

## Рецензия

от проф. д-р Христо Кафтанджиев

за дисертационния труд на Вилиана-Мария Димитрова Николова  
на тема ОСОБЕНОСТИ НА ФОРМИРАНЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ НА  
КОНЦЕПЦИЯТА ЗА КОРПОРАТИВНО ГРАЖДАНСТВО (СОЦИАЛНА  
ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА) В БЪЛГАРИЯ

Дисертационният труд е качествен, като причините за това са следните:

Дисертацията е структурирана на основата на стандартите за научно съчинение и се състои от въведение, изложение (в четири глави), заключение и библиография с общ обем 252 стр., както и 7 приложения.

Дължината отговаря на стандартите за дисертационен труд.

Цитирани са 190 научни книги и статии - 55 на български, 108 на английски език и 24 интернет източника.

И по този показател дисертацията отговаря на напълно на стандартите за качествен научен труд.

В въвода са анализирани актуалността на темата, определени са коректно целта, задачите и структурата на дисертацията, обектът и предметът на изследването; изходната теза; целта на дисертационния труд и изследователския подход.

Всичко това е важна предпоставка за качественото разработване на дисертацията.

В първата глава е направен преглед на теоретичните виждания за социалната отговорност на бизнеса.

Тя се състои от следните подглави:

- Възникване и развитие на концепцията за социалната отговорност на бизнеса в световен аспект;
- Формиране на концепцията и терминологията за корпоративното гражданство
- Съвременни възгледи за обхвата и приложението на социалната отговорност на бизнеса.

В тази глава докторантката е демонстрирала, че познава добре материята и съответната научна литература и, че може да направи задълбочени научни анализи.

Много добро впечатление прави анализът на определенията на корпоративната и социалната отговорност, както и на понятието корпоративно гражданство.

Същото важи и за изследването на съвременните възгледи за корпоративното гражданство и устойчивото развитие.

За анализа помага и фактът, че са въведени са като синоними следните понятия - корпоративно гражданство, социалната отговорност на бизнеса, корпоративна социална отговорност, социална ангажираност, отговорен бизнес, отговорно социално поведение, корпоративна отговорност, социална бизнес отговорност.

Втората глава е посветена на корпоративното гражданство в Европа и на еволюцията в тази концепция.

Задълбочено са анализирани ред феномени по отношение на корпоративното гражданство. Един от основните изводи е, че концепцията за корпоративното гражданство у нас става под силното влияние на европейските процеси в тази сфера и с реалния принос на международните организации.

Това е естествен процес по отношение на всичко, свързано с маркетинговите общувания. Подобен процес, но по отношение на развитието на българската литература през Възраждането е анализиран в блестящата книга на Георгий Гачев – „Ускорено развитие на литературата“.

Главата е развита според критериите за такова научно съчинение. Добро впечатление прави използваната научна литература. Диахронният подход в анализа е най-подходящият по отношение на изследваните феномени.

В третата глава са изследвани състоянието на корпоративното гражданство в страната и подходите за интегриране на платформата от българските организации

Състои се от две подглави:

- Вторичен анализ на данни – изследване
- Прочуване на общественото мнение – омнибус изследване.

Ценното в случая е, че докторантката е провела изследване. То отговаря на научните критерии в това отношение.

Направени са ред важни заключения – по отношение на:

- възприемането и следването на корпоративното гражданство;
- положителните нагласи към концепцията корпоративен гражданин от страна на бизнеса;
- мисията, визията, бизнес целите и проявлението на голяма част от компаниите във връзка с концепцията за корпоративното гражданство в България за разлика от периода 2007–2008 г.;
- нарастващо ниво на информираност и активност сред бизнес средите за това, как се практикува устойчив бизнес;
- креативните, иновативни и стратегически партньорства;

- проблемите с оценяването и отчитането на реализираните дейности.

Четвърта глава е посветена на комуникационните практики по отношение на корпоративното гражданство.

Тя се състои от две основни подглави:

- Изследване на случай за разкриване на добра практика в прилагането на социална бизнес отговорност
- Контент анализ на публикации за инициативите за социална отговорност на организациите от пивоварния сектор.

Изводите от изследването подкрепят двете хипотези - за еволюционното развитие на практиките за корпоративна отговорност като начин на адаптация към предизвикателствата на групите за натиск, и за водещата роля на мултинационалните компании в тези процеси.

Компетентно са изследвани някои от най-важните комуникативни съставляващи на тази специфична дейност. Според мен това е най-важната глава в дисертацията.

На основата на изследването са изведени основните изводи. Те са важни и могат да допринесат за по-качествен български пиар.

Четири научни приноса са формулирани коректно, а именно:

1. Дисертационният труд е едно от малкото цялостни изследвания на същността, ролята и значението на социалната отговорност на бизнеса както за осигуряване на конкурентоспособност и реализация на бизнес политики в условията на глобализация, така и за хармонизиране на публичния и частния интерес.

2. Корпоративното гражданство се разглежда като социологическа категория. Обхванати са различните аспекти на неговото функциониране и въздействието му върху заинтересованите страни. От гледна точка на системната перспектива е конструиран теоретичен модел на образа на отговорната компания в публичното пространство – една отворена система, за която от съществено значение е обратната връзка с различни целеви публики.

3. Идентифицирани са основни фактори, които оказват влияние на реализацията на концепцията за корпоративното гражданство. Обогатено е изследователското поле относно възможностите на публичната комуникация да оптимизира комуникациите на всяка компания и по този начин да способства за оптимална реализация на нейната политика.

4. Защитена е тезата, че основната роля на всяка компания трябва да се разглежда като създаване на стойност чрез производство на продукти и услуги, които носят печалба не само на собствениците и акционерите, но и на членовете на обществото.

Докторантката е публикувала четири научни статии по темата, а именно:

- Николова, В.-М. Корпоративна социална отговорност (КСО) – психология на успеха в условия на криза на доверие. Югозападен университет „Неофит Рилски“. Съвременният поглед на докторанта към науката. Сб. с научни студии и статии. УИ „Неофит Рилски“, Благоевград: 2011, 381–385.
- Николова, В.-М. Връзките с обществеността за реализирането на корпоративна социална отговорност в условия на криза. – Психологични изследвания, 2011, 2, 149–162.
- Николова, В.-М. (Не)стандартни ПР практики за корпоративен имидж. НБУ, Департамент „Масови комуникации“, XIX лятна школа по ПР – София, 2012. В мрежата (Мрежата) на ПР, [http://ebox.nbu.bg/ssc13/view\\_lesson.php?id=5](http://ebox.nbu.bg/ssc13/view_lesson.php?id=5).
- Николова, В.-М. Ролята на връзките с обществеността за преодоляването на актуални социални проблеми. (Комуникационни кампании на СПБ за влияние върху обществените нагласи към употребата на алкохол от непълнолетни). Психологични изследвания, <http://journalofpsychology.org/bg/knijka-2-2012>.

Броят на публикациите отговаря напълно на научните стандарти за успешна защита в това отношение.

Определено смятам, че дисертацията е с висока научна стойност. Затова ще гласувам на Вилиана-Мария Николова да бъде присъдена научната степен „доктор на науките“ и се надявам, че и останалите членове на научното жури да постъпят по същия начин.

19.02.2015

София

Подпис



проф. дфн Христо Кафтанджиев