

РЕЦЕНЗИЯ

от: проф. д-р Боян Любомиров Дуранкев, УНСС и professor emeritus във ВУЗФ

член на Научното жури в конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент” в областта на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8. „Икономика“, по „Маркетинг и устойчиво развитие” за нуждите на секция „Икономика на фирмата” в Институт за Икономически Изследвания (ИИИ) при БАН, обявен в Държавен вестник - бр. 44 от 19.05.2023 г.

Съгласно решение на НС на ИИИ при БАН - протокол № 7 от 12.07.2023 г. и със Заповед 371 от 18.07.2023 г. на директора на ИИИ на БАН за утвърждаване на Научно жури за избор на „Доцент” съм определен за **член на Научното жури**, а с решение на първото заседание на журито (27.07.2023 г.) съм задължен да изготвя **рецензия** по конкурса.

1. Общо представяне на кандидата и получените материали

В обявения конкурс е подал документи **един кандидат**, а именно **гл. ас. д-р Милена Благоева Ангелова**.

Представената **документация** е в необходимия обем и отговаря на Закона за развитие на академичния състав и Правилника за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИИИ при БАН. Документацията е много добре подготвена и представена, което съществено облекчава подготовката на рецензията.

2. Представяне на кандидатката за участие в конкурса

Гл. ас. д-р Милена Благоева Ангелова е в началото на „зрялата“ академична възраст, когато **изследователите са и по-продуктивни, и по-задълбочени**.

Кандидатката е родена на 23.09.1972 г. в Габрово. **Средното си образование** завършва в Икономически техникум – Варна през 1991 г. Сред това завършва **магистратура** в Икономически университет – Варна (1991–1996 г.) в специалност „Маркетинг и мениджмънт“. По-късно получава диплома за **следдипломна квалификация** по „Екологичен бизнес мениджмънт“ (1995-1997 г.), издадена от

Икономически университет - Варна, University of Minnesota - USA, Hubert H. Humphrey Institute of Public Affairs, Minneapolis, Minnesota, USA.

През периода 1996–2001 г. е докторант в Икономически университет – Варна, като получава Диплома от Висшата атестационна комисия (ВАК) за **образователната и научната степен „доктор“** с № 27572 от 31.10.2001 г. по научната специалност 05.02.26 „Маркетинг“ въз основа на защитена дисертация на тема: „Ценови стратегии при експорта на български вина за Англия“.

Позволявам си по-подробно описание на обучението на кандидатката д-р Милена Ангелова, понеже то **илюстрира една логическа последователност** в определено научно направление „Икономика“ и по-конкретно в специалност „Маркетинг“.

Междувременно ще подчертая, че тя владее **богата палитра от чужди езици**: английски (отлично), руски (отлично), френски (ползва) и немски (основно), което ѝ позволява не само да проучва разнообразна научна литература в оригинал, но и да осъществява допълнителни обучения и да придобива допълнителни квалификации.

Допълнителните обучения и квалификации, които са документирани: Institute For Local Government and Public Service, (Affiliated With the Open Society Institute), Budapest, Hungary, Faculty of Science, Charles University, Prague, Czech Republic (1995 г.); City University Business School, Лондон, Великобритания (1997-1998 г.); „Управление на туризма“ в OWZ - Мюнхен, Германия (1997-1998 г.); Обучение на обучители и консултанти по маркетинг в Копенхаген бизнес училище, Копенхаген, Дания; Бизнес училище, Университет „Бокони“, Милано, Италия (2001-2002 г.); Подготовка на магистърски курс по „Маркетинг на взаимоотношенията“ във Висше международно училище по бизнес, Париж, Франция (2003 г.); „Корпоративно управление, съответствие и корпоративна социална отговорност“ в Международна организация за развитие на правото (2003 г.); Програма за обмен на кадри с германски предприятия в Академия за международна икономика, Берлин, Германия (2004 г.). Чрез тези специализации се разкрива едно солидно натрупване на знания и умения в областта на бизнеса и неговата основна функция – маркетинга.

Трудовата дейност на кандидатката също разкрива архитектурата на едно системно развитие. Била е мениджър-консултант в Регионален информационно-консултантски център по масова приватизация към Центъра за масова приватизация (февруари 1996 – март 1997 г.); асистент по „Международен маркетинг“ и „Маркетингови проучвания“ в Икономически университет – Варна (февруари 1997 – юни 1997 г.); мениджър по „Връзки с обществеността“ във Фондация „Златна Варна”

(септември 1997 – юни 1998 г.); специалист по маркетинг във Ваканционен клуб „Ривиера“ АД (октомври 1999 – юни 2000 г.); ръководител отдели „Връзки с обществеността и комуникации“ и „Маркетинг, реклама и пазарна информация“ в Девня Цимент АД, Италчименти груп (юни 2000 – юни 2002 г.); Главен секретар в Асоциация на индустриалния капитал в България (АИКБ) (май 2002 г. – до момента); Главен асистент в Институт за икономически изследвания, Българска академия на науките (юни 2002 – до момента). Трудовата дейност на кандидатката може да се характеризира с постоянство в избраното направление „Маркетинг“, която позволява едно умело съчетаване на кариера в практиката и теорията.

Фактите, че нейната компетентност, целенасоченост и придобити знания и умения са ценени не само в България, но и в други страни и институции, се доказват от **допълнителните ѝ длъжности и участия**, които е заемала или заема: Преподавател-експерт по мениджмънт, БАМДЕ (от 1998 г.); Член на Балканската мрежа по управление (от 2002 г.); Член на Българската Асоциация по маркетинг (от 2003 г.); Член на Работната група за изготвяне на Пакта за социално–икономическо развитие на България 2006 – 2009 г. (2005–2006 г.); Член на Националния съвет за насърчаване на заетостта (2005–2007 г.); Член на УС на Асоциацията на директорите за връзки с инвеститорите в България (от 2005 г.); Член на Комитета за наблюдение на Програмата за развитие на човешките ресурси (от 2006 г.); Заместник-член на Комитета за наблюдение на Националната стратегическа референтна рамка/Националното споразумение за партньорство (от 2006 г.); Член на Управителния съвет на Институт за устойчиво икономическо развитие (от 2018 г.); Член на Съвета на настоятелите на СА „Д. Ценов“, Свищов (от 2022 г.); Член на Консултативния съвет по професионално образование и обучение и на Бюрото (от 2020 г.); Член на Икономическия и социален съвет на Република България (от 2005 г.); Изпълнителен вицепрезидент на SGI Europe (на Европейския център на работодателите и предприятията оказващи услуги от общ интерес) (от 2011 г.); Член на Европейския икономически и социален съвет – група I Работодатели, мандат 2007 – 2025 г.; Посланик на МСП на Република България (от 2022 г.).

Може да се заключи, **че научната, творческата и трудовата кариера** на д-р Милена Ангелова е в последователен възход през последните три десетилетия.

3. Характеристика на научната дейност на кандидатката

Гл. ас. д-р Милена Ангелова има необходимата **трудова заетост** в БАН повече от две десетилетия (от 2002 г.) и е главен асистент.

Професионалното развитие на кандидатката за заемане на академичната длъжност „доцент“ бележи различни (във възходящ ред) стъпала. През периода от постъпването си на работа в БАН, и досега, тя е участвала в различни специализирани научни прояви и конференции. Това е една доста убедителна професионална (научна и практическа) кариера.

Като **изследовател** гл. ас. д-р Милена Ангелова се е специализирала предимно в областта на управлението на маркетинга (маркетинг на взаимоотношенията, бюджетиране на продажбите и т.н.), развитието на човешките ресурси и устойчивото развитие. В този порядък бих желал да напомня, че кандидатката владее на високо ниво чужди езици, което (освен разностранната ѝ любознателност) е позволило да изследва свободно значим брой специализирана научна литература на оригинала, част от която е индикирана и критично анализирана в нейните публикации.

Гл. ас. д-р Милена Ангелова е **автор на редица публикации**. Специално за участието си в конкурса тя е представила 17 публикации (след защитата на дисертацията): 1 монография; 1 публикувана допълнителна монография, която не е представена като основен хабилитационен труд; 1 публикувана книга на базата на защитен дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“; 5 статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове; 2 студии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация; 1 студия в нереферирани издания с научно рецензиране; 5 публикувани глави от колективни монографии. Общият обем на публикациите на кандидатката за „доцент“ са около 800 стандартни страници (по мои изчисления). Те не са включени в списъка на трудовете за получаването на образователната и научната степен „доктор“.

4. Количествена оценка по нормативните критерии и показатели

Според приетия „Закон за развитие на академичния състав в Република България“ кандидатите за заемане на академичната длъжност „Доцент“ се оценяват по съвкупност от критерии и показатели. Те са посочени императивно както в **Закона за развитие на академичния състав на Република България**, така също и в свързаните с тях изисквания, приети в **Правилника за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИИИ при БАН**.

Отговор на базовите законови изисквания на Закона за развитие на академичния състав на Република България:

Според: Чл. 24. (1) (Изм. - ДВ, бр. 101 от 2010 г.) Кандидатите за заемане на академичната длъжност „доцент“ трябва да отговарят на следните условия:

1. **да са придобили образователна и научна степен „доктор“ - да;**

2. **не по-малко от две години:**

а) да са заемали академична длъжност „асистент“, „главен асистент“ - **да;**

б) да са били преподаватели, включително хонорувани, или членове на научноизследователски екип в същото или в друго висше училище или научна организация, - **да;**

3. да са **представили публикуван монографичен труд** или равностойни публикации в специализирани научни издания или доказателства за съответни на тях художественотворчески постижения в областта на изкуствата, които да не повтарят представените за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ и за придобиването на научната степен „доктор на науките“ - **да.**

Отговор на количествените изисквания на Правилника за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИИИ при БАН:

Чл. 81. (1) Кандидатите за заемане на академичната длъжност „доцент“ трябва да отговарят на следните условия:

1. да са придобили образователна и научна степен „доктор“ - **да;**

2. да имат не по-малко от 3 години стаж като „главен асистент“ или 5 години стаж като преподаватели, включително хонорувани, или членове на научноизследователски екип във висше училище или научна организация, или са били специалисти от практиката и имат доказани постижения в своята област - **да.**

3. да са представили публикуван хабилитационен труд - монография или еквивалентната ѝ самостоятелна глава/самостоятелни глави в една и съща монография, които да не повтарят представените за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ и за придобиването на научна степен „доктор на науките“ - **да;**

4. да са представили други оригинални научноизследователски трудове, публикации и други научни и научно-приложни разработки, които се оценяват по съвкупност, които задължително да включват поне 2 публикации в реферирано и индексирано издание в SCOPUS или WoS - **да;**

5. да отговорят на съответните минимални национални изисквания и на изискванията по чл. 1, ал. 2 от този Правилник - **да;**

б. да нямат доказано по законоустановения ред плагиатство в научните трудове - **да.**

Може да се заключи, че по линия на *нормативни критерии и показатели за оценка на научно-изследователската работа* кандидатката **отговаря на минималните изисквания**. Тези факти са отразени при проучването на научните ѝ трудове.

Справката за покритите показатели, която кандидатката е представила, е следната:

Група	Минимуми		Показател	Едини- чен брой точки	Представени от кандидата	
	ПП ЗРА СРБ	ИИИ - БАН			Брой	Общо точки
А	50	50	1. Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“	50	1	50
В	100	100	3. Хабилизационен труд - монография	100	1	100
Г	200	230 + мин. 1бр. в пок. 6 или 8	4. Публикувана монография, която не е представена като основен хабилизационен труд	100	1	100
			5. Публикувана книга на базата на защитен дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ или за присъждане на научна степен „доктор на науките“	75	1	75
			6. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация	30/n	-	-
			7. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове	10/n	5	45
			8. Студии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация	45/n	2	67,5
			9. Студии, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове	15/n	1	5
			10. Публикувана глава от колективна монография	20/n	5	100
Общо за „група Г“						542,5
Д	50	70	11. Цитирания или рецензии в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация или в монографии и колективни томове	15	2	30
			12. Цитирания в монографии и колективни томове с научно рецензиране	10	5	50
			13. Цитирания или рецензии в нереферирани списания с научно рецензиране	5	9	45
Общо за „група Д“						125

5. Качествена оценка по критериите и показателите за научно-изследователската дейност

Според приетия Закон и Правилника за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИИИ при БАН, кандидатите за заемане на академичната длъжност „Доцент” се оценяват по **съвкупност от критерии и показатели за научно-изследователската дейност.**

Предварително ще подчертая, че **проблематиката по „Маркетинг и устойчиво развитие” е изключително богата и разнообразна.** От една страна, маркетингът е толкова широко прилаган в социално-икономически изследвания и прогнози, че няма ясни граници на неговото приложение; от друга страна, понятието „устойчиво развитие“, въпреки че се базира върху няколко принципни изисквания и показатели, все още е с размита системна характеристика. Тези обстоятелства позволяват на изследователите свободно да „мигрират“ от една научна територия в друга, да „прескачат“ от въпрос на въпрос и от проблем на проблем, особено в кризисни моменти за природната система, демографската система, икономическата система, системата на науката, суперсистемата. Затова маркетинговите специалисти са едни от най-честите научни „мигранти“, което само по себе си е стойностно, но и в други отношения – много рисково от гледна точка на компетентността.

Приемам като академични трудове всички представени публикации. **Дисертационният труд** за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ и **публикуваната книга на базата на защитения дисертационен труд** за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ се отчитат в точките, но не подлежат на рецензиране.

Фокусирам вниманието си върху предложени **хабилитационен труд**: *Ангелова, М. (2021). Новите форми на заетост - същност, основни характеристики и рискове за възникване на недекларирана заетост. Новите форми на заетост, модели и форми на организация: предизвикателства пред пазара на труда и нови рискове от възникване на недекларирана заетост, от 173 до 254 стр., в: Ченгелова, Е, Ангелова, М. (2021). Национална карта на недекларираната заетост, том II. АИКБ, София. ISBN:978-954-90989-7-6. 304 стр. Рецензенти са били проф. д.с.н. Светлана Съйкова и доц. д-р Албена Накова. Участието на кандидатката е 106 страници (нормативно изискване на БАН - обем не по-малък от 100 стандартни страници), като в края на монографията е приложен разделителен протокол.*

Изключвайки моралният аспект на въпроса (въпреки че според Адам Смит той е най-важният) в тази проблематика, **маркетинговият е с двустранни отношения.** Първо, как да се задоволят потребностите от работна сила на икономиката в България (българска и чужда) със съществуващите ресурси, като вид търсене (продуктова политика), работни заплати и премии (ценова политика), териториална структура (дистрибуционна политика) и информираност (комуникационна политика). Второ, как да се управлява предлагането на работната сила, като се започне от сегментиране на перспективните потребности и се премине през „фината настройка“ на съществуващия „продукт“ на пазара на труда (по структурно съответствие), като се отчитат формите на насърчаване на „продажбите“ на този пазар. Към тези две отношения трябва да се прибави и екзогенните изисквания по някои от елементите на устойчивото развитие – един трети фактор.

Като прилага инструментите на маркетинговите изследвания в национален и секторен план и определя критерии за сегментация, монографията претендира да **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 единадесет 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. Изследването е осъществено чрез обобщения на статистика от НСИ, анкети и дълбочинни интервюта. Послужило е за целите на един от научно-приложните проекти с експерти от ИИИ „Подобряване достъпа до заетост и качеството на работните места чрез ограничаване и превенция на

недекларираната заетост“. Може определено да се твърди, че това научно изследване е не само лично постижение на авторката, но също така и предизвикателство пред академичния колегиум по повод на този икономически феномен и в частност - проблем на маркетинговия мениджмънт на организациите и държавата. Смяя да отбележа, че чрез това изследване кандидатката за „доцент“ се представя като зрял и смел академичен изследовател.

Същевременно имам **запитване и предложение** по повод на първата монография. То е включено в първи въпрос.

Другата монография е свързана с **маркетинговото бюджетиране**: *Ангелова, М. (2023). Изработване на бюджети на продажбите в индустриални предприятия в България (на примера на циментовата индустрия). Обем: 103 страници. Тя също е рецензирана. В този случай попадаме на тризвенна класическа монография. . 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.*

Ще се позова на някои мои предпочитания сред **студиите и статиите**, които са представени от гл. ас. д-р Милена Ангелова. Като разширение и обогатяване на идеите на маркетинга откроявам трудовете: „Прилагане на маркетинг на взаимоотношенията при повишаване на квалификацията на персонала основано на препоръката на ЕС за създаване на индивидуални сметки за обучение“; а по повод на маркетинга и устойчивото развитие: „Green Economy: Next Generation Competitiveness – Reaching the Goal of Being Climate Neutral – is this Mission Possible for the Bulgarian Industry“, „Развитие на сребърната икономика - предизвикателства и възможности“, „Развитие и перспективи на системите за корпоративно управление в Европейския съюз“, „Factors for Boosting the Green Transition of the European Micro, Small and Medium-Sized Enterprises“, „Factors Determining the Undeclared Work in Bulgaria. Economic Studies“, „Нова теория за привлекателността на професиите“.

Приемам всички представени публикации като имащи **пряко или косвено отношение към конкурса за „доцент“** поради следните основания: те доказват висока

степен на познаване на методологията и методиката на научните изследвания в областта, за която кандидатства – „икономика“ (в частност – маркетинг и устойчиво развитие); те са основани на лични изследвания (библиотечни, научни или практически), които могат да бъдат използвани пряко в евентуалната преподавателска дейност на кандидатката; публикациите свидетелстват и са илюстрация на еволюцията в академичното израстване на гл. ас. д-р Милена Ангелова, довело до публикации в специализирани издания, което само по себе си е гаранция за достатъчно високо научно равнище; в монографията, студиите и статиите са развити класически и са изказани нови моменти за теорията и практиката. Научните публикации на кандидатката съдържат оригинални авторски постижения, които определиха място за кандидатката в академичните среди; те са личен продукт на авторката, при това всички представени значими трудове са рецензирани.

Както става ясно от гореизложеното, гл. ас. д-р Милена Ангелова **покрива изискуемите количествени и качествени показатели.**

6. Приноси в научните изследвания

Научните интереси, съответно **научните приноси**, изразени в нейните лични и колективни публикации, могат да се подразделят в следните важни области, като ще направя опит за синтез:

6.1. *Доразвиване и доуточняване на теорията за иновативните подходи към управлението на човешките ресурси в държавите и организациите, почиващи върху маркетинга и устойчивото развитие.* Авторката е навлязла много дълбоко и в теорията, и в методиката за изследване, и в анализа на маркетингово сегментиране по сектори и предприятия, за системно изследване на възможности, предимства, рискове и предизвикателства, произтичащи от навлизането на новите технологии и породените от тях нови форми на заетост.

6.2. *Обобщени са теоретични модели за изследване и класифициране на корпоративната социална отговорност в контекста на устойчивото развитие.* По подобен начин са анализирани ключовите фактори на заетостта, определящи степента на новост на формите на заетост. На тази основа са идентифицирани нови форми на заетост и са оценени техните ефекти и въздействия върху пазара и организацията на труда.

6.3. *Предложени са, аргументирани са с подходящи научни доказателства и е изследвана приложимостта на концептуален модел за разработване на бюджет на продажбите в българските индустриални предприятия, осигуряващ положителни въздействия и подобрения в стопанската им дейност.*

Публикациите на кандидатката могат да **обслужват учебния процес по редица учебни дисциплини.**

Обобщено **научните постижения** на гл. ас. д-р Милена Ангелова могат да бъдат отнесени към групата на „обогатяване на съществуващите знания” и на „приложение на нови научни постижения в практиката”, а така също и получаване на нови данни и факти за изучавани икономически и организационни обекти.

Казаното до тук ми дава основание да направя заключение че представените работи от кандидатката за академичната длъжност „доцент” по съдържание и по количество са **достатъчни за заемане на тази длъжност.** Наред с това трябва да се има предвид, че избраният научен профил отговаря на потребността за извършване на научни изследвания и преподаване в указаната научна специалност. Представените научни трудове и преподавателската дейност на кандидатката покриват профила на обявения конкурс.

7. Характеризиране академичната известност на кандидатката

Може би поради краткия срок за запознанство на нашата академична общност с монографията (отпечатана през 2023 г.), както и на някои от студиите и статиите, на тях не е обърнато достатъчно внимание и не са широко цитирани. Установени са **16 позовавания на публикации** на авторката. Допускам че това обстоятелство ще се промени.

8. Критични бележки и препоръки

Всеки кандидат за „доцент” може да бъде предизвикан към по-нататъшна еволюция на своите възгледи и научни идеи. Позволявам си следните **препоръки.** Те са от най-добри колегиални чувства, от идеята че чрез тях кандидатката може (а и трябва) да мисли както за своето бъдеще, така и за бъдещето на науката, която ще продължи да развива в академичните си търсения:

8.1. По повод на монографията. Изискванията на БАН са монографиите да съдържат изчерпателна библиография. От прочита на монографията личи че е използвана значителна научна литература и множество информационни източници. Моля до заключителното заседание да бъде представена на членовете на научното жури **библиографската справка.**

8.2. Някои от публикациите са без **разделителни протоколи** („Развитие и перспективи на системите за корпоративно управление в Европейския съюз“, „Нова

теория за привлекателността на професиите“). Изискването е нормативно, въпреки че в някои случаи такова деление е невъзможно.

8.3. Желателно е творчеството на кандидатката за „доцент“ да бъде още по-достъпно, по-разнообразно и по-актуално. Както се вижда от списъка с публикациите, те са концентрирани в последните години, а някои от тях са тясно свързани. От тази гледна точка, препоръчително е кандидатката за „доцент“ да популяризира творчеството си още по-представително и по-мощно чрез лични изяви като **нови научни публикации и участие в нови конферентни спорове** – в БАН, но и повече извън него. Пиша тази препоръка, за да се избегне кабинетната анонимност.

8.4. Тематиката по **връзката на маркетинга и устойчивото развитие** е много широка и богата по съдържание. През последните десетилетия се очерта тенденция на остра и конфузна антагонистичност „маркетинг – устойчиво развитие“, мащабно коментирана по света и у нас. Ще поясня. Маркетингът на едносекторните транснационални корпорации, преследващ печалба (цитат от втората монография: „бюджетът на продажбите представлява инструмент за планиране на печалбата, съдържаща система от взаимно обвързани действия“ – точно така е), влиза в остро противоречие с целите и изискванията на многосекторните национални стопанства и демографските системи (на страни като България), а също и с транснационалните трансекторни институции (ООН и ЕС с техните цели за устойчиво развитие). „Или маркетинг за печалба, или – устойчиво развитие“! За съжаление, в това отношение институциите на ЕС (засега) са неадекватни и без ясен поглед към бъдещето, но са в кръгова обсада от лобисти, от което „печели маркетингът, губи – устойчивото развитие“. Въпросите на отношението „маркетинг – устойчиво развитие“ са не само теоретично интересни, но даже – съдбоносни. Насърчавам кандидатката за „доцент“ смело да навлезе в тази проблематика и отговорно да продължи изследванията на колегите по тези въпроси.

Тези бележки не са от такъв характер, че да се оспорват приносите на кандидатката за академичната длъжност „доцент“.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гл. ас. д-р Милена Ангелова в качеството ѝ на кандидат за академичната длъжност „доцент“ отговаря на приетите препоръчителни научни и наукометрични формални изисквания. **Научната продукция** на кандидатката съдържа резултати, представляващи научни и научно-приложни приноси; насочена е към усъвършенстване на науката и в

частност на управлението като теория и практика; съдържа обобщения на резултати, получени чрез изследователска дейност.

Нямам роднински връзки с кандидатката. Не притежаваме съвместни публикации. Познавам я косвено като съвестен, коректен и задълбочен изследовател, ценен и уважаван в академичната общност.

Въз основа на запознаването с предоставените научни трудове, тяхната значимост, съдържащите се в тях научни и приложни приноси, **намирам достатъчни основания да предложа гл. ас. д-р Милена Благоева Ангелова да бъде избрана на академичната длъжност „доцент“ в областта на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8. „Икономика“ за нуждите на секция „Икономика на фирмата“ в Институт за Икономически изследвания при БАН.** Убеден съм, че заемането на академичната длъжност „доцент“ ще бъде заслужено и ще даде добри възможности за бъдещо й научно творчество и изяви като преподавател.

Автор на рецензията:

(проф. д-р Боян Любомиров Дуранкев)

15 септември 2023 г.