



# ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“ БЛАГОЕВГРАД

---

## СТАНОВИЩЕ

*От:* От доц. д-р Славянка Ангелова

ЮЗУ „Неофит Рилски“, катедра „Връзки с обществеността“

*Относно:* дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ в професионално направление 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки“ (Приложение на новите информационни технологии в PR)

*Автор на дисертационния труд:* **Николай Веселинов Кънчев**

*Тема на дисертационния труд:* „КОРПОРАТИВНИ СОЦИАЛНИ МРЕЖИ –  
ИНСТРУМЕНТ ЗА ВЪТРЕШНИ КОМУНИКАЦИИ“

### **Данни за дисертационния труд**

Дисертацията на Николай Кънчев представлява научен текст в обем от 230 страници. Използвана е стандартна структура за такъв тип научни изследвания, която съдържа увод, изложение в три глави, заключение, библиография и приложения. Посочени са 174 литературни източника в библиографията, от които 19 на български език, а останалите английски език, което е показател за задълбочено познаване на темата.

### **Актуалност и значимост на разработения в дисертацията научен проблем**

Съвременният свят, в който доминират технологиите става все по-дигитализиран, променя както начините на ежедневно общуване между хората, ката и професионалните комуникации. За да бъдат ефективни в тази реалност, е необходимо трансформацията към дигитална комуникация да е в съответствие с целите на организацията и да има добавена стойност за основните ѝ публики – клиенти, бизнес

партньори и служители.

Служителите са един от основните фактори, които изграждат цялостния корпоративен имидж и репутация, формират корпоративната култура и идентичност, създават крайният продукт на организацията. Това придава особена важност на процеса на поддържане и развиване на ефективни вътрешни комуникации. Ключът за постигане на това е изборът на правилния канал на първо място, който отговаря както на целите на организацията, така и на профила на аудиторията. Необходимо е достигането до всеки един служител, независимо от трудностите и бариерите - географски, технологични или емоционални. Дигиталните комуникации дават богат избор от канали за вътрешна комуникация, които можем да приложим за конкретна ситуация и станат приоритет за организациите, които искат да постигнат оперативна ефективност и да стимулират иновациите.

В този контекст, дисертационното изследване на тема „Корпоративни социални мрежи – инструмент за вътрешни комуникации“ е актуално и значимо и това е обосновано в самия дисертационен труд

За по-пълното и цялостно изследване на проблематиката докторант Николай Кънчев използва комбинация от методи, която включва: теоретичен анализ и синтез, статистически анализ и две самостоятелни анкетни проучвания, като за всяко едно са разработени отделни стандартизирани анкетни карти, създадени са процедури, фиксирано е времето и мястото за осъществяване на изследването на терен.

### **Аналитична характеристика на дисертационния труд**

В *Увода* е изведена актуалността и значимостта на темата на дисертационния труд, формулирани са прецизно: обект, предмет, хипотези, цел и произтичащите от нея задачи, които са седем на брой. Представена е методологията на изследването и степента на разработеност на разглеждания проблем. Ясно са открити и ограниченията на изследването.

В *Първа глава* са разгледани вътрешните комуникации в контекста на корпоративните. Представени са техните същност, елементи, характеристики и компоненти. На базата на съществуващите теоретични постановки е изведено и собствено работно определение за вътрешните комуникации.

Представена е връзка между вътрешните комуникации и други комуникационни функции в организацията, като част от цялостната ѝ комуникационна стратегия. Обърнато е внимание на необходимостта и функционирането на вътрешните

комуникации в условия на криза, значението им за КСО и за формиране на работодателския бранд.

*Втора глава* е посветена на реализирането на вътрешните комуникации чрез различни дигитални комуникационни канали, като са представени тяхната специфика и приложимост. Обърнато е внимание на спецификата на вътрешните корпоративни мрежи, на тяхната същност, предимства и ползи. Разгледани са тенденции във вътрешните комуникации в следствие на засиления процес на дигитализация на комуникациите, представени са резултати от световно проучване сред експерти по вътрешни комуникации.

Заслужава да се отбележи реалистичният подход при представяне характеристиките на дигиталните комуникации, които освен ползите са включени и негативи социални въздействия като цифрово разделение, политическа поляризация и създаване на стереотипи.

*Трета глава* е с практическа насоченост и представя резултатите от събран и анализиран емпиричен материал. Проведени са две самостоятелни изследвания чрез анкетно допитване, като са разработени различни анкетни карти за двете целеви групи – студенти и практики. Използваните графики за онагледяване на получените резултати придават по-добра четивност на текста. Изводите дават обобщения на направения анализ на данните.

В *Заключението* на дисертационния труд докторантът акцентира на получените резултати, направените обобщения и сравнения на резултатите от изследването на двете целеви групи. Извежда седем препоръки, свързани с процеса на обучение на студентите по вътрешни комуникации, уменията на специалиста по вътрешни комуникации, ситуирането на отдела по вътрешни комуникации в структурата на организацията и използването на корпоративните социални мрежи.

Цялостната ми оценка за дисертационния труд е, че това е завършен научен труд по разглежданата проблематика, който доказва тезата, **че корпоративните социални мрежи и използваните в тях нови технологии са значим фактор и ефективен инструмент за изпълнение на дейностите в областта на вътрешните комуникации.** Направените изводи и обобщения в края на всяка глава създават допълнителна насоченост на анализа.

Формулираните приноси на дисертационния труд са изведени прецизно, като са разделени на две групи: научно-теоретични и практико-приложни.

Авторефератът на дисертацията е направен според изискванията, точно отразява съдържанието на работата. Представени са четири публикации по темата на разработвания труд.

### **Критични бележки и препоръки**

Нямам критични бележки към дисертационния труд. Препоръчвам дисертантът да продължи своята работа по дигиталната трансформация на комуникационните канали и стратегии на организацията, в частност на вътрешните комуникации, като задълбочи в практическата насоченост на анализа за преодоляване на бариерите.

### **Заключение**

Представеният дисертационен труд „Корпоративни социални мрежи – инструмент за вътрешни комуникации“ от редовен докторант **Николай Кънчев** е един завършен труд, който притежава всички необходими елементи и достойнства, има разработена теоретично-аналитична и емпирична част, с проведено авторско изследване; съдържа изводи и обобщения и има ясно изразена практическа и приложна насоченост.

Гласувам убедено с "ДА" за присъждането на образователната и научна степен "Доктор" на **Николай Веселинов Кънчев** по докторска програма „Приложение на новите информационни технологии в PR“, по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки.

30.05.2023

Изготвил:

доц. д-р Славянка Ангелова