



**ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ
„НЕОФИТ РИЛСКИ“
БЛАГОЕВГРАД**

ПРАВНО-ИСТОРИЧЕСКИ ФАКУЛТЕТ
Катедра „Връзки с обществеността“

Рецензия

по процедура за защита на дисертационен труд на тема:

**„ВЛИЯНИЕ НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ
(КСО) ВЪРХУ ИМИДЖА НА БИЗНЕС ОРГАНИЗАЦИЯТА“**

Докторант: Виолина Владимир Петрова

Научен ръководител: доц. д-р Евелина Христова

Научен консултант: гл. ас. д-р Любомира Христова

Професионално направление 3.5. Обществени комуникации и
информационни науки, област на висше образование 3. Социални,
стопански и правни науки, съгласно заповед № 1299/05.07.2024 г. на
Ректора на Югозападен университет „Неофит Рилски“

Рецензент: доц. д-р Димитрина Стефанова

I. Кратки биографични данни за докторантката

Виолина Владимир Петрова е родена на 09.09.1995. Завършва средно образование в Професионална гимназия "Проф. д-р Асен Златаров" със специалист „Застрахователно и осигурително дело“, висше образование в ОКС „бакалавър“ специалност „Връзки с обществеността“ и ОКС „магистър“ "Връзки с обществеността в бизнеса" в Югозападен

университет "Неофит Рилски". От 2019 г. до настоящия момент докторантката е участвала в редица обучения и проекти, които значително са повишили нейната квалификация и специализация в научната област на избраното изследване (обучителен семинар "Артисти, устойчивост и корпоративна социална отговорност" по проект „EMPACT – Съпричастност и устойчивост: Изкуството да мислиш като планина“, участие в сертифицираща програма по Корпоративна социална отговорност в онлайн платформа Udemu, кръгли маси и научни сесии).

Докторантката владее английски език. Притежава редица меки и твърди умения и висока степен на отговорност, инициативност и отдаденост в работата.

II. Характеристика на дисертационния труд

Дисертационният труд е структуриран в класически вид и се състои от увод, три глави, заключение, приложения, изведени приноси, библиографска справка. Общият обем на дисертацията е 261 страници, използваната литература включва 203 традиционни и онлайн източници на български и английски език. Приложеният концептуален модел, изследователска насоченост, мултидисциплинарният подход, емпирично изследване и Наръчникът за комуникация на корпоративната социална отговорност са актуални, приложни и приноси по своя характер.

Актуалност, значимост и разработеност на представения дисертационния труд

Корпоративната социална отговорност като теоретичен, приложен и етичен инструмент е обект на редица изследователски търсения в икономически, управленски и комуникационни области на познанието. Концептуално вплетени КСО-аспектите вече са в корпоративната устойчивост, която произтича от идеята, че бизнесът е призван (дори задължен „Европейските стандарти за отчитане във връзка с устойчивостта (ЕСОУ)“ да се справя с икономически, социални и екологични проблеми,

без да жертва нито едно от тях за сметка на друго, като ги представя открито и публично. Прилагането на практическа методология за управление и далновидност на PR, може да провокира организациите да преминат към по-устойчиво общество чрез репутационна ориентация чрез КСО. Стратегическите насоки на компаниите проявяват стремеж към увеличаване на репутацията си сред потребителите и това да бъде устойчив източник на конкурентно предимство. Този подход на организациите сам по себе си е отговорен, устойчив и съдържа предпоставките на репутационен елемент. Именно в подобен ракурс докторантката Виолина Петрова поставя изследователската си цел: „Да се анализира взаимовръзката между корпоративната социална отговорност и корпоративния имидж, като се изследват комуникационни активности на ниво бизнес организация и се анализира тяхното влияние върху образа на компанията сред външни заинтересовани страни“. Водещата изследователска теза за „осъзнаването на важността и необходимостта от едновременни действия по КСО и изграждане на корпоративен имидж, както и целевото им комуникиране със заинтересованите страни, което води до цялостен положителен образ на бизнес организацията“, отговарят пряко на актуалност и значимост на дисертационното изследване. За реализацията на посочената цел са представени предметът и обектът, степента на разработеност на темата, научната теза и хипотеза и задачите, които да се изпълнят за постигането ѝ. В тази част докторантката демонстрира способност за идентифициране на актуални проблеми и внимание към тяхното изследване и практическа значимост за теорията и практиката. Такъв ракурс напълно удовлетворява изискването за логически издържаност на дисертационния труд.

Констатации по съдържанието и основните резултати на дисертационния труд

В първа глава „СЪЩНОСТ И СПЕЦИФИКИ НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ“ се прави аналитичен преглед на понятието, неговите елементи, изградени модели, теории и въздействия, базиран на водещи концепции на световни и български изследователи, на нормативни, регулативни и етични документи на световни, европейски и национални организации. В подобна пъстрота е изведено собствено определение за КСО, ясно е аргументирана взаимовръзката между КСО, връзките с обществеността и устойчивото развитие, обобщени и в синтезиран извод от кабинетното проучване. Защитена е позицията, че фокусът е компаниите да търсят баланс и да отговарят на обществените изисквания, да демонстрират и комуникират адекватно социално отговорната си дейност се намира във взаимовръзката между организациите и заинтересованите им страни. Инвестирайки в социални инициативи, компаниите не само създават положителни нагласи сред заинтересованите страни, но и изграждат положителен имидж и доверие в дългосрочен план (стр. 104-105). Всеизвестно е, че за КСО няма универсална дефиниция, което в известна степен затруднява изследователите и интердисциплинарният подход става задължителен, с който докторантката се справя умело. В резултат от задълбоченото проучване, главата завършва с изведени собствени основни изводи.

Логически и последователно **втора глава** е фокусирана върху изясняване на теоретичните аспекти на корпоративния имидж и мястото му в КСО политиката на организацията. Комуникирането на КСО практиките се приема не само като предаване на информация, а като един непрестанен процес, в който заинтересованите страни заемат централна роля, а бизнес организацията има ясно определена цел и полза. Подчертана е динамичната природа на корпоративния имидж като конструкт. Тази

глава също е с аналитичен изследователски характер и отново завършва с основни изводи, за които поздравявам докторантката. Този подход подчертава уменията на Виолина Петрова да направи ясно и сбито обобщение на изследвания научен проблем и плавен преход към следващата част на дисертационния труд.

Третата глава на дисертационния труд е с приложен характер, озоглавена „Изследване влиянието на КСО върху имиджа на бизнес организацията“. Акцентът тук е върху самостоятелно емпирично изследване, планирано и проведено на три етапа – 1) case study, 2) стандартизирани интервюта и 3) анкетно допитване. Методологията, дизайнът и инструментариумът на изследването са прецизни и отговарят на първоначално заложената и развита цел и задачи. Предвид широтата на изследваната тема, в първите параграфи на главата още веднъж са подчертани водещите дефинитивни структури и модели в изследваната област КСО-имидж в бизнес организация. В нея е направен подробен анализ на резултатите, които утвърждават значението на дейностите по КСО за по-добри взаимоотношения със заинтересованите страни и за подобряване на цялостното добро корпоративно представяне. Целевото им комуникиране води до доверие и репутация с видим резултат в подкрепа на политиките за устойчиво развитие на организациите.

На основата на получените резултати са направени обосновани предложения за подобряване на комуникацията в организацията, което смятам за важен приложен принос. Същевременно е направен „Наръчник за комуникация на корпоративната социална отговорност „Създаване на споделена ценност“, онагледен, стилизиран и практически с водещите процеси, елементи, ползи, въздействия и приложение на PR в КСО чрез имидж, за да се култивира субективното благополучие на заинтересованите страни в ера на устойчива икономика.

Основни приноси в научно-приложната област и оригиналност

Общото впечатление от дисертационния труд е, че анализът е задълбочен и удовлетворява основния изследователски въпрос. Докторантката демонстрира висока информационна култура и отлична теоретична подготовка, прави собствени мотивирани оценки по разглежданите проблеми. На основата на представеното в дисертационния труд, приемам заявените научно-приложни приноси в смятам, че са лично дело на докторантката.

Текстът е преминал проверка за плагиатство и отчетът за извършена проверка за автентичност показва, че документът има индекс на сходство 11%.

III. Автореферат и публикации по темата на дисертационното изследване

Авторефератът адекватно отразява общата характеристика на дисертацията с основните секции, обобщава концентрирано по-важните аспекти на разработката, приносите и публикациите по темата на дисертацията.

IV. Критични бележки, препоръки и въпроси

Представеният за рецензиране дисертационен труд безспорно напълно покрива нормативните и научни изисквания към този тип академични трудове. Могат да бъдат посочени препоръки с цел да подскажат на докторантката интересни проблеми за разширяване обхвата на нейната по-нататъшна изследователска работа като допълнение и корелация с другите комуникационни и социални дейности в бизнес организацията.

V. Заключение

Рецензията на дисертационен труд, авторефератът, справка за приносите и научните публикации отразяват изследователските виждания и основните проучвания на Виолина Петрова в сложната проблематика на взаимодействието на КСО с имиджа, перспективите в развитието и моделите. Дисертационният труд може да се счита за задълбочено значимо научно и приложно изследване, в което проблемите са коректно изложени, а изводите и предложенията са убедително аргументирани.

Докторантката показва, че притежава задълбочени теоретични знания по научното направление, умение да ги интерпретира и способности за самостоятелни научни изследвания. Счита се, че текстът е разработен научно и компетентно в достатъчен обем и съдържание, отговаря на законовите и подзаконовите актове, основните академични и научни стандарти и минималните национални изисквания по ЗРАСРБ и правилника за неговото прилагане.

Предлагам на научното жури да присъди на Виолина Владимир Петрова образователна и научната степен „доктор“ по ПН 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки“, област на висшето образование 3. Социални, стопански и правни науки и ще гласувам „ЗА“ това предложение.

23.08.2024 г.

Рецензент:

/доц. д-р Димитрина Стефанова/



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ
·НЕОФИТ РИЛСКИ·
БЛАГОЕВГРАД

REVIEW

of the dissertation with author Violina Vladimir Petrova
on the subject: "THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) ON THE IMAGE OF THE BUSINESS
ORGANIZATION"

Scientific supervisor: Assoc. Prof. Dr. Evelina Hristova

Scientific consultant: prof. Dr. Lyubomira Hristova

Professional field 3.5. Public Communications and Information Sciences,
field of higher education 3. Social, economic and legal sciences, according to
the order № 1299/05.07.2024 of the Rector of Southwestern University "Neofit
Rilski"

Reviewer: Assos. Prof. Dr. Dimitrina Stefanova /

I. Brief biographical data about the doctoral candidate

Violina Vladimir Petrova was born on 09.09.1995. She graduated from the Professional High School "Prof. Dr. Asen Zlatarov" with a specialization in "Insurance and Insurance Business", higher education in the "Bachelor" specialty "Public Relations" and the "Master" specialty "Public Relations in Business" at Southwestern University "Neofit Rilski". Since 2019, the PhD student has participated in a number of trainings and projects that have significantly increased her qualification and specialization in the scientific field of her chosen research (training seminar "Artists, Sustainability and Corporate Social Responsibility" under the project "EMPACT–Empathy and Sustainability: The Art of Thinking Like a Mountain", participation in a

certification program on Corporate Social Responsibility in the online platform UdeMy, round tables and scientific sessions).

PhD student is fluent in English. She has a range of soft and hard skills and a high degree of responsibility, initiative and dedication in her work.

II. General characteristics of the dissertation work presented

The dissertation is structured in a classical way and consists of an introduction, three chapters, a conclusion, appendices, contributions, bibliographical reference. The total volume of the dissertation is 261 pages, the literature used includes 203 traditional and online sources in Bulgarian and English. The applied conceptual model, research focus, multidisciplinary approach, empirical study and the Handbook of Corporate Social Responsibility Communication are relevant, applied and contributory in nature.

Relevance, significance and elaboration of the presented thesis

Corporate social responsibility as a theoretical, applied and ethical tool is the subject of a number of research searches in the economic, management and communication fields of knowledge. Conceptually, CSR aspects are already interwoven in corporate sustainability, which stems from the idea that business is called (even obliged "European Sustainability Reporting Standards (ESRB)" to address economic, social and environmental issues without sacrificing any of them at the expense of another, by presenting them openly and publicly. The application of a practical management methodology and forward-looking PR can provoke organisations to move towards a more sustainable society through a reputational orientation through CSR. The strategic orientations of companies exhibit a drive to increase their reputation among consumers and for this to be a sustainable source of competitive advantage. This approach of organisations is in itself responsible, sustainable and contains the prerequisites of a reputational element. It is in such a perspective that the doctoral candidate Violina Petrova sets her research goal: "To analyse the interrelationship between corporate social responsibility and corporate image by examining communication activities at the business organisation level and analysing their impact on the company's image among external stakeholders". The guiding research thesis of "the awareness of

the importance and necessity of simultaneous CSR activities and corporate image building, as well as their targeted communication with stakeholders, leading to an overall positive image of the business organization", respond directly to the relevance and significance of the dissertation research. For the realization of the stated aim, the subject and object, the degree of elaboration of the topic, the scientific thesis and hypothesis and the tasks to be performed for its achievement are presented. In this part, the doctoral candidate demonstrates the ability to identify topical problems and attention to their research and practical relevance to theory and practice. Such an angle fully satisfies the requirement for logical soundness of the dissertation. Findings on the content and main results of the dissertation

In the first chapter "ESSENCE AND SPECIFICS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY" an analytical review of the concept, its elements, built models, theories and impacts is made, based on leading concepts of world and Bulgarian researchers, on normative, regulatory and ethical documents of world, European and national organizations. In such a colourful manner, the own definition of CSR is derived, the interrelationship between CSR, public relations and sustainable development is clearly argued and summarized in a synthesized conclusion of the desk study. The position is defended that the focus is for companies to seek balance and meet societal demands, to demonstrate and communicate adequately their socially responsible activities lies in the interrelationship between organisations and their stakeholders. By investing in social initiatives, companies not only create positive attitudes among stakeholders, but also build a positive image and trust in the long term (pp. 104-105). It is common knowledge that there is no universal definition for CSR, which makes it somewhat difficult for researchers and an interdisciplinary approach becomes mandatory, which the doctoral candidate handles skillfully. As a result of the in-depth research, the chapter concludes by drawing its own main conclusions.

Logically and coherently, chapter two focuses on clarifying the theoretical aspects of corporate image and its place in an organisation's CSR policy. The communication of CSR practices is seen not just as the transmission of

information, but as an ongoing process in which stakeholders occupy a central role and the business organisation has a clearly defined purpose and benefit. The dynamic nature of corporate image as a construct is highlighted. This chapter is also of an analytical research nature and again concludes with key findings for which I congratulate the doctoral candidate. This approach highlights Violina Petrova's ability to make a clear and concise summary of the research problem and a smooth transition to the next part of the dissertation.

The third chapter of the dissertation is of an applied nature, titled "Exploring the impact of CSR on the image of the business organization". The focus here is on an independent empirical study designed and conducted in three stages - 1) case study, 2) standardised interviews and 3) survey. The methodology, design and instrumentation of the study are rigorous and meet the original and developed aim and objectives. Given the breadth of the topic under study, the first paragraphs of the chapter once again highlight the leading definitional structures and models in the research area of CSR-image in a business organization. It provides a detailed analysis of the results that validate the importance of CSR activities for better stakeholder relations and for improving overall good corporate performance. Their targeted communication leads to trust and reputation with a visible outcome in support of organisations' sustainability policies.

Based on the results, reasonable suggestions are made to improve communication in the organization, which I consider as an important applied contribution. At the same time, a "Corporate Social Responsibility Communication Handbook "Creating Shared Value" is made illustrative, stylish and practical with the leading processes, elements, benefits, impacts and application of CSR PR through image to cultivate the subjective well-being of stakeholders in an era of sustainable economy.

Key contributions in the field of applied science and originality

The overall impression of the thesis is that the analysis is thorough and satisfies the main research question. The PhD student demonstrates a high level of information literacy and excellent theoretical background, and makes her own reasoned evaluations of the issues addressed. On the basis of what is presented

in the dissertation, I accept the stated scientific and applied contributions in what I consider to be the doctoral student's personal work.

The text has been checked for plagiarism and the authenticity check report shows that the document has a similarity index of 11%. Abstract and publications on the topic of the dissertation research.

Evaluation of the abstract and the publicationsto the dissertation work

The abstract adequately reflects the general characteristics of the dissertation with the main sections, summarizes in a concentrated way the more important aspects of the development, contributions and publications on the dissertation topic. The presented publication activity completely meets the requirements as per that indicator.

Critical remarks, recommendations and questions

The dissertation submitted for peer review undoubtedly fully meets the normative and scientific requirements for this type of academic work. Recommendations can be pointed out in order to suggest to the PhD candidate interesting issues for expanding the scope of her further research work as a complement and correlation with other communication and social activities in the business organization.

Conclusion

The peer-reviewed dissertation, the abstract, the contribution reference and the scientific publications reflect Violina Petrova's research views and main studies in the complex issues of CSR interaction with image, development perspectives and patterns. The dissertation can be considered a thorough significant scientific and applied research in which the problems are correctly stated and the conclusions and proposals are convincingly argued. The doctoral candidate shows that she possesses in-depth theoretical knowledge of the scientific field, the ability to interpret them and the capacity for independent research.

I consider that the text has been developed scientifically and competently in sufficient volume and content, meets the legal and by-laws, the basic academic and scientific standards and the minimum national requirements it also meets all

requirements of Law on the development of the academic staff of Republic of Bulgaria and the Rules for its application. For the above reasons, propose to the esteemed scientific jury to award the educational and scientific degree Doctor to Viola Vladimirova Petrova the degree of Doctor in professional field 3.5. Public Communications and Information Sciences 3. Social, Economic and Legal Sciences and I will strongly vote "yes" to this proposal.

23.08.2024 г.

Reviewer:

/Assos. Prof. Dr. Dimitrina Stefanova /