

РЕЗЮМЕТА

на научните публикации на

гл. ас. д-р МИЛЕНА АНГЕЛОВА

представени в конкурс за заемане на академична длъжност „Доцент“ в ИИИ-БАН,
обявен в Държавен вестник бр. 44/19.05.2023г.

Резюметата на научните трудове са посочени в поредността им, съответстваща на представянето им спрямо изискванията за заемане на академична длъжност „доцент“ в ИИИ при БАН.

В.3.1. Ангелова, М. (2021). Новите форми на заетост - същност, основни характеристики и рискове за възникване на недеklarирана заетост. Новите форми на заетост, модели и форми на организация: предизвикателства пред пазара на труда и нови рискове от възникване на недеklarирана заетост, 173 - 254 стр., в: Ченгелова, Е, Ангелова, М. (2021). Национална карта на недеklarираната заетост, том Втори. АИКБ, София. ISBN:978-954-90989-7-6. 304 стр.

Монографичният труд представлява самостоятелен раздел в публикацията. Като прилага инструментите на маркетинговите изследвания в национален и секторен план и определя критерии за сегментация, изследва възможностите, предимствата, рисковете и предизвикателства, произтичащи от навлизането на новите технологии в българските организации и породените от тях нови форми на заетост. Разглежда и класифицира факторите, обуславящи ключови аспекти на заетостта, които задават степента на новост на формите на заетост: тип на договорните отношения, място на осъществяване на заетостта, продължителност на работния ден, тип на работното време, организация на труда, специфика на работните процеси. На тази основа, анализира очакванията и изискванията на работодателите спрямо професионалната подготовка и уменията на работниците и служителите, произтичащи от технологичните и в цялост за средата промени. Идентифицира 11 нови форми на заетост и разглежда техните специални ефекти и въздействия върху пазара и организацията на труда. За всяка от тях оценява рисковете от прояви на недеklarирана заетост и формата на проявление. Така поставената основа дава възможност за планиране на конкретни интервенции и мерки за ограничаване и превенция на недеklarираната заетост, което допринася директно за подобряването на достъпа до заетост и качеството и сигурността на работните места и допринася за насърчаване на растежа, за намаляване на неравенствата и за борба с бедността – Цели за устойчиво развитие на ООН - 1, 8 и 10.

B.3.1. Angelova, M. (2021). New forms of work – nature, main characteristics and risks for undeclared work. New forms of work, models and forms of organisation: challenges on the labour market and new risks from undeclared work, pp 173 - 254., in: Chengelova, E, Angelova, M. (2021). National map of undeclared work, volume 2. BICA, Sofia. ISBN:978-954-90989-7-6. 304 p.

This monograph work is a self-dependent section of the collective publication. Applying the marketing research instruments at sectoral and national level, it defines segmentation criteria, and explores the possibilities, advantages, risks and challenges, stemming from the penetration of new technologies in the Bulgarian enterprises and the new forms of work, emerging because of them. It studies and classifies the factors, which determines key aspects of employment that defines the characteristics of the new forms of work: type of contract, work place, working hours, labour organization, labour processes. On this basis, analyses the expectations and requirements of the employers and employees regarding the professional qualification, stemming from the changes in the environment – both as a whole and motivated by the uptake of new technologies. 11 new forms of work are identified, and their special effects and influences on the labour market are examined. For each of them, the risks of undeclared work appearance are assessed. This provides the ground to plan particular interventions and measures for limiting and preventing the undeclared work, so that the access to employment and jobs quality and security also is improved, contributing to promoting economic growth, and reducing inequalities and poverty – UN SDG - 1, 8 u 10.

Г.4.1. Ангелова, М. (2023). Изработване на бюджети на продажбите в индустриални предприятия в България (на примера на циментовата индустрия). „Ико-консулт”, Варна. ISBN:978-954-8235-20-4. 103 стр.

Монографията представлява Изследователски проект от програмата на ИИИИ¹. Тя предлага отговори на обективната потребност за оптимално разпределяне на ресурсите, като един от ключовите фактори за успех на организацията. За целта са оценени възможностите и методологичните аспекти на изработването и прилагането на бюджети на продажбите в индустриалните предприятия, с оглед на техните специфични условия и изисквания. Разгледани са и са оценени съществуващите методики за разработване на бюджети на продажбите, формулирани са силните и слаби страни на всяка от тях, както и специфичните условия на прилагането им. Оценена е и тяхната ефективност (посредством метода case study, на примера на циментовата индустрия). Разработена е и авторска класификация на методите за прогнозиране на продажбите. Въз основа на това, в монографията специално се изготвя и предлага концептуален модел за разработване на бюджет на продажбите в индустриалните предприятия, като е изграден алгоритъм за стратегически анализ, планиране и контрол на изготвянето и прилагането на бюджетите на продажбите. Определени са и положителните въздействия и подобрения в стопанската дейност, произтичащи в резултат на прецизното бюджетиране на продажбите – включително оптимално управление на ресурсната обезпеченост и паричните потоци в оперативен

¹ Presented, discussed and approved by the ERI Scientific Council, on its meeting of 12.05.2004.

и стратегически аспект, което допринася за насърчаване на устойчиво потребление и реализиране на растеж - Цели за устойчиво развитие на ООН - 8 и 12.

Г.4.1. Angelova, M. (2023). Elaboration of sales budgets for industrial enterprises in Bulgaria (the cement production example). „Eco-consult”, Varna. ISBN:978-954-8235-20-4. 103 p.

The monograph is elaborated as a scientific research – under the Economic Research Institute program². It replies to the outlined necessity for optimal resource allocation – as a key success factor for the organisations. The possibilities and methodological aspects of the elaboration and implementation of the sales budgets in the industrial enterprises, while taking into consideration the specific conditions and requirements they face, are assessed. The methods for elaborating sales budgets are reviewed and discussed, their strengths and weaknesses – outlined, as well as the specific conditions for its application. Their effectiveness is also assessed (using case study, based on the cement producing industry sample). The author elaborated her own classification of the sales forecasting methods. Based on these elements, the monograph offers a specially designed conceptual model for developing sales budgets in industrial enterprises, together with specially built algorithm for strategic analysis, planning and control of the process of a sales budget development. The positive effects and business activities improvements, resulting from precise sales planning are outlined – including optimal resource supply and cash flow management – both in operational and strategical terms. These achievements contribute to sustainable consumption and growth promotion – SDG 8 and 12.

Г.5.1. Ангелова, М. (2023). Ценови стратегии при експорта на български вина за Англия. „Ико-консулт”, Варна. ISBN:978-954-8235-19-8. 191 стр.

Монографията е разработена на основата на защитен дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен „Доктор“ по научна специалност 05.02.26 "Маркетинг"³. В нея, на основата на анализ на спецификата на английския пазар на вино и на българското винопроизводство, се разкриват обективно необходимите изменения в ценовата стратегия при експорта на българските вина за Англия - като инструмент за реализацията и поддържането на устойчиви конкурентни предимства и за стимулиране на отговорното потребление. Това се постига, като се: 1) изследва методологическата последователност на формулирането, оценката и избора на ценова стратегия при експорта на българските вина за Англия; 2) извършват наложителните при избора на адекватна экспортна ценова стратегия анализи и оценки на спецификата на организациите и на пазарната среда, на основата на които се идентифицира обективната необходимост от промени в стратегическата ориентация на экспортното ценообразуване; 3) очертават необходимите координирани стратегически и маркетинговите действия на българските производители и износители на вино, за повишаване продуктовата му стойност.

² Обсъден, защитен и приет на заседание на Научния съвет на Института за икономически изследвания към Българска Академия на науките, проведено на 12.05.2004 г.

³ Специализиран научен съвет по Управление на икономиката и социална информация при ВАК (дата на защита: 03.07.2001).

Предложени са механизми за активно използване на възможностите на стратегиите по елементи на маркетинговия микс за генериране на допълнителна стойност, както и за насърчаване на положителното потребителско възприемане и висока оценка на продукта. Доколкото анализите и предложените стратегически действия имат и по-общо звучене, те предлагат алгоритъм за реакция във всяка ситуация, свързана с необходимост от повишаване на конкурентоспособността и стимулиране на отговорно потребление чрез прилагане на възможностите на експортните ценови стратегии - Цели за устойчиво развитие на ООН - 8 и 12.

Г.5.1. Angelova, M. (2023). Price strategies for Bulgarian wines export on the English market. „Eco-consul”, Varna. ISBN:978-954-8235-19-8. 191 p.

The monograph is developed on the basis of the successfully defended PhD thesis, which served as the basis for granting educational and scientific degree 'PhD' to the author– scientific subject 05.02.26 "Marketing"⁴. On the basis of analysis of the specific characteristics of the English wine market and wine production in Bulgaria, it discusses what changes and adjustment would be necessary and appropriate to be introduced in the export price strategy for Bulgarian wines on the English market, in order to secure sustainable competitive advantages and motivate responsible consumption. This goal is achieved through: 1) examination of the methodological sequence of formulation, evaluation and choice of price strategy for exporting Bulgarian wines for the English market; 2) analysis and evaluation of the specific characteristics of organisations and market environment, that are absolutely necessary as to provide the relevant elements for the decision-making process in order to elaborate an adequate price strategy; 3) outlining the necessary coordinated strategic and marketing actions that will help Bulgarian wine producers and exporters to increase their product value. Mechanisms for active application of the possibilities offered by the respective strategies for all marketing mix elements are suggested, in order to secure value added, and promote positive customer perception of the product. As far as the analysis performed and strategic actions suggested have wider importance, they can be applied as an algorithm for reaction in every market situation, where there is a necessity of promoting competitiveness and stimulating responsible consumption through application of the export price strategy possibilities - SDG 8 and 12.

Г.7.1. Ангелова, М. (2023). Прилагане на маркетинг на взаимоотношенията при повишаване на квалификацията на персонала основано на препоръката на ЕС за създаване на индивидуални сметки за обучение. Сборник с Доклади от 5-та национална научна конференция Правото и бизнесът в съвременното общество, 63-79 стр., 12.10.2022 г., „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна. ISSN:2603-5073. 535 стр.

Докладът разглежда възможностите за прилагане на маркетинга на взаимоотношенията за насърчаване и ускоряване на процеса на повишаване на квалификацията на персонала във връзка с прилагането на практика на

⁴Specialized scientific council for Economic governance and social information, SAC (03.07.2001).

незадължителния правен инструмент на Европейския съюз „Препоръка за създаване на индивидуални сметки за обучение“. Изследват се възприеманите ползи от прилагането на препоръката и как те помагат да се постигнат целите, преследвани в нея и да се адресират предизвикателствата и преодолеят проблемите, така че да се допринесе за постигането на Целите за устойчиво развитие на ООН и конкретно – 1, 4, 8 и 10 от тях.

Г.7.1. Angelova, M. (2023). Relationship marketing application for increasing qualification of personnel based on the Council’s recommendation on individual learning accounts. Symposium, 5th national conference Law and business in modern society, pp 63-79, 12.10.2022, „Science and economy“, University of Economics – Varna. ISSN:2603-5073. 535 p.

The paper explores the possibilities of applying relationship marketing to promote and accelerate the process of staff development in relation to the practical implementation of the EU’s non-binding legal instrument „Recommendation on the Establishment of an ISO“. Perceived benefits and how they help to achieve objectives, address challenges and overcome problems are explored, so that contribution is made to achievement of all the SDG and 1, 4, 8 and 10 in particular.

Г.7.2. Ангелова, М. (2023). Оценка на потребностите от повишаване на дигиталните умения на заетите лица в България – методологически аспекти на организирането и провеждането на национално представително проучване, стр. 327-335, Икономическо развитие и политики: реалности и перспективи. Предизвикателства и рискове в условията на наслагващи се кризи. Национална научна конференция с международно участие, 21-22 ноември 2022 г., София. Издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“. ISBN:978-619-245-327-5.

Повишаването на дигиталните умения на заетите лица в България е от критично значение за успешното осъществяване на дигиталната трансформация на икономиката, която е катализатор за постигането на климатична неутралност, за подобряването на достъпа до заетост и качеството на работните места и за постигането на Цели за устойчиво развитие на ООН – 1, 4, 8, 10 и 13. Постигането на подобна национална цел поставя сериозни предизвикателства пред методологията за осигуряване на представителни данни. Като ползва инструментите на маркетинговите проучвания, доклада предлага надежден методологически подход за набиране на достоверна първична информация относно състоянието и потребностите от повишаване на дигиталните компетентности на заетите лица в България в съответствие с изискванията на упражняваните от тях професии и заеманите длъжности в национален мащаб и по икономически дейности.

Г.7.2. Angelova, M. (2023). Assessing the digital up-skilling needs of the Bulgarian employed persons – methodological aspects of organizing and conducting a nationally representative survey, pp 327-335, Economic development and policies: realities and prospects. Challenges and risks in the conditions of overlapping crises. National Scientific

Conference with International Participation, 21-22 Nov 2022, Sofia. Prof. Marin Drinov Publishing House of the Bulgarian Academy of Sciences. ISBN:978-619-245-327-5.

Elevating the digital skills of the employed persons in Bulgaria has a critical importance for the success of the digital transformation of the economy, which serves as a catalyst for achieving climate neutrality and for improving the employability and the quality of jobs, and achieving several of the SDGs – e.g., 1, 4, 8, 10 and 13. The achievement of such a national goal poses serious challenges with regard to what methodology to deploy in order to provide representative data. The current paper aims at suggesting reliable methodological approach for collecting trustworthy primary data about the current state of the digital skills of the employed persons in Bulgaria and about the needs for increasing them as to meet the requirements of the professions they practice and jobs they occupy – at national and at sectoral level.

Г.7.3. Ангелова, М. (2021). Зелена икономика: Конкурентоспособност от следващо поколение – постигане на целта за климатична неутралност – възможно ли е това за българската индустрия. Научна конференция Икономически, регионални и социални предизвикателства при прехода към зелена икономика, 30 септември 2021, стр. 158 – 172, Пловдивски университет “Паисий Хилендарски”, Факултет по икономически и социални науки. ISBN:978-619-7663-08-2(печатно), ISBN: 978-619-7663-07-5(онлайн). 395 стр.

Статията идентифицира и анализира ефектите, оказвани от прехода към климатична неутралност върху конкурентоспособността на българската индустрия в краткосрочен и дългосрочен аспект. На тази основа предлага мерки, които да обезпечат и да повишат конкурентоспособността в новите условия – формирани от пандемията, инфлацията и безпрецедентния ръст на цените на енергията. Разкрива възможности и механизми за оптимално съчетаване на пазарните стимули и публичното финансиране със секторните и националните цели за постигане на климатична неутралност, така че да се насърчи бързата трансформация на бизнеса и му се позволи да реализира предимствата на зелената икономика, като по този начин се насърчат устойчивостта, издръжливостта и кохезията. На основа на оценка и анализ на действията, предприети от индустрията и от държавните органи, се предлагат решения и мерки, които да насърчат климатично неутралната конкурентоспособност и да допринесат за постигането на Целите за устойчиво развитие на ООН, конкретно – 6, 7, 8, 9, 10, 12 и 13.

Г.7.3. Angelova, M. (2021). Green Economy: Next Generation Competitiveness – Reaching the Goal of Being Climate Neutral – is this Mission Possible for the Bulgarian Industry. Conference Proceedings: Economic, Regional and Social Challenges in the Transition Towards a Green Economic, 30th of September 2021, pp 158 – 172, University of Plovdiv ‘Paisii Hilendarski’, Faculty of Economics and Social Sciences, Plovdiv, Bulgaria. Paisii Hilendarski University Press. ISBN:978-619-7663-08-2(print), ISBN: 978-619-7663-07-5(online). 395 p.

The paper aims at identifying and analysing the effects of the transition to climate neutrality on the Bulgarian industry's competitiveness both in short and medium term. On the basis of this to draw proposals for what can be done not only to safeguard, but most importantly to increase it, under the new reality, shaped by the pandemic, inflation and unprecedented increase of energy prices. It also aims at answering the question how to align market incentives and public funding with sectoral and global net-zero targets in order to stimulate the private sector to swiftly transform and grasps the opportunities of the green economy, navigating successfully through the transition process, while promoting resilience, sustainability and cohesion. Responses and actions taken by the industry and different governmental bodies were analysed and assessed, in order to arrive at better solutions and suggestions for future policy measures that will enable climate neutral competitiveness and will contribute for achieving the SDGs – and 6, 7, 8, 9, 10, 12 and 13 in particular.

Г.7.4. Ангелова, М. (2021). Развитие на сребърната икономика - предизвикателства и възможности. Списание Известия, 65 (4), Икономически университет – Варна, 339 – 350 стр. ISSN:1310-0343. 424 стр.

Статията представя актуални емпирични данни, набрани посредством методи на маркетингово проучване, които очертават устойчивата тенденция на застаряване на населението – както в Европа, така и в България. На основата на предвиждания за демографското развитие и свързаните с него потребности, характеризирани с все по-висока продължителност на живота, но и с все по-висок дял на възрастното население, се извеждат специфичните потребности на очертаният сегмент от населението и се дискутират и предлагат елементи на оптимален микс от политики, инструменти и мерки, които да позволят да се оползотворят най-добре възможностите и да се отговори най-правилно на предизвикателствата, обусловени от тази тенденция. По този начин се предоставят информация, идеи и възможности на институциите на европейско, национално и регионално равнище, които да подпомогнат вземането на ефективни управленски решения, допринасящи за постигането на Цели за устойчиво развитие на ООН 3, 5 и 10.

Г.7.4. Angelova, M. (2021). Silver Economy Development – Challenges and Opportunities. News Magazine, 65 (4), University of Economics – Varna, pp 339 – 350. ISSN:1310-0343. 424 p.

The article presents current empirical data, gathered through a devoted desk research, on the basis of which trends are drawn that show sustainable tendency of population ageing – not only in Europe, but also in Bulgaria. Based on the prediction for the demographic development in European Union and in Bulgaria, and the needs stemming from this, characterized by growing longevity, and by constant increase of the share of elderly in the overall population, the article discusses and suggests elements of an optimal mix of policies, instruments and measures, which shall pave the way for addressing in the best possible way the relevant challenges and grasp the opportunities. The aim is to provide the relevant European, national and regional institutions with objective analysis and information to allow them making forward-looking

governing decisions, while benchmarking the best European practices and delivering on SDGs – e.g., 3, 5 and 10.

Г.7.5. Петранов, Ст., Ангелова, М. (2012). Развитие и перспективи на системите за корпоративно управление в Европейския съюз. Сп. Икономическа мисъл, ИИИ на БАН. Бр. 5, 110-122 стр. ISSN: 0013-2993. 170 стр.

Статията разглежда моделите на корпоративното управление в Европейския съюз и тяхното развитие чрез авторска таксономия, основана на характеристики, свързани с нормативни, институционални и културни фактори, специфични за отделните страни. Подчертава тяхната роля и значение за прилагането на корпоративна социална отговорност. Научният анализ очертава възможностите и предизвикателствата, произтичащи от различните модели на корпоративно управление за постигането на конвергенция с оглед успешното осъществяване на съюз на капиталовите пазари. Разкрива насоки пред бъдещи нормативни промени на европейско равнище и как евентуално да бъдат извършени, така че да бъдат ефективни – в отговор на финансовата криза от 2008 г. и последвалата икономическа криза. По този начин допринася за постигането на 1, 8 и 10 Цели за устойчиво развитие на ООН.

Г.7.5. Petranov, St., Angelova, M. (2012). Development and perspectives of corporate systems in the European Union. Economic Thought Magazine, Economic Research Institute of the Bulgarian Academy of Sciences. Vol. 5, pp 110-122. ISSN: 0013-2993. 170 p.

The article discusses the corporate governance models in the EU and their development, by applying a specially elaborated taxonomy, based on their characteristics, stemming from country-specific normative, institutional and cultural factors. It underlines their role and importance for the corporate social responsibility implementation. The scientific analysis maps out the possibilities and challenges, originating from the different corporate governance models for accelerating convergence in order to successfully realise the capital market union. It reveals the future directions that eventual legislative changes at EU level shall follow and how they have to be made in order to be effective – also in reply to the 2008 financial crisis and the following economic crisis. It contributes in this way to advance the achievement of SDGs 1, 8 and 10.

Г.8.1. Ангелова, М. (2023). Фактори за насърчаване на зеления преход на европейските микро, малки и средни предприятия. Сп. Икономически изследвания, Институт за икономически изследвания, Българска академия на науките, 2023, брой 32(2), стр. 59-77. ISSN:0205-3292. 191 стр.

Разглежда значението и ролята на микро, малките и средните предприятия (ММСП) – традиционни, семейни, търговци, занаятчии, представители на социалната икономика или либералните професии, за осъществяването на преход към конкурентна, климатично неутрална и приобщаваща европейска икономика. Идентифицирани и систематизирани са бариерите и предизвикателствата, стимулите и необходимите

условия за насърчаването на прехода към устойчивост на ММСП, като за целта е проведено кабинетно проучване. На тази основа са предложени мерки и механизми за насърчаване на развитието на ММСП, за да се стимулират положителните им въздействия за ускоряване на зеления преход и постигане на Целите за устойчиво развитие и конкретно - 6, 8 и 13 и да се разшири техния обхват.

Г.8.1. Angelova, M. (2023). Factors for Boosting the Green Transition of the European Micro, Small and Medium-Sized Enterprises. Economic Studies, ERI-BAS, 2023, 32(2), pp 59-77. ISSN:0205-3292. 191 p.

The paper discusses the role of micro, small and medium-sized enterprises, be they traditional enterprises, family businesses, traders, social economy enterprises, crafts or liberal professions (MSMEs) as an essential part of the solution towards a competitive, climate-neutral, circular and inclusive European economy. On the basis of devoted desk research, it identifies and classifies barriers, challenges, motivators and necessary conditions that can help MSMEs to accomplish successfully their sustainable transition. While acknowledging and highlighting the diversity and different needs of the European MSMEs, it identifies factors and suggests measures and mechanisms for boosting their green transition and delivering on the SDGs – 6, 8 and 13.

Г.8.2. Ченгелова, Е., Ангелова, М. (2022). Фактори на недеklarираната заетост в България. Сп. Икономически изследвания, Институт за икономически изследвания, Българска академия на науките, бр. 31(2), стр. 65-94. ISSN:0205-3292. 199 стр.

Студията представя емпирични данни от проведено проучване за разкриване на факторите, определящи недеklarираната заетост в българската икономика. Разработена е авторска таксономия от шест групи фактори, описващи влиянията на вътрешната и външната среда върху привлекателността на професиите и са анализирани техните относителна тежест и специфично въздействие. На тази основа е разкрита сложната и комплексна природа на факторите, определящи недеklarираната заетост и са очертани подходящите за прилагане коректни методологически подходи към тяхното емпирично проучване и обяснение. Това осигурява основата за разбирането на техния произход, същност и начини на разпространение – особено при общества в преход. Задълбоченото познаване и разбиране на факторите, определящи недеklarираната заетост е основа за ефективен и успешен избор на подходи и мерки за ограничаване и превенция на този вреден феномен, така че да се ускори постигането на 1, 5, 8 и 10 от Целите за устойчиво развитие на ООН.

Г.8.2. Chengelova, E., Angelova, M. (2022). Factors Determining the Undeclared Work in Bulgaria. Economic Studies, ERI-BAS, 31(2), pp 65-94. ISSN:0205-3292. 199 p.

The study presents empirical data gathered by devoted studies on the factors that determine undeclared work in the Bulgarian economy. A taxonomy is elaborated comprising of six categories of factors, estimating their relative weight and specific impacts. The paper argues

that the factors determining undeclared work have complicated and dynamic nature, but if a correct methodological approach is applied, they can be empirically studied and explained. The knowledge of the factors determining the undeclared work provides a basis for contemplating its genesis, nature and dissemination – especially in the case of societies in transition. The better the knowledge and understanding of the factors that determine undeclared work, the more effective and successful are selected and designed approaches and measures to limit and prevent it, which delivers on achieving of 1, 5, 8 and 10 SDGs.

Г.9.1. Петранов, Ст., Ченгелова, Е., Ангелова, М. (2017). Нова теория за привлекателността на професиите. Сп. Наука, Съюз на учените в България, XXVII (4), 13-29 стр. ISSN: 0861 3362. 80 стр.

Изследването на привлекателността на професиите е извършено посредством комбинация от индуктивни и дедуктивни подходи, приложени към изучаването и обяснението на този социално–икономически феномен. По този начин се генерират идеи и предлагат възможности за преодоляване на засилващите се тенденции за разрыв между търсене и предлагане на труд и се адресира дефицита на квалифицирани специалисти, упражняващи ключови за българската икономика професии. Изследването предлага също идеи за това как да се отговори на потребностите на пазара на труда от кадри, като се подобри ориентирането към дефицитни професии още в процеса на избор на професионално образование. За целта, на основа на специално проведено проучване, е разработена и предложена мултифакторна теория за привлекателността на професиите, съчетаваща съвкупност от екзогенни и ендогенни фактори. Те улавят обективните предпоставки, обществените нагласи и оценъчни матрици, които ранжират в народопсихологията отделните професии и им отсъждават различни относителни тегла в рамките на личностното и професионалното развитие на отделните индивиди. Това позволява прецизното формулиране и ефективното практическо приложение на инструменти за балансиране на търсенето и предлагането на кадри и допринася за постигането конкретно на 1, 2, 4, 5, 8 и 10 от Целите за устойчиво развитие на ООН.

Г.9.1. Petranov, St., Chengelova, E., Angelova, M. (2017). New Theory for Professions' Attractiveness. Science, Bulgarian Union of Scientists, XXVII (4), pp 13-29. ISSN: 0861 3362. 80 p.

The research of profession attractiveness is performed by using a combination of inductive and deductive methods, applied to study and explain the socio-economic phenomenon. This gives ground for generating ideas and for suggesting ways for tackling the growing deficits and gap between the supply and demand for qualified specialists with key for Bulgarian economy professions. New ideas were proposed for how to meet the need of the labour market for human resources, by improving the orientation of the young people towards the most needed professions in the process of choosing a professional education. To that end, a devoted study was performed, which served as a basis for developing a multi-factor theory explaining professions' attractiveness – combining a set of exogenous and endogenous factors. They allow for capturing the social attitudes, pre-conditions, and evaluation matrixes that allows to range

the professions' position in the societal perception and to calculate their respective weight in the framework of the personal and professional development of a person. This allows also to formulate precisely and to apply effectively in practice instruments for balancing supply and demand sides of the labour market and delivers on achieving SDGs 1, 2, 4, 5, 8 and 10.

Г.10.1. Ангелова, М. (2022). Цели и задачи на Методиката за превенция на недекларирана заетост, 7 - 9 стр., в: Ченгелова, Е., Ангелова, М., Иванов, Д. (2022). Методика за превенция на недекларираната заетост. АИКБ, София. ISBN 978-954-90989-8-3. 132 стр.

Представя целта на Методиката - да бъдат формулирани релевантни методически указания и инструкции, препоръки и съвети за адекватното прилагане на разработените стратегии и инструменти за ограничаване и превенция на недекларираната заетост – както на равнище браншове, така и по предприятия. Акцентира се върху адекватността на инструментите и тяхната практическа приложимост, апробирана в реална среда посредством тестово въвеждане в 60 пилотни предприятия. Ползването на Методиката допринася за постигането на 1, 5, 8 и 10 от Целите за устойчиво развитие на ООН.

Г.10.1. Angelova, M. (2022). Goals and Tasks of the Methodology for Undeclared Work Prevention, pp 7 - 9, in: Chengelova, E., Angelova, M., Ivanov, D. (2022). Methodology for Undeclared Work Prevention. BICA, Sofia. ISBN 978-954-90989-8-3. 132 p.

The chapter presents the goal of the Methodology – to formulate relevant methodological guidelines and instructions, recommendations and advises for how to implement in the best possible way of the elaborated strategies and instruments for limiting and preventing undeclared work – both at sectoral and enterprise level. The accent is placed on the instruments' adequacy and practical applicability, tested in practice through test implementation in 60 pilot enterprises. The Methodology application will contribute to SDG 1, 5, 8 and 10 achievement.

Г.10.2. Ангелова, М. (2022). Методически указания за прилагане на стратегии за браншови работодателски организации и синдикални федерации. 10-30 стр., в: Ченгелова, Е., Ангелова, М., Иванов, Д. (2022). Методика за превенция на недекларираната заетост. АИКБ, София. ISBN 978-954-90989-8-3. 132 стр.

Главата от колективната монография предлага цялостен подход за прилагане в практиката на стратегии за превенция на недекларираната заетост на браншово равнище. Приносен момент е адаптирането на Методиката, описана в монографията, към потребностите на целевите групи, за които тя се предлага – а именно браншове, дефинирани съгласно Националния класификатор на икономическите дейности, посредством ползването на съответните маркетингови техники, така че продуктът да бъде диференциран спрямо конкретните специфични нужди. Ползвани са резултатите от специално проведено практическо проучване на казуси, набрани при предварително пилотно внедряване в 60 предприятия, както и инструменти за

дълбочинни проучвания. Представени са и примери за ключови стратегически документи, които биха могли да бъдат доразвити с текстове за противодействие на недеklarираната заетост. Прилагането на стратегиите допринася за постигането на 1, 5, 8 и 10 от Целите за устойчиво развитие на ООН.

Г.10.2. Angelova, M. (2022). Methodological Guidelines for Strategies' Implementation by Sectoral Employers' Organisations and Trade union Federations, pp 10 - 30, in: Chengelova, E., Angelova, M., Ivanov, D. (2022). Methodology for Undeclared Work Prevention. BICA, Sofia. ISBN 978-954-90989-8-3. 132 p.

The chapter suggests holistic approach for applying in practice the strategy for preventing undeclared work at sectoral level. The adaptation of the Methodology to the target group's (sectors as defined in the National classificatory of economic activities) needs – made by utilizing relevant marketing techniques that helps differentiating the product as to match closely particular requirements, can be seen as a scientific contribution element. To that purpose, the results of a devoted case study, performed through pilot implementation in 60 enterprises of the Methodology, are used. Examples are offered – for how to develop key strategic documents, adding special chapters that are focused on undeclared work prevention. The implementation of those strategies contributes to achievement of SDGs 1, 5, 8 and 10.

Г.10.3. Ангелова, М. (2022). Методически инструкции за прилагане на стратегии за превенция на недеklarираната заетост на равнище предприятия - адаптиране на основни вътрешни актове на предприятието (Правилник за вътрешния ред). 30 - 46 стр., в: Ченгелова, Е., Ангелова, М., Иванов, Д. (2022). Методика за превенция на недеklarираната заетост. АИКБ, София. ISBN 978-954-90989-8-3. 132 стр.

Главата от колективната монография предлагат цялостен подход за прилагане в практиката на стратегии за превенция на недеklarираната заетост на равнище предприятие. Приносен момент е адаптирането на Методиката, описана в монографията, към потребностите на целевите групи, за които тя се предлага – а именно български предприятия, посредством ползването на съответните маркетингови техники, така че продуктът да бъде диференциран спрямо конкретните специфични нужди. Ползвани са резултатите от специално проведено практическо проучване на казуси, набрани при предварително пилотно внедряване в 60 предприятия, както и инструменти за дълбочинни проучвания. Представени са и примери за ключови стратегически документи, които биха могли да бъдат доразвити с текстове за противодействие на недеklarираната заетост. Прилагането на стратегиите допринася за постигането на 1, 5, 8 и 10 от Целите за устойчиво развитие на ООН.

Г.10.3. Angelova, M. (2022). Methodological Guidelines for Strategies' Implementation by Enterprises – Adapting Main Internal Acts (Internal Order Rulebook), pp 30 - 46, in: Chengelova, E., Angelova, M., Ivanov, D. (2022). Methodology for Undeclared Work Prevention. BICA, Sofia. ISBN 978-954-90989-8-3. 132 p.

The chapter suggests holistic approach for applying in practice the strategy for preventing undeclared work at enterprise level. The adaptation of the Methodology to the target group's

(Bulgarian enterprises) needs – made by utilizing relevant marketing techniques that helps differentiating the product as to match closely particular requirements, can be seen as scientific contribution element. To that purpose, the results of a devoted case study, performed through pilot implementation in 60 enterprises of the Methodology, are used. Examples are offered – for how to develop key strategic documents, adding special chapters that are focused on undeclared work prevention. The implementation of those strategies contributes to achievement of SDGs 1, 5, 8 and 10.

Г.10.4. Ангелова, М. (2022). Увод, Необходимост от прилагане на КСО практики, КСО инструменти, политики и практики за повишаване на привлекателността на професиите, 5 - 52 стр., в: Ченгелова, Е., Ангелова, М., Иванов, Д., Стелиянова, Р. (2022). Единен наръчник за въвеждане на добри КСО практики. ИНУИР, София. ISBN:978-619-92328-1-1. 124 стр.

Систематизирани и промотирани ползите от прилагането на политики, практики и инструменти на корпоративна социална отговорност (КСО) и за повишаване на привлекателността на професиите. Предложени са практически насоки за прилагане на КСО. Средствата и инструментите за промоция са прецизирани с оглед разкритите специфични потребности на целевите групи, определени с техниките за маркетингова сегментация. С приемането на правилата за нефинансово отчитане и за дружествената дължима грижа във връзка с устойчивостта през 2022 – 2023 г., практическото значение на монографията нараства значително и тя директно допринася за постигането на Целите за устойчиво развитие на ООН.

Г.10.4. Angelova, M. (2022). Introduction, Need to Apply Corporate Social Responsibility, CSR Instruments, Policies and Practices for Increasing the Professions' Attractiveness, pp 5 - 52, in: Chengelova, E., Angelova, M., Ivanov, D., Stelianova, R. (2022). Unified Guide for CSR Practices Implementation. ISEC, Sofia. ISBN:978-619-92328-1-1. 124 p.

The chapter systematizes and promotes the benefits of implementing corporate social responsibility policies, practices and instruments for increasing professions' attractiveness. Practical guidelines for implementing corporate social responsibility are offered. The suggested tools and instruments for promotion are tailored to the needs of the target groups, defined by applying the relevant marketing segmentation techniques. With the recent adoption of the rules for non-financial reporting regarding sustainability in 2022 – 2023, the practical importance of this chapter, as well as of the whole monograph increases substantially and it contributes directly for achieving the UN SDGs.

Г.10.5. Ангелова, М. (2022 г.). Въведение. Нови стратегии и практики на КСО, целящи повишаването на престижа на отрасли в българската икономика, 6 - 28 стр., в: Ангелова, М., Дечев, Т., Иванов, Д., Стелиянова, Р. (2022). Бяла книга на добрите практики в корпоративната социална отговорност. ИНУИР, София. ISBN:978-954-90989-0-7. 84 стр.

На основа на извършено проучване на конкретните потребности, в Главата се формулират и предлагат конкретни стратегии за прилагането на елементи на корпоративната социална отговорност за повишаването на престижа на отрасли от българската икономика. Като елемент от маркетинга на човешките ресурси, „работодателската марка“ е: основано на идентичността, вътрешно и външно позициониране на компанията като надежден и привлекателен работодател. Приносен момент е систематизирането на добрите практики в сферата на КСО на основата на таксономия, свързана с групите методи, прилагани за мотивиране и задържане на човешките ресурси, както и практическите указания за тяхното адаптиране към конкретните условия на организациите, което позволява лесното им прилагане на практика. Това допринася непосредствено за постигането на 1, 5, 8 и 10 от целите за устойчиво развитие.

Г.10.5. Angelova, M. (2022 г.). Introduction. New CSR Strategies and Practices Aimed at Increasing the Prestige of Bulgarian Economic Sectors, pp 6 – 28, in: Angelova, M., Dechev, T., Ivanov, D., Stelianova, P. (2022). White Book of Good CSR Practices. ISEC, Sofia. ISBN:978-954-90989-0-7. 84 p.

On the basis of devoted survey of the underlined needs, the chapter formulates and suggest particular strategies for application of certain corporate social responsibility elements for increasing the prestige of some sectors of Bulgarian economy. As an important element of human resources marketing, the ‘employers’ brand’ is an identity based, internal and external development and positioning of a company as a trustworthy and attractive employer. The special taxonomy developed to classify the corporate social responsibility best practices, based on the groups’ of methods, applied to attract, motivate and retain human resources, and the practical guidelines for how to adapt those methods to the particular situation of organisations as to enable their practical application can be seen as scientific contribution element. In this way, a direct contribution is made for achieving SDGs 1, 5, 8 and 10.

Целите за устойчиво развитие на ООН:

1. Изкореняване на бедността	9. Иновации и инфраструктура
2. Край на глада	10. Намаляване на неравенствата
3. Добро здраве	11. Устойчиви градове и общности
4. Качествено образование	12. Отговорно потребление
5. Равенство между половете	13. Борба с климатичните промени
6. Чиста вода и санитарно-хигиенни условия	14. Живот под водата
	15. Живот на земята
7. Възобновяема енергия	16. Мир и справедливост
8. Сигурна работа и икономически растеж	17. Партньорство за целите

United Nations' Sustainable Development Goals:

<i>1. No poverty</i>	<i>9. Industry, innovation and infrastructure</i>
<i>2. Zero hunger</i>	<i>10. Reduced inequalities</i>
<i>3. Good health and well-being</i>	<i>11. Sustainable cities and communities</i>
<i>4. Quality education</i>	<i>12. Responsible consumption and production</i>
<i>5. Gender equality</i>	<i>13. Climate action</i>
<i>6. Clean water and sanitation</i>	<i>14. Life below water</i>
<i>7. Affordable and clean energy</i>	<i>15. Life on land</i>
<i>8. Decent work and economic growth</i>	<i>16. Peace, justice and strong institutions</i>
	<i>17. Partnerships for the goals</i>