

СТАНОВИЩЕ

от проф. д-р Здравко Райков за дисертационния труд
на Веселина Любенова
“Публичният образ на организациите за защита на
потребителите в България 2007-2012 г.”

В условията на глобалното общество, което създаде непознати в миналото възможности за производство на стоки и услуги от неизмерим брой организации, особена актуалност получава проблема за защита на потребителите. Пазарите изобилстват с продукти, за качеството на които отговарят техните производители. За съжаление множат се случаите, когато некоректни бизнес организации злоупотребяват с оказаното им доверие и предлагат продукти, които застрашават здравето и дори живота на потребителите. Ето защо в света на свръхизобилието и консуматизма все по-актуален става въпроса за защита на потребителите.

Консуматорският модел за поведение, налаган от масовата култура и на XXI век, влиза в сериозен конфликт с непреходни социални ценности, с така необходимия ни култ към знания и креативност, с древния принцип да се потребяват нещата с чувството за мярка. Не случайно една от най-коментираните области в публичното пространство е темата за манипулацията на големи социални групи за целите на максимализацията на корпоративни печалби. За това работят, както медии, чиито собственици жертват истината заради егоистичните си интереси, така и създадената мощна корпоративна индустрия за промиване на мозъци. А жертвите са потребителите, защото все по-често различни продукти застрашават непосредствено тяхното здраве и сигурност. Темата за защита на потребителите всъщност е съставна част от един много по-значим контекст, обединяващ въпроси като търсене и намиране на решения за повече свобода на личността, за ограничаване на непрекъснато увеличаващо се социално неравенство, за оптимално използване на намаляващи природни ресурси, за корпоративна социална и екологична отговорност, за изграждане на един устойчив и хармоничен свят.

Дисертационният труд на Весела Любенова е посветен на изследване публичният образ на организациите за защита на

потребителите в България - същност, роля, функционални и дисфункционални ефекти. Той е в обем от 256 страници, като цитираните източници в него са 267, от които 199 са на български език и 68 на английски език. Ползвани са също множество нормативни документи по темата на труда, както и интернет източници.

Дисертационният труд включва увод, три глави и заключение. Тази структура напълно покрива съдържанието и логическата обвързаност на поставените от колегата конкретни изследователски задачи. В първата глава е разкрита еволюцията на организациите за защита на потребителите, особено внимание е обърнато на политиката за защита на потребителите в Европейския съюз. Анализирани са процеса на изграждане и функциониране на системата за защита на потребителите в България. И тъй като всяка политика се реализира оптимално само, ако бъде създадено осведомено обществено мнение и се спечели доверието на заинтересовани публики, следващите глави на дисертационния труд основателно са фокусирани върху тази проблематика. Колегата разглежда същността и спецификата на социалната технология пбблик рилейшънс, проследява реализацията ѝ в контекста на консуматорското общество. А след това се фокусира върху представите за организациите за защита на потребителите, създавани в публичното пространство.

За колегата както всяка друга организация, така и организациите за защита на потребителите могат успешно да работят и постигат целите си, ако не подценяват ресурса на публичността. От това, дали публиките ще ги асоциират като надеждни, коректни, социално отговорни и пр., в много голяма степен ще зависи и тяхната успешност. Позитивният им образ се превръща в мост към едно пълноценно и взаимноизгодно сътрудничество с потребители и партньори, завоюването на социално признание става съществен ресурс за реализация на тяхната политика. А недостигът на публичност заплашва всяка организация със съкращаване, дори и с разрушаване на най-ценния и капитал - нейния социален капитал.

Колегата доказва, че дейността по създаване, съхраняване и развитие на имиджа на организацията е динамичен процес - промените в средата, в институции и публики, отправят непрекъснато предизвикателства за търсене на нови доказателства,

подчертаващи нейната уникалност. Ето защо подценяването, а още повече пък игнорирането на дейностите по изграждане и развитие на организационния имидж, осигуряват неуспеха на организационната политика. Същевременно е очертан богат и неизползван потенциал за оптимизиране на условията, които биха позволили една ефективна реализация на организациите за защита на потребителите в България.

Колегата показва богата ерудиция, отлично познаване на ключови за проблематиката на труда автори и проучвания. Това му е позволило да проникне отвъд повърхността на темата и да направи изводи, които имат както теоретично, така и определено прагматично значение.

По отношение на приносите на автора - справка за приносите коректно отразява научните постижения на колегата.

Като цяло трудът "Публичният образ на организациите за защита на потребителите в България 2007 - 2012 г." притежава необходимите качества, обогатява съществуващите знания и покрива изискванията за научно-образователната степен "доктор".

Тази дисертация ще представлява определен интерес за професионалната научна общност, за работещите в различни неправителствени организации, както и за държавни институции, които имат непосредствено отношение към защита на потребителите в България.

Убедено препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди образователната и научна степен "доктор" по професионално направление 3.5. "Обществени комуникации и информационни науки (журналистика - Връзки с обществеността)" на Весела Любенова.

София, 13.04.2014

проф. Здравко Райков