

# СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИ И ДРУГИ НАУЧНО-ПРИЛОЖНИ РАЗРАБОТКИ

Гл.асист. д-р Филип Стоянов

## Монография

**КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ: МЕТОДОЛОГИЯ И СТРАТЕГИЯ НА УПРАВЛЕНИЕТО, “Евро Консулт Груп” ООД, 2019, ISBN 978-619-90398-7-8; ISBN (mobi) 978-619-90398-6-1**

Монографията изследва теоретични и практически подходи за формиране на корпоративната социална отговорност в стратегията за управление на предприятието. Определят се стимулите, препятствията и перспективите за въвеждане на социална отговорност в дейността на предприятията в ЕС и в света. Авторът обобщава методологически подходи към оценката на корпоративната социална отговорност. Монографията обхваща интегрирането на механизма на социалната отговорност в стратегията за корпоративно управление на предприятието. Резултатите от проучването са придружени от необходимите статистически аналитични данни, илюстрации, ключови понятия и категории.

Тази монография има научна и практическа стойност и може да бъде полезна за учени, преподаватели във висши учебни заведения, студенти, магистри, икономисти и бизнес мениджъри.

## Учебници и помагала

**1. Миронова, Н., Стоянова, Цв., Стоянов, Ф., СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА, “Евро Консулт Груп” ООД, 2019 ISBN 978-619-90398-8-5**

Учебникът е посветен на социалната отговорност на бизнеса и основната му цел е да запознае студентите с необходимостта от спазването на новите морални и етични норми на функциониране на пазара от фирмите. Социално отговорното поведение не само може да донесе по-голяма разпознаваемост от клиентите и по-голям пазарен дял поради положителния имидж на фирмата, но по-важното е, че води до морално удовлетворение на мениджърите.

През последните години станахме свидетели на повишаването на изискванията от страна на заинтересованите лица на компанията към нейното изпълнение на нормативните актове и моралните стандарти. Живеем във времена, в които глобализацията се засилва и границите между различните страни загубват строгите си ограничения и все по-голяма става ролята на международните отношения, насочени към регенериране и опазване на околната среда. Все повече страни организират форуми и събития, свързани със запознаване със световните проблеми, чийто резултат би рефлектирал негативно върху целия свят.

За провеждане на социално отговорна дейност се иска стратегическо планиране на дейностите, съвместно изпълнение на всички директиви, постоянен контрол върху

изпълнителните звена и старание към мотивация на персонала на фирмата и заобикалящата я среда, което би гарантирало най-ефективното изпълнение на социалните дейности и получаването на отличен резултат от тях.

Законовите рамки тепърва започват да се поставят в международен план и все още социалната дейност е по-скоро доброволна от страна на фирмите, които имат желание да докажат в добра светлина себе си пред заинтересованите си страни. Развитите страни насочват ресурсите си към слаборазвитите, където съществуват множество проблеми, с които хората там не биха могли да се справят без помощта на водещите съюзи.

Социалната отговорност на бизнеса включва най-разнообразни дейности от грижата за собствения персонал вътре във фирмата, през етичното отчитане и стига до организирането на различни мероприятия, целящи информираност за справянето с глобалните проблеми. Голяма роля има спазването на принципите за социално отчитане на дейността на компанията и откритото представяне на отчетите пред широката публика, така че самите хора да се убедят в изпълнението на фирмата. Именно в отчетите могат да се срещнат разминаванията между това дали компанията в реалност е социално отговорна, или просто се опитва да покачи така имиджа си чрез т.н. „гринуошинг“.

Съществува конфликтът между страната, която подкрепя социалната отговорност и тази, която я отрича. Първото твърдение е, че социално отговорното поведение лишава компанията от нейната краткосрочна печалба, което може да доведе до конфликт с акционерите, а отсрещната теза е, че в дългосрочен план социалните дейности, изпълнявани от компанията, ни носят само позитиви като увеличаване на пазарния дял поради покачване нивото на имиджа на компанията. Все повече теоретици на новото време обсъждат на най-различни форуми възможностите, породени от социалната отговорност и мерките, които са нужни за масовото разпространение на добрите практики на организациите.

## **2. Цветана Стоянова, Филип Стоянов. СТРАТЕГИЧЕСКИ HR МЕНИДЖМЪНТ, “Евро Консулт Груп” ООД, 2019 ISBN 978-619-91421-0-3**

Идентифицирането на българската икономика, като част от единното европейско икономическо пространство, предполага иновационен подход и създаването на продукти с висока добавена стойност. За целта са необходими добре подготвени кадри, които да разработват тези продукти и технологии и да подпомагат прилагането им в практиката. Това е възможно при един стратегически подход от страна на държавата и бизнеса, ориентиран към високо качество на образованието и пряка връзка на получаваните знания и умения с практиката.

Това ще позволи осигуряването на квалифицирани, лоялни и добре мотивирани служители, които гарантират дългосрочно конкурентно преимущество на компаниите, в които работят. Стратегията, политиката и практиката по УЧР се явяват уникално съчетание на процеси, процедури, хора, стилове на управление, компетенции и организационна култура. Стратегическото управление разглежда развитието на човешките ресурси като цяло и в частност, оценявайки достойнствата на подходите, базирани на най-добрите практики в този аспект.

Учебникът е разделен на две части. В първата част са посочени базовите концепции и методически въпроси на стратегическото управление на човешките ресурси. Както и засилващата се стратегическа роля на отдел „Човешки ресурси“ за повишаване

конкурентоспособността на организациите. Втората част е фокусирана върху конкретните стратегически действия от страна на мениджърите за привличане, задържане и развиване на служителите в организациите. По конкретно сме се спрели на начините за управление на таланта, за създаване на подходяща организационна култура, за управление на стреса, за интегриране елементите на интелектуалния капитал с оглед реализиране на конкурентно предимство и др.

Всяка тема съдържа определен теоретичен материал и задачи за самоподготовка, насочени към придобиване на определени компетенции свързани с отделните компоненти на стратегическото управление на човешките ресурси. Разбирането ни е, че компетенциите, като знания и умения изискват редовни упражнения, за овладяване на подходите и методите на това управление и прилагане на добрите практики. Разчитаме на нагласата на обучаващите се към активно участие и креативност, които са необходими при формирането на компетенциите по СУЧР. Учебникът „Стратегически HR мениджмънт” може да послужи за обучение, тренинги, както на студенти, така и на специалисти, мениджъри по УЧР, линейни ръководители, които желаят да придобият компетенции в тази област. Стремежът на авторите е да представят модерното знание и добри практики в стратегическото управление на човешките ресурси в достъпен стил.

### **3. Стоянов, Ф., *СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА/ УЧЕБНО ПОМАГАЛО*, “Евро Консулт Груп” ООД, 2019 ISBN 978-619-90398-5-4**

Помагалото по Социална отговорност на бизнеса е създадено, за да представи на студентите научни казуси по дисциплината, върху които да размишляват след запознаването им с материала от учебника. Всяка тема от помагалото е координирана с тема в учебника и казусът отговаря на материята спрямо отделната тематика във всяка глава. След всеки работен казус има зададени въпроси по него, които да насочат студентите в посоката, в която да мислят с цел правилното справяне със ситуацията или личностно оценяване на ситуацията, която е описана.

За още по-оптимално осмисляне на материала от учебника авторите са подготвили разнообразни тестови въпроси към всяка тема в помагалото, които да отговарят на материала. Студентите бих били получили отлични оценки при освобождаване или на изпит след усвояването на материята в учебника и упражняването ѝ с помощта на учебното помагало по специалността.

## **Статии и доклади**

### **По Скопус**

- 1. Стоянова, Ц., Коев, С., Стоянов, Ф. и др. СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА РАЗВИТИЕТО НА ПЕРСОНАЛА НА ПРОМИШЛЕНИТЕ ДРУЖЕСТВА, Списание Академия за стратегическо управление, том 18, брой 3, 2019, Скопус ISSN:1544-1458E-ISSN : 1939-6104**

Един от важните фактори за осигуряване на конкурентоспособността на предприятието, като се отчита влиянието на европейската интеграция, е, от една страна,

нарастването на стратегическата ориентация на развитието на персонала чрез непрекъснатата оценка на неговия принос към резултатите от дейността на компанията и трансформирането на формите и съдържанието ѝ в съответствие с изискванията на стратегията на предприятието, от друга страна участие в определянето на стратегията и осъществяване на развитието на персонала не само мениджъри, които са пряко отговорни за тази дейност, но и линейни ръководители на предприятието. Беше установено, че в основата на европейския подход към развитието на персонала на индустриалните предприятия, който се осъществява чрез подобряване на организационната, образователната и квалификационната структура на персонала, са концепциите за учене през целия живот и организация, която се обучава, въвеждането на които в дейностите на компанията осигурява увеличаване на човешкия капитал, идентифициране и трансфер на скрити знания, насърчаване на развитието на компетенции, както и използването на учебни среди, което предоставя възможности за непрекъснато адаптиране на структурата.

**2. Стоянов, Ц., Стоянов, П., *КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В ПРАКТИКАТА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ*, DOI: [10.1109/CREBUS.2019.8840093](https://doi.org/10.1109/CREBUS.2019.8840093)**

Значението на корпоративната социална отговорност (КСО) за постигане на организационна устойчивост е силно подчертано в съвременните бизнес практики. В организационните стратегии се реализират социално отговорни дейности, за да се оцени въздействието върху околната среда, обществото, служителите, доставчиците и клиентите. В контекста на управлението на човешките ресурси, организациите имат за цел да осъзнаят как корпоративната социална отговорност засяга функциите, ролите и дейностите, свързани с човешките ресурси, като: набиране и достъп до заетост, обучение и кариерно развитие, както и благополучие и мотивация на работното място.

**Други**

**1. Стоянов, П., *ПРИЛИКИ И РАЗЛИКИ МЕЖДУ КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ И СОЦИАЛНИЯ МАРКЕТИНГ*, [“Реторика и комуникации”](http://rhetoric.bg/editors-words-rhetoric-and-communications-e-journal-issue-35-july-2018), бр. 35, Юли 2018 ISSN 1314-4464 (<http://rhetoric.bg/editors-words-rhetoric-and-communications-e-journal-issue-35-july-2018>)**

В съвременния бизнес свят бързите глобални промени, етичните норми, опазването на околната среда, строгите правителствени разпоредби и нарастващата сила на обществото принуждават организациите да придадат нов смисъл на ролята си и да обърнат сериозно внимание на социалните въпроси, ако искат да запазят конкурентното си предимство и да постигнат стратегическите си цели. Организациите разчитат на успешните практики на корпоративна социална отговорност и социален маркетинг, за да изпълняват своите социални отговорности и да постигнат своето устойчиво развитие. Тези два метода на управление, въпреки че често се приемат като близки един до друг, имат различни характеристики и в различна степен помагат за постигане на добри взаимовръзки с участващите страни и обществеността като цяло.

**2. Стоянова, Цветана, Стоянов, Ф., ЖЕНАТА - РЪКОВОДИТЕЛ - ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ОТЛИЧИТЕЛНИ КАЧЕСТВА В СТИЛА НА УПРАВЛЕНИЕ // Образование, право, бизнес Мадрид 2019, 89-95, ISBN 978-84-854922-0-5**

Темата за жените в управлението става все по-актуална и изявена през последните години. Има редица проучвания, които доказват, че най-устойчивите и успешни са компаниите, които са постигнали баланс и представителите на двата пола са изцяло ангажирани във вземането на управленски решения. Това е продиктувано от факта, че стилът на управление на жените допринася за това организациите да са по-успешни, тъй като женските лидери са по-ориентирани към екипа, по-демократични, по-отговорни, по-точни, по-лоялни и спазващи законовите правила. От друга страна, спецификата на мъжете са техните стремежи, тяхната твърда ориентация към задачите и крайната цел, но в същото време са авторитарни, контролиращи, наказващи и по-малко окуражаващи. Равното участие позволява да се вземат най-добрите качества от двете страни и да се осигури на организацията растеж и просперитет. Според проучване на швейцарската банка Кредит Суис, компаниите с поне една жена в борда на директорите търгуват с 26% повече от тези без представители - жени. Данните на консултантската агенция МакКинзи също показват, че компаниите с жени в мениджмънта увеличават стойността си със 17% в сравнение с други, които нямат. Машабно проучване на консултантската компания ЕУ и базирания във Вашингтон Петерсон институт за международна икономика показва, че България е сред първите пет държави в света, които са постигнали най-голям напредък по отношение на равенството между половете в бизнеса. България е сред първите 10 държави в света и по отношение на дела на жените в съвета на директорите на компаниите. Всички тези тенденции определят целта на тази публикация, а именно да се анализират и изтъкнат основните тенденции в развитието на българския мениджмънт и предизвикателствата пред жените-топ мениджъри в България.

**3. Стоянова, Цветана, Стоянов, Ф., СТРАТЕГИЧЕСКИ ПОДХОД ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ТАЛАНТИ В ОРГАНИЗАЦИЯТА // Знание, бр. 31 №1., Институт за управление на знанието, Скопие, 2019 стр.247-253, ISSN 2545-4439**

В днешния бизнес, мениджърският фокус се прехвърля от финансовия капитал и технологиите към човешките ресурси, което изисква разработване на нови компетенции в HR мениджърите. Намирането, развиването и задържането на ценни служители и интегрирането на тези дейности във фокусирана стратегия и политика на компанията е от ключово значение за постигането на бизнес целите и успеха на компанията.

Многобройни проучвания и публикации по тази тема показват как успешните компании не само следват, но и подобряват процедурите и нормите в управлението на човешкия капитал. В днешния свят онези организации, които сами, също като стоки, са най-привлекателните на пазара на труда; организации, които правят всичко възможно да привлекат, спомагат за развитието и запазването на най-добрия талант на всички нива на управленската йерархия.

Организациите сега са фокусирани върху нов набор от стратегически въпроси:

- Как да направят процеса на набиране на персонал по-ефикасен и ефективен, на основата на компетентност („базирана на компетенции“), а не чрез сортиране на автобиографии;

- Как да развиват мениджъри и лидери, да укрепват културата, да установяват ценности и да създават устойчива система за развитие на лидерството;

- Как бързо да се идентифицират пропуските в ключовите компетентности, за да се осигурят програми за обучение, електронно обучение или развитие за запълване на тези пропуски? Как да бъдат използвани тези пропуски, за да бъдат наети точните хора;

- Как да управляват хората последователно и измеримо, така че всички да бъдат отговорни и мотивирани в съответствие с техните резултати;

- Как да се идентифицират високи резултати и приемници на ключови позиции в организацията;

- Как да изберат обучение, което е подходящо, гъвкаво, навременно и удобно?

Решаването на тези предизвикателни проблеми изисква създаване на нови процеси и системи. Те изискват тясно интегриране между различните функции на ЧР и директна интеграция в процесите на управление на бизнеса. Именно изследването на тези предизвикателства е целта на тази статия.

**4. Стоянов, Ф., *УПРАВЛЕНИЕТО НА ТАЛАНТИ В СИСТЕМАТА ЗА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА КОМПАНИЯТА*, Наука и общество · Издания за фадети · Намюр, Белгия · 2019, стр. 93-97, ISBN 978-2-5494-0322-7**

Извършен е анализът на изискванията за позицията на мениджъра на корпоративната социална отговорност в устойчивото развитие. Изградена е матрицата на компетентност на мениджъра на корпоративната социална отговорност.

**5. Стоянов, Ф., *МЕТОДИ ЗА ОЦЕНКА НА ЕФЕКТИВНОСТТА НА СИСТЕМАТА ЗА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ ПО ФОРМАТА НА ОЦЕНКА НА ПАРАМЕТРИТЕ*, Образование, право, бизнес, Издателство картеро, Мадрид, Испания · 2019, стр. 40-43, ISBN 978-84 -854922-0-5**

В този документ предлагаме показатели, чрез които човек може да оцени социалната отговорност на компанията. Използването на основни показатели за ефективността на прилагането на КСО в корпоративната стратегия за корпоративно управление изисква разработването на фирмен стандарт, съдържание и форма на социално отчитане пред вътрешни и външни заинтересовани страни. В предложения модел за оценка на ефективността на системата за КСО в една компания, показател, характеризиращ степента на развитие на КСО, е интегралният индекс, който определя кумулативния ефект на качествени и количествени параметри. За количествена оценка на КСО на компанията се предлага: 18 показателя за вътрешна КСО.

**6. Стоянов, Ф., *ОБОБЩЕН АНАЛИЗ НА ВНЕДРЯВАНЕТО НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В ЕС И СВЕТА*, Наука и практика, Мидас С.А., Солун, Гърция, 2019, стр. 47-51, ISBN 978-960-568-803-9**

Анализират се моделите на корпоративна социална отговорност в ЕС и в света. Доказано е, че държавната подкрепа за въвеждането на корпоративна социална отговорност в ЕС е ключът към ефективността на предприятията. Разглеждаме социалните програми, базирани на филантропията в САЩ. Анализира се японският корпоративен модел на бизнес семейството.

- 7. Стоянов, Ф., *СТИМУЛИРАНЕ НА ПЕРСОНАЛА, КАТО ЕЛЕМЕНТ ОТ КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ*, Социално-икономически перспективи, Издателство Динго, Мелбърн, Австралия · 2019, стр. 38-42, ISBN 978-0-9942661-9-4**

Разглеждат се насоките на материалните и нематериалните стимули за персонала в корпорациите на ЕС. Доказано е, че интегрирането на материални и нематериални стимули за персонала създава синергичен ефект, който гарантира постигането на целите на предприятията.

- 8. Стоянов, Ф., *ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В СЪВРЕМЕННИТЕ УСЛОВИЯ*, Социално-икономически перспективи, Издателство Динго, Мелбърн, Австралия, 2019, стр. 85-88, ISBN 978-0-9942661-9-4**

Разгледани са тенденциите на развитие на екологичното предприемачество като елемент на корпоративната социална отговорност. Анализират се елементи на социално ориентираната политика на предприятията. Доказано е, че отговорността към околната среда, като феномен, се е появила в отговор на изострянето на екологичните проблеми, причинени от тежести на околната среда, създадени от човека.

- 9. Стоянов, Ф., *ФОРМИРАНЕ НА МОДЕЛА ЗА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ, ВЪЗ ОСНОВА НА КОНЦЕПЦИЯТА ЗА СПРАВЕДЛИВОСТ*, Наука и иновации, Шиода ГмбХ Щайер, Австрия 2019, стр. 46-49, ISBN 978-3-953794-29-6**

Изграден е модел на корпоративна социална отговорност, основан на концепцията за социална справедливост. Анализират се компонентите на социалната отговорност; икономическа (отговорност за икономическите резултати от нейната дейност и въздействие върху икономическите резултати на заинтересованите страни), екологична (отговорност за въздействието на икономическите дейности върху околната среда и качеството на живот на заинтересованите страни в тази среда) и собствена социална (отговорност за решаване социални проблеми, произтичащи от икономическите дейности на дружествата, или по някакъв начин свързани с нея). Предадена е визията на автора за вътрешното съдържание на компонентите на социалната отговорност.

**10. Стоянов, Ф., ЗАВЕРЯВАНЕ НА СОЦИАЛНОТО ОТЧЕТНОСТ, КАТО ЕЛЕМЕНТ ОТ СИСТЕМАТА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ, Икономика и финанси, 2019, брой 6, стр. 87-98, Печат ISSN: 2311-3413 Онлайн ISSN: 2663-7952**

Въз основа на анализа на текущото състояние на съществуващите методи за проверка на корпоративната социална отчетност в практиката, предлагаме собствен подход към процедурата за проверка на корпоративната социална отчетност и отговорност, която включва: 1) оценка на компетентността на провереното предприятие; 2) систематичен подход за удовлетворяване на заинтересованите страни въз основа на оценка на степента на важност на техните искания; 3) подход за цялостна оценка на ефективността на социално отговорната дейност на предприятието, при който всеки икономически показател е набор от критерии, характеризиращи посоките на развитие на дейността на предприятието с определени ефекти.

**11. Стоянов, Ф., ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ИНСТИТУЦИОНАЛНАТА СТРУКТУРА НА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ, Икономика и финанси, 2019, брой 6, стр. 98-104, Печат ISSN: 2311-3413 Онлайн ISSN: 2663-7952**

Теоретичната основа за развитието на публичната администрация в областта на корпоративната социална отговорност включва редица теории, които обясняват поведението на отделните агенти в обществото, и теории, обосноваващи взаимодействието на частния и публичния сектор при приемането на политики и вземане на решения. Причините за участието на частния сектор в развитието на корпоративната социална отговорност са групирани в инструментални, морални, легитимни и политически. Анализ на теоретичната основа за взаимодействието между частния и публичния сектор в развитието на корпоративната социална отговорност показва, че най-важните теории в тази област са концепцията за лобистките коалиции, теорията на заинтересованите страни и институционалната теория, и формите и направленията на държавната регулация на корпоративната социална отговорност, и институционалната зависимост на отделните държави.

**12. Стоянов, Ф., СТРУКТУРЕН СЪСТАВ НА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО, Икономика и финанси, 2019, брой 7, - 68 г. стр. 4-10 Печат ISSN: 2311-3413 Онлайн ISSN: 2663-7952**

Анализът на съвременните подходи за разбиране на корпоративната социална отговорност доказва, че тя се разглежда като бизнес философия, когато отговорността на организацията за въздействието на своите решения и дейности върху обществото и околната среда чрез прозрачност и етично поведение е основа за устойчиво развитие. Възникването и развитието на корпоративната социална отговорност е свързано с процесите на глобализация, особено в икономическата сфера, развитието на гражданското общество и нарастващото влияние на бизнеса върху решаването на много социални проблеми. Като се има предвид йерархията на управленските решения, корпоративното управление може да бъде определено като среда за вътрешна социална отговорност, която



интегрира КСО чрез прилагането на национални принципи (кодекси) за корпоративно управление. Всички производствени и непроизводствени процеси след приемането на КСО трябва да протичат в съответствие с основните принципи на социалната отговорност. Корпоративните отговорности на Корпоративна социална отговорност включват отдалечени и далечни фирми, които могат да са различни по дейност от всякаква величина и вид.

**13. Стоянов, Ф., ФОРМИРАНЕ НА ЕФЕКТИВНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КОРПОРАТИВНОТО УПРАВЛЕНИЕ, Икономика и финанси, 2019, брой 7, - 68 г. стр. 11-18 Печат ISSN: 2311-3413 Онлайн ISSN: 2663-7952**

Обосновано е, че условията за ефективна интеграция на КСО в стратегията за корпоративно управление е наличието на последния от следните елементи: ценности на корпоративната култура, фиксирани в кодексите за корпоративно поведение и други стандарти на бизнес етиката, както и система за осигуряването им на практика; ясна стратегия за развитие на предприятието; делегиране на правомощия и ясно разпределение на правата; ефективен механизъм на взаимодействие на ръководния персонал с външни одитори; системи за вътрешен контрол и сигурност; системи за стимулиране на персонала (финансови, социални, кариерни); система от информационни потоци, която осигурява вътрешните нужди на предприятието и нивото на прозрачност, необходимо за външни изпълнители. Социалната отговорност трябва да се разглежда като важен социален ресурс на предприятието, способно да формира своите конкурентни предимства, да гарантира устойчивост на развитието, да отговаря адекватно на вътрешни и външни социални предизвикателства, да ги трансформира от ограничения в предимства.

**14. Стоянов, Ф., СТРАТЕГИЧЕСКИ ОБЛАСТИ НА РАЗВИТИЕ НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ, Икономика и финанси, 2019, брой 7, - 68 г. стр. 70-77 Печат ISSN: 2311-3413 Онлайн ISSN: 2663-7952**

Подходящо ниво на управление на корпоративната социална отговорност може да бъде осигурено чрез подобряване на подходящия организационен и икономически механизъм. Основната му цел е да осигури устойчиво развитие чрез установяване на дългосрочно сравняване между държавата и бизнеса. Най-ефективните инструменти за управление на корпоративната социална отговорност, които са подходящи да се използват за прилагане на организационен и икономически механизъм, са: определяне на изисквания, норми и ограничения; обучение, разпространение на най-добрите практики; икономически стимули, данъчно облагане. Представени и задълбочени са стратегическите направления за развитие на корпоративната социална отговорност, които са определени от икономически, социални и екологични компоненти.

**15. Стоянова, Ц., Стоянов, Ф. КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ - КОНКУРЕНТНО ПРЕДИМСТВО ЗА ОРГАНИЗАЦИИТЕ // 3 Международна конференция за развитие и икономика 2018 г., Каламата, Гърция, Конференция, стр. 274-281, ISBN 978-618-82146-5-1**

Тенденциите в световната икономика поставят нови и неочаквани предизвикателства пред бизнеса. Финансовата криза и икономическият спад през последното десетилетие са само част от предпоставките за търсене на нови методи за постигане на конкурентоспособност от съвременните организации. Способността да се съобразят с нуждите на обществото, т.е. участието на организациите в решаването на социални, етични и екологични въпроси, не само може да доведе до реализиране на финансови печалби, но и гарантира постигането на конкурентоспособност. Необходимостта от промяна в запазването на конкурентоспособните позиции в бизнеса извежда корпоративната социална отговорност (КСО) като незадължителен лост за подобряване на ефективността на компанията.

**16. Стоянов, Ф., ВЪЗДЕЙСТВИЕТО НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В ИЗГРАЖДАНЕТО НА КОРПОРАТИВНАТА СТРАТЕГИЯ, ВТОРА МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ ТЕМА Грац, 2018 стр. 728-734, ISBN 978-86-80194-13-4**

Бизнес организациите са икономическият двигател на обществото, а реализирането на печалбата е тяхна основна отговорност. В настоящият бизнес климат обаче социалните въпроси стават толкова важни, че корпоративната социална отговорност се превръща в ново поле за конкурентен успех. Най-голямото предизвикателство за съвременните организации е да разработят политики и практики за КСО, които да спомогнат за развитието на организацията. Преследването на интересите на всички заинтересовани страни има влияние върху изграждането на всички измерения на организационната стратегия.

**17. Стоянов, Ф., СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА: ИСТОРИЧЕСКО РАЗВИТИЕ, Наука, технология и иновации: Сборник с научни статии. - Издателство Пегасус, Лисабон, Португалия, 2019. - 132 стр. – стр.50-54, ISBN 978-989-54130-5-9**

Моделът за корпоративно гражданство се счита за условие за оцеляване на човечността в съвременните условия. Анализирани са етапите на формиране на академичните концепции за корпоративна социална отговорност. Идентифицирани са проблемите с отчитането на устойчивото развитие на компаниите в съответствие с условията на ГОИ (Глобална отчетна инициатива).

**18. Стоянов, Ф., МОДЕЛИ НА ДЪРЖАВНА ДЕЙНОСТ ПО РАЗВИТИЕТО НА ОБЩЕСТВЕНА ПОЛИТИКА НА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ, Наука, технологии и иновации: Сборник с научни статии. - Издателство Пегасус, Лисабон, Португалия, 2019. - 132 стр. – стр.55-59, ISBN 978-989-54130-5-9**

Чуждестранният опит във формирането на национални модели на корпоративна социална отговорност показва, че държавната политика в областта на регулирането на

социалната отговорност е тясно свързана със социално-икономическите условия, културните традиции и особеностите на националната перспектива. Разликите между националните модели на корпоративна социална отговорност се основават на такива фактори като ролята на държавата в нейното формиране, степента на отвореност на публичната политика, степента на активност на бизнеса и публичния сектор при реализирането на идеи на корпоративната социална отговорност.

**19. Стоянов, Ф., МЕХАНИЗЪМ ЗА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В СТРАТЕГИЯТА ЗА КОРПОРАТИВНО УПРАВЛЕНИЕ, Научни изследвания и практика: Сборник с научни статии. - Издателство Ларди, Париж, Франция, 2019. - 128 стр. 54-56 ISBN 978-2-5355-4891-5**

Системните и логически подходи са избрани и обосновани като теоретична и методологична основа за интегриране на механизма на социалната отговорност в стратегията за корпоративно управление на предприятието.

**20. Стоянов, Ф., МЕТОДОЛОГИЧНИ ПОДХОДИ ЗА КОРПОРАТИВНА ОЦЕНКА НА СОЦИАЛНАТА ОТГОВОРНОСТ, Научни изследвания и практика: Сборник с научни статии. - Издателство Ларди, Париж, Франция, 2019. - 128 стр. 57-69 ISBN 978-2-5355-4891-5**

Проучването на методологичните подходи за оценка на КСО установи, че оценката се извършва с помощта на социални (нефинансови) отчетни, индексни и рейтингови, качествени и количествени методи.

**21. Стоянов, Ф., ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА И КОМПЕТЕНТНОСТ НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА, Научни изследвания и практика: Сборник с научни статии. - Издателство Ларди, Париж, Франция, 2019. - 128 стр.60-61 ISBN 978-2-5355-4891-5**

Оценката на всеки обект на КСО по всеки метод изисква използването на определена система от показатели. Разпределени са частични и общи, количествени и качествени, външни и вътрешни показатели за оценка на КСО.

**22. Стоянова, Цветана, Ф. Стоянов, КОРПОРАТИВНО БРАНДИРАНЕ ЧРЕЗ КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ, Глобални тенденции и предизвикателства в ерата на Четвъртата индустриална революция (Индустрията 4.0), Дубровник, 2019, стр. 67-71, ISSN 1849-3645**

Ролята на корпоративната социална отговорност (КСО) в процеса на корпоративния брандинг включва управление на корпоративния имидж и репутация в съзнанието на другите. Съвременните организации знаят, че дейностите по КСО се наблюдават внимателно не само от потребителите, но и от всички заинтересовани страни. Засиленият интерес към социалните и екологичните проблеми подчертава необходимостта

от стратегии за корпоративен бранд, които да отразяват културните тенденции в по-широка среда, към която принадлежат организациите.

**23. Стоянов, Ф., МЕТОДИЧЕСКИ ПОДХОД В ОЦЕНЯВАНЕТО НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ, Икономика и финанси, 2019, брой 2, стр. 88-93, Печат ISSN: 2311-3413 Онлайн ISSN: 2663-7952**

Съществуващите форми на нефинансова отчетност не позволяват да се оцени размера на фирмените разходи за социални програми. Решението на въпроса за по-нататъшното въвеждане на социалната отговорност в корпоративното управление изисква създаване на методологична база за управление на конкретни аспекти на дейности, както и благоприятни условия за взаимодействие на всички заинтересовани страни. За целта е необходимо да се създадат подходящи методологически предпоставки за усъвършенстване на инструментите за управление на социалната дейност и социалните разходи на машиностроителното предприятие с цел тяхното развитие като социално ориентирани системи.

**24. Стоянов, Ф., РЕТРОСПЕКЦИЯ НА РАЗВИТИЕТО НА ТЕОРИТИЧЕСКАТА ИДЕНТИЧНОСТ НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ, Икономика и финанси, 2019, брой 3, стр. 91-96, Печат ISSN: 2311-3413 Онлайн ISSN: 2663-7952**

Проучването на теоретичните източници показва, че дискусиата за съдържанието на социалната отговорност продължава в икономическата наука повече от шестдесет години. През този период са разработени множество концепции, свързани с корпоративната социална отговорност, от които най-често срещаните са: самата корпоративна социална отговорност, управление на заинтересованите страни и корпоративно гражданство, бизнес етика и корпоративна филантропия, устойчиво развитие и корпоративна устойчивост, тройна отчетност и корпоративна социална отчетане. Обща черта на концепциите е динамичността и взаимното влияние в резултат на промените във времето и пространството и смислените промени в теоретичните представи на социалната отговорност - от доброволната социална отговорност на бизнеса, до публично-правна отговорност на всички нива на отношенията на обществото и бизнеса - се срещат в: неговите приоритети, функционално съдържание, състав на заинтересованите страни, методи за популяризиране, хоризонт на действие и разпоредби.

**25. Стоянов, Ф., ФОРМИРАНЕ НА ВЪТРЕШНИ ИНСТРУМЕНТИ ЗА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В УСЛОВИЯТА НА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА КОМПАНИИТЕ, Икономика и финанси, 2019, брой 4, стр. 12-19, Печат ISSN: 2311-3413 Онлайн ISSN: 2663-7952**

Стратегическите инструменти са достатъчно развити, но тактическите и оперативните все още не са широко разпространени и нямат методическа основа. По-специално, това се отнася за етичните карти, провеждането на социални одити и подготовката на социален доклад. Препоръчително е да добавите карта на заинтересованите страни към стратегическата, която: идентифицира ключови групи организации и хора, които могат да повлияят на успеха на дадена компания или които са

засегнати от нейната дейност. Разработена и документирана е корпоративната стратегия на компанията, която е насочена към постигане не само на икономически резултати, но и на дългосрочно социално отговорно взаимодействие с външната среда, така че е входяща регулаторна рамка за формиране на социален доклад, управляващ стратегически показатели от икономически, социален и екологичен характер.

**26. Стоянов, Ф., *ОСНОВНИ ТЕНДЕНЦИИ И ЙЕРАРХИЧНА УВЕРЕНОСТ НА ОСНОВАТА НА ОПРЕДЕЛЕНИ РОЛИ ЗА ОСИГУРЯВАНЕ НА РАЗВИТИЕТО НА СОЦИАЛНАТА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА*, Икономиката и финансите, 2019, брой 5, стр., 4-9 Печат ISSN: 2311-3413 Онлайн ISSN: 2663-7952**

Проучването на състоянието на дейността на компаниите даде възможност да се оцени тяхната готовност за въвеждане на механизма за КСО в стратегията за корпоративно управление като частичен, тъй като повечето компании не са достатъчно наясно с важността на КСО и извършват социално отговорни дейности системно. Причината е, че българското общество отдавна е изолирано от мисълта за световния мениджмънт, затова днес е доста трудно за фирмите от корпоративен тип да въведат нови управленски концепции и организационни структури. Те обаче показват определена социална активност, която в много отношения има затворен характер поради причини на неразвита данъчна система и негативно отношение към бизнес общността в обществото. Основните начини за насърчаване на КСО и SRB са регулаторна, информационна, методическа, образователна и консултантска подкрепа.

# **LIST OF PUBLICATIONS AND OTHER SCIENCE AND APPLIED SCIENCE RESEARCHES**

**Chief Assistant PhD Philip Stoyanov**

## **Monography**

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: METHODOLOGY AND STRATEGY OF MANAGEMENT, “Euro Consult Group” OOD, 2019, ISBN 978-619-90398-7-8; ISBN (mobi) 978-619-90398-6-1**

The monograph explores theoretical and practical approaches to the formation of corporate social responsibility in the enterprise management strategy. The incentives, obstacles and perspectives of introduction of social responsibility in activity of enterprises in the EU and in the world are determined. The author summarizes methodical approaches to the assessment of corporate social responsibility. The monograph covers the integration of the mechanism of social responsibility in the enterprise corporate governance strategy. The results of the study are accompanied by the necessary statistical analytical data, illustrations, key concepts and categories.

This monograph has a scientific and practical value and can be useful for scientists, teachers of higher educational establishments, graduate students, masters, economists, and business managers.

## **Textbooks and Handbooks:**

**1. Mironova, N., Stoyanova, Tsv., Stoyanov, F., *SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE BUSINESS*, Euro Consult Group Ltd., 2019 ISBN 978-619-90398-8-5**

The textbook is dedicated to the social responsibility of business and its main purpose is to acquaint students with the need for the companies to observe the new market moral and ethical standards of functioning. Not only can socially responsible behavior lead to greater customer recognition and greater market share due to the positive image of the company, but more importantly it leads to managers' moral satisfaction.

In recent years, we have witnessed an increase in the requirements of the company's stakeholders for the implementation of the regulations and the moral standards. We live in a time when globalization is intensifying and the borders between different countries are losing their strict limits and the role of international relations aimed at regeneration and environmental protection is increasing. More and more countries are organizing forums and events to address global issues that would have a negative impact on the entire world.

In order to carry out socially responsible activities requires strategic planning of activities, conscientious implementation of all directives, constant control over the executive units and efforts to motivate the staff of the company and its environment, which would guarantee the most effective implementation of social activities and obtaining excellent result from them.

Legal frameworks are just beginning to become international and social work is still voluntary on the part of companies willing to prove themselves in good light to their stakeholders. Developed countries are channeling their resources to the underdeveloped, where there are numerous problems that people there would not be able to cope with without the help of leading alliances.

Business Social Responsibility involves a wide variety of activities from taking care of our own staff within the company, through ethical reporting and to organizing various events aimed at awareness of global issues. Adherence to the principles of social reporting of the company's activities and the open presentation of the reports to the general public, so that the people themselves are convinced of the performance of the company, play an important role. It is in the reports where the discrepancies can be found between whether the company is in reality socially responsible or is simply trying to increase its image through so-called Greenwashing.

There is a conflict between the side that supports social responsibility and the one that denies it. The first statement is that socially responsible behavior deprives the company of its short-term profits, which can lead to a conflict with the shareholders, and the opposite thesis is that in the long run, the social activities performed by the company bring us only positives such as an increase in market share due to raising the level of the company image. More and more modern-day theorists are discussing in various forums the opportunities generated by social responsibility and the measures needed to spread the good practices of organizations.

## **2. Tsveta Stoyanova, Philip Stoyanov. *STRATEGIC HR MANAGEMENT*, Euro Consult Group Ltd., 2019 ISBN 978-619-91421-0-3**

Identifying the Bulgarian economy as part of the Single European Economic Area, supposes an innovative approach and the creation of high value-added products. To do this, well-trained personnel are required to develop these products and technologies and to support their implementation in practice. This is possible with a strategic approach of the state and business, oriented towards high quality of education and a direct connection between the practice and the acquired knowledge and skills.

This will allow the provision of qualified, loyal and well-motivated employees who guarantee the long-term competitive advantage of the companies in which they work. HRM strategy, policy, and practice are a unique blend of processes, procedures, people, management styles, competencies, and organizational culture. Strategic management examines the development of human resources in general and in particular, evaluating the merits of approaches based on best practices in this respect.

The textbook has been divided into two parts. The first part sets out the basic concepts and methodological issues of strategic human resource management. As well as the increasing strategic role of the Human Resources department in enhancing the competitiveness of organizations. The second part focuses on specific strategic manager actions in order to attract, retain and develop employees in the organizations. Specifically, we have focused on ways to manage talent, create an appropriate organizational culture, manage stress, integrate the elements of intellectual capital with a view to realizing competitive advantage and more.

Each topic contains specific theoretical material and self-study tasks aimed at acquiring specific competencies related to the individual components of strategic HR management. It is our understanding that competencies, such as knowledge and skills, require regular exercise to master the approaches and methods of this management and the implementation of good

practices. We rely on the students' attitude towards active participation and creativity, which are necessary for the formation of competencies in HRMS. The textbook “Strategic HR Management” can serve as educational and training guide for both students and HR professionals, line managers who wish to acquire competencies in this field. The aim of the authors is to present modern knowledge and good practices in strategic human resource management in an accessible style.

**3. Stoyanov, Ph., *SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE BUSINESS*, Euro Consult Group Ltd., 2019 ISBN 978-619-90398-5-4**

The Corporate Social Responsibility toolkit is designed to provide students with scientific case studies to reflect upon after learning the textbook material. Each topic in the handbook is coordinated with a topic in the textbook and the case study corresponds to the subject matter in each chapter. After each work case, there are questions asked to direct students in the direction in which they need to think in order to properly deal with the situation or to personally evaluate the situation described.

To further optimize the material of the textbook, the authors have prepared a variety of test questions for each topic in the handbook to answer the material. Students would receive excellent grades upon release or exam after learning the material in the textbook and exercising it with the help of a specialty study handbook.

## **Articles and Reports**

### **Under Scopus**

**1. Stoyanova, Ts., Koev, S., Stoyanov, Ph. etc. *STRATEGIC MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE PERSONAL OF INDUSTRIAL COMPANIES*, Academy of Strategic Management Journal, Volume 18, Issue 3, 2019, Scopus ISSN:1544-1458E-ISSN:1939-6104**

One of the important factors in ensuring the competitiveness of the enterprise taking into account the influence of European integration is, on the one hand, the growth of the strategic orientation of personnel development through continuous evaluation of its contribution to the results of the company's activities and the transformation of its forms and content in accordance with the requirements of the enterprise strategy, on the other hand-involvement in the strategy determination and implementation of personnel development not only managers who are directly responsible for this activity, but also linear managers of the enterprise. It was established that the basis of the European approach to the development of the personnel of industrial enterprises, which takes place through the improvement of the organizational, educational and qualification structure of the personnel, is the concepts of lifelong learning and organization that is learning, the introduction of which into the company's activities ensures the human capital increase, identification and transfer of hidden knowledge, promotion of the development of competences, as well as the use of learning environments, which provides opportunities for continuous adaptation of the structure.



**2. Stoyanov, Ts., Stoyanov, P., *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE HUMAN RESOURCES MANAGEMENT PRACTICE*, DOI: [10.1109/CREBUS.2019.8840093](https://doi.org/10.1109/CREBUS.2019.8840093)**

The significance of the Corporate Social Responsibility (CSR) for obtaining organizational sustainability is highly emphasized in the contemporary business practices. The socially responsible activities are being implemented in the organizational strategies in order to evaluate the impact on the environment, the society, the employees, the vendors and the customers. In the context of the human resources management, the organizations aim to realize how the corporate social responsibility concerns the functions, the roles and the activities related to the human resources, like: recruitment and access to employment, training and career development, as well as well-being and motivation at the work place.

**Others**

**1. Stoyanov, P., *SIMILARITIES AND DIFFERENCES BETWEEN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND SOCIAL MARKETING*, “Реторика и комуникации”, бр. 35, Юли 2018 ISSN 1314-4464 (<http://rhetoric.bg/editors-words-rhetoric-and-communications-e-journal-issue-35-july-2018>)**

In the modern business world, the swift global changes, ethical norms, environmental protection, the strict governmental regulations and the increasing power of society force organizations to give a new meaning to their role and to pay serious attention to social matters if they wish to keep their competitive advantage and to achieve their strategic goals. Organizations count on the successful practices of corporate social responsibility and social marketing in order to perform their social responsibilities and to achieve their sustained development. These two management methods, although often taken as close to each other, have different features and to a different extent help to achieve good interrelations with the parties involved, and the public as a whole.

**2. Stoyanova, Tsvetana, Stoyanov, Ph., *THE FEMALE LEADER – CHALLENGES AND DISTINCTIVE QUALITIES IN THE MANAGEMENT STYLE*// Education, Law, Business Madrid 2019, 89-95, ISBN 978-84-854922-0-5**

The topic of women in the management has become increasingly relevant and outstanding in recent years. There are a number of studies that prove that the most sustainable and successful are companies who have achieved a balance and representatives of both the genders are fully involved in making management decisions. This is dictated by the fact that women's style of management contributes to organizations being more successful because female leaders are more team-oriented, more democratic, more responsible, more precise, more loyal and respecting legal rules. On the other hand, men's specificity is their aspirations, their firm orientation towards the tasks and the ultimate goal, but at the same time they are authoritarian, controlling, punishing and less encouraging. Equal participation makes it possible to take the best qualities from both sides and to provide the organization with growth and prosperity. According to a study by the Swiss bank Credit Suisse, companies with at least one woman on the board of directors trade 26% more than the ones without female representatives. The data from

McKinsey consulting agency, also shows that companies with women in management are increasing their value by 17% compared to others that do not. A massive study of EY consulting company and Washington-based Peterson Institute for International Economics shows that Bulgaria is among the top five countries in the world that have made the most progress in terms of gender equality in business. Bulgaria is among the top 10 countries in the world also in terms of the share of women on the board of directors of the companies. All these trends determine the purpose of this publication, namely to analyze and highlight the main trends in the development of Bulgarian management and the challenges for women top managers in Bulgaria.

**3. Stoyanova, Tsvetana, Stoyanov, Ph., *STRATEGICAL APPROACH ON TALENT MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION*// Knowledge, vol. 31 №1., Institute of Knowledge Management, Skopje, 2019 pp.247-253, ISSN 2545-4439**

In today's business, the management focus is shifting from financial capital and technology to human resources, which requires developing new competencies in HR managers. Finding, developing and retaining valuable employees, and integrating these activities into a focused company strategy and policy, is key to achieving the business goals and success of the company.

Numerous studies and publications on this topic show how successful companies not only follow but also improve procedures and norms in human capital management, In today's world, those organizations that themselves, as commodities, are the most attractive in the labor market; organizations that do their best to attract, help develop and retain the best talent at all levels of the management hierarchy.

Organizations are now focused on a new set of strategic issues:

- How to make the recruitment process more efficient and effective, based on competence ("competencybased") rather than sorting CVs;
- How to develop managers and leaders, strengthen culture, establish values, and create a sustainable leadership development system;
- How to quickly identify gaps in key competences in order to provide training, e-learning or development programs to fill these gaps? How to use these gaps to hire just the right people;
- How to manage people in a consistent and measurable manner so that everyone is held accountable and motivated in accordance with their performance;
- How to identify high scores and successors of key positions in the organization;
- How to choose training that is adequate, flexible, timely and convenient?

Solving these challenging issues requires creating new processes and systems. They require close integration between the different HR functions and direct integration into business management processes. It is precisely the study of these challenges that is the purpose of this article.

**4. Stoyanov, Ph., *TALENT MANAGEMENT IN THE COMPANY'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SYSTEM*, Science and society · Fadette editions · Namur, Belgium · 2019, pp. 93-97, ISBN 978-2-5494-0322-7**

The analysis of the requirements for the position of the manager of corporate social responsibility in a sustainable development was carried out. The competence matrix of the corporate social responsibility manager was built.

**5. Stoyanov, Ph., *METHODS OF ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF SYSTEM OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BY THE FORM OF ASSESSMENT OF PARAMETERS*, Education, Law, Business · Cartero Publishing House · Madrid, Spain · 2019, pp. 40-43, ISBN 978-84-854922-0-5**

In this paper we propose indicators by which one can assess the social responsibility of the company. The use of basic indicators of the effectiveness of CSR implementation in a company's corporate management strategy requires the development of a company's standard, the content and form of social reporting to internal and external stakeholders. In the proposed model for evaluating the effectiveness of the CSR system in a company, an indicator characterizing the level of development of CSR is the integral index, which determines the cumulative effect of qualitative and quantitative parameters. For a quantitative assessment of the company's CSR, it is proposed: 18 indicators for internal CSR.

**6. Stoyanov, Ph., *SUMMARY ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE EU AND THE WORLD*, Science and practice, Midas S.A., Thessaloniki, Greece, 2019, pp. 47-51, ISBN 978-960-568-803-9**

Corporate social responsibility models in the EU and in the world are analyzed. It is proved that state support for the introduction of corporate social responsibility in the EU is the key to the efficiency of enterprises. We consider social programs based on philanthropy in the United States. The Japanese corporate model of the business family is analyzed.

**7. Stoyanov, Ph., *STIMULATION OF PERSONNEL AS AN ELEMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, Socio-Economic Prospects · Dingo Publishing · Melbourne, Australia · 2019, pp. 38-42, ISBN 978-0-9942661-9-4**

The directions of material and non-material incentives for personnel in EU corporations are considered. It is proved that the integration of tangible and intangible incentives for staff creates a synergy effect to ensure the achievement of the goals of the enterprises.

**8. Stoyanov, Ph., *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DEVELOPMENT TRENDS IN MODERN CONDITIONS*, Socio-Economic Prospects · Dingo Publishing · Melbourne, Australia · 2019, pp. 85-88, ISBN 978-0-9942661-9-4**

The tendencies of development of ecological entrepreneurship as an element of corporate social responsibility are considered. Elements of socially oriented enterprise policy are analyzed.

It is proved that environmental responsibility as a phenomenon emerged in response to exacerbation of environmental problems caused by man-made environmental loads.

**9. Stoyanov, Ph., *FORMATION OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MODEL BASED ON JUSTICE CONCEPT*, Science and innovation, Shioda GmbH Steyr, Austria 2019, pp. 46-49, ISBN 978-3-953794-29-6**

A model of corporate social responsibility based on the concept of social justice was built. The components of social responsibility are analyzed; economic (responsibility for the economic results of its activities and impact on the economic performance of stakeholders), environmental (responsibility for the impact of economic activities on the environment and the quality of life of stakeholders in this environment) and own social (responsibility for solving social problems arising from economic activities companies, or in some way related to). The author's vision of the internal content of the components of social responsibility is given.

**10. Stoyanov, Ph., *VERIFICATION OF SOCIAL REPORTING AS AN ELEMENT OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT SYSTEM*, Economics and Finance , 2019, Issue 6, pp. 87-98, Print ISSN: 2311-3413 Online ISSN: 2663-7952**

Based on the analysis of the current state of the existing methods of verifying the corporate social reporting in practice, we propose our own approach to the procedure of verification of corporate social reporting and responsibility, which includes: 1) assessment of the competence of the verified entity; 2) a systematic approach to stakeholder satisfaction based on an assessment of the level of importance of their requests; 3) an approach to a comprehensive assessment of the effectiveness of socially responsible activity of the enterprise, in which each economic indicator is a set of criteria characterizing the directions of development of the activity of the enterprise with certain effects.

**11. Stoyanov, Ph., *CHARACTERISTICS OF THE INSTITUTIONAL STRUCTURE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, Economics and Finance , 2019, Issue 6, pp. 98-104, Print ISSN: 2311-3413 Online ISSN: 2663-7952**

The theoretical basis for public administration development in the area of corporate social responsibility includes a number of theories that explain the behavior of individual agents in society and theories that justify the interaction of the private and public sectors in policy-making and decision-making. The reasons for involving the private sector in the development of corporate social responsibility are grouped into instrumental, moral, legitimate and political. Analysis of the theoretical basis for the interaction between the private and public sectors in the development of corporate social responsibility showed that the most important theories in this area are the concept of lobbying coalitions, stakeholder theory and institutional theory, and the forms and directions of state regulation of corporate social responsibility and institutional dependence characteristics individual countries.

**12. Stoyanov, Ph., *STRUCTURAL COMPOSITION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISE*, *Economics and Finance*, 2019, Issue 7, -- 68 p. P. 4-10, Print ISSN: 2311-3413 Online ISSN: 2663-7952**

An analysis of current approaches to understanding corporate social responsibility has proven that it is seen as a business philosophy when the organization's responsibility for the impact of its decisions and activities on society and the environment through transparency and ethical behavior is the basis for sustainable and sustainable development. The emergence and development of corporate social responsibility is related to the processes of globalization, especially in the economic sphere, the development of civil society and the growing influence of business on solving many social problems. Given the hierarchy of management decisions, corporate governance can be defined as an internal social responsibility environment that integrates CSR through the application of national corporate governance principles (codes). All productive and non-productive processes since the adoption of CSR must take place in accordance with the basic principles of social responsibility. Corporate Social Responsibility Corporate Responsibilities include distant and distant entities that may differ for businesses of all sizes and types of economic activity.

**13. Stoyanov, Ph., *FORMATION OF EFFECTIVE CORPORATE GOVERNANCE MANAGEMENT SYSTEM*, *Economics and Finance* , 2019, Issue 7, -- 68 p. P. 11-18 Print ISSN: 2311-3413 Online ISSN: 2663-7952**

It is substantiated that the conditions for effective integration of CSR in the corporate governance strategy are the presence of the last of the following elements: values of corporate culture, fixed in the codes of corporate behavior and other standards of business ethics, as well as a system of ensuring them in practice; clear enterprise development strategy; delegation of powers and clear allocation of rights; effective mechanism of interaction of management personnel with external auditors; internal control and security systems; staff incentive systems (financial, social, career); a system of information flows that ensures the internal needs of the enterprise and the level of transparency required for external contractors. Social responsibility should be considered as an important social resource of an enterprise, capable of shaping its competitive advantages, ensuring sustainability of development, adequately responding to internal and external social challenges, transforming them from limitations to advantages.

**14. Stoyanov, Ph., *STRATEGIC AREAS OF DEVELOPMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *Economics and Finance* , 2019, Issue 7, -- 68 p. P. 70-77 Print ISSN: 2311-3413 Online ISSN: 2663-7952**

An appropriate level of corporate social responsibility management can be ensured by improving the appropriate organizational and economic mechanism. Its main purpose is to ensure sustainable development through the establishment of long-term benchmarking between state and business. The most effective corporate social responsibility management tools that are appropriate to use to implement an organizational and economic mechanism are: setting requirements, norms and restrictions; training, dissemination of best practices; economic

incentives, taxation. Strategic directions of development of corporate social responsibility, which are specified by economic, social and ecological components, are presented and deepened.

**15. Stoyanova, Ts., Stoyanov, Ph. *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – A COMPETITIVE ADVANTAGE FOR ORGANIZATIONS*// 3 International Conference of Development and Economy 2018, Kalamata, Greece, Conference proceedings, pp. 274-281, ISBN 978-618-82146-5-1**

Tendencies in the world economy raise new and unexpected challenges before the business. The financial crisis and the economic decline in the last decade are only a part of the preconditions for the search of new methods of achieving competitiveness by the contemporary organizations. The ability to comply with the needs of the society, ie involving the organizations in solving social, ethical and environmental matters, can not only lead to the realization of financial profits, but also guarantees the achievement of competitiveness. The necessity of change in keeping the competitive positions business brings forward the Corporative Social Responsibility (CSR) as an optional leverage for improving the company performance.

**16. Stoyanov, Ph., *THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN BUILDING THE CORPORATE STRATEGY, SECOND INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE ITEMA Graz, 2018 pp.728-734, ISBN 978-86-80194-13-4***

Business organizations are the economic driver of society, and the realization of profit is their primary responsibility. However, in the current business climate, social issues become so important that corporate social responsibility is becoming a new field for competitive success. The biggest challenge for modern organizations is to develop CSR policies and practices to help develop the organization. The pursuit of the interests of all stakeholders has an impact in building all the dimensions of the organizational strategy.

**17. Stoyanov, Ph., *SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS: HISTORICAL DEVELOPMENT, Science, Technology and Innovations: Collection of scientific articles. - Pegasus Publishing, Lisbon, Portugal, 2019. - 132 p. – p.50-54, ISBN 978-989-54130-5-9***

The Corporate Citizenship Model is considered as a condition for the survival of humanity in modern conditions. The stages of formation of academic concepts of corporate social responsibility are analyzed. The problems of reporting on sustainable development of companies in accordance with the GRI conditions are identified.

**18. Stoyanov, Ph., *MODELS OF STATE ACTIVITY ON THE DEVELOPMENT OF PUBLIC POLICY OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, Science, Technology and Innovations: Collection of scientific articles. - Pegasus Publishing, Lisbon, Portugal, 2019. - 132 p. – p.55-59, ISBN 978-989-54130-5-9***

Foreign experience in the formation of national models of corporate social responsibility indicates that state policy in the field of social responsibility regulation is closely linked to socio-economic conditions, cultural traditions and peculiarities of national outlook. The differences between national models of corporate social responsibility are based on such factors as the role of the state in its formation, the degree of openness of public policy, the level of activity of business and the public sector in the implementation of ideas of corporate social responsibility.

**19. Stoyanov, Ph., *SOCIAL RESPONSIBILITY MECHANISM IN THE CORPORATE GOVERNANCE STRATEGY*, Research and Practice : Collection of scientific articles. - Lardy Publishing House, Paris, France, 2019. - 128 p. 54-56 ISBN 978-2-5355-4891-5**

Systemic and logical approaches have been selected and substantiated as a theoretical and methodological basis for integrating the mechanism of social responsibility into the corporate governance strategy of the enterprise.

**20. Stoyanov, Ph., *METHODOLOGY APPROACHES TO CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ASSESSMENT*, Research and Practice : Collection of scientific articles. - Lardy Publishing House, Paris, France, 2019. - 128 p. 57-69 ISBN 978-2-5355-4891-5**

The study of methodological approaches to the assessment of CSR found that the assessment is carried out using social (non-financial) reporting, index and rating, qualitative and quantitative methods.

**21. Stoyanov, Ph., *INDICATORS OF ASSESSMENT AND COMPETENCE OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE ENTERPRISES*, Research and Practice : Collection of scientific articles. - Lardy Publishing House, Paris, France, 2019. - 128 p.60-61 ISBN 978-2-5355-4891-5**

The assessment of any CSR object by any method requires the use of a particular system of indicators. Partial and general, quantitative and qualitative, external and internal indicators of CSR assessment are allocated.

**22. Stoyanova, Tsvetana, Ph. Stoyanov, *CORPORATE BRANDING THROUGH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, Global Trends and Challenges in the Era of the Fourth Industrial Revolution (The Industry 4.0)*, Dubrovnik, 2019, pp. 67-71, ISSN 1849-3645**

The role of corporate social responsibility (CSR) in the corporate branding process involves managing corporate image and reputation in the minds of others. Contemporary organizations are aware that CSR actions are being carefully monitored not only by consumers, but also by all stakeholders. Enhanced interest in social and environmental issues highlights the need for corporate branding strategies to reflect cultural trends in a wider environment to which organizations belong.

**23. Stoyanov, Ph., *METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, Economics and Finance , 2019, Issue 2, pp. 88-93, Print ISSN: 2311-3413 Online ISSN: 2663-7952**

The existing forms of non-financial reporting do not allow to assess the amount of company expenses for social programs. The solution to the issue of the further introduction of the social responsibility into the corporate management requires creation of the methodological base of management of the specified aspects of activities, as well as favourable conditions of interaction of all the stakeholders. For this purpose it is necessary to create relevant methodological prerequisites for improvement of management tools of social activity and social expenses of the machine-building enterprise with the aim of their development as the socially-oriented systems.

**24. Stoyanov, Ph., *RETROSPECTIVE FOR THE DEVELOPMENT OF THEORETICAL IDENTITY OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, Economics and Finance , 2019, Issue 3, pp. 91-96, Print ISSN: 2311-3413 Online ISSN: 2663-7952**

The study of theoretical sources shows that the discussion on the content of social responsibility continues in economic science for more than sixty years. During this period, numerous concepts related to corporate social responsibility have been developed, of which the most common are: corporate social responsibility itself, stakeholder management and corporate citizenship, business ethics and corporate philanthropy, sustainable development and corporate sustainability, triple reporting and corporate social reporting . A common feature of the concepts is dynamism and mutual influence as a result of changes in time and space, and meaningful changes in theoretical representations of social responsibility from voluntary social responsibility of business to public-legal responsibility at all levels of relations of society and business occur in: its priorities, functional content, composition stakeholders, methods of promotion, horizon of action and regulations.

**25. Stoyanov, Ph., *FORMATION OF INTERNAL TOOLS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF COMPANIES*, Economics and Finance , 2019, Issue 4, pp. 12-19, Print ISSN: 2311-3413 Online ISSN: 2663-7952**

Strategic tools are sufficiently developed, but tactical and operational have not yet become widespread and do not have a methodical basis. In particular, this applies to ethics maps, conducting social audits and preparing a social report. It is advisable to add a stakeholder map to the strategic one, which: identifies key groups of organizations and people who can influence the success of a company or which are affected by its activity. Corporate strategy of the company was developed and documented, which aimed at achieving not only economic results, but also at a long-term socially responsible interaction with the external environment, so it is an incoming regulatory framework for the formation of a social report governing strategic indicators of an economic, social and environmental nature.



**26. Stoyanov, Ph., MAJOR TRENDS AND HIERARCHICAL ROLE-BASED CERTAINTY OF ENSURING THE DEVELOPMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS, Economics and Finance , 2019, Issue 5, pp.,4-9  
Print ISSN: 2311-3413 Online ISSN: 2663-7952**

The study of the state of companies activity made it possible to assess their readiness to introduce the CSR mechanism into the corporate governance strategy as partial, since most companies are not sufficiently aware of the importance of CSR and perform socially responsible activities systematically. The reason is that Bulgarian society has long been isolated from world management thought, so today it is quite difficult for corporate-type companies to introduce new management concepts and organizational structures. However, they already show a certain social activity, which in many respects has a closed nature for the reasons of an underdeveloped tax system and a negative attitude towards the business community in society. The main ways to promote CSR and SRB are regulatory, informational, methodological, educational and consulting support.