



## РЕЦЕНЗИЯ

от доц. д-р Мила Иванова Серафимова, СУ, ФЖМК, катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“ за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки“ с дисертационен труд на тема: „Управление на бизнес-репутацията при кризи с пандемичен характер (2020-2023 г.)“, представен от Богомила Василева Колева, редовен докторант в катедра „КАП“ на Факултета по журналистика и масова комуникация с научен ръководител проф. д-р Николай Михайлов

### **I. Представяне на докторанта въз основа на подадената документация**

Богомила Колева е редовен докторант в катедра „КАП“ на Факултета по журналистика и масова комуникация с научен ръководител проф. Николай Михайлов и е отчислена с право на защита.

### **II. Оценка на качествата на дисертационния текст**

Предложената ми за рецензия дисертация на Богомила Колева е в общ обем от 231 страници, от които 205 стр. основен текст на дисертацията, след който следват библиография и две приложения. Всяка глава допълнително е разделена с вътрешни заглавия, което допринася за яснотата на изложението и обособяването на отделните аспекти на разглежданата тема. Библиографията се състои от 61 научни публикации на български и английски език и от 63 онлайн източника, включително медийни публикации.

**Актуалността на темата** е безспорна. Периодът на проучването можем да дефинираме като „ситуация на глобална криза“, при която сме свидетели на една „повсеместна кризисна комуникация“, която може да наречем „комуникация от всички към всички“ и то на всички нива – на ниво международни организации, на ниво правителства, неправителствени организации, бизнес асоциации, потребителски организации, професионални и синдикални организации, активистки групи и т.н. От друга страна, всички засегнати от решенията и позициите на институциите също комуникират своите позиции и „истини“ в социалните мрежи. Можем да определим „глобалната комуникационна ситуация“, създадена в резултат от COVID-19, като феномен на налагането на една тема в медиите и публичната комуникация в световен мащаб и нейното доминиране в продължение на дълъг период, съвпадащ с изследвания от докторанта.

Авторът аргументира избора на темата със „значително нарастващия брой реални кризи в различните бизнес сектори, в следствие на пандемията от COVID-19“ (с. 9).



**Коректно са формулирани изследователски подход, теза на изследването, цели и задачи, предмет и обект, научни методи.** Изпълнена е целта на дисертацията „да изследва и докаже, че ако компаниите не се придържат към следването на определени комуникационни правила и антикризисни стратегии, няма да притежават необходимото знание и ще действат неефективно. Това би могло да бъде изключително рисковано и да доведе до значителни материални и финансови загуби и дори да предизвика фалит, поради грешно разчетени сигнали и зле координирани действия.“ (с.12).

Богомила Колева **поставя ограничения на изследването**, които са оправдани с оглед на широкото научно поле и възможностите за емпирични изследвания.

Текстът се отличава с **логически издържана структура** - увод, три глави и заключение.

Първа глава изяснява понятия като „криза“, „управление на репутацията“, „кризисен мениджмънт“, „комуникационен мениджмънт“ и „медийно влияние“, прави преглед на научната литература и подходи по отношение на кризисния мениджмънт, като авторът формулира практически насоки за подобряването на този процес. Разгледани са класификациите на различните типове кризи. Подглава 1.2 разграничава репутацията от имиджа и корпоративния бранд, като след това авторът изследва категориите репутационни рискове с цел превенция. В първа глава са разгледани също така принципите на антикризисната комуникация и конкретните комуникационни дейности - изготвяне на комуникационен кризисен план, избиране на говорител на организацията, както и изготвяне на антикризисен план за действие, сформирание на кризисен щаб, разрешаване на кризата, убеждаване и влияние на медиите, изграждане на връзка с медиите, взаимодействие на говорителите с журналистите.

Втора глава е озаглавена „Въздействието на кризата от COVID-19 върху новата социална реалност“. В нея Богомила Колева изследва ефектите от пандемията, като защитава тезата, че „кризата води до промяна в социалния ред в обществото по отношение на всички сфери и това предизвиква промяна в начина на функциониране на организациите“. Тя търси отговор на въпроса дали тези сериозни последици са резултат от развитието на глобалната криза, пред която е изправено човечеството или се дължат на допускането на много грешки в антикризисните подходи за справяне с нея.

Във втора глава авторът разглежда икономическите последици от пандемията от COVID-19, специфики на прилаганите антикризисни стратегии от страна на организациите, дадени са примери за успешни бизнес модели на управление, развити в следствие на кризата от COVID-19. В главата са включени резултатите от сравнителни проучвания по отношение на бизнес моделите в България и страните от Централна и Източна Европа, както и измерване на кризата в някои сектори като хотелиерство, ресторантьорство, туризъм. Като добър изследователски подход мога да открия анализа на протестите в тези браншове като типична за България комуникационна ситуация, често наблюдавана при кризи. Протестът като форма на комуникация с правителството и местната власт в България определено заслужава цялостно изследване, а в предложението за рецензиране текст е засегнат този аспект на антикризисната комуникация в изследвания период.



Трета глава е озаглавена „Бизнес мениджмънт в условия на криза (емпирично изследване)“. В нея са представени резултатите от проведеното анкетно проучване и са обобщени изводите от него. Приносен момент е, че авторът прави собствено анкетно проучване с общо 50 изпълнителни директори и мениджъри на водещи компании в България от различните сектори. Като правилен изследователски подход можем да откروим факта, че компаниите са разделени в следните три категории: малки (10-49 наети), средни (50- 249 наети) и големи (над 250 наети), тъй като това има пряко отношение към адекватността на получените резултати. Като извод от анкетното проучване авторът стига до заключението, че малките и средни компании, за разлика от големите, не разполагат с предварително изработен анти-кризисен план за действие и твърдят, че „външните събития са непредсказуеми и затова тяхната стратегия е да предприемат решения и действия след настъпването на кризата“.

В трета глава е направен и сравнителен анализ на получените резултати от собственото проучване с други представителни изследвания – на Българската стопанска камара, Европейската инвестиционна банка, Colliers International, сп. Економист“, което е добър научен подход.

Богомила Колева формулира три хипотези на научното изследване, които изследва и доказва в дисертационния труд с прецизно и адекватно подбрани научни методи. Първата хипотеза е, кризата води до промяна в социалния ред в обществото по отношение на всички сфери и това предизвиква промяна в начина на функциониране на организациите. Втората хипотеза е, че резултатите от проучванията показват, че само най-големите компании в България провеждат експертно ниво на комуникация и високо ниво на антикризисна подготовка. Третата хипотеза е, че кризата ще доведе организациите, които проявят високи нива на адаптивност, гъвкавост и иновативност до нови трансформации, свързани с оптимизация и дигитализация на процесите.

Теоретичните източници са проучени задълбочено, като библиографията съответства на изискванията за актуално научно изследване по темата. Предлагат се авторски трактовки на антикризисните комуникации в контекста на глобалната криза, причинена от пандемията от COVID-19. Методите на изследване са подходящо избрани и приложени и отговарят на поставените цели и формулираните от автора три хипотези на дисертационния труд. Те са аргументирано доказани с достоверен материал, което дава основание да приемем за валидни приносите на проучването. Авторефератът съответства на текста на дисертационния труд и го представя коректно.

### **III. Приноси на дисертационното изследване**

Съгласна съм с формулираните приноси на дисертационния труд. Те са предимно практико-приложни и мога да потвърдя, че приноси са собственото анкетно проучване и анализа на резултатите от него, което има за цел да установи нивото на антикризисна култура на организациите в България, както и аргументирането на необходимостта антикризисните стратегии на организациите и по-конкретно тези на държавните институции да бъдат адаптирани спрямо променящата се външна реалност, предвид постоянно



възникващите реални кризи, водещи до институционални кризи на доверието и разрушаване на репутацията.

Принос на дисертационния труд на Богомила Колева е и осъществения анализ на над 460 медийни публикации, чрез които се проучва кризата в един от най-засегнатите от COVID-19 бизнес сектори, този на услугите.

Принос е и изследваното взаимодействие между медиите, бизнеса и институциите, което помага за формулирането на ефективни антикризисни стратегии и доказва функцията на медиите като ключов посредник в протичането на комуникацията.

Приносните моменти са свързани също така с проучване на отговора на кризата, причинена от COVID-19 от различни браншове и използването на протестните действия като средство за комуникация с правителството, здравните органи и местната власт.

#### **IV. Бележки и препоръки**

Богомила Колева се е съобразила с направените бележки и препоръки по време на вътрешната защита и те са отразени в предадения за рецензиране текст. Като препоръка за бъдещето научно развитие на докторанта бих посочила прецизиране на понятията и недопускане на изрази, по-близки до разговорния стил, на които може да се намери съответния научен изказ. Бих препоръчала резултатите от проучванията на Богомила Колева да бъдат публикувани, тъй като биха имали стойност за браншовете, които изследва в ситуация на криза, причинена от пандемия.

#### **V. Публикации и участия в научни форуми**

Богомила Колева прилага следните научни публикации по темата на дисертационния труд, както и доклади от участия в научни форуми:

1. Колева, Богомила. Методи за справяне с рисковете от възникването на кризи в бизнеса. Статия за онлайн изданието за изследвания, анализ и критика- Newmedia21. Достъпно от: <https://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/metodi-za-spravyane-s-riskovete-ot-vaznikvaneto-na-krizi-v-biznesa/>
2. Колева, Богомила. Стратегии за управление на бизнес организацията в условия на криза. В: Медии и комуникации- том 2/2022. Научен сборник на докторанти от ФЖМК, София: УИ Св. Климент Охридски, 2022, с. 89.
3. Колева, Богомила. Методи за справяне на бизнеса с кризата от COVID-19. В: Том 3 "Пътища към устойчивото развитие: подходи и приноси на социалните науки" Сборник Доклади на Националната школа за докторанти и млади изследователи в социалните науки. (in press, forthcoming article)
4. Участие с доклад на тема: „Методи за справяне на бизнеса с кризата от COVID-19“ в обем от 14 стр. на Юбилейната международна научна конференция „Комуникацията и медиите на XXI век: образователни и професионални предизвикателства“, организирана от



Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ 27-28 октомври 2022 г.

5. Участие с доклад в Научно-образователния докторантски семинар „Медии и комуникации“ на Факултета по журналистика и масова комуникация, проведен на 26 ноември 2021 г. в рамките на Климентовите дни 2021 г. на Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

6. Участие с доклад на XIII Национална школа за докторанти и млади изследователи в социалните науки към БАН. "Пътища към устойчивото развитие: подходи и приноси на социалните науки" . Място: Институт за изследване на населението и човека. БАН, на 27.05.22г., с доклад на тема: "Методи за справяне на бизнеса с кризата от COVID-19"

7. Участие с доклад на Научно-образователния докторантски семинар на ФЖМК „Медии и комуникации“, който се проведе на 12 и 13 декември 2022 г.

## VI. Заключение

Поради всичко изложено по-горе, заявявам убедено своето мнение на Богомила Колева да бъде присъдена научната и образователна степен „Доктор“ по професионално направление 3.5 „Обществени науки и информационни науки“, за което ще гласувам положително.

Дата: 02.06.2023 г.

Рецензент:  
Доц. д-р Мила Серафимова