

РЕЗИЮМЕТА НА НАУЧНИ ТРУДОВЕ

на гл. ас. д-р Емил Бориславов Николов,
предоставени за рецензиране съгласно чл. 118 (1) от Правилника за
развитието на академичния състав в СА „Д. А. Ценов

представена за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност
„доцент” по област на висше образование: 3. Социални, стопански и
правни науки, професионално направление: 3.8 Икономика, научна
специалност „Икономика и управление (индустрия)”,
обн. в ДВ бр. 21/07.03.2023 г.

Монография

Николов, Е. (2019) *Корпоративна социална отговорност: оповестяване на нефинансова информация*. Свищов: АИ Ценов. Библ. Стопански свят, бр. 139, 180 с., ISSN 978-954-23-1754-8

Максимализирането на печалбата е единствената цел, която мениджърите на бизнес организациите трябва да преследват. Те са отговорни само пред акционерите (собствениците), които са ги наели, и следва да работят единствено за увеличаването на тяхното благосъстояние. Подобни разбирания за ролята на предприятията, преобладавали в недалечното минало, все още намират подкрепа и приемственост сред немалък брой мениджъри, инвеститори и изследователи. Делът им е по-голям в пасивните общества, които не изискват от стопанските организации, или поне не го правят достатъчно силно, техните интереси да бъдат зачитани. Все повече се утвърждава обаче една относително нова бизнес философия, съгласно която предприятията са отговорни не само за благосъстоянието на техните собственици (максимализиране на печалбата), но и за въздействието, което оказват върху икономиката, обществото и околната среда. Тази по-широка отговорност, макар и с доброволен характер, е все по-често възприемана от бизнес организациите. И това не е случайно. Обществото е все по-близо до тази точка от своето развитие, в която не просто очаква, а настоява и задължава бизнеса да поеме своята отговорност за справянето с локалните и глобалните проблеми, за постигането на устойчиво икономическо, социално и екологично развитие. Предприятия, които не признаят, и по-важното не поемат своята отговорност, ще бъдат „наказвани“ – от потребителите, които няма да купуват техните продукти и услуги, от инвеститорите, които няма да вложат своите финансови средства в проектите им, от партньорите по веригата на стойността, които ще се въздържат от бизнес взаимоотношения с тях. Тези предприятия имат минало, но нямат бъдеще! Глобалното движение към социално отговорен бизнес обуславя и **актуалността** на изследването. Корпоративната социална отговорност (КСО) придобива все по-голямо значение както за отделните предприятия, така и за развитието на обществата. Това е причината за появата на множество международни инициативи за КСО, като най-популярната сред тях е Глобалният договор на ООН. Той насърчава и подкрепя стопанските организации да осъществяват отговорни бизнес практики чрез интегриране в техните стратегии на десет универсални принципа, насочени към защитата на човешките права и правата на трудещите се, опазването на околната среда и противодействието на корупцията. В рамките на Европейския съюз КСО се разглежда като ключов инструмент за постигане

целите на стратегията „Европа 2020“ за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. Поради тази причина Европейската комисия периодично разработва доклади и стратегии и въвежда регулации, свързани с КСО или отделни нейни аспекти. Не по-малък е и интересът към КСО на национално ниво. Редица държави, включително България, имат разработени национални стратегии за развитие на КСО. Не са малко и страните, които са регламентирали докладването на нефинансова информация като задължително за големите бизнес организации. Подобна регулация от 2017 година съществува и в рамките на ЕС. Всичко това показва, че КСО е в „дневния ред“ на бизнес организациите, държавите и междудържавните съюзи, което следва да намери отражение в научните изследвания и публикации. В тази връзка все още съществуват „бели полета“ в теорията на КСО, свързани с разногласията по отношение на нейното дефиниране, липсата на утвърдени и общоприети методи за оценка и различните подходи при докладването на нефинансова информация. Всичко това обуславя актуалността на настоящото изследване, чиято **основна цел** е *чрез задълбочено теоретико-емпирично проучване да се систематизират, обобщят и доразвият теоретичните постановки, посветени на КСО и оповестяването на нефинансова информация, както и да анализира и оцени степента, в която българските бизнес организации се възползват от възможностите на нефинансовото докладване.*

В унисон с така поставената цел са и **задачите** на изследването, които са:

- Систематизиране и надграждане на вече съществуващите теоретични постановки по отношение на същността, характеристиките, историческото развитие, основните теории, таксономията и аргументите, използвани за подкрепа и отричане на КСО.

- Осъществяване на критичен анализ на съществуващите методики за оценка на КСО с оглед разкриване на техните характеристики, силни и слаби страни, както и възможностите за тяхното използване и усъвършенстване.

- Анализ и оценка на степента, в която българските бизнес организации оповестяват нефинансова информация чрез публикуване на социални доклади в онлайн директории на Глобалната инициатива за докладване, Глобалния договор на ООН и Корпоративния регистър.

- Анализ и оценка на степента, в която 50-те най-големи български предприятия от класацията „Капитал 100“ за 2018 г. оповестяват нефинансова информация чрез разработване и публикуване на социални доклади.

- Идентифициране на съществуващи слабости, формулиране на препоръки и обосноваване на възможности за стимулиране и утвърждаване на нефинансовото докладване сред българските бизнес организации.

Обект на изследването е *оповестяването на нефинансова информация като ключов елемент от цялостната концепция за социалната отговорност на бизнеса, а негов **предмет** – интегрирането на тази дейност (нефинансовото докладване) в практиките на българските бизнес организации.*

Тезата, която се защитава, гласи, че *по-широкото разпространение на нефинансовото докладване сред българските бизнес организации би довело до постигането на редица позитивни, за тях и обществото, ефекти, включително до обезпечаването на конкурентни предимства и устойчиво развитие.*

Методите, използвани при реализацията на изследването, включват контент-анализ, сравнение, обобщение, анализ и синтез, кабинетни проучвания, интервюта, статистически методи, визуални методи и др. Те са синергично съчетавани с оглед постигането на набелязаните изследователски цели и задачи и съответно потвърждаването или отхвърлянето на възприетата теза.

В глава първа са включени шест параграфа, които изследват теоретичните основи на корпоративната социална отговорност. Първият параграф изяснява същността, характеристиките и принципите на КСО. Съществуващите дефиниции за КСО се анализират и класифицират в две основни групи – авторови и институционални. Формулира се изводът, че дефиницията, заложена в стандарта ISO 26000 „Указания за социална отговорност“ описва по най-добър начин същността на КСО. За по-доброто разбиране на същността на КСО се идентифицират и представят нейните характерни черти. Вторият параграф разглежда историческото развитие на КСО, както от гледна точка на неговото практическо проявление, така и по отношение на теоретичното му развитие. Представят се гледните точки по този въпрос на Carroll, Гогова и Visser. Идентифицират се, и се представят в хронология, основните моменти, свързани с утвърждаването на КСО в ЕС и в България, както и на българските автори, работещи в тази област. Третият параграф третира съществуващите теории за КСО и значението, което те имат върху неговото развитие. Разглеждат се „теорията на отговорността“ на Carroll, „теорията на заинтересованите страни“ на Freeman, „концепцията за устойчивото развитие“, „теорията за тройната долна линия“ на Elkington, „теорията за справедливата стойност“ на Портър и Крамер, „концепцията за общественото благополучие“ на Котлър и Лий, „теорията на легитимността“, „теорията на социални договор“ и „теорията на сигнализирането“. В четвъртият параграф е обърнато внимание на таксономията на КСО, като тя е класифицирана чрез използването на девет класификационни признака. Представени са утвърдени и новаторски класификационни модели. Петият параграф е насочен към идентифициране на аргументите за и против КСО. Формулира се извода, че част от аргументите против КСО не са напълно обосновани, а част от ползите, които тя може да обезпечи за организациите са потвърдени по емпиричен път. В последният параграф на първа глава се разглежда проблема за оценката на КСО. Формулира се изводът, че липсата на общоприета дефиниция за КСО резултира и в липсата на утвърдена методика за нейната оценка. Съществуващите в научната литература решения на този проблем са критично разгледани и групирани в следните основни направления: отчети за устойчивостта, универсални методики за оценка, секторни (отраслови) методики за оценка, инструменти за самооценка и КСО индекси.

Втора глава е посветена на докладването на нефинансова информация. Тя е разделена на пет параграфа. Първият от тях е насочен към разкриването на същността на нефинансовото докладване и оценката на дифузията му в стопанските организации. В резултат са идентифицирани проблеми, свързани с големите различия по отношение на използваните наименования на докладите и най-вече с липсата на нормативно регламентирана структура за нефинансово отчитане, което води до много големи съдържателни различия между докладите. Вторият параграф изследва положителните ефекти и бариерите пред нефинансовото докладване. Дефиниран е изводът, че по-голямата част от пречките пред процеса на нефинансово докладване са имагинерни, като реалните проблеми могат да бъдат сведени до три основни, а именно: липсата на интерес, а оттам и подкрепа от топмениджърите и/или собствениците на предприятията, липсата на експертиза за докладване и накрая, но не и по значение – трудности, свързани с генериране на част от необходимата информация. В параграф трети се разглеждат утвърдените структури (рамки) за нефинансово докладване. Обхванати са трите най-разпространени глобални стандарта в областта, а именно: стандартите за отчитане на устойчивостта на „Глобалната инициатива за докладване“ (GRI), Международната рамка за интегрирано докладване и Комюникетата за напредъка на Глобалния договор на ООН. Формулиран е изводът, че възможността за изготвяне на експресно комюнике по своята същност отменя задължението за докладване на напредъка от малките и средните предприятия, членуващи в Глобалния договор на ООН. Иницирането на тази

възможност е резултат от големия брой на предприятията, които са застрашени от изключване от Глобалния договор поради неспазване на изискванията за докладване. В четвъртия параграф се разглежда въпросът за качеството на социалните доклади. Разкриват се критериите за качество и методиките на Puig, Navarro и Melon, както и тази на KPMG за неговата оценка. Идентифицирани са сериозни проблеми в качеството на публикуваните нефинансови доклади, както и причините, довели до този проблем. Последният (пети) параграф на втора глава е насочен към одитирането (верификацията) на социалните доклади. Изясняват се същността, значението, използваните подходи и приложимите стандарти при процеса на одитиране, както и съдържанието на крайния резултат от процеса на верификация – доклада за изразяване на сигурност.

Трета глава представя методиката и резултатите от емпирично изследване на нефинансовото докладване в практиките на българските бизнес организации и интегрира шест параграфа. Първият параграф представя използваната методика на изследването – нейните цели, обхват, информационна обезпеченост, използвани методи, ограничения и алгоритъм на провеждане. Вторият параграф изследва степента, в която българските предприятия оповестяват нефинансова информация чрез използване на структурата и напътствията на Глобалната инициатива за докладване. Изводите са, че тази структура се използва ограничено от българските предприятия, като освен това тенденцията е негативна. Сравнителният анализ с останалите страни от ЕС, показва, че България се нарежда на непростижното 24-то място от 28-те членки на съюза. Третият параграф изследва оповестяването на нефинансова информация от българските предприятия чрез използване на Комюникета за напредъка. Направен е изводът, че тенденциите при използването на тази рамка са еднакви както за МСП, така и за големите компании, т.е. не се наблюдават различия, породени от размера на предприятието. Другият важен извод е, че Комюникетата за напредъка не са широко възприет инструмент за докладване на нефинансова информация, като тенденцията отново е негативна. Освен това се наблюдават сериозни проблеми, свързани с качеството на комюникетата и цялостния процес на докладване. В четвъртият параграф се изследва степента, в която българските предприятия оповестяват нефинансова информация, публикувайки своите доклади в най-голямата онлайн директория за такъв род информация – Корпоративен регистър (Corporate Register). Изводът е, че възможностите на Корпоративен регистър са малко познати и още по-малко използвани от българските предприятия. За 14 години само 10 български стопански организации публикуват своите доклади в тази директория, като тенденцията отново е неблагоприятна. В петия параграф се изследват големите български предприятия през призмата на нефинансовото докладване. В изследването са включени 50-те най-големи български предприятия за 2018 година според класацията Капитал 100. Те съставляват 7.6% от големите български предприятия, според официалната статистика на НСИ за 2017 година. Проучени са техните финансови отчети, уеб сайтове, уеб сайтовете на компаниите-майки (ако има такива) и друга публична информация. Изводите от изследването са, че делът на големите български предприятия, които оповестяват на своите уеб страници нефинансова информация е малък (37% от всички). Още по-малък е делът на тези от тях, които разработват социални доклади (8%). Също така само 4% от изследваните предприятия интегрират нефинансова информация във своите годишни финансови отчети, без да са законово задължени да направят това. Последният извод, който е формулиран е, че голяма част от българските предприятия, които са част от по-голяма група предпочитат да докладват нефинансова информация чрез общ за групата социален доклад. В много малък дял (20%) от тези общи доклади обаче се съдържа персонифицирана информация на ниво предприятие, което по своята същност трудно може да бъде разгледано като реално докладване на нефинансова информация. В последният – шести параграф са обосновани възможности за

стимулиране на нефинансовото докладване. Първоначално са идентифицирани основните трудности пред процеса на докладване, а след това са формулирани и възможни решения, включващи разработване на национална стратегия, нормативно регламентиране на задължението за оповестяване на нефинансова информация, провеждане на информационни кампании, учредяване на ежегодни награди за докладване, превод на български на най-използваните в международната практика стандарти, напътствия и структури за докладване, организиране на специализирани обучения и др.

6. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация

6.1. Bozhinova, M., & Nikolov, E. (16-22 August 2021 r.). Integration of non-financial reporting in the bulgarian most traded companies. *21st International multidisciplinary scientific geoconference - SGEM 2021. Conference proceedings of selected papers*(5.1), pp. 749-755. doi:<https://doi.org/10.5593/sgem2021/5.1/s21.090>

Днес все по-голям дял от инвеститорите базират своите прогнози, и в следствие взимат инвестиционни решения, съчетавайки финансова и нефинансова информация. Ако в недалечното минало финансовите данни и показателите, изчислявани на тяхна база сами по себе си са били достатъчни за обосноваването на инвестиционните решения, то днес това съвсем не е така. Нефинансовата информация, като съвкупност от данни за екологичното, управленското и социалното представяне придобива ключово значение при оценката на инвестиционните проекти. Ролята на този вид информация допълнително нараства и като резултат от появата и утвърждаването на т. нар. socially responsible investment (SRI), социалните индекси от рода на Dow Jones Sustainability Index (DJSI), FTSE4Good, CSR index и др., и не на последно място на инициативата Principle for Responsibility Investments (PRI). Имайки предвид тези глобални процеси за бизнес организациите би било от полза да интегрират нефинансовото докладване в своите системи за комуникация с инвеститорите. Това е особено важно за предприятията от определени групи, като например публичните компании, чиито акции се търгуват свободно на фондовите борси. В унисон с посочените възможности, тенденции и процеси целта на статията е да се направи оценка на степента, в която дружествата, включени в индекса SOFIX на Българската фондова борса оповестяват нефинансова информация. В този индекс участват най-ликвидните публични български компании, като хипотезата, която е подложена на проверка гласи, че изследваните компании оповестяват широк обем от нефинансова информация, надхвърляйки законовите изисквания, с цел да увеличат своята инвестиционна привлекателност. Подобен род проучвания не са реализирани до момента сред българските публични предприятия, което обосновава и актуалността на изследването. Освен това България и съответно българските бизнес организации остават в страни от най-голямото глобално проучване, посветено на нефинансовото докладване. То се провежда от консултантската компания KPMG и включва съседните на България държави Румъния, Гърция и Турция. Този факт допълнително подчертава необходимостта от реализирането на подобни изследвания и съответно тяхната актуалност. Емпиричното проучване, което осъществихме, се базира изцяло на публична информация, достъпна в уеб сайтовете на предприятията, медийни данни, контент-анализ на годишните доклади за дейността на дружествата, както и на информация от трите най-големи онлайн директории, съдържащи доклади за устойчивото развитие. Основният извод от изследването е, че оповестяването на нефинансова информация от най-ликвидните дружества, търгувани на Българската фондова борса се дължи основно на публикуване на нефинансова декларация, която съгласно Директива 2014/95/ЕС на Европейската Комисия има задължителен характер за по-голяма част от тях. Проблемът на изследваните предприятия обаче е свързан не толкова със степента да дифузия, колкото с качеството на нефинансовите доклади.

7. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове

7.1. Николов, Е. (2021). Корпоративна социална безотговорност. *Устойчиво развитие и социално-икономическа кохезия през XXI век - тенденции и предизвикателства: Международна научно-практическа конференция. Сборник с доклади.* Том II, стр. 603-610. Свищов: АИ Ценов.

В доклада се изследват същността, мотивите и формите на проява на корпоративната социална безотговорност. Представят се някои примери, демонстриращи най-разпространените практики на социална безотговорност спрямо околната среда и отделните групи заинтересовани страни. Формулирано е заключението, че корпоративната социална безотговорност все още не е достатъчно добре изследвана и понастоящем липсва общоприета дефиниция за нейната същност. Освен това не са идентифицирани основните мотиви за нейното проявление, както и конкретните форми, под които тя се реализира на практика. Установено е също така, че корпоративната социална безотговорност не е присъща единствено за развиващите се икономики. Тя е част и от социално-икономическата среда в развитите индустриални държави, включително намира израз в практиките на редица от най-големите мултинационални корпорации. За да се разбере по-добре същността ѝ е направено сравнение между корпоративната социална отговорност и корпоративната социална безотговорност, като е формулиран изводът, че двете концепции могат да се реализират едновременно в една и съща бизнес организация. Идентифицирани са и основните форми на проява на корпоративната социална безотговорност, в зависимост от заинтересованите страни, които са засегнати от тяхното проявление. Основният извод е, че корпоративната социална безотговорност е сравнително често срещано явление, мотивирано от диферентни фактори, които в своята основа произтичат от абсолютизирането на принципа за максимизиране на печалбата.

7.2. Николов, Е. (2020). Корпоративна социална отговорност в условията на Ковид-19. *Статистически измерения на регионалните различия и неравенства между Северна и Южна България. Сборник с доклади.* стр. 298-304. Свищов: АИ Ценов.

В доклада се изследва социалната отговорност на предприятията в условията на пандемия от КОВИД-19. Идентифицират се основните предизвикателства, пред които бизнес организациите са изправени в тази кризисна ситуация. По-конкретно това са: опазването на здравето и безопасността на работниците и служителите; запазване на работните места; преосмисляне на веригите за доставки; предефиниране на предлаганите продукти и/или услуги и гарантиране на тяхната безопасност; подпомагане на общността в този труден за всички момент и не на последно място запазване на самия бизнес в тези неблагоприятни условия. Предложени са и възможни решения на така формулираните предизвикателства, включващи нови идеи и добри практики. Основното заключение е, че пандемията от КОВИД-19 изправи предприятията пред сериозни предизвикателства, чието преодоляване предполага по-голяма социална отговорност. Освен заплахи обаче кризата разкрива и определени възможности, които могат да бъдат използвани от социално отговорните предприятия.

7.3. Николов, Е. (2020). Разкриване на нефинансова информация от големите български държавни предприятия. *Икономиката на България – 30 години след началото на промените. Сборник с доклади.* стр. 667-675. Свищов: АИ Ценов.

В доклада се изследва разкриването на нефинансова информация, както на теоретично, така и емпирично ниво. От теоретична гледна точка са разгледани проблемите, свързани със същността и ползите от нефинансовото докладване, както и възможните подходи за негово практическо реализиране. На емпирично ниво целта е да се анализира и оцени степента, в която големите български държавни предприятия оповестяват нефинансова информация. За нейното постигане е осъществено емпирично проучване, обхващащо дванадесетте най-големи български държавни предприятия според класацията Капитал 100. Основният извод, който може да бъде направен е, че големите български държавни предприятия изостават в областта на нефинансовото докладване както от големите чуждестранни компании, така и от големите български частни бизнес организации.

7.4. Николов, Е. (2019). Интегриране на корпоративната социална отговорност в земеделските кооперации. *Състояние и проблеми при управлението и развитието на селското стопанство. Сборник с доклади.* стр. 403-409. Свищов: АИ Ценов.

В доклада се изследват възможностите за интегриране на корпоративната социална отговорност в земеделските кооперации, в това число конкретните инициативи, както и очакваните ползи от реализацията на този процес. Тезата, която се защитава гласи, че земеделските кооперации притежават съществен потенциал за успешното интегриране на корпоративната социална отговорност в техните бизнес модели. Това е така, защото КСО е „интегрирана в ДНК“ на кооперациите още от момента на тяхното създаване. Тяхната правна форма притежава характеристики, присъщи на социално отговорното предприятие – отворен характер от гледна точка на членство, прозрачност в действията и управлението, преследване не само на икономически, но също така и на социални и културни цели и т.н. Формулират е изводът, че възприемайки КСО земеделските кооперации могат да спомогнат за разрешаването на особено тежки социални и екологични проблеми, сред които липсата на работа и обезлюдяването на малките населени места, подкрепа на местната общност, опазване на околната среда и биоразнообразието, включително на българските сортове растения и породи животни, предлагане на качествена и полезна храна без пестициди и други замърсители, и други. Възможността за позитивно въздействие върху тези специфични и същевременно тежки проблеми прави земеделските кооперации особено важен елемент стремежа към глобалната трансформация на обществата към устойчивост.

7.5. Николов, Е. (2019). Позитивни ефекти от интегрирането на корпоративната социална отговорност в предприятията от туристическата индустрия на България. *Туризмът в новото хилядолетие – състояние и перспективи. Сборник с доклади.* стр. 447-453. Свищов: АИ Ценов.

В доклада се изследват позитивните ефекти, които възприемането на концепцията за социалната отговорност на бизнеса може да обезпечи за предприятията от туристическата индустрия на България. Тезата, която се защитава гласи, че

корпоративната социална отговорност е ефективен инструмент за преодоляване на част от най-съществените предизвикателства, пред които е изправен българският туризъм. Сред тях са липсата на кадри, ниската квалификация, лошото обслужване и липсата на професионализъм, негативната репутация на немалка част от туристическите предприятия, включително като работодатели, липсата на единно възприятие за имиджа на страната сред туристите, лошото качество на туристическата услуга, корупцията и липсата на доверие, етика и морал в туристическия бизнес. Обосновано е заключението, че част от посочените проблеми всъщност са резултат точно от липсата на корпоративна социална отговорност в немалка част от туристическите предприятия.

7.6. Николов, Е. (2019). Развитие на корпоративната социална отговорност в България. *Management and engineering '19. Conference proceedings*. стр. 756-765.

Докладът изследва възникването и развитието на теорията и практиката на корпоративната социална отговорност в България. Идентифицирани са три основни периода в еволюцията на корпоративната социална отговорност в страната (дарителство, припокриване между държавната и корпоративната отговорност, постепенно утвърждаване) и са представени по-важните инициативи, свързани с развитието на концепцията. Обърнато е внимание и на българските учени, работещи в областта на корпоративната социална отговорност, както и на най-значимите публикации в тази научна област. Дефиниран е изводът, че България и българските предприятия не остават в страни от глобалната тенденция за включване на бизнеса в разрешаването на икономическите, социалните и екологичните проблеми. Въпреки това развитието на корпоративната социална отговорност в България и съответно българските бизнес организации се осъществява с определен времеви лаг (забавяне) спрямо водещите икономики и предприятията, опериращи в тях, и към момента се намира в период на утвърждаване. За сравнение развитите икономики са в етапа на стратегическо интегриране на корпоративната социална отговорност в бизнес моделите на предприятията, така, че тя да създава споделена стойност. В тази връзка са необходими допълнителни усилия от всички заинтересовани страни – държава, бизнес, общество, неправителствени организации и други за да може КСО да премине от етапа на първоначално утвърждаване към този на стратегическата интеграция в бизнес моделите на българските предприятия. Общото заключение, което може да се направи е, че българските бизнес организации все още са в период на първоначално интегриране на корпоративната социална отговорност, прилагат някои практики, но като цяло липсва стратегическото интегриране на концепцията в организационните структури, стратегии, планове и действия.

7.7. Николов, Е. (2019). Основни направления на корпоративната социална отговорност. *Management and engineering '19. Conference proceedings*. стр. 766-774.

Докладът изследва един от приложните елементи на концепцията за социална отговорност на бизнеса, а именно основните направления, в които предприятията могат да реализират своите социално отговорни инициативи. Целта е да се идентифицират онези области на корпоративната социална отговорност, които са най-актуални в настоящите социално-икономически условия. Първоначално на базата на критичен анализ на съществуващите виждания за същността на корпоративната социална дефиниция е предложена авторова дефиниция. Според нея корпоративната социална

отговорност е доброволна концепция, чрез която организациите признават и поемат своята икономическа, социална и екологична отговорност по отношение на заинтересованите страни. След това са анализирани теоретични рамки по отношение на направленията, в които корпоративната социална отговорност може да намери проявление и е представен авторски интегриран модел, реализиран в три основни (управление, общество и околна среда) и тринадесет второстепенни направления.

7.8. Николов, Е. (2019). Международни инициативи за докладване на корпоративната социална отговорност. *Възможности за развитие на бизнеса – икономически, управленски и социални измерения. Сборник с доклади.* Том II, стр. 73-81. Свищов: АИ Ценов.

Целта на изследването е да се идентифицират утвърдилите се в глобален план инициативи за докладване на корпоративната социална отговорност и да разкрият техните основни характеристики и възможности. Първоначално, на теоретично ниво, се разглеждат същността и формите на докладване на корпоративната социална отговорност, като се прави изводът, че съществува твърде широко възприемане по отношение на наименованието на докладите, както и от гледна точка на тяхното съдържание. Решението на този важен проблем е пряко свързано с инициативите, които са обект на изследване в доклада. В тази връзка са идентифицирани и анализирани шестте най-важни международни инициативи, стимулиращи и подпомагащи докладването на корпоративната социална отговорност. Формулиран е изводът, че докладването на корпоративната социална отговорност постепенно трансформира своя характер от доброволен в задължителен, т.е. част от предприятията вече не могат сами да решават дали да оповестяват информация, свързана с тяхната социална отговорност, а са задължени да правят това.

7.9. Николов, Е. (2018). Позитивни и негативни ефекти от корпоративната социална отговорност. *Възможности за развитие на бизнеса – икономически, управленски и социални измерения. Сборник с доклади.* Том I, стр. 91-99. Свищов: АИ Ценов.

Докладът изследва ефектите от корпоративната социална отговорност на ниво предприятие. Целта е да се идентифицира и анализират както позитивните, така и негативните ефекти, които корпоративната социална отговорност обезпечава на микро ниво, т.е. на ниво бизнес организация. Формулиран е изводът, че реализацията на двата вида ефекти (позитивни и негативни) в много голяма степен зависи от средата, в която функционира предприятието. Това е важно от гледна точка на избора и реализацията на КСО инициативи. Освен това е направено и заключението, че негативните ефекти от имплементирането на КСО съществуват и следва да бъдат отчитани, а не отричани. Още повече, че ако КСО не бъде внедрена в организацията по правилен начин е възможно негативите да бъдат по-големи от позитивните ефекти.

7.10. Николов, Е. & Димчева, Г. (2018). Корпоративна социална отговорност в областта на човешките ресурси. Примерът на българските мобилни оператори. *Възможности за развитие на бизнеса – икономически, управленски и социални измерения. Сборник с доклади.* Том I, стр. 527-536. Свищов: АИ Ценов.

Докладът изследва корпоративната социална отговорност в областта на човешките ресурси. Теоретичното изследване е придружено от емпирично проучване на добри практики, свързани с корпоративната социална отговорност в областта на човешките ресурси сред българските мобилни оператори. Направено е уточнението, че КСО в областта на човешките ресурси може да бъде както законово регламентирана, така и доброволно иницирана от самото предприятие, като втората може да бъде разглеждана като по-висша форма на отговорност. Конкретните инициативи могат да включват организиране на стажове за младежи без опит, разкриване на нови работни места, справедливо заплащане, сигурност на работното място, социални придобивки и други. Осъществяването им предполага изразходването на средства, но същевременно те генерират и много ценни позитивни ефекти като позитивен имидж и силна работодателска марка, оптимизиране на текучеството, привличане на таланти, намаляване на трудови злополуки и инциденти, както и на свързаните с тях разходи, повишаване на мотивацията на персонала и производителността на труда и други. Емпиричното проучване показва, че приоритетно място в корпоративната социална отговорност на българските мобилни оператори заемат инициативите, насочени към човешките ресурси.

7.11. Николов, Е. (2018). Докладване на корпоративната социална отговорност чрез използване на комуникетата за напредъка. *Научни трудове на УНСС*, 5, стр. 151-165.

В статията се изследва докладването на корпоративната социална отговорност от българските предприятия чрез използването на най-разпространената в глобален мащаб "рамка" за оповестяване на нефинансова информация – комуникетата за напредъка на Глобалния договор на ООН. Теоретичната част от изследването третира проблемите, свързани със същността, развитието, нормативното регламентиране и ползите от докладването на корпоративната социална отговорност. На теоретично ниво се разглеждат и въпросите, свързани със съдържателната структура на комуникетата за напредъка, съществуващите нива на докладване, както и възможните подходи при осъществяването на процеса. Теоретичните постановки са допълнени от емпирично проучване, целящо да анализира и оцени степента на разпространение и основните слабости на комуникетата за напредъка, разработени от българските предприятия, както и да предложи възможни решения. За нейното постигане е разработена и апробирана авторова методика. Резултатите показват, че българските предприятия не използват пълноценно възможностите на комуникетата като инструмент за докладване на корпоративната социална отговорност, като същевременно докладите на немалка част от тях притежават съществени недостатъци от гледна точка на техните качествени и количествени характеристики – обем, дизайн, съответствие, спазване на сроковете, верификация и др.

7.12. Николов, Е. (2017). Глобалният договор като инструмент за интегриране на корпоративната социална отговорност в българските предприятия. *Management and engineering '17. Conference proceedings. Volume II*, стр. 766-774.

В доклада се изследва най-голямата международна инициатива за корпоративна социална отговорност, а именно Глобалния договор на ООН.

Идентифицират си възможностите, които инициативата предлага, нейните силни и слаби страни. За да се анализира и оцени степента на проникване на Глобалния договор на ООН сред българските предприятия е направено сравнение със състоянието в останалите държави-членки на ЕС. Резултатите показват, че съществува голяма диференциация между отделните държави, като две от тях изпреварват съществено останалите. Това са Испания и Франция, като двете държави взети заедно имат повече компании, членуващи в Глобалния договор отколкото общият сбор на всички останали страни. На другия полюс са Малта, Латвия, Словакия, Естония, Словения и Унгария, при които броят на членуващите в глобалния договор компании може да бъде определен като символичен. България се нарежда на 17-то място, но на практика едва 24 български предприятия са част от Глобалния договор. Изводът, който е направен е, че като цяло в ЕС, с изключение на Испания и Франция, Глобалният договор не е постигнал необходимото ниво на разпространение сред бизнес организациите.

7.13. Варамезов, Л. & Николов, Е. (2016). Споделяне на знанията в предприятието. *Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания. Сборник с доклади.* Том III, стр. 420-425. Свищов: АИ Ценов.

В съвременните бизнес условия знанията се превръщат в най-ценния ресурс и основен източник на конкурентни предимства за предприятията. Знанията притежават определени характеристики, които правят тяхното управление много по-трудно от това на останалите ресурси. В този смисъл, един от основните проблеми на управлението на знанията в предприятията е свързан с тяхното споделяне. Много често знания, които вече съществуват в бизнес организацията, се създават отново, тъй като не съществува ефективна система за споделянето им. Този проблем ограничава развитието на стопанските организации, принуждавайки ги да разходват време, средства и ресурси за създаване на знания, които вече съществуват в техните рамки. В тази връзка целта на доклада е да се изследват механизмите за споделяне на знания и да се обосноват идеи за ефективното осъществяване на този процес. За постигането на така формулираната цел са проучени и доразвити теоретичните постановки посветени на същността, ползите и необходимите предпоставки за споделянето на знанията. Освен това е предложен от авторите и процесен подход към споделянето на знанията, който представлява комплекс от три основни процеса, а именно извличане и формализиране, съхраняване и социализация.

7.14. Николов, Е. (2016). Напътствия за отчитане "G4". *Management and engineering '16. Conference proceedings. Volume I.* стр. 43-51.

В доклада се изследва Глобалната инициатива за докладване (Global Reporting Initiative - GRI) и нейните актуални насоки за докладване, наречени „G4“. Целта е да се изследва същността, съдържанието, характеристиките и нивото на проникване на G4 сред българските бизнес организации. За нейното постигане първоначално са разгледани въпросите, свързани с развитието на напътствията за докладване през годините, принципите за определяне на съдържанието (включване на заинтересованите страни, контекст устойчиво развитие, материалност и пълнота) и осигуряване на качество на отчета (баланс, съпоставимост, точност, своевременност, яснота и надеждност), и показателите за представяне (149 на брой), разделени в три основни категории – икономически, екологични и социални. Теоретичният анализ е съчетан с

емпирично проучване, което показва, че българските предприятия не се възползват от възможностите, които структурата и насоките за докладване на GRI предоставят. Нещо повече, за период от седем години само шест български предприятия са разработили и публикували доклад, в съответствие със структурата на GRI.

7.15. Nikolov, E. (2016). Global Reporting Initiative and its implementation in Bulgarian and Ukrainian enterprises. *Economic Herald of the Donbas*, 4(46), 182-187.

Дейността на бизнес организациите и най-вече на големите мултинационални корпорации предизвиква интереса на все по-голяма част от обществото. Той не може да бъде задоволен чрез информацията, съдържаща се в традиционните финансово-счетоводни отчети, поради което под натиска на обществените очаквания стопанските организации започнаха да публикуват нефинансова информация в т.нар. корпоративни социални отчети, наричани още отчети за устойчивото развитие или за корпоративното гражданство. Макар те да нямат регламентирано съдържание като глобален стандарт в отчитането се наложи структурата на Global Reporting Initiative - GRI. В тази връзка целта на статията е да се изследва разпространението на структурата за отчитане на GRI сред българските и украинските бизнес организации и на тази база да се очертаят основните проблемни области, както и да се разкрият съществуващите различия между тях. За нейното постигане е осъществено емпирично проучване, базирано на информация от глобалната база данни с доклади за устойчивостта, администрирана от GRI. Идентифицирани са българските и украинските компании, публикували своите социални доклади в тази база данни за период от девет години (от 2007 до 2015 година) и използваната структура за докладване. Изводът, който може да се направи е, че бизнес организациите от двете страни остават в страни от глобалните процеси на докладване, чрез използване на „златният стандарт“ в тази област, а именно структурата и напътствията на GRI.

7.16. Николов, Е. (2015). Проблеми на бизнес средата в България (по примера на предприятията, произвеждащи автомобилни части и принадлежности). *Правни и икономически проблеми на бизнес средата в Република България. Сборник с доклади.* стр. 200-206. Свищов: АИ Ценов.

Докладът изследва проблемите на бизнес средата в България от гледната точка на предприятията, произвеждащи автомобилни части и принадлежности. Защишава се тезата, че съществуват сериозни проблеми, които възпрепятстват използването на пълния потенциал на България като атрактивна локация за автомобилната индустрия и в частност за производството на автомобилни части и принадлежности. В тази връзка са идентифицирани и анализирани десет основни проблема на бизнес средата в България, които ограничават развитието на този сектор на автомобилната индустрия. По-конкретно това са: неефективна и корумпирана съдебна система; липса на подготвени човешки ресурси; неефективна подкрепа от държавата; неефективно работеща администрация; високи нива на корупция; прекомерна бюрокрация; неразвита инфраструктура; политическа нестабилност; липса на вътрешно търсене; остаряло трудово законодателство.

7.17. Николов, Е. (2014). Глобалната инициатива по отчетност. *Диалог*(4), 21-37.

Представената статия изследва най-популярната и динамично развиващата се структура за отчитане на корпоративната социална отговорност, а именно тази на „Глобалната инициатива по отчетност“ – GRI. Разглеждат се нейната поява и историческо развитие, основните ѝ принципи и използваните показатели за отчитане. На базата на емпирично проучване се анализира степента на разпространение на структурата за отчитане на GRI сред организацията както в динамика, така и по териториален признак. Изясняват се част от причините за символичния брой на българските компании, използващи тази структура за отчитане и се предлагат някои мерки за преодоляване на очерталото се негативно състояние.

7.18. Николов, Е. (2013). Повишаване на фирмената конкурентоспособност чрез възприемане на концепцията за социална отговорност. *Перспективи пред индустриалния бизнес. Сборник с доклади.* Варна, стр. 111-113.

Идеята за натоварване на бизнеса с дейности, които не са присъщи за него, но са в полза на обществото е относително нова като теория и много стара като практика. Понастоящем все повече компании, включително български, осъзнават значението и генерират ползи от интегрирането на социалната отговорност в своите бизнес стратегии. В тази връзка в доклада се изясняват същността на корпоративната социална отговорност и инициативите, в които тя може да намери практическа реализация. Разглеждат се също така предимствата, които КСО може да обезпечи за възприелите я бизнес организации, както и принципите, които трябва да бъдат спазвани от тях, за да не се превърнат в псевдо социално отговорни или техните инициативи да бъдат класифицирани като “greenwashing”.

7.19. Николов, Е. (2012). Оценка на резултатите от обучението на персонала. *Management and engineering'12. Conference proceedings. Volume I.* стр. 337-346.

В доклада са представени основните методи за оценка на резултатите от обучението на персонала в бизнес организациите, като фокусът е върху техните силни и слаби страни. Формулиран е извода, че най-добри резултати от гледна точка на точност и всеобхватност на оценката се получават при съчетаването на повече от един метод за оценка. Като пример за подобно обединяване на група от методи в единен инструмент за оценка на резултатите от обучението е представен методът на Kirkpatrick. Теоретичното изследване е придружено от практическо проучване целящо, разкриването на основните методи, използвани от българските предприятия за оценка на резултатите от обученията, които провеждат. Основната теза е, че оценката на резултатите от обученията в българските бизнес организации не се осъществява в съответствие с най-добрите познати практики.

7.20. Николов, Е. (2012). Обучението на персонала в българските бизнес организации. *Народностопански архив*(4), 83-98.

Статията изследва една ключова за успеха на всяка бизнес организация дейност, а именно обучението на персонала. В теоретико-методичен план се разглеждат основни аспекти на процеса на обучение, като в съответствие с ISO 10015:1999 (Управление на качеството – ръководни принципи за обучение) то се представя като единство от четири основни етапа – определяне на потребностите от обучение, планиране на обучението, провеждане на обучението и оценка на резултатите от обучението. Практическата част на изследването се базира на данни от анкетно проучване на 108 български бизнес организации, проведено през периода юни – октомври 2011 година. Целта е да се представят и критично анализират състоянието и основните проблеми пред обучението на персонала в българските бизнес организации. Резултатите от изследването позволяват да се дефинира изводът, че качеството на обучението в преобладаваща част от българските бизнес организации не е на необходимото ниво. Налице са съществени слабости и грешки, респективно проблеми при осъществяването на всеки един от четирите основни етапа на цялостния процес на фирмено обучение. За тяхното преодоляване са необходими комплексни действия, включващи повишаване на компетенциите на специалистите по управление на човешките ресурси, използване на консултантски услуги, въвеждане на добри практики и писмени процедури за ефективно управление на процеса на обучение.

7.21. Варамезов, Л., Гуцев, Г., & **Николов, Е.** (август 2012 г.). Проблеми на обучението на персонала в българските предприятия. *Диалог* (Извънреден тематичен II). Извлечено от https://dialogue.uni-svishtov.bg/dialog_old/2012/INI/01-statia-2012.pdf

Знанията са ключов фактор за конкурентната борба. Динамиката на промените в обкръжаващата среда обаче, неизбежно води до тяхното бързо остаряване. Това налага фирмите и хората непрекъснато да придобиват нови знания, като един от подходите за постигането на това е обучението на персонала. В тази връзка целта на статията е, въз основа на емпирично проучване, да се разкрият основните проблеми на обучението в българските предприятия, и, в зависимост от резултатите, да се формулират изводи и препоръки, които могат да послужат при разработване на фирмени стратегии за обучение. За нейното осъществяване е проведено емпирично проучване чрез използване на анкетни карти. Чрез анализ на получената информация са дефинирани осем основни извода за състоянието и проблемите на обучението в българските предприятия и на тяхна база са формулирани единадесет препоръки за подобряване на процеса. Последните включват: по-добро планиране на процеса; усъвършенстване на инструментариума за събиране и анализ на информацията за потребностите от обучение; използване на външни услуги за анализ и оценка на потребностите от обучение; планът за обучение да се интегрира в стратегическия план на организацията; да се увеличи използването на възможностите за външно финансиране на обученията по различни схеми и оперативни програми на ЕС; да се планира отделен и несимволичен бюджет за обучения; да се осъществяват въвеждащи обучения; да се изгради система за оценка на резултатите от обученията; да се повиши мотивацията на заетите за учене.

7.22. **Николов, Е.** & Варамезов, Л. (2011). Технология на управление на фирмените знания. *Управление на проекти. Сборник с доклади*. Трявна, стр. 238-246.

Както сред теоретичите, така и сред практиците в областта на управлението на знанията няма единомислие относно това, какво представлява управлението на

знанията, какви процеси интегрира, какви са подходите и механизмите на управление и т.н. Ето защо в доклада е представен авторски графичен модел за управление на знанията, който може да се използва като основа за разработване на конкретни корпоративни системи за управление на знанието. Моделът интегрира в себе си следните основни процеси: диагностика на наличните знания и на потребностите от нови знания; придобиване на нови знания; извличане и формализиране на скрити знания; картографиране на знания; съхраняване на знания; разпространение на знания.

7.23. Варамезов, Л., Гуцев, Г., & **Николов, Е.** (октомври 2011 г.). Модел на управление на фирмените знания. *Диалог*(Извънреден тематичен). Извлечено от https://dialogue.uni-svishtov.bg/dialog_old/2011/INI/01-2010-statia-2011.pdf

В статията се прави преглед на различни виждания за същността, целите, подходите и механизмите за управление на знанията в компанията. Установява се, че както сред теоретичните, така и сред практичните, няма единомислие относно това, как да се управляват фирмените знания. Всяка компания, в зависимост от своята специфика (размер, фирмена култура, стил на управление, налични информационни технологии и др.), както и от обема и характера на знанията, с които разполага, може да приложи един или друг подход за управление на тези знания. В тази връзка е предложен модел на управление на знанията, който може да послужи като основа за изграждането на конкретни фирмени системи за управление на знанията. Моделът е процесно базиран и включва шест основни процеса – диагностика, картографиране, придобиване, извличане (формализиране), съхранение и разпространение на знания.

7.24. Николов, Е. (2010). Управление на текучеството. *Management and engineering'10. Conference proceedings.* стр. 223-227.

Докладът изследва проблемите, свързани с текучеството на персонала. Първоначално се анализират причините за проявлението на този проблем, като се идентифицират две основни – негативните демографски тенденции, създаващи дефицит на човешки ресурси както в количествен, така и в качествен аспект и стремежа към минимизиране на разходите за човешки ресурси. След това се предлага програма за запазване на ключовите служители, като се посочват както негативните, така и позитивните ефекти от текучеството. Програмата се реализира в три етапа, а именно: анализ и оценка на текучеството; действия за оптимизиране на текучеството; оценка на резултатите от прилагането на програмата; Тези три етапа интегрират в себе си 14 конкретни мерки и дейности, чиято цел е да постави текучеството в нормални граници, така, че то да генерира повече ползи отколкото негативи за организацията.

9. Студии, публикувани в нерелевирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове

9.1. Пентелеева, И., Варамезов, Л., Найденов, С., Иванов, Й., **Николов, Е.,** Станев, Я., . . . Николова, Д. (2021). Изследване на отношението към предприемачеството и нагласата за стартиране на собствен бизнес на студентите от СА "Д. А. Ценов" - Свищов, УНСС - София и ИУ - Варна. *Алманах научни изследвания*, 29, стр. 48-81.

Целта на студията е, въз основа на резултати от емпирично проучване да се установят съвременните измерения на предприемаческото поведение на студентите, обучаващи се в СА „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС – София и ИУ – Варна, на чиято основа да се идентифицират пречките и възможностите за стимулиране на предприемаческото поведение на младите хора в България. За реализиране на посочената цел са формулирани няколко задачи: Първо. Проучване мнението на студентите от СА „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС – София и ИУ – Варна. Второ. Установяване основните параметри на предприемаческите намерения и поведение на студентите от трите висши училища. Трето. Идентифициране на пречките и възможностите за повишаване на предприемаческата активност на младите хора. Основната научноизследователска теза, която се защитава, е, чрез идентифициране параметрите на предприемаческите намерения и поведение на студентите, както и на техните образователно-квалификационни характеристики, се съдейства за повишаване на съответствието между налично и необходимо предприемаческо познание и се създават възможности за формиране на образователна среда, насочена към стимулиране на предприемаческата активност на младите хора. Въз основа на изследването са постигнати следните основни резултати: проучено е мнението на респондентите, установени са параметрите на предприемаческите намерения и поведение на студентите, идентифицирани са пречките и възможностите за повишаване на предприемаческата активност на студентите.

9.2. Николов, Е., & Станев, Я. (2018). Докладване на корпоративната социална отговорност. *Алманах научни изследвания*, 25, част II, стр. 257-289.

Целта на настоящата студия е да представи резултатите от научно изследване, посветено на докладването на корпоративната социална отговорност. Обект на проучването са българските бизнес организации, а негов предмет – теоретичните аспекти на докладването на корпоративната социална отговорност и степента, в която българските предприятия използват възможностите на утвърдените структури за докладване на Глобалния договор на ООН и Глобалната инициатива за докладване. Реализирането на изследователската цел е свързано с осъществяването на следните задачи: проучване и анализ на съществуващите теоретични постановки и практически измерения на докладването на корпоративната социална отговорност и социалните доклади; проучване и анализ на Комюникетата за напредъка на Глобалния договор и Напътствията за докладване на Глобалната инициатива за докладване; анализ и оценка на степента, в която българските предприятия интегрират в своите управленски системи докладването на корпоративната социална отговорност чрез използване на утвърдени в глобален план структури. Основната научноизследователска теза, която се защитава, е, че много малък дял от българските предприятия докладват своята корпоративна социална отговорност чрез използване на Комюникетата за напредъка на

Глобалния договор на ООН и Напътствията за докладване на Глобалната инициатива за докладване. Резултатите от проведеното емпирично проучване потвърждават възприетата теза и идентифицират наличието на съществени проблеми по отношение на докладването на корпоративната социална отговорност от българските бизнес организации.

9.3. Пантелеева, И., Варамезов, Л., Найденов, С., **Николов, Е.**, Станимирова, З., Гуцев, Г., . . . Маринов, М. (2017). Предприемачески нагласи на студентите за стартиране на собствен бизнес и/или за реализиране на предприемаческа идея. *Алманах научни изследвания, 24, част II*, стр. 320-348.

Целта на студията е да се представят резултати от емпирично проучване на нагласите и намеренията на студенти от СА „Д. А. Ценов”, необходимите знания, умения и компетенции за стартиране на малък бизнес, на чиято база да се идентифицират възможности за позитивно въздействие върху предприемаческото поведение на студентите. Във връзка с това са поставени няколко задачи: да се проучи мнението на респондентите, да се състави профил на студентите от позициите на дефинираната проблематика и да се предложат идеи за адекватни въздействия. Основната научноизследователска теза, която се защитава, е, че чрез изследване и идентифициране на предприемаческите нагласи и намерения, притежаваните от студентите и необходимите за успешното управление на собствен бизнес знания и умения е възможно да се създадат предпоставки, включително и чрез обучение, за успешна реализация на предприемачески инициативи. Въз основа на изследването са постигнати следните основни резултати: проучено е мнението на респондентите, съставен е профил на студентите, идентифицирани са възможности за повишаване на нагласите, знанията, уменията и компетенциите на студентите за стартиране на собствен бизнес и/или реализиране на предприемаческа идея.

9.4. Николов, Е. (2017). Оценка на социалната отговорност на българските производители на велосипеди. *Алманах научни изследвания, 24, част II*, стр. 149-178.

Основната цел на студията е да се анализира и оцени степента, в която българските производители на велосипеди възприемат концепцията за социална отговорност в своите политики, планове и действия. В съответствие с така поставената цел са и задачите на изследването, включващи проучване на съществуващото научно и емпирично познание в областта на социалната отговорност, разработване на методически изследователски инструментариум, имплементиране на методиката в предприятията от изследваната индустрия и анализиране на получените резултати. Тезата, която е подложена на проверка, гласи, че българските предприятия, произвеждащи велосипеди, не се възползват от пълния потенциал на корпоративната социална отговорност като инструмент за постигане на техните стратегически цели. Резултатите от изследването намират израз в разработената отраслово ориентирана методика за оценка на корпоративната социална отговорност, която е апробирана в шест от съществуващите девет предприятия, произвеждащи велосипеди в България. Чрез анализ на получената информация е потвърдена изследователската теза и са идентифицирани основните силни и слаби страни на всяка от изследваните бизнес организации по отношение на тяхната социална отговорност.

9.5. Варамезов, Л., Гуцев, Г., & **Николов, Е.** (2012). Обучението на персонала - генератор на фирмени знания. *Алманах научни изследвания*, 17, стр. 448-476.

Знанията придобиват все по-ключово значение за съществуването, развитието и просперитета на компаниите в днешните икономически условия. Това извежда на преден план въпроса за подходите (начините) за придобиване на нови фирмени знания. Един от тези начини е обучението на персонала. Днес, в условията на криза, недостигът на финансов ресурс в българските предприятия силно ограничава използването на други, познати в бизнес практиката методи. Ето защо обучението на персонала се превръща в най-достъпния метод за генериране на необходимите, съобразени със спецификата на бизнес процесите на предприятието, знания. В тази връзка целта на студията е да се изследва приложението на обучението на персонала в българските предприятия и, в зависимост от резултатите, да се формулират изводи и препоръки, които могат да послужат при разработване на фирмени стратегии за обучение. Тезата, която се защитава е, че обучението на персонала е най-достъпният метод за придобиване на необходимите, съобразени със спецификата на бизнес процесите на предприятието, знания. За постигане на целта е реализирано емпирично проучване, базиращо се на данни от анкетираните 108 стопански организации. Анализът на информацията от проучването разкрива наличието на съществени проблеми пред обучението в изследваните предприятия, за чието преодоляване са направени десет препоръки.

9.6. Варамезов, Л., Гуцев, Г., & **Николов, Е.** (2011). Разработване на концептуален модел на управление на фирмените знания. *Алманах научни изследвания*, 15, стр. 5-52.

В студията е направен преглед на различни виждания за същността, целите, подходите и механизмите за управление на знанията в бизнес организацията. Установено е, че няма единомислие относно това, как да се управляват фирмените знания. Всяка компания, в зависимост от своята специфика (размер, фирмена култура, стил на управление, налични информационни технологии и др.), както и от обема и характера на знанията, с които разполага, може да приложи един или друг подход за управление на тези знания. Основната цел на изследването е да се разработи модел за управление на фирмените знания, който да послужи като основа за изграждането на конкретни системи за управление на знанието, съобразени със спецификата на компанията. Предложеният модел е процесно базиран и включва в себе си шест процеса – диагностика, придобиване, извличане и формализиране, картографиране, съхраняване и разпространение на знания. Теоретичното проучване е съпроводено и от емпирично изследване, проведено сред 34 средни и големи български предприятия. Анализът на генерираната информация показва, че нито едно от тях няма изградена и реално функционираща система за управление на знанията. Единствено АЕЦ „Козлодуй“ е в процес на интегриране на подобна система в своята структура, но тя все още не е действаща.

9.7. Варамезов, Л., & **Николов, Е.** (2009). Модернизация и фирмена конкурентоспособност - теоретични и практически аспекти и ефекти. *Алманах научни изследвания*, 9, стр. 5-42.

Количествената и качествената ограниченост на ресурсите (благата) поражда конкуренция между стопанските субекти. За да успеят, предприятията трябва непрекъснато да повишават своята конкурентна способност. Един от инструментите за постигане на по-висока и устойчива във времето фирмена конкурентоспособност е модернизацията. В изследването се акцентира върху проблемите на модернизацията и конкурентната способност на предприятията от циментовата индустрия. Въз основа на разработен от екипа методически инструментариум се изследва и оценява влиянието на модернизацията върху конкурентната способност на посочените предприятия. В резултат са очертани проблеми, формулирани са изводи и идеи (препоръки), които могат да послужат на циментовите предприятия при избора и реализацията на конкретни конкурентни стратегии. Чрез корелационен и регресионен анализ е потвърдена основната изследователска теза, съгласно която мащабната и перманентна модернизация е ключов фактор за постигане на висока и устойчива във времето фирмена конкурентоспособност.

9.8. Варамезов, Л., & Николов, Е. (2007). Фирмените знания като стратегически ресурс и фактор в конкурентната борба. *Алманах научни изследвания*, 7, стр. 130-164.

В студията се изследват фирмените знания, тяхното управление и състоянието на проблема в българските бизнес организации. Основната теза е, че фирмените знания са основен стратегически ресурс и тяхното правилно управление води до придобиване на устойчиви във времето конкурентни предимства. За нейното потвърждаване или отхвърляне са дефинирани и подложени на проверка пет основни хипотези. Съгласно първата българските мениджъри принципно осъзнават стратегическия характер на знанията. Според втората хипотеза не всички мениджъри са наясно с какви знания разполага управляваното от тях предприятия. Третата хипотеза гласи, че част от знанията за бизнес процесите, натрупани в предприятията, са загубили своята актуалност, и в този смисъл са неприложими и безполезни в контекста на съвременните условия. Четвъртата хипотеза подлага на проверка разбирането, че преобладаваща част от българските мениджъри познават механизмите на придобиване, генериране, съхраняване, трансфериране, споделяне, разпространение и използване на фирмените знания. Според последната – пета хипотеза, предприятията с изградени структурни звена и системи за управление на фирмените знания са конкурентоспособни. Проверката на така дефинираните хипотези се базира на емпирично проучване, обхващащо 100 български стопански организации. Анализът на генерираните данни потвърди първата, втората, петата и от части четвъртата, но категорично отхвърли третата хипотеза. Основният извод от проучването е, че българските предприятия все още нямат ясно изградена концепция за това, какво точно представлява управлението на знанието, кои знания са най-важни и трябва да бъдат обект на управление, кои са основните подходи и механизми за тяхното управление, как управлението на знанията се внедрява във фирмата, какви ще са преките и косвените изгоди от този процес. Като цяло българските фирми се намират на стартови позиции – проявяват интерес към знанията, осъзнават стратегическия им характер, и предприемат, макар и плахи, първи стъпки към тяхното управление.

27.04.2023 г.,
Свищов

Кандидат по конкурса:.....
(гл. ас. д-р Е. Николов)