

## РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИ ТРУДОВЕ

във връзка с конкурс за академична длъжност „доцент“ по професионално направление 3.8. „Икономика“, научна специалност „Икономика и управление (предприемачество)“, „Държавен вестник“, бр. 3/10.01.2025г.

(които не повтарят публикациите, представени за присъждане на ОНС „доктор“ и за заемане на академична длъжност „главен асистент“)

### *1. Хабилизационен труд – монография*

**Георгиева, С.** *Етническо предприемачество: нагласи за развитие на собствен бизнес от младежи от ромски произход*. София: Академично издателство – УНСС, 2024, 220 с. ISBN 978-619-232-869-6.

Монографията разглежда етническото предприемачество с фокус върху предприемаческите нагласи сред младите хора от ромски произход. Недостатъчните изследвания и познания за спецификите на ромското предприемачество на национално и на европейско равнище се отразяват на ефективността на политиките, насочени към техните заетост, приобщаване и интеграция.

В монографията се разглеждат развитието и значението на предприемачеството. Дискутират се ролята и важността му, както и неговата хетерогеност, която резултира във формирането на различни типове предприемачески дейности. В този контекст се разясняват използваните дефиниции, стратегическите насоки за развитие, както и мотивите и предизвикателствата пред младите хора за участие в предприемачески инициативи.

Анализът на предприемачеството сред ромите е предхождан от кратко представяне на същността на етническото предприемачество, както и на произхода на ромската общност, които оказват влияние и върху отношението на тази група към предприемаческите дейности. Специално внимание е отделено на характеристиките на трудови им дейности. Направен е опит да се разграничат различните прояви на предприемаческа активност от историческа, социална и икономическа перспектива.

Литературният обзор, включително политиките в областта на предприемачеството и стратегическите документи на национално и на европейско равнище, показва, че са необходими повече знания за предприемаческите нагласи на

младите хора от ромски произход. Представени са концептуалният модел и методите за провеждане на изследването. Проучването е структурирано и проведено в четири етапа. Чрез структуриран въпросник са анкетирани 442 респонденти. Анкетната карта обхваща седем модула, които са с определена тематична насоченост. Получените данни са представени в съответствие с формулираните модули и дават възможност за анализ и за оценка на профила на респондентите, за достъпа им до обучение по предприемачество, както и за опита им, придобит чрез включване в дейността на семеен бизнес. Изследвани са мотивите за избор на професия и очакванията относно предприемаческата дейност. Проучени са факторите, които влияят върху готовността за започване на собствена стопанска дейност, и съществуващият местен и институционален капацитет. Наред с това се правят обобщения за степента на готовност за започване на собствен бизнес, както и на бариерите, които ги възпрепятстват при вземането на това решение, и съответно стимулите, които могат да ги насърчат да изберат предприемачеството като своя кариера.

Въз основа на резултатите от изследването са направени изводи по разглежданата проблематика и са отправени препоръки към заинтересованите страни. Като се използва литературният обзор обобщенията са групирани в няколко клъстера – както по отношение на младежкото, така и на етническото предприемачество. На базата на проведеното литературно и емпирично проучване, както и на направените обобщения за предприемаческите нагласи, са отправени препоръки, които са класифицирани според адресата в няколко групи: държавни органи, които са ангажирани с образованието и предприемачеството в нашата страна (МОН, МИИ, МИР, ИАНМСП и ФФ), организации, които работят в областта на младежките дейности, включително и с етническите малцинства (НПО и фондации), училища и висши училища, органи на местното самоуправление (кметове и общински съвети) и медии.

## ***2. Публикувана глава в колективна монография***

**Георгиева, С.** *Най-изявени представители на предприемаческия дух: отраслови пионери, иноватори и създатели на български търговски марки, социални предприемачи. Вдъхновяващи примери – жизнен път и постижения.* Георгиева, С. Д., С. Ц. Георгиева, Ц. П. Давидков, Д. И. Йорданова, К. Г. Коларов, П. Д. Пенчев и Р. И. Симеонова-Ганева. *История на българското предприемачество.* София: Агенция за насърчаване на МСП, 2022, с. 131 – 152. ISBN 978-619-188-946-4.

В тази глава от книгата „История на българското предприемачество“ са представени изявени български предприемачи в периода от Освобождението на България през 1878 г. до политическите, икономическите и социалните промени, настъпили през 1944 г. Включени са личности, които основават и управляват фирми, превърнали се в лидери в определен отрасъл, внедряват иновации, създават български търговски марки и/или тяхната предприемаческа дейност е имала изразен социален ефект. Със своето предприемаческо поведение и обществена ангажираност в сложни времена те успяват да изградят успешни компании и да постигнат наистина забележителни резултати и биха могли да бъдат вдъхновители и добър пример и днес. Представени са предприемачите Мито Орозов, Пенчо Семов, Ненчо Палавеев, Велизар Пеев, Стефан Обрейков, Обрейко Обрейков, Емануил Габровски и Никола Чилов. Техните лични и предприемачески истории се различават и така обрисуват в по-голяма цялост епохата, в която живеят и развиват своя бизнес. Специално внимание е обърнато и на жените в предприемаческата дейност през този период от развитието на България. Представена е историята на Савка Тошева, която създава и управлява успешен собствен бизнес, съчетавайки предприемаческата дейност с ролята на дъщеря, съпруга и майка на четири деца. Постижението ѝ е значимо не само по финансово-икономически показатели, но и поради факта, че е реализирано в патриархално общество с определени очаквания за поведението на жените. Представените личности показват не само предприемаческо майсторство и качества като инициативност, смелост, отдаденост, трудолюбие, воля, мащабност в мисленето и действията, но и силна социална ангажираност, хуманност и безспорно родолюбие.

**Георгиева, С., К. Коларов.** *Българи предприемачи далеч от България.* Георгиева, С. Д., С. Ц. Георгиева, Ц. П. Давидков, Д. И. Йорданова, К. Г. Коларов, П. Д. Пенчев и Р. И. Симеонова-Ганева. *История на българското предприемачество.* София: Агенция за насърчаване на МСП, 2022, с. 204 – 216. ISBN 978-619-188-946-4.

В тази глава от „История на българското предприемачество“ са представени изявени българи, които са развили предприемачески дейности и са изградили успешни бизнеси далеч от България след настъпилите промени в политическия и социално-икономическия живот през 1944 г. в нашата страна. Новият строй, формиран след 1944 г., чиято идеология е несъвместима със свободната стопанска инициатива, принуждава редица от предприемчивите ни сънародници да търсят спасение извън пределите на родината.

Избрали свободата и тежкия живот в емиграция, представените личности постигат забележителни резултати в предприемаческата си дейност. Нещо повече, превръщат се във видни общественици в държавите, в които живеят и развиват своя бизнес. Представени са историите на Шевкет Чападжиев, Фил Филипов и Игнат Канев. Включен е и световноизвестният творец от български произход Христо Явашев-Кристо. Наред с техните нелеки житейски истории и забележителен предприемачески път, се обръща внимание и на принципите им за постигане на успех в непозната и чужда среда, принудени да започнат живота си отначало. Всеки от тях постига значими резултати в сферата си на дейност, използвайки собствени подходи, които поради универсалността си са актуални и днес. Включването на Кристо в контекста на предприемаческата дейност е адресирано към артистите, работещи в творческите и креативните индустрии, тъй като накратко се разяснява неговият уникален бизнес модел, в който предприемачеството и изкуството не са паралелни, а взаимно допълващи се елементи в цялостния му подход.

### **3. Публикуван учебник**

**Георгиева, С.** *Основи на предприемаческата дейност*. София: Издателски комплекс – УНСС, 2024, 240 с. ISBN 978-619-232-807-8.

Учебникът „Основи на предприемаческата дейност“ цели да подпомогне подготовката на студентите, изучаващи предприемачески дисциплини, в осъществяването на своите бизнес идеи и да им даде по-голяма увереност и възможност за постигане на желаните резултати. В него са включени основни теми и концепции от областта на предприемачеството. Всяка тема е илюстрирана с разработени казуси и примери, които са с фокус върху българската практика.

Първата тема е посветена на същността и спецификите на курса, както и на ключови въпроси, които стоят пред потенциалните и реалните предприемачи. Втората тема разглежда развитието на предприемачеството от древността до наши дни. Наред с това е изяснено и неговото значение за обществено-икономическите и социалните процеси. В третата тема се обръща внимание на характеристиките и типологиите на бизнес организациите. В следващите две теми се разглеждат някои от ранните схващания, класическите теории и съвременните концепции за предприемачеството и спецификите в дейността на предприемача. Шеста, седма и осма тема са посветени на видовете

предприемаческа дейност – наред с базовите (фамилно, корпоративно, трансгранично, международно, арт и креативно предприемачество) и приобщаващите (социално, женско, младежко, етническо (малцинствено), „сребърно“ предприемачество), са изяснени и бързо развиващите се и особено актуални днес екологично и дигитално предприемачество. Сътрудничеството между изследователите и предприемачите е разгледано в деветата тема, а десетата е посветена на ключовите аспекти на предприемаческия процес. Следващата тема засяга публично-частното партньорство и възможностите в рамките на това сътрудничество както за бизнеса, така и за публичната власт. Различните форми за насърчаване на предприемачеството, както и глобалните измерения на дейността на предприемачите днес, са представени в последните две теми на учебника.

В приложенията е добавен казус на български и на английски език, представящ добра практика за коопериране между българска компания и висше училище, което позволява той да бъде използван в учебния процес на студенти, изучаващи предприемачески дисциплини на английски език.

Проблематиката на предприемаческата дейност обхваща голям диапазон и многообразие от теми, поради което не е възможно всички те да бъдат разгледани и задълбочено представени в рамките на една книга. Това е причината в изданието да са подбрани такива, които са не само базови, но и ключови и актуални поради средата за развитие на предприемачеството днес, най-вече в нашата страна. Учебникът „Основи на предприемаческата дейност“ е предназначен както за студенти от специалност „Предприемачество“, специализация „Бизнес предприемачество“, изучаващите дисциплината „Основи на предприемачеството“, така също и за всеки, който има интерес към предприемачеството и стремеж да създаде и управлява свой бизнес. Учебникът може да бъде полезен и за действащите предприемачи – за допълване и надграждане на познанията.

#### ***4. Студии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация***

**Georgieva, S.** *Entrepreneurship Among Young People of Roma Origin – Attitudes and Perceptions*. In: Kot, S., Khalid, B., Haque, A.u. (eds) *Corporate Practices: Policies, Methodologies, and Insights in Organizational Management*. EEEU 2023. Springer

Proceedings in Business and Economics. Springer, Springer Nature Singapore Pte Ltd., ISBN 978-981-97-0995-3, ISBN 978-981-97-0996-0 (eBook), pp. 133 – 152, 2024.

Развитието на младежкото предприемачество и изясняването на готовността на младите хора да започнат собствен бизнес е проблематика, която се радва на значим и постоянно нарастващ изследователски интерес. Причините за това се коренят в приносите, които предприемаческата дейност има за икономиката, както и в социално-обществен план. В контекста на младежкото предприемачество създаването на собствен бизнес е алтернатива на безработицата сред младите хора, а наред с това дава възможност за изява и реализиране на иновативни идеи. Публикацията дава повече яснота за възприятията и за очакванията относно предприемаческите инициативи сред най-значимото малцинство в Европа, а именно – ромската етническа общност. Прави впечатление големият брой научни публикации, които изследват културната идентичност и самобитните традиции на ромите, както и демографските и социално-икономическите предизвикателства, пред които са изправени, но не се знае много за готовността им да започнат собствен бизнес. Тези констатации правят особено важно изясняването на начина, по който се възприема предприемачество, както и какви очаквания имат конкретно младите хора от ромския етнос към създаването и управлението на собствена фирма. В това се изразява и новостта на публикацията – изследване и анализ на отношението към предприемачеството и желанието за развиване на предприемаческа дейност. Данните, получени чрез провеждане на изследване чрез структуриран въпросник, позволяват разкриване на определени връзки и зависимости, които са база за направените конкретни обобщения. В най-голяма степен може да се твърди, че младите хора се нуждаят от повече знания за предприемаческия процес – от първите стъпки на създаването на собствен бизнес до подходите за неговото разрастване. Очертава се и потребността от целенасоченото им насърчаване, за да преодолеят неувереността си и да изберат за свой път на развитие предприемаческата кариера. Освен това институциите и организациите трябва да бъдат по-активни в работата с младежите от тази етническа група по отношение на позитивното представяне на ролята на дейността на предприемача и значението на предприемачеството като цяло.

**Georgieva, S.** *Women's Entrepreneurship – Segmentation and Management Dimensions.* [Przedsiębiorczość Kobiet – Segmentacja I Wymiary Zarządzania] Polish Journal of

Женското предприемачество е тема, която привлича интереса не само на изследователите, но и на представители на подкрепящите бизнеса институции и организации. Прави впечатление голямото внимание към тази област в различаващи се по степента си на развитост държави – от най-напредналите в икономическо отношение до развиващите се. В този смисъл обогатяването на проблематиката в специфични културни контексти е от важно значение за нейното по-добро разбиране. Същевременно жените предприемачи често се разглеждат като хомогенна група и не се отчита голямото разнообразие от характеристики, които водят до различия по отношение на тяхното бизнес представяне. Поради тази причина публикацията е фокусирана върху сегментирането на жените предприемачи по определени признаци. Данните са получени от проведено проучване чрез структуриран въпросник сред 178 български жени предприемачи. Използвани са десет оригинални променливи. Чрез проведен клъстерен анализ са обособени три групи на жените предприемачи. Резултатите показват, че първият клъстер включва тези, които са водени от желанието за независимост. В предприемаческата си дейност те залагат на качеството на продуктите/услугите, персоналното обслужване на клиентите, семейното отношение към служителите, както и на своите лични компетенции и контакти. Този клъстер е доминиран от млади жени с висше образование. За разлика от него, третият клъстер включва жените, които са предприемачи по необходимост – за да избегнат безработицата. Тук преобладават по-голямата възраст и по-ниското образование. Вторият клъстер е междинен на първата и третата група. Чрез сегментиране по определени променливи публикацията допринася за по-задълбочено разбиране на женското предприемачество и дава по-добра ориентация за целенасочено управление на ресурсите и по-правилен избор на начините за оказване на подкрепа, което е предпоставка за повишаване на ефективността на политиките, провеждани в тази област.

**Georgieva, S.** *Support for Improving the International Performance of Small and Medium-Sized Enterprises.* Economic Alternatives, 2020, Issue 1, pp. 164 – 183. ISSN 1312-7462 (Print), ISSN 2367-9409 (Online).

Във фокуса на публикацията е оказваната подкрепа за интернационализирането на българските малки и средни предприятия. Тази размерна група предприятия има

доминиращото присъствие в нашата икономика и дава своя принос, включително чрез успешно присъствие на международните пазари. Данните от изследването са получени чрез стандартизиран въпросник. Проучени са 500 компании, които са различни по размер, секторна принадлежност и тип на собствеността. Приносът на публикацията се състои в разкриването на най-предпочитаната от предприемачите/мениджърите подкрепа в процеса на тяхната интернационализация, както и участието на различните власти в насърчаването на задграничната им дейност. Резултатите показват, че най-предпочитаните услуги за подпомагане на интернационализацията на малките и средните български фирми са: предоставяне на надеждна информация за чуждите пазари; подкрепа за участието им на изложения и панаири, където могат да представят своите продукти и да „си сверят часовника“ с конкуренцията; подпомагане за намиране на подходящи за тяхното развитие партньори, с които да формират отношения, включително и със стратегически характер. Нерядко в своята дейност предприемачите получават подкрепа под някаква форма от институциите на регионално равнище, което разкрива и потенциала им да са ефективен партньор на предприятията от сектора на дребния бизнес със стремеж и потенциал за международна дейност. Наред с това се потвърждава и необходимостта от по-добро познаване на нуждите и спецификите на фирмите, особено по отношение на тяхната интернационализация. Те са една значима част от бизнес организациите в нашата страна и могат да имат по-голяма роля в икономическото развитие, както и в успешното международно представяне на произведените от тях стоки и услуги.

**Georgieva S. Vasilka M., Kolarov K.** *The Use of University Research Products in Entrepreneurial Practice: Specifics According to Size Class of Enterprises and Sectors of Economic Activities* Ikonomicheski Izsledvania, 2023, Volume 32, Issue 8, pp. 142 – 163. ISSN 0205-3292.

Студията е насочена към изясняване на влиянието, което големината на бизнеса и секторът, в който оперират фирмите, оказва върху необходимостта от използване на научни продукти, създадени от висшите училища в страната, в тяхната дейност. Изследването се базира на предприемаческата перспектива. Ефективното партньорство между бизнеса и академията предоставя редица ползи както за повишаване на конкурентоспособността на предприятията, така и за развитието на науката. Това сътрудничество е източник на иновации, които осигуряват преимущество за



предприятията, особено в среда, която се отличава с висока степен на несигурност, изменчивост и динамична конкуренция.

Изследването е проведено чрез структуриран въпросник, като са анкетирани предприемачи/мениджъри от 904 предприятия, които работят на територията на цялата страна. Резултатите показват, че има правопрпорционална зависимост между нарастването на размера на бизнеса и използването на научни продукти в дейността им. Установяват се разлики във вида и в начина на прилагане на резултатите от научната дейност във висшите училища в зависимост от големината на бизнеса. Същевременно се констатира, че оценката на предприемачите за нуждата от трансфер на научни продукти в тяхната дейност не се променя с нарастването на размера на предприятието. Наред с това данните показват, че секторът, в който оперират предприятията, оказва влияние върху интензитета на изграждането на партньорски отношения с университетите.

Публикацията допълва знанията за създаването и развитието на партньорски отношения между бизнеса и висшите училища в България. Влиянието на размера на предприятията и секторът, в който те оперират, върху интензитета на кооперирането с академията и използването на научни продукти, може да подпомогне предприемачите при разработването на бизнес стратегии, от една страна, а от друга – висшите училища при стратегическите решения за съвместна работа с бизнеса. Познаването на това взаимодействие може да ориентира институциите и организациите, които подкрепят българските предприятия, в необходимите им услуги и по този начин да се повиши иновативният капацитет и конкурентоспособността бизнеса.

Kolarov, K., **S. Georgieva**. *Management Features in Bulgarian SMEs as Determinants of Business Internationalization*/, Polish Journal of Management Studies, 2020, Vol. 22, N 1, pp. 279 – 294. ISSN 2081-7452, DOI: 10.17512/pjms.2020.22.1.18.

В публикацията се разкриват специфичните особености, характерни за мениджмънта в малките и средните предприятия в нашата страна, които могат да се разглеждат като детерминанти в процеса на интернационализация на дейността им. Данните са получени въз основа на проведено изследване сред 468 предприятия, които са от посочените размерни групи. От общата съвкупност са изключени аргументирано микропредприятията. В проучването са обхванати компании, които са различни по големина, вид на собствеността, типа на управление, начина и равнището на тяхното

представяне на международните пазари. Наред с това се обръща внимание на характеристиките на предприемачите, както и на техните потенциални наследници, които в бъдеще ще поемат управлението на фамилните фирми. Изследването на този аспект е във връзка с извършването на анализ на последователността и постигането на ефективност в управлението на процеса на интернационализация. Сред получените резултати е констатирането на ключовото значение на формирането на подходящи екипи, които са ангажирани с планирането, организирането и управлението на международното представяне на фирмата при отчитане на размерната група на съответния бизнес. Дискусионна остава ролята на членовете на семейството, които участват в управлението на фамилната фирма в контекста на нейната интернационализация.

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

**Георгиева, С.** *Социално предприемачество и социална жилищна политика в контекста на местните власти: пресечни точки.* Недвижими имоти & Бизнес, 2024. с. 136-144, ISSN 2603-2759 (Print), ISSN 2603-2767 (Online).

Пресечните точки между правомощията и отговорностите на властите на различни равнища относно необходимостта от провеждане на социална жилищна политика, от една страна, и решенията, които предлагат социалните предприемачи – от друга, е основният изследователски въпрос в публикацията. Анализът на проблематиката допринася за по-обхватно разбиране и на тази база – за предприемане на съвместни действия със синергичен ефект на регионално равнище. Социалното предприемачество има различни форми и проявления. То може да допринесе за намаляване на някои значими социални проблеми, пред които са изправени обществата днес. Проблемът с осигуряването на жилища на лицата, които временно или за продължителен период са останали без собствен дом, нерядко е предизвикателство за отговорните институции. Поради това фокусът на публикацията е именно върху ролята на социалните предприятия в контекста на социалната жилищна политика. Разглеждат се нормативната и стратегическата уредби, наличните финансови ресурси, начините и бенефициентите на оказваната подкрепа, възможностите за сътрудничество между социалните предприемачи, строителните фирми и властите на регионално и на национално равнище. В резултат на направеното проучване може да се обобщи, че е необходимо засилване на

диалога между заинтересованите страни относно осигуряването на социални жилища и достъпна среда. Наред с осигуряването на подслон и достъпна инфраструктура, участието на социалните предприемачи и социалните предприятия може да добави стойност чрез реализиране на програми с образователен характер, осигуряване на заетост и интегриране в социалния живот. Още повече че част от социалните предприемачи имат натрупан опит и познания в работата с уязвими групи. С развитието на подходяща нормативна уредба е важно да се изграждат и ефективни партньорства между ангажираните с този проблем власти, социалните предприемачи и бизнеса.

**Georgieva, S.** *Youth Ethnic Entrepreneurship: Success Factors in Business*, 13th International Scientific Symposium Region, Entrepreneurship, Development, Economy of eastern Croatia – Vision and Growth The Faculty of Economics and Business in Osijek (Under the auspices of: Croatia Republic of Croatia Ministry of Science and Education), Osijek, 2024, pp. 152 – 165. ISSN 1848-9559.

В публикацията се разглеждат и оценяват основните фактори, които оказват въздействие върху представянето на българския бизнес, най-вече в контекста на малките и средните предприятия. Респондентите са млади хора и в рамките на проведеното изследване се изяснява тяхното мнение за влиянието на личните качества и амбицията на предприемача, наличната подкрепа от страна на държавата и от близките хора, самоувереността, както и значението на късмета за успех в бизнеса. Публикацията е структурирана в три части. В първата част е направен преглед на литературата по основните въпроси, свързани с темата. Специално внимание е обърнато на идентифицираните фактори, които влияят на млади хора относно решението да започнат предприемаческа дейност. Във втората част са представени основните методологични аспекти на изследването, а в последната се показват данни от направеното проучване и се дискутират получените резултати. Констатирана е статистически значима разлика по отношение на твърденията, че бизнес успехът зависи от амбицията, личните качества и самоувереността на предприемача, както и от подкрепата, оказана от неговите близки. Установени са различия между групата на изучаващите и тази на неизучаващите предприемачески дисциплини в училище/университет. Подобни разлики са констатирани и в зависимост от местоживеенето на респондентите по отношение на твърденията, че самочувствието и щастливите обстоятелства имат влияние за успеха на предприемача в неговата бизнес дейност. Получените резултати показват важността на

съдържанието на учебните програми и методите за обучение по предприемачество. Наред с предоставянето на знания, обучението въздейства върху формирането на отношение към предприемачеството и начина, по който се оценяват факторите, които влияят върху успеха в бизнеса и в крайна сметка – върху решението за стартиране на собствена фирма. Мястото, където младежите живеят, е от съществено значение за формирането на техните очаквания и представи за самостоятелна стопанска дейност, тъй като определя достъпа им до качествено образование, изграждане на социален капитал и среда за лично и професионално развитие.

**Георгиева, С.** *Икономически и социални измерения на креативното предприемачество*. Членството на България в Европейския съюз: шестнадесет години по-късно. „International Economics and Politics“ (том I). Faculty Department of „International Economic Relations and Business“ (октомври, 2023). София: Издателски комплекс – УНСС, 2024, с. 112 – 121. ISSN 2815 2719.

В обхвата на изследването попадат социалните и икономическите измерения на предприятията, които се създават и се развиват в креативната икономика. Наред с увеличаване на броя на бизнесите в креативните индустрии, се променят и създаваните от тях работни места и постиганите финансово-икономически резултати. Сред проявленията на креативното предприемачество често е и социалният му ефект. Нерядко социалните предприемачи изпълняват креативните дейности, с което се отличават и допринасят за диверсификацията на продуктите и услугите, стремейки се да постигнат устойчивост на бизнес организацията. Публикацията е структурирана в увод, изложение и заключение. Изложението е разделено в три части. В първата част се дискутира същността на предприемачеството, във втората част се представят основните икономически измерения на креативното предприемачество, а в третата – социалните му характеристики и неговата връзка със социалното предприемачество. Креативното предприемачество дава своя принос за икономическото развитие, особено ясно забележимо през последните десетилетия. Наред с това то е източник на нови идеи и иновативни решения на регионално и на национално равнище. Творческият заряд, който е присъщ на човека, и използването му в дейността на социалните предприятия допринася за генериране на повече социални ползи, най-вече за групите в неравностойно положение. Същевременно се отчита необходимост от по-задълбочено изследване на връзката между креативното и социалното предприемачество за повишаване на

конкурентоспособността на социалните предприятия и за засилване на социалния ефект, генериран от бизнесите в креативните индустрии. Направените заключения могат да са полезни за изследователите в тази област, управленците на различни равнища – местни и национални, и при съставянето на учебните програми в училищата и университетите.

**Георгиева, С.** *Предизвикателства пред местните власти в подкрепата на социалните предприятия в условия на криза.* Трудът и социалната защита в условията на глобални обществени, икономически и социални промени (Юбилейна научна конференция, 31 май 2023). София: Издателски комплекс – УНСС, 2023, с. 463 – 473. ISBN 978-619-232-731-6.

Социалното предприемачество комбинира предприемаческата инициатива, институционалната ангажираност и социалните каузи. През последните десетилетия се констатира засилен и траен интерес към социалните предприемачи. Това не е случайно, а е обусловено от възможностите, които предоставя този тип предприемачество, и приноса му за намаляване на някои от значимите обществени проблеми. Немалка част от социалните предприемачи се опитват да предложат решения на предизвикателствата, които са във фокуса на вниманието на местната власт. Това извежда на преден план необходимостта от ефективно сътрудничество между местната власт и социалните предприемачи, което може да допринесе за успеха на дейността на социалните предприятия и за намиране на отговор на социалните и екологичните проблеми, стоящи пред местните общности. В условия на криза нуждата от такова партньорство вероятно е още по-силна поради изострянето на редица социални проблеми. Отчитайки тези обстоятелства публикацията има за цел да разгледа възможностите за сътрудничество и бариерите във взаимоотношенията между местните власти и социалните предприятия, включително в условия на криза. Органите на местното самоуправление и местните администрации стоят най-близо до хората и са пряко отговорни за намирането на решения на ежедневните им проблеми, както и за формирането на стратегическа визия за развитие на съответния регион. В изпълнение на техните правомощия ценен източник на идеи и подходи за намиране на решения в социално-икономически план са и социалните предприемачи. Публикацията допринася за по-доброто познаване на социалното предприемачество в контекста на местната власт. Изяснени са и са анализирани налични проучвания, наред с нормативни и стратегически документи. Публикацията е разделена в две части. В първата част са изяснени базовите особености

и характеристиките на този тип предприемаческа дейност, а във втората – значението на местната власт за развитието на социалното предприемачество. Накрая са направени някои обобщения по представената проблематика.

**Георгиева, С.** *Конкурентоспособност на жените предприемачи в България.* – В: Социално-икономически анализи, 2021, том 13, бр. 2, с. 200 – 210. София: Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“. ISSN 1313-6909 (Print), ISSN 2367-9379 (Online).

В статията се изясняват и оценяват предпоставките и ролята на подготовката, и на придобиването на специфични знания, които влияят върху предприемаческата активност на жените предприемачи, както и на конкурентоспособността на създаваните от тях бизнеси. Данните показват, че през последните десетилетия дамите се впускат все по-активно в предприемачески дейности. Наред с това се интензифицира и изследователската работа в тази област. Сред причините са безспорният принос на женското предприемачество към развитието на регионалните и на националните икономики, създаването на работни места, диверсифицирането на продуктите и услугите и динамизирането на стопанския живот. Основните идентифицирани въпроси, които се нуждаят от изясняване, са: кои са предпоставките за по-активното включване на жените в бизнеса, какво влияние оказва обучението и кои знания в областта на икономиката и бизнеса са нужни на жените за успешното реализиране на предприемаческите им инициативи. Статията допринася за изследване на основните фактори, значението на обучението по предприемачество и необходимостта от специфични знания за оцеляването и развиването на създадените и управляваните от жени собствени фирми. Всичко това се отразява върху формираните конкурентни предимства и на пазарната позиция на техните бизнеси. Получените резултати спомагат и за по-доброто разбиране на женското предприемачество в нашата страна. Според жените предприемачи, участвали в изследването, най-важни за успех в бизнеса са личните качества на предприемача, благоприятната бизнес среда и ефективната работа в мрежи. Доминиращата част от тях считат, че образованието е ключов фактор за успех в предприемаческата дейност. Според анкетираните знанията по предприемачество и мениджмънт, както и в областта на счетоводството, финансите и маркетинга, са необходими за започване и за развиване на собствен бизнес.

**Георгиева, С.** *Институционална подкрепа за внедряване на научните резултати в предприемаческата дейност.* Шестнадесета международна научна конференция на младите учени на тема „Икономиката на България и Европейския съюз: предизвикателството COVID-19“, 12.02.2021 г. (сборник с доклади). София: Издателство на ВУЗФ „Св. Григорий Богослов“, 2021, с. 664 – 671. ISBN: 978-619-7622-04-1.

Целта на публикацията е анализ на предоставянето на институционална подкрепа, насочена към засилване на трансфера на технологии, и създаването на научни продукти в българските университети и научните организации. Разгледани са някои основни институции, които работят за насърчаване на научно-изследователската и на развойната дейност, както и за внедряването на научните резултати в предприемаческата практика. Направени са обобщения относно политиките, от които научните организации и висшите училища се нуждаят, с цел по-интензивно създаване на научни продукти/резултати и техният трансфер от предприятията в реалната бизнес среда. Предизвикателствата в тази област изискват координиране и целенасочена политика от заинтересованите институции и организации. В известен смисъл може да се отбележи, че развитието на науката и внедряването на резултатите в бизнеса са сред приоритетите в политиките и дейността на някои институции. Засилването на конкурентоспособността на българския бизнес и постигането на устойчив икономически растеж изисква ресурсно осигуряване на научно-изследователската и на развойната дейност и създаване на предпоставки за внедряване на научните постижения в дейността на предприятията.

**Georgieva, S.** *Significance of Entrepreneurs' Education for Competitive Performance in International Business Environment.* 10th International Conference The Future of Education Virtual Edition (Florence, Italy, 18 – 19 June 2020), ed. Pixel, 2020, pp. 256 – 260. ISBN 978-88-85813-87-8, ISSN 2384-9509, DOI: 10.26352/E618\_2384-9509.

Фокусът на публикацията е върху подготовката на предприемачите за успешно международно представяне на създаваните и управляваните от тях предприятия. Интернационализирането на бизнеса и разширяването на присъствието на компаниите на задграничните пазари изисква специфични знания и умения, които предприемачите, мениджърите и ключовите специалисти е необходимо да притежават и да развиват непрекъснато. Заключениета са формулирани чрез обобщаване на данните от направеното проучване сред представители на фирми, които имат опит в процеса на интернационализация. Представени са и курсове, които са част от подготовката на

студенти, изучаващи предприемачески дисциплини, включително насочени към международното предприемачество и интернационализацията на бизнес дейността. Проучването сред фирмите е допълнено с анкетиране на студенти, които са потенциални предприемачи или ще поемат управлението на техните семейни компании. Констатира се, че интернационализираните фирми в нашата страна са създадени и се управляват от предприемачи/мениджъри, които имат високо образование. Вероятно придобитите знания и развитите умения в процеса на тяхното обучение, наред и с други фактори, са подпомогнали решението им за участие на международните пазари. Подготовката и адаптирането на учебните програми, в които се отразяват глобалните процеси и трансформациите в бизнеса, са сред водещите предизвикателства, пред които са изправени образователните институции. Предоставянето на необходимите познания е сред предпоставките за изграждане на по-успешно опериращи в глобална бизнес среда български предприемачи.

**Georgieva, S.** (2020) *Science – Business: Challenges the Development of Science Faces and How Business Uses Research Results*. Strategiczne perspektywy rozwoju współczesnego biznesu. – Ministerstwo Szkolnictwa i Nauki Ukrainy, Uniwersytet Państwowy im. Iwana Franki w Żytomierzu, Ukraina Państwowy Uniwersytet Ekonomiczny w Odessie, Ukraina Państwowa Uczelnia im. Stefana Batorego, Skierniewice, Polska Uniwersytet Św. Cyryla i Metodego, Wielkie Trnowo, Bułgaria. 2020, pp. 96 – 101. ISBN 978-83-61467-92-2.

Публикацията е посветена на актуалната тема за подобряване на сътрудничеството между българския бизнес и висшите училища. Тази проблематика се разглежда през призмата на нормативната уредба. Анализират се основните нормативни документи като една от предпоставките за формиране на работещи и устойчиви модели за изграждане и развитие на партньорства със стратегически характер между науката и бизнеса. Изследва се стратегическата рамка, която създава условия за насърчаване на трайното взаимодействие между изследователските организации и предприятията. Публикацията допринася за обогатяване на анализа на стратегическите документи, които са насочени към повишаване на използването на резултатите от академията, в дейността на бизнес организациите с цел засилване на тяхната конкурентоспособност, както и на конкурентното предимство на националната икономика. Установява се големият брой стратегии, програми, планове и мерки, които са насочени към развитието на науката и внедряването на иновации в предприемаческата дейност. Сред ключовите области, които



са идентифицирани и очертани за въздействие, са: развитие на инфраструктурата и човешките ресурси в научните организации; активизиране на участието в международната изследователска общност; баланс в научно-изследователската дейност и динамизиране на отношенията на науката с отделните социални сфери. Идентифициран проблем е недостатъчното равнище както на публичните, така и на частните инвестиции. Наред с това е необходимо по-активно участие от страна на структурите на гражданското общество, които могат да допринасят за развитието на научните изследвания и за внедряването на техните резултати в бизнеса.

**Georgieva, S.** *Social Entrepreneurship – Education – Local Authorities: Historical Roots and Future Strategies*. Професионално образование, 2024, кн. 2 – 3, с. 147 – 157. ISSN 1314–555X, ISSN 1314–8567 (Online), <https://doi.org/10.53656/voc2024-2-3-05>.

Статията проследява развитието на социалното предприемачество в нашата страна като се анализира този тип предприемаческа дейност в контекста на ролята на общинското управление и на образованието. Приносът е именно в оценяването на връзките между тези участници в екосистемата на социалните предприемачи и направените обобщения, които могат да са полезни в процеса на формиране и реализиране на стратегии в образователната система за подкрепа на социалната и на солидарна икономика, както и на провеждането на политики от регионалните администрации и от органите на местното самоуправление. Опитът, натрупан в предприемачеството и в социалните дейности през различни исторически периоди, и неговият обективен анализ са предпоставка за изграждане на подкрепяща екосистема за социалното предприемачество. Във връзка с това следва да се отбележи, че социални елементи се откриват в дейността на редица наши успешни в миналото предприемачи. Значим е и приносът на читалищата в социокултурния и в обществения живот, както и на кооперативното движение. Социалните предприемачи могат да бъдат подкрепени от образователните институции чрез осигуряване на тяхната по-добра подготовка, инфраструктура и партньорска мрежа. Общинските власти могат да ги подпомогнат чрез съдействие за повишаване на тяхната разпознаваемост и наличните им ресурси. Сътрудничеството на училищата и университетите с властите на местно равнище в подкрепа на социалното предприемачество би довело до подобряване на регионалното развитие чрез намаляване на някои от локалните социални проблеми и въвеждане на социални иновации.

**6. Студии, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове**

**Георгиева, С.** *Женско предприемачество: основни характеристики, равнопоставеност, подкрепа.* Икономически и социални алтернативи, 2021, бр. 4 с. 16 – 29. ISSN 1314-6556.

Предмет на публикацията са равните възможности за стартиране и за развиване на собствен бизнес и в този контекст – анализ на женското предприемачество. Според обхванатите в изследването жени предприемачи се проучват и се оценяват предимствата им при осъществяването на предприемаческа дейност – по какъв начин е подходящо да се стимулират техните бизнес инициативи и как може да се подобри пазарното представяне на предприятията им. Наред с това се показват някои основни характеристики на женското предприемачество. Публикацията допринася за отчитане на мнението на дамите със собствен бизнес относно равнопоставеността им в предприемачеството. Резултатите показват, че две трети от тях считат, че в нашата страна те имат напълно равни възможности с мъжете. Причините за това са както социокултурни, политически и икономически, така и равният достъп до образование и възможности за професионално развитие. Разкрити са силните страни на жените предприемачи, като основно се посочват техните меки умения, адаптивност и изграждане на добра работна среда за персонала. Според получените отговори необходимата подкрепа за развитие на женското предприемачество обхваща по-лесен достъп до капитал, по-голяма „видимост“ на жените предприемачи, повече знания за предприемаческия процес, както и активно включване в менторски програми. Тези резултати могат да бъдат използвани от институциите и от организациите в нашата страна, които работят в областта на женското предприемачество, при формирането на политики за подкрепата и развитието му.

## SUMMARIES OF SCIENTIFIC WORKS

in connection with participation in the competition for the academic position of associate professor, professional field 3.8. Economics, scientific specialty Economics and Management (Entrepreneurship) in the SP, issue 3/10.01.2025

(which do not repeat those submitted for the acquisition of the educational and scientific degree "doctor" and for the holding of the academic position "chief assistant")

### ***1. Habilitation monograph***

**Georgieva, S.** *Ethnic entrepreneurship: attitudes towards the development of one's own business by young people of Roma origin.* Sofia: Academic Publishing House – UNWE 2024, p.220, ISBN 978-619-232-869-6.

The monograph examines ethnic entrepreneurship with a focus on entrepreneurial attitudes among young people of Roma origin. The insufficient research and knowledge about the specifics of Roma entrepreneurship at national and European level affect the effectiveness of policies aimed at their employment, inclusion and integration.

The monograph considers the development and importance of entrepreneurship. Its role and importance are discussed, as well as its heterogeneity, which results in the formation of different types of entrepreneurial activities. In this context, the definitions used, the strategic guidelines for development, as well as the motivations and challenges facing young people in participating in entrepreneurial initiatives are clarified.

The analysis of entrepreneurship among the Roma is preceded by a brief presentation of the nature of ethnic entrepreneurship, as well as the origin of the Roma community, which have an impact on the attitude of this group to entrepreneurial activities. Special attention is paid to the characteristics of their labor activities. An attempt has been made to distinguish the various manifestations of entrepreneurial activity from historical, social and economic perspectives.

The literature review, as well as entrepreneurship policies and strategic documents at national and European level, shows that more awareness is needed about the entrepreneurial attitudes of young people of Roma origin. The conceptual model and methods for conducting the research are presented. The study was structured and conducted in four stages. 442 respondents were surveyed through a structured questionnaire. The survey card covers seven modules that have a specific thematic focus. The obtained data are presented in accordance with

the formulated modules and provide an opportunity to analyze and evaluate the profile of the respondents, their access to entrepreneurship training, as well as their experience gained through involvement in family business activities. The motivations for choosing a profession and the expectations regarding entrepreneurial activity have been investigated. The factors that influence the readiness to start their own economic activity and the existing local and institutional capacity have been studied. In addition, generalizations have been made about the degree of readiness to start their own business, as well as the barriers that prevent them from making this decision and, accordingly, the incentives that can encourage them to choose entrepreneurship as their career.

On the basis of the research results, conclusions were drawn on the issues under consideration and recommendations were made to all stakeholders. Using the literature review, the generalizations are grouped into several clusters – regarding both youth and ethnic entrepreneurship. Based on the literature and empirical research conducted, as well as on the generalizations about entrepreneurial attitudes, recommendations have been made, which are classified, according to the addressee, into several groups: state bodies that are involved in education and entrepreneurship in our country (MES, MEI, MIG, BSMEPA and FF), organizations that work in the area of youth activities, including ethnic minorities (NGOs and foundations), schools and higher schools, local self-government bodies (mayors and municipal councils) and media.

## ***2. Chapters published in a collective monograph***

**Georgieva, S.** *The most prominent representatives of the entrepreneurial spirit: industry pioneers, innovators and creators of Bulgarian trademarks, social entrepreneurs. Inspiring examples - life path and achievements.* Georgieva, S. D., S. Ts. Georgieva, Ts. P. Davidkov, D. I. Yordanova, K. G. Kolarov, P. D. Penchev and R. I. Simeonova-Ganeva. *History of Bulgarian entrepreneurship.* Sofia: SME Promotion Agency, 2022, pp. 131 – 152. ISBN 978-619-188-946-4.

In this chapter of the book "History of Bulgarian Entrepreneurship" prominent Bulgarian entrepreneurs in the period from the Liberation of Bulgaria in 1878 to the political, economic and social changes that occurred in 1944 are presented. It includes individuals who founded and managed companies that became leaders in a certain industry, implemented innovations, created Bulgarian trademarks and/or their entrepreneurial activity had a pronounced social effect. With their entrepreneurial behavior and social commitment in hard times, they managed

to build successful companies and to achieve truly remarkable results and could be inspiration and a good example even today. Entrepreneurs such as Mito Orozov, Pencho Semov, Nencho Palaveev, Velizar Peev, Stephan Obreykov, Obreyko Obreykov, Emanuil Gabrovski and Nikola Chilov are presented. Their personal and entrepreneurial stories are distinguished and thus they depict a more complete picture of the era in which they lived and developed their businesses. Special attention is also paid to women in entrepreneurial activity during this period of development of Bulgaria. The story of Savka Tosheva, who created and ran a successful business of her own, combining entrepreneurial activity with the role of a daughter, wife and mother of four children, is presented. Her achievement is significant not only in terms of financial and economic indicators, but also due to the fact that it was accomplished in a patriarchal society with certain expectations of women's behavior. The individuals presented show not only entrepreneurial mastery and qualities such as initiative, courage, dedication, hard work, willpower, thinking and acting on a large scale, but also strong social commitment, humanity and definitely patriotism.

**Georgieva, S.,** K. Kolarov. *Bulgarians entrepreneurs far from Bulgaria*. Georgieva, S. D., S. Ts. Georgieva, Ts. P. Davidkov, D. I. Yordanova, K. G. Kolarov, P. D. Penchev and R. I. Simeonova-Ganeva. *History of Bulgarian entrepreneurship*. Sofia: SME Promotion Agency, 2022, pp. 204 – 216. ISBN 978-619-188-946-4.

This chapter of "History of Bulgarian Entrepreneurship" presents prominent Bulgarians who developed entrepreneurial activities and built successful businesses far from Bulgaria after the changes in political and socio-economic life in our country in 1944. The new system formed after 1944, whose ideology was incompatible with free economic initiative, forced a number of our enterprising compatriots to seek freedom outside the borders of the Homeland. Having chosen freedom and the hard life in emigration, these individuals achieved remarkable results in their entrepreneurial activity. Moreover, they became prominent public figures in the countries where they lived and developed their business. The stories of Shevket Chapadzhiev, Phil Philipov and Ignat Kanev are presented, as well as the world-famous artist of Bulgarian origin Hristo Yavashev-Kristo. Along with their difficult life stories and remarkable entrepreneurial path, attention is also paid to their principles for achieving success in an unfamiliar and foreign environment, forced to start their lives all over. Each of them achieved significant results in their field of activity, using their own approaches, which, due to their universality, are still relevant today. Christo's inclusion in the context of entrepreneurship is

addressed to artists working in imaginative and creative industries, as it briefly explains his unique business model in which entrepreneurship and art are not parallel but complementary elements in his overall approach.

### **3. *Published university textbook***

**Georgieva, S.** *Fundamentals of entrepreneurial activity*. Sofia: Publishing complex - UNWE, 2024, p. 240 ISBN 978-619-232-807-8.

The textbook "Fundamentals of entrepreneurial activity" aims to support the preparation of students studying entrepreneurial disciplines in the implementation of their business ideas and to give them greater confidence and the opportunity to achieve the desired results. It includes basic topics and concepts from the field of entrepreneurship. Each topic is illustrated with developed case studies and examples, which are focused on the Bulgarian practice.

The first topic is dedicated to the nature and specifics of the course, as well as to key matters facing potential and actual entrepreneurs. The second topic traces the development of entrepreneurship from ancient times to the present day. In addition, its significance for socio-economic and social processes is clarified. In the third topic, attention is paid to the characteristics and typologies of business organizations. In the next two topics, some of the early conceptions, classical theories and modern concepts of entrepreneurship and the specifics of the entrepreneur's activity are considered. The sixth, seventh and eighth topics address the types of entrepreneurial activity - along with the basic ones (family, corporate, cross-border, international, art and creative entrepreneurship) and inclusive ones (social, women's, youth, ethnic (minority), "silver" entrepreneurship). Besides that, the rapidly developing and especially relevant today ecological and digital entrepreneurship are clarified. The collaboration between researchers and entrepreneurs is examined in the ninth topic, and the tenth is dedicated to key aspects of the entrepreneurial process. The next topic concerns public-private partnership and the opportunities within this collaboration for both business and public authorities. The different forms of entrepreneurship promotion, as well as the global dimensions of the activity of entrepreneurs today, are presented in the last two topics of the textbook.

There is a case study in Bulgarian and in English added in the appendices, presenting a good practice for cooperation between a Bulgarian company and a university, which allows the case study to be used in the learning process of students in entrepreneurial disciplines in English.

The issues of entrepreneurial activity cover a large range and variety of topics, that is why it is not possible to examine and thoroughly present all of them within the framework of one

book. This is the reason why the edition has selected those ones that are not only basic, but also key and relevant to the environment for the development of entrepreneurship today, particularly in our country. The textbook "Fundamentals of entrepreneurial activity " is designed both for students of the major "Entrepreneurship", specialization "Business Entrepreneurship", studying the discipline "Fundamentals of Entrepreneurship", and for anyone who has an interest in entrepreneurship and aspires to create and manage their own business. The textbook can also be useful for the current entrepreneurs - to supplement and upgrade their knowledge.

#### ***4. Articles published in scientific journals, referenced and indexed in other international databases of scientific information.***

**Georgieva, S.** *Entrepreneurship Among Young People of Roma Origin – Attitudes and Perceptions*. In: Kot, S., Khalid, B., Haque, A.u. (eds) *Corporate Practices: Policies, Methodologies, and Insights in Organizational Management*. EEEU 2023. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Springer Nature Singapore Pte Ltd., ISBN 978-981-97-0995-3, ISBN 978-981-97-0996-0 (eBook), pp. 133 – 152, 2024.

The development of youth entrepreneurship and the clarification of the readiness of young people to start their own business is a matter that enjoys a significant and constantly growing research interest. The reasons for this are rooted in the contributions that entrepreneurial activity has to the economy, as well as in a socio-public aspect. In the context of youth entrepreneurship, the establishment of one's own business is an alternative to unemployment among young people, and along with that it enables the expression and realization of innovative ideas. The publication gives more clarity to the perceptions and expectations regarding entrepreneurial initiatives among the most significant minority in Europe, namely the Roma ethnic community. The large number of research publications that explore the cultural identity and distinctive traditions of the Roma, as well as the demographic and socio-economic challenges they are faced with, is striking, but not much is known about their willingness to start their own business. These findings make it particularly important to clarify the way in which entrepreneurship is perceived, as well as what expectations specifically young people from the Roma ethnic group have regarding the establishment and management of their own company. This is also the novelty of the publication - research and analysis of the attitude towards entrepreneurship and the willingness to develop entrepreneurial activity. The data obtained by carrying out research through a structured questionnaire allow revealing certain relations and dependencies, which are the basis for the specific generalizations made. To the greatest extent, it can be said that

young people need more knowledge about the entrepreneurial process - from the first steps of creating their own business to the approaches to its growth. The need for purposeful encouragement to overcome their uncertainty and choose the entrepreneurial career as their path of development also arises. In addition, institutions and organizations should be more active in their work with the young people from this ethnic group in terms of a positive representation of the role of the entrepreneur's activity and the importance of entrepreneurship in general.

**Georgieva, S.** *Women's Entrepreneurship – Segmentation and Management Dimensions.* [Przedsiębiorczość Kobiet – Segmentacja I Wymiary Zarządzania] Polish Journal of Management Studies, 2020, 26(2), 144 – 161. ISSN 2081-7452, ICV: 117.62, MNiSW: 70, DOI: 10.17512/pjms.2022.26.2.09.

Women's entrepreneurship is a topic that attracts the interest not only of researchers, but also of representatives of business-supporting institutions and organizations. The great attention to this area in countries differing in their degree of development - from the most economically advanced to the developing ones, is impressive. In this sense, enriching the issue in specific cultural contexts is of great importance for its better understanding. At the same time, women entrepreneurs are often viewed as a homogenous group and the wide variety of characteristics that lead to differences in their business performance are not considered. For this reason, the publication is focused on the segmentation of women entrepreneurs according to certain characteristics. The data were obtained from a survey conducted through a structured questionnaire among 178 Bulgarian women entrepreneurs. Ten original variables were used. Through a cluster analysis, three groups of women entrepreneurs were distinguished. The results show that the first cluster includes those who are driven by the desire for independence. In their entrepreneurial activity, they count on the quality of products/services, personal customer service, family-like attitude towards employees, as well as their personal competencies and contacts. This cluster is dominated by young women with higher education. In contrast, the third cluster includes women who are entrepreneurs out of necessity – to avoid unemployment. Older age and lower education prevail here. The second cluster is intermediate between the first and third group. By segmenting according to certain variables, the publication contributes to a deeper understanding of women's entrepreneurship and gives a better orientation to target resource management and a more appropriate choice of ways of providing support, which is a prerequisite for increasing the effectiveness of the policies implemented in this area.



**Georgieva, S.** *Support for Improving the International Performance of Small and Medium-Sized Enterprises.* Economic Alternatives, 2020, Issue 1, pp. 164 – 183. ISSN 1312-7462 (Print), ISSN 2367-9409 (Online).

The focus of the publication is on the support provided for the internationalization of Bulgarian small and medium-sized enterprises. This size group of enterprises has the dominant presence in our economy and makes its contribution, including through a successful presence on international markets. The research data were obtained through a standardized questionnaire. 500 companies, different in size, sector affiliation and type of ownership, were studied. The publication contribution is in revealing the support most preferred by entrepreneurs/managers in the process of their internationalization, as well as the involvement of various authorities in the promotion of their overseas activity. The results show that the most preferred services to support the internationalization of small and medium-sized Bulgarian companies are: provision of reliable information about foreign markets; support for their participation in exhibitions and fairs, where they can present their products and "check their clocks" with the competitors; assistance in finding suitable partners for their development, with whom to form relations, including such ones of strategic nature. Quite often, in their activities, entrepreneurs receive support in some form from institutions at regional level, which also reveals their potential to be an effective partner of enterprises from the small business sector with an aspiration and potential for international activity. In addition, the necessity for better knowledge of the needs and specifics of family businesses, especially in terms of their internationalization, is also confirmed. The family firms are a significant part of business organizations in our country and can have a greater role in the economic development, as well as in the successful international performance of the goods and services produced by them.

**Georgieva S.** Vasilka M., Kolarov K. *The Use of University Research Products in Entrepreneurial Practice: Specifics According to Size Class of Enterprises and Sectors of Economic Activities* Ikonomicheski Izsledvania, 2023, Volume 32, Issue 8, pp. 142 – 163. ISSN 0205-3292.

The study is aimed at clarifying the influence that the size class of the business and the sector in which the companies operate have on the need of using research products, created by the higher schools in our country. The research is based on the entrepreneurial perspective. An effective partnership between business and academia provides a number of benefits both for increasing the competitiveness of enterprises and for the development of science. This

collaboration is a source of innovation that provides an advantage to businesses, especially in an environment characterized by a high degree of uncertainty, variability and dynamic competition.

The research was conducted through a structured questionnaire, and entrepreneurs/managers from 904 enterprises operating all over the country were surveyed. The results show that there is a directly proportional relationship between the growth of business size and the use of research products in their activities. Differences are found in the type and in the way of applying the results of the higher schools' research activity, depending on the size class of the business. At the same time, it was found that the entrepreneurs' assessment of the need of the research product transfer in their activity does not change with the increase in the size of the enterprise. In addition, the data show that the sector in which enterprises operate has an impact on the intensity of building partnership relations with universities.

The publication complements the knowledge about the establishment and development of partnership relations between business and the higher schools in Bulgaria. The influence of the size class of enterprises and the sector in which they operate on the intensity of cooperation with the academia and the use of search products, can support entrepreneurs in the development of business strategies, on the one hand, and, on the other hand, the higher schools in the strategic decisions for cooperation with business. Knowledge of this interaction can guide the institutions and organizations that support Bulgarian enterprises in the services they need, and thus increase the innovative capacity and competitiveness of the business.

Kolarov, K., **S. Georgieva.** *Management Features in Bulgarian SMEs as Determinants of Business Internationalization/*, Polish Journal of Management Studies, 2020, Vol. 22, N 1, pp. 279 – 294. ISSN 2081-7452, DOI: 10.17512pjms.2020.22.1.18.

The publication reveals the specific features characteristic of management of small and medium-sized enterprises in our country, which can be considered as determinants in the process of internationalization of their activities. The data were obtained on the basis of a survey conducted among 468 enterprises, which are of the specified size groups. Micro-enterprises are excluded from the total number of enterprises for good reasons. The study covers companies that are different in size, type of ownership, type of management, the way and level of their performance on international markets. In addition, attention is paid to the entrepreneurs' characteristics, as well as to their potential successors who would take over the management of

family businesses in the future. The study of this aspect is in relation to the analysis of consistency and the achievement of efficiency in the internationalization process management. Among the results obtained is the finding of the key importance of the formation of appropriate teams, that are engaged in planning, organizing and managing the international performance of the company, considering the size group of the respective business. The role of family members, involved in the management of the family firm in the context of its internationalization, remains debatable.

##### ***5. Articles and reports published in non-refereed peer-reviewed journals or published in edited collective volumes***

**Georgieva, S.** *Social entrepreneurship and social housing policy in the context of local authorities: intersection points.* Real Estate & Business, 2024. pp. 136-144, ISSN 2603-2759 (Print), ISSN 2603-2767 (Online).

The intersections between the powers and responsibilities of authorities at different levels regarding the need to implement social housing policy, on the one hand, and the solutions offered by social entrepreneurs, on the other hand, is the main research question in the publication. The analysis of the issue contributes to a more comprehensive understanding and, on this basis, to undertaking joint actions with a synergistic effect at the regional level. Social entrepreneurship has various forms and manifestations. It can contribute to reducing some significant social problems that societies face today. The problem with providing housing to people who are temporarily or for a long period without their own home is often a challenge for the responsible institutions. Therefore, the focus of the publication is precisely on the role of social enterprises in the context of social housing policy. The regulatory and strategic framework, available financial resources, methods and beneficiaries of the support provided, and opportunities for cooperation between social entrepreneurs, construction companies, and authorities at regional and national levels are considered. As a result of the study, it can be summarized that there is a need to strengthen the dialogue between stakeholders regarding the provision of social housing and an accessible environment. Along with providing accommodation and accessible infrastructure, the participation of social entrepreneurs and social enterprises can add value by implementing educational programs, providing employment, and integrating into social life. Moreover, some of the social entrepreneurs have accumulated experience and knowledge in working with vulnerable groups. With the

development of appropriate regulatory framework, it is important to build effective partnerships between the authorities involved in this problem, social entrepreneurs and business.

**Georgieva, S.** *Youth Ethnic Entrepreneurship: Success Factors in Business*, 13th International Scientific Symposium Region, Entrepreneurship, Development, Economy of eastern Croatia – Vision and GrowthThe Faculty of Economics and Business in Osijek (Under the auspices of: Croatia Republic of Croatia Ministry of Science and Education), Osijek, 2024, pp. 152 – 165. ISSN 1848-9559.

The publication examines and evaluates the main factors that have an impact on the performance of Bulgarian business, especially in the context of small and medium-sized enterprises. The respondents are young people and within the framework of the conducted research, their opinion on the influence of the entrepreneur's personal qualities and ambition, the available support from the state and from close people, self-confidence, as well as the importance of luck for success in business has been clarified. The publication is structured in three parts. In the first part, a review of the literature on the main issues related to the topic is made. Special attention is paid to the identified factors that influence young people regarding the decision to start an entrepreneurial activity. In the second part, the main methodological aspects of the study are presented, and in the last one, data from the conducted study are shown and the obtained results are discussed. A statistically significant difference was found regarding the statements that business success depends on the ambition, personal qualities and self-confidence of the entrepreneur, as well as on the support provided by their relatives. Differences were found between the group of students who studied and the group of students who did not study entrepreneurship subjects at school/university. Similar differences were found depending on the place of residence of the respondents regarding the statements that self-confidence and lucky circumstances have an impact on the success of the entrepreneur in their business activity. The results obtained show the importance of curriculum content and entrepreneurship training methods. Along with the provision of knowledge, training affects the formation of an attitude towards entrepreneurship and the way in which are evaluated the factors influencing the success of business and ultimately, the decision to start one's own business. The place where young people live is essential for shaping their expectations and ideas about self-employment, as it determines their access to quality education, building social capital and an environment for personal and professional development.

**Georgieva, S.** *Economic and social dimensions of creative entrepreneurship.* Bulgaria's membership in the European Union: sixteen years later. "International Economics and Politics" (vol. I). Faculty Department of "International Economic Relations and Business" (October, 2023). Sofia: Publishing Complex - UNWE, 2024, pp. 112 – 121. ISSN 2815 2719.

The scope of the study covers the social and economic dimensions of enterprises that are established and developed in the creative economy. Along with the increase in the number of businesses in the creative industries, the jobs they create and the financial and economic results they achieve are also changing. Among the manifestations of creative entrepreneurship is often its social impact. Social entrepreneurs quite often perform creative activities, which distinguishes them and contributes to the diversification of products and services, striving to achieve sustainability of the business organization. The publication is structured in an introduction, an exposition and a conclusion. The exposition is divided into three parts. The first part discusses the essence of entrepreneurship, the second part presents the basic economic dimensions of creative entrepreneurship, and the third one - its social characteristics and its relationship with social entrepreneurship. The creative entrepreneurship contributes to the economic development, especially clearly noticeable in recent decades. In addition, it is a source of new ideas and innovative solutions at regional and national levels. The creative potential, which is inherent in man, and its use in the activities of social enterprises contributes to generating more social benefits, especially for disadvantaged groups. At the same time, there is a need for more detailed research into the relationship between creative and social entrepreneurship to increase the competitiveness of social enterprises and to strengthen the social impact generated by businesses in the creative industries. The conclusions drawn may be useful for researchers in this area, governors at various levels - local and national, and for curriculum development in schools and universities.

**Georgieva, S.** *Challenges facing local authorities in supporting social enterprises in crisis conditions.* Labor and social protection in the conditions of global public, economic and social changes (Anniversary scientific conference, May 31, 2023). Sofia: Publishing Complex – UNWE, 2023, pp. 463 – 473. ISBN 978-619-232-731-6.

Social entrepreneurship combines entrepreneurial initiative, institutional commitment, and social causes. In recent decades, there has been an increased and sustained interest in social entrepreneurs. This is not a coincidence, but is determined by the opportunities that this type of entrepreneurship provides and its contribution to reducing some of the important social

problems. A significant number of social entrepreneurs are trying to offer solutions to the challenges that are in the focus of attention of local authorities. This brings to the fore the need of effective cooperation between local authorities and social entrepreneurs, which can contribute to the success of social enterprise activities and to finding answers to the social and environmental problems facing local communities. In crisis conditions the need of such partnerships is likely to be even stronger due to the exacerbation of a number of social problems. Taking these circumstances into account, the publication aims to examine the opportunities for cooperation and the barriers in the relationship between local authorities and social enterprises, including in crisis conditions. Local government bodies and local administrations are closest to the people and are directly responsible for finding solutions to their daily problems, as well as for forming a strategic vision for the development of the respective region. In the exercise of their powers, social entrepreneurs are also a valuable source of ideas and approaches for finding socio-economic solutions. The publication contributes to a better understanding of social entrepreneurship in the context of local government. Available studies, along with regulatory and strategic documents, have been clarified and analyzed. The publication is divided into two parts. The first part clarifies the basic features and characteristics of this type of entrepreneurial activity, and the second part - the importance of local government for the development of social entrepreneurship. Finally, some generalizations are made on the presented issues.

**Georgieva, S.** *Competitiveness of women entrepreneurs in Bulgaria*. Socio-economic analyses, 2021, volume 13, issue 2, pp. 200 – 210. Sofia: University Publishing House "St. St. Cyril and Methodius". ISSN 1313-6909 (Print), ISSN 2367-9379 (Online).

The article clarifies and evaluates the prerequisites and the role of training and the acquisition of specific knowledge that influence the entrepreneurial activity of women entrepreneurs, as well as the competitiveness of the businesses they create. The data show that in recent decades, women have been more and more actively involved in entrepreneurial activities. Along with this, the research work in this area has also been intensified. Among the reasons for all this are the indisputable contribution of women's entrepreneurship to the development of regional and national economies, the creation of jobs, the diversification of products and services and the dynamization of economic life. The main issues identified that need to be clarified are the following: what are the prerequisites for the more active involvement of women in business, what impact training has and what kind of knowledge in the field of economics and business women need for the successful implementation of their entrepreneurial

initiatives. The article contributes to research on the underlying factors, the importance of training in entrepreneurship and the need for specific knowledge for the survival and development of businesses created and managed by women. All this affects the competitive advantages and the market position of their businesses. The obtained results also contribute to a better understanding of women's entrepreneurship in our country. According to the women entrepreneurs, who participated in the research, most important for success in business are the entrepreneur's personal qualities, the favorable business environment and the effective networking. The dominant part of them consider that education is a key factor for success in entrepreneurial activity. According to the respondents, knowledge in entrepreneurship and management, as well as in the field of accounting, finance and marketing, is necessary for starting and developing one's own business.

**Georgieva, S.** *Institutional support for implementation of research results in entrepreneurial activity.* The sixteenth international scientific conference of young scientists on the topic "The economy of Bulgaria and the European Union: the challenge of COVID-19", 12.02.2021 (collection of reports). Sofia: (VUZF) Higher School of Insurance and Finance "St. Gregory the Theologian" Publishing House, 2021, pp. 664 – 671. ISBN: 978-619-7622-04-1.

The purpose of this publication is an analysis of the provision of institutional support aimed at strengthening technology transfer and the creation of research products in Bulgarian universities and scientific organizations. Some major institutions that work to promote research and development activities, as well as the implementation of research results in entrepreneurial practice, have been examined. Summary statements have been made about the policies that scientific organizations and the higher schools need in order to more intensively create research products/results and their transfer from enterprises to the real business environment. The challenges in this area require coordination and targeted policy by the institutions and organizations concerned. In a certain sense, it can be noted that the development of science and the implementation of the results in business are among the priorities in the policies and activities of some institutions. Strengthening the competitiveness of Bulgarian business and achieving sustainable economic growth requires resource provision for research and development activities and the creation of prerequisites for the implementation of scientific achievements in the activities of enterprises.

**Georgieva, S.** *Significance of Entrepreneurs' Education for Competitive Performance in International Business Environment*. 10th International Conference "The Future of Education" Virtual Edition (Florence, Italy, 18 – 19 June 2020), ed. Pixel, 2020, pp. 256 – 260. ISBN 978-88-85813-87-8, ISSN 2384-9509, DOI: 10.26352/E618\_2384-9509.

The publication focus is on the entrepreneurs' training for successful international performance of the enterprises they create and manage. The business internationalization and the expansion of the company's presence on foreign markets requires specific knowledge and skills that entrepreneurs, managers and key specialists need to possess and develop continuously. The conclusions are formulated by summarizing the data from the survey conducted among representatives of companies that have experience in the internationalization process. Courses are also presented, which are part of the training of students studying entrepreneurial disciplines, including those aimed at international entrepreneurship and the business activity internationalization. The survey among the companies is supplemented with a survey of students who are potential entrepreneurs or will take over the management of their family companies. It is found that the internationalized companies in our country are created and managed by entrepreneurs/managers who are highly educated. It is likely that the knowledge gained and the skills developed in the process of their training, equally with other factors, have supported their decision to participate in international markets. The preparation and adaptation of curricula that reflect global processes and transformations in business are among the leading challenges facing educational institutions. Providing the necessary knowledge is among the prerequisites for forming Bulgarian entrepreneurs operating more successfully in a global business environment.

**Georgieva, S.** (2020) *Science – Business: Challenges the Development of Science Faces and How Business Uses Research Results*. Strategiczne perspektywy rozwoju współczesnego biznesu. – Ministerstwo Szkolnictwa i Nauki Ukrainy, Uniwersytet Państwowy im. Iwana Franki w Żytomierzu, Ukraina Państwowy Uniwersytet Ekonomiczny w Odessie, Ukraina Państwowa Uczelnia im. Stefana Batorego, Skierniewice, Polska Uniwersytet Św. Cyryla i Metodego, Wielkie Trnowo, Bułgaria. 2020, pp. 96 – 101. ISBN 978-83-61467-92-2.

The publication is dedicated to the current topic of improving cooperation between Bulgarian business and the higher schools. This issue is considered through the prism of the regulatory framework. The main normative documents have been analyzed as one of the prerequisites for the formation of working and sustainable models for building and developing



partnerships of a strategic nature between science and business. The strategic framework that creates conditions for promoting lasting interaction between research organizations and enterprises has been explored. The publication contributes to enriching the analysis of strategic documents, which are aimed at increasing the use of the results of the academia in the activity of business organizations with a purpose of strengthening their competitiveness, as well as the competitive advantage of our national economy. The large number of strategies, programs, plans and measures aimed at the development of science and the implementation of innovations in entrepreneurial activity has been established. Among the key areas identified and outlined for impact are: development of infrastructure and human resources in scientific organizations; activation of participation in the international research community; balance in scientific research activity and dynamics of the relations of science with the different social spheres. An identified problem is the insufficient level of both public and private investment. Along with this, more active participation is needed on the part of civil society structures that can contribute to the development of scientific research and to the implementation of their results in business.

**Georgieva, S.** *Social Entrepreneurship – Education – Local Authorities: Historical Roots and Future Strategies*. Professional education, 2024, vol. 2 – 3, pp. 147 – 157. ISSN 1314–555X, ISSN 1314–8567 (Online), <https://doi.org/10.53656/voc2024-2-3-05>.

The article traces the development of social entrepreneurship in our country by analyzing this type of entrepreneurial activity in the context of the role of municipal government and education. The contribution is precisely in the evaluation of the connections between these participants in the ecosystem of social entrepreneurs and the generalizations made, which may be useful in the process of forming and implementing strategies in the educational system to support the social and solidarity economy, as well as in the implementation of policies by regional administrations and local government bodies. The experience gained in entrepreneurship and social activities during different historical periods and its objective analysis are a prerequisite for building a supportive ecosystem for social entrepreneurship. In this regard, it should be noted that social elements are found in the activities of a number of our successful entrepreneurs in the past. The contribution of chitalishte to socio-cultural and public life, as well as the cooperative movement in our country, is also significant. Social entrepreneurs can be supported by educational institutions through providing them with better training, infrastructure and a partner network. Municipal authorities can support them by helping to increase their visibility and available resources. The cooperation of schools and universities

with local authorities in supporting social entrepreneurship would lead to improved regional development by reducing some of the local social problems and introducing social innovations.

**6. *Studies published in non-refereed peer-reviewed journals or published in edited collective volumes***

**Georgieva, S.** *Women's entrepreneurship: main characteristics, equal status, support.* Economic and Social Alternatives, 2021, issue 4 pp.16 – 29. ISSN 1314-6556.

The subject of the publication are the equal opportunities to start and develop one's own business, and in this context, an analysis of women's entrepreneurship. According to the women entrepreneurs covered in the research, their advantages in carrying out entrepreneurial activity are studied and evaluated - in what way it is appropriate to stimulate their business initiatives and how the market performance of their enterprises can be improved. Along with this, some main characteristics of women's entrepreneurship are shown. The publication contributes to revealing the opinion of women with their own business regarding their equal status in entrepreneurship. The results show that two thirds of them consider that in our country they have completely equal opportunities with men. The reasons for this are socio-cultural, political and economic, as well as equal access to education and opportunities for professional development. The strengths of women entrepreneurs are revealed, mainly pointing out their soft skills, adaptability and creating a good working environment for the employees. According to the answers received, the necessary support for the development of women's entrepreneurship includes easier access to capital, greater "visibility" of women entrepreneurs, more knowledge about the entrepreneurial process, as well as active involvement in mentoring programs. These results can be used by the institutions and organizations in our country that work in the field of women's entrepreneurship in the formation of policies for its support and development.