики при намаляване на чуждестранните инвестиции. Впрочем, няма страна, която е прокопсала благодарение и само на чуждестранните инвестиции, това го показва и българската практика след освобождението и до сега.

Препоръчвам смели търсения, очевидно потенциалът на колегата е значим!

ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

Дисертационният труд е в завършен вид, отговаря на високите изисквания за съчетаване на теория, практически изследвания и произтичащи от това изводи.

По тази причина давам своята подкрепа: **най-висока положителна оценка за дисертационния труд за Димитър Цветанов Станишев, кандидатстващ за научната и образователната степен „доктор“ в професионално направление 3.7 „Администрация и управление“, научна специалност „Икономика и управление (Индустрия)“.**

Рецензент:

(проф. д-р Боян Любомиров Дуранкев)

14 февруари 2019 г.