

## СТАНОВИЩЕ

за научните приноси в дисертацията на Вилиана-Мария Димитрова Николова на тема: “Особености на формиране и реализация на Концепцията за корпоративно гражданство (социалната отговорност на бизнеса) в България”

Разглежданата дисертация поставя съвременна и твърде актуална тема: дали *Корпоративното гражданство* се превръща, днес, в условие за дългосрочно развитие и просперитет на бизнеса у нас? В най-напредналите сфери на бизнеса в глобалния свят вече е определящо не само и не толкова постигането на печалба, но и отговарянето на определени по-широки обществени потребности и морални цели, които удовлетворяват очаквания и нужди на социума. Достигнали ли сме тази нова фаза в икономическото си и социално развитие?

С оглед на тази, основна за научното изследване, тема изследователските усилия на Вилиана-Мария Николова първоначално логично са насочени към теоретическо обхващане на проблематиката. В първата глава на дисертацията съдържателно се проследява как схващането за Корпоративния гражданин се оформя, главно, във втората половина на XX век; това е дело на автори и техните произведения от най-развитите в икономическо отношение страни, които предлагат и досега валидните в теоретично отношение концепции, платформи и добри практики.

Много точно авторката изтъква, че идеята за успешния бизнес, който следва да бъде в услуга на обществото, започва да се споделя от големите западни корпорации едва когато се натрупват достатъчно емпирични изследвания и теоретични обосновки. Така постепенно се достига до практическата среща на икономическите интереси на бизнеса с моралната

отговорност и се формира съвременното схващане за *корпоративната култура*. Тази култура правилно се оценява в дисертацията като изразяваща най-дълбоко и перспективно отговорностите на бизнеса в глобален аспект. Следователно, ние не можем, в съвременния живот, да не държим сметка, че вече съществува корпоративна култура, насърчаваща ценностите, които подпомагат възприемането и осъществяването на социално отговорни инициативи в полза на обществото като цяло. Социологическото понятие *Корпоративен гражданин* определя новата бизнес идеология в днешния свят.

Във втората глава от дисертацията авторката конкретизира темата чрез анализ на постепенното навлизане на корпоративната култура в Европейския съвет. Тук се прави принципното заключение, че мултинационалните компании са лидери в процесите на формирането, развитието и налагането на идеята за *Корпоративния гражданин* в общото европейско пространство. Разглежданите компании оказват съществено влияние върху създаването на нов тип организационна култура в европейските страни. Така новата бизнес култура, изискваща нови нагласи, политики, отношения, комуникации достига своевременно и до пределите на нашата страна. По този начин в дисертацията се достига до важното обобщение, че налагането на концепцията за корпоративното гражданство се осъществява у нас под силното влияние на европейските процеси на развитие и с реалния принос на международните организации.

Третата и четвъртата глава от дисертацията представляват обобщения на конкретни изследвания, заварени или нарочно проведени от автора, които разкриват състоянието на корпоративното гражданство в нашата страна. **Определено смятам, че в тези две глави са основните приноси на Вилиана-Мария Николова.**

Достойнство на дисертационния труд е прилагането на съвременни социологически изследователски методи и практики в трета глава, чрез

които се съпоставят два времеви периода от нашето развитие: 2007 – 2008 г., се съпоставят с периода 2012 – 2013 г. По този начин авторката доказва, че българския бизнес има положителна нагласа към идеята за корпоративния гражданин и проявява нарастващ интерес към провеждането на социално отговорни дейности. От друга страна, обаче, чрез резултатите от национално представително проучване на общественото мнение се констатира, че социалната отговорност на нашите компании не е решаващ фактор при вземане на потребителски решения; като цяло потребителите не вземат предвид усилията на компаниите в областта на социалната отговорност, когато избират стоки и услуги; налице е дефицит на комуникация, относно същността на социалната бизнес отговорност. Откъде идва това реално противоречие?

Мисля, че тук би трябвало да се обърне внимание на някои специфични особености на съвременния български капитализъм. Той се появява и развива не като процес на последователно натрупване на капитали, а като сложно и в редица случаи, дори криминално и светкавично, преразпределение на вече натрупани капитали. Социологът Иван Селени, в конкретния случай, говори за мениджърски капитализъм. Което ще рече, че при този капитализъм първото условие е да се постигне индивидуален просперитет и сигурна печалба. Затова е логично и заслужава внимание, направеното в дисертацията обобщение, че е нужен външен тласък от европейските институции, за да почне да се мисли сериозно за социалните блага и отговорности. Очевидно, при нашите конкретни условия, идеята за Корпоративния гражданин среща сериозни социалнопсихологически препятствия.

В четвъртата глава от дисертацията, чрез контент- анализ на опита на компаниите от нашата пивоварна промишленост в сферата на корпоративната социална отговорност, се доказва, че и у нас са налице успешни практики. Заедно с това се оказва, че медиите не са достатъчно

активен медиатор в процеса на утвърждаването на корпоративното гражданство. Направената сравнителна таблица, илюстрираща как се развиват във времето разбиранята и нагласите на българския бизнес за действия, в полза на социалното благо, е много показателна за сложната еволюционна характеристика на анализираният феномен.

В заключение ще отбележа, че пред нас е дисертация, отлично ерудирана по един нов за нас теоретически и практически проблем, която стимулира достатъчно добре осъзнаването на концепцията за корпоративното гражданство както от страна на мениджърите, така също и на медиите. Много добре е защитена тезата, че основната роля на всяка компания следва да се разглежда като създаване на стойност чрез производство на услуги и продукти, които носят печалба не само на собствениците и на акционерите, но и на всички членове на обществото. Затова, като имам предвид приносните моменти, самостоятелната изследователска работа и значението на разглежданата дисертация “Особености на формиране и реализация на концепцията за корпоративно гражданство (социална отговорност на бизнеса) в България” за по-нататъшното развитие на теорията и методологията на публичната комуникация в България **заявявам убедено, че ще гласувам с “Да” за присъждането на образователната и научна степен доктор на Вилиана-Мария Димитрова Николова.**

Член на научното жури :

**Проф Иван Стефанов, доктор на философските науки.**

София, 10. 03. 2015 г.