

РЕЦЕНЗИЯ

За конкурса за професор по „Артмениджмънт и арторганизации“,
обявен от АМТИИ – Пловдив

Рецензент: проф. д-р Красимира Коева

На конкурса за професор по специалност „Артмениджмънт и арторганизации“, обявен от катедра „Хореография“ към АМТИИ – Пловдив по професионално направление 8.1. Теория на изкуствата, се е явил един кандидат - Емилия Борисова Константинова

1. Данни за кандидата

Емилия Константинова завършва ОКС “бакалавър“ по корпоративна икономика /2008 г./ в Европейския колеж по икономика и управление – гр. Пловдив; ОКС „магистър“ по артмениджмънт в АМТИИ – Пловдив /2009 г./; придобива образователната и научна степен „доктор“ в НХА - София по професионално направление 050804 Изкуствознание и изобразителни изкуства с дисертация на тема „Мениджмънт на частни галерии“ /2012 г./.

Трудовата ѝ дейност включва: технически секретар на катедра „Обществени науки“ в Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ /1986 – 1993/; деловодител в Община Пловдив /1997 -1999/; управител на артгалерия ЕООД „Ай Ти Ес – Арт“ – Пловдив /2000 – 2016/; от 1994 г. до сега – мениджър на галерия „Анастас“.

Преподавателска дейност в АМТИИ – Пловдив: 2011 – 2014 г. – хоноруван преподавател; 2014 -2015 г. – асистент; от 2015 г. – доцент със защитен хабилитационен труд на тема „Артмениджмънт и кураторство“ по научната специалност 050804 - Изкуствознание и изобразителни изкуства в магистърските специалности

„Артмениджмънт“, „PR на арторганизации“, „Аниматор туризъм в изкуството“ към катедра „Хореография“. В тези специалности е разработила и преподава по седем учебни програми и програма по дисциплината „Историография“ за докторанти към АМТИИ.

През периода 2015 – 2018 г. е била научен ръководител на 16 дипломанти и рецензент на 17 дипломни работи.

Художествено-творческа дейност: от 2012 г. до сега – съорганизатор на 5-годишна програма за развитие в областта на изкуството “Project 2012 USA – Gallery Anastas „; 2015 г. - член на организационния комитет на Международната научно практическа конференция “Мениджмънт и маркетинг на изкуството“, АМТИИ – Пловдив; 2017 г. – организиране на представянето на картини за изложба в Академия на европейските юристи /ERA / по случай 25 години от основаването ѝ – гр. Триер, Германия; след 2016 г. – ежегоден член на Организационния комитет на традиционната годишна Международна научно-практическа конференция „Управленски и маркетингови проблеми в изкуството“; от 2016 г. е председател на Българския институт по Артмениджмънт.

Кураторски проекти – 02.04.2015 г. – БНП Париба, София куратор на изложба “Квантово причастие“; 22.12.2015 г. – куратор на коледна изложба „Old Testament“ в галерия „Анастас“; 03.12.2016 г. – кураторска изложба „Новият шедьовър“, галерия „Анастас“; 26.04.2017 г. – кураторска изложба „Свърхдинамичност на цветовете“, галерия „Лик“.

2. Публикуван монографичен труд

За конкурса за професор Емилия Константинова представя, според изискванията на Правилника на АМТИИ – Пловдив, публикуван монографичен труд **„Бизнес модели на**

арторганизации“, 2018 г., изд. АМТИИ, Пловдив. В това изследване за пръв път у нас са разгледани на теоретично ниво съвременните схващания за ролята на бизнес моделите и тяхното функциониране в арт-пространството. Практиката доказва, че по принцип, успешните бизнес модели с различна насоченост могат да бъдат своеобразни „рецепти“ и за артмениджърите. Авторката посочва, че изследванията в световен мащаб от последните петдесет години са показали съществуването на около 55 основни бизнес концепции, предопределящи успешния бизнес растеж. Е. Константинова е проучила и включила в своето изследване много широк спектър от базисни съчинения на съществуващата по тези въпроси литература от водещи автори. Добросъвестно е посочена и литература от български изследователи, но за съжаление, нейното наличие е все още недостатъчно. Много добре е изследвана и връзката между все по-разширяващата се и утвърждаваща се „ниша“ на изкуството и съответно на ролята на артмениджмъна, като част от функционирането на тоталната бизнес среда.

Краткият, но изчерпателен исторически поглед на авторката към появата и развитието на различните бизнес модели и механизмите на действието им посочва първоначалната „случайност“ и „импровизираност“ на използването им и на постигнатите резултати, като напр. моделът „Свързани продукти“ /“стръв и кука“/, популярен в началото на ХХ век. Впоследствие се появяват бизнес модели на ресторантите за бързо хранене McDonald’s през 50-те год. на ХХ в.; на хипермаркетите през 60-те год.; на модела „от врата до врата“ на транспортни и куриерски фирми през 70-те год.; на бизнес моделите на нискотарифните самолетни полети и електронната търговия през 90-те год., както и възможностите, постигнати благодарение на новите електронни

технологии от началото на XXI в., достигащи до огромна аудитория и до широк кръг потребители.

Изтъквайки сложността на общественото развитие след средата на XX в. в световен план, както и ускорения процес на развитие на арторганизациите и на изкуството въобще, Е. Константинова подчертава необходимостта от проучване и използване на научните теоретични анализи на различни бизнес модели с цел те да бъдат в полза на артмениджмънта.

В теоретичните глави, особено важни за изследването: „Бизнес модел и стратегия“, „Връзка между изкуство и бизнес“, „Съвременни управленски виждания за арторганизациите“ Е. Константинова убедително и компетентно изяснява същността и спецификата на сложните механизми на управление на изкуството. В отделни случаи тя дори включва неочаквани и важни подробности от функционирането на характерни за тази дейност правила, свързани и с психологически параметри. Така напр., след като аргументирано привежда множество примери за единодушното мнение на водещи изследователи относно необходимостта от екипност на управлението, и едновременно с това, с подчертаната ролята на йерархията и на наличието на един пряк ръководител, авторката споделя, че „... при наличие на повече от един ръководител се създава неизбежен конфликт ... и служителите трябва да са наясно кой на кого е подчинен, кой на кого се отчита, кой какви задачи изпълнява и какви отговорности поема. Това изглежда очевидно, но често се нарушава, особено в творческите организации, в които има служители-творци с по-изразена егоцентрична природа“.

Много точно и аргументирано е изведен принципа за дефиниране на понятието „бизнес модел“, приложим във всички сфери на управление, показващ как могат да се увеличат доходите

от конкретна икономическа дейност и считан за „най-важния управленски инструмент за всеки успешен мениджър“. Цитирано е и популярното, широко използвано и кратко, но точно формулирано определение на финансовия журналист Майкъл Луис за бизнес модела като „дейност, свързана с планирането на печалба“. Авторката споменава и за често срещаното объркване от страна на редица артмениджъри по отношение на понятията бизнес модел и бизнес план, като ги изяснява лаконично и в зависимост от различните им цели, предназначения и взаимна обвързаност, посочвайки, че бизнес планът зависи от бизнес модела и че „... когато артмениджмънтът промени бизнес модела, автоматично се променя и бизнес плана на организацията“. Е. Константинова изследва бизнес моделирането от различни гледни точки и го сравнява с управленски еквивалент на научен метод, който, започвайки с определена хипотеза за очакван резултат, се тества и коригира, при необходимост.

Авторката посочва, че в съвременните условия все повече се преплитат, с взаимно изгодна полза, бизнес моделите, използвани от арторганизациите и тези на традиционните бизнес организации. Посочени са и изключително важните - освен икономически, но също и социалните и културните параметри, спрямо които трябва да се изследва бизнес модела, свързан с дейността на артмениджмънта. Авторката подчертава, че при всички случаи бизнес моделът „създава устойчивост и жизнеспособност на арторганизацията ... която трябва да се развива и адаптира към промените на средата“.

Следвайки задълбочено и изчерпателно своя основен обект на изследване – бизнес моделите, авторката отделя внимание на т.нар. „отворен“ и „затворен“ бизнес модел, цитирайки мнението и на изтъкнатия изследовател – Хенри Чесброу. Е. Константинова

посочва по-традиционния и „консервативен“ вариант на „затворения модел“, който разчита изцяло на вътрешните си ресурси за обновление, и коренно противоположния му „отворен модел“, включващ сътрудничество с други организации, използвайки техните идейни и технологични нововъведения, както и съответни нови пазарни възможности. Изводите на авторката са категорични, че „... артмениджърите, които ръководят организации с възприет затворен бизнес модел трябва да търсят промяна в начина на мислене към отворен тип бизнес модел“. В случая, много сполучлив в това отношение е примерът, посочен от Е. Константинова по отношение на отворения бизнес модел на новопостроения музей „Лувър в Абу Даби“ в Обединените Арабски Емирства и взаимно изгодните търговски и морални изгоди за двете страни – Франция и ОАЕ.

Включените от авторката коментари на теориите на трима водещи икономисти Шумпетер, Найт и Киригър, обогатяват изследването и, защото засягат ключов момент на бизнес моделите – предприемачеството, „като готовност за развитие, организиране и управление на бизнеса, заедно с поетите рискове, за да се реализира печалба“. *Джоузеф Шумпетер* създава теорията за „съзидателното разрушение“, според която „разрушението“ е всъщност предприемачески акт на премахване на старите икономически парадигми и повод за промяна и за последвал икономически растеж. В своята икономическа теория за предприемачеството в бизнес моделите *Франк Найт* поставя акценти върху риска и несигурността и ги сравнява с теорията на вероятностите. Разбира се, рискът трябва да е премерен и добре обмислен. Предприемаческата дейност често е свързана с решаване на хипотези и се налага да се използва метода „проба-грешка“. Според авторката, проучванията показват, че „... намирането на

потребители и на пазари често се оказва най-големият риск“. По тази причина, усилията обикновено се съсредоточават върху промяна на качеството на артпродукта, но Е. Константинова подчертава, че и това не е достатъчно за вземане на най-доброто решение, тъй като трябва да се включат и всички останали съставни елементи на бизнес модела. Авторката посочва, че при арторганизациите нещата са по-различни по отношение на оценките и критериите за предприемачество, тъй като, по принцип, бизнесът в изкуството често е свързан със самите творчески иновации и те са един вид синоними и елементи на предприемачеството. В своята теория *Израел Киригър* възприема предприемачеството като изследователски процес на бдителност и откриване за печеливши възможности, фокусирайки се върху изострената предвидливост на мениджърите по отношение на разпознаване на изключителните новаторства.

След подробно и задълбочено изследване на трите модела, свързани с предприемачеството, в заключение Е. Константинова подчертава необходимостта от засилено проучване и разработване на творческото предприемачество, което вече дори се изучава в някои специализирани академични програми като отделна дисциплина.

Авторката отделя внимание и на други съвременни и работещи бизнес модели, особено важни и за артмениджмънта – моделът **Canvas** на Александър Остервалдер като концептуален графично представен помощен инструмент с девет блокови елемента, при което всеки отделен блок е взаимосвързан с всички останали в единна верига, което осигурява ефективност на системата. Този модел е подобрен от предприемача Аш Мауриа, създал модела **Lean Canvas**, който се оказва изключително полезен за сферата на изкуството.

Разгледан е и иновационния бизнес модел на консултантската група „Доблин“ – Джей Доблин и Лари Кейли, както и стратегиите „Син океан“ и „Червен океан“. Е. Константинова отделя специално внимание на стратегията „Син океан“, публикувана от У. Чан Ким и Рене Моборньо през 2005 г. и доразвита десет години по-късно. Тя е съсредоточена към неконвенционално управленско мислене, заобикалящо и negliжиращо зоната на конкуренцията, възприемайки идеята, че границите на пазара не са фиксирани и окончателно определени. В приложената от авторката много сполучлива и нагледна сравнителна таблица между двете стратегии, ясно се очертават критериите на търсене и създаване на ново пазарно пространство, благодарение на вложените стойностни иновации, обезсмислящи и париращи конкуренцията /“Син океан“/. При стратегията „Червен океан“ показателите са тъкмо противоположни.

С много ценен, полезен и приносен характер в монографичното изследване са примерите, илюстриращи използването на определени бизнес модели, приложени успешно във водещи и значими арт-изяви: печелившата бизнес стратегия тип „Син океан“, осмислила артистичната концепция на Cirque du Soleil и на инициативата „Дългата нощ на музеите“ в Европа и Америка; Международният панаир на изкуството Арт Базел, стартирал през 1970 г.; стратегиите на Лондонските музеи – Националният музей, Галерия Тейт, Британският музей, Галерия „Виктория и Алберт“ и др. и начинът, по който сполучливият и иновативен артмениджмънт на управителя Питър Дракър през 2016 г., насочен към търсене и създаване на специфични потребители, подобрява решително финансовото им състояние.

Специално и подробно място в монографичното изследване е отделено на проекта на Кристо и Жан Клод от 2016 г. „Плаващи

кейове“ на езерото Изео в Италия. Е. Константинова е посветила през 2016 г. свое задълбочено научно-изследователско проучване на мениджмънта по проекта “Плаващи кейове“, в което е проследен процеса на координираната организация на различни функционални екипи – „творчески, управленски, инженерни, технически, информационен, спасителен, ... зад които стои цялостно изграден мениджмънт с отлично планиране, организиране, ръководство, координация, логистика и постоянен контрол“. Освен изключително впечатляващият естетически ефект на този сложен и своеобразен иновативен модел на съвременния артмениджмънт от най-висока класа, авторката е подчертала и многократно увеличеното положително влияние на проекта /с продължителност само 16 дни/ върху икономиката на региона.

Е. Константинова е включила сред тези примери и един много сполучлив авангарден проект на Катаржина и Венцислав Пирянков, реализиран в България, в село Старо Железаре. Анализът на мениджмънта на този арт-феномен е много любопитен и убедителен и очаква своите последователи.

В монографичното изследване са включени и някои основни видове концепции на бизнес модели, които са често използвани в съвременния артмениджмънт: *интегратор, лизинг, продажба на емоции, Робин Худ, франчайзинг, кураторство* и др., изясняващи по ясен и достъпен начин същността на тези модели.

Логическото обвързване на бизнес моделите с артмениджмънта и проследяването на тяхното взаимодействие довежда авторката до изводите, че за разлика от икономическия аспект, където стойността има различни икономически измерители, то артпродуктите са свързани и със социални, културни и емоционални стойности, плод на творческия процес и че в тази сфера е по-удачно да се търси изграждането на устойчив бизнес

модел, отколкото стремеж към бърза възвръщаемост на паричните средства: приходите в най-добрия случай идват вследствие от качеството и силната иновативна идея. Направените изводи са с приносен характер и към практическата дейност на всяко управление на арторганизациите, имащи отношение към реализиране на високи художествени стойности на произведенията на изкуството.

3. Научни публикации, създадени след придобиване на академичната длъжност „доцент“ /октомври, 2015 г./

За периода 2015 – 2018 г. Емилия Константинова е автор на осем публикации с научни приноси и участва с доклади в международни научни конференции с публикувани текстове в специализирани издания: „Бизнес модела на съвременните арторганизации“ /2017/, „Management knowledge in contemporary arts“ – в съавторство /2017, Солун/, „Бизнес модел на новосъздадена арторганизация“ /2017/, „Плаващите кейове“ на Жан Клод и Кристо – феномен на артмениджмънта“ /2017/, „Художествени предизвикателства – артмениджмънт – тенденции“ – в съавторство /2017/, „Терапия с визуални изкуства в продължителните и палиативните грижи“ /2017/, „Креативни стратегии в управлението на Art Basel/ Art Basel Miami Beach“ /2015/, „Кураторството – проблеми в изкуството“ /2015/.

В тези публикации авторката много компетентно и убедително, и същевременно на много достъпен език, ясно и логично излага своите научни тези, демонстрирайки познания на най-високо и съвременно ниво, проверени и на практическо равнище.

Заключение

Считам, че всички изложени в рецензията ми аргументи и оценки на безспорните и високи постижения на научните приноси и на преподавателските умения на Емилия Константинова ми дават заслужено основание да препоръчам на участниците в научното жури да ѝ присъдят академичната длъжност „професор“.

Рецензент:

/проф. д-р Красимира Коева/

Юни, 2018