

РЕЗЮМЕТА

на публикациите на доц. д-р Вяра Стоилова, представени за участие в конкурса за заемане на академичната длъжност „професор“ по професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата, научна специалност „Социология (социология на пазара)“, обнародван в ДВ, бр. 75 от 25.08.2020 г.

SUMMARIES

of publications by Vyara Stoilova, PhD, Associate Professor submitted for participation in the competition for the academic position of "Professor" in professional field 3.1. Sociology, anthropology and cultural sciences, scientific specialty „Sociology (Marktsociology) “, published in the State Gazette, issue. 75/25.08.2020

Хабилитационен труд

Стоилова, В, «Играта» на пазарна размяна, Изд. комплекс УНСС, 2012 г., ISBN 978-954-644-399-1

Монографичният труд предлага един социологически прочит на пазара в контекста на игровия феномен – един изследователски подход, който навлезе много сериозно в науките за обществото през 40-те години на миналия век и вече спокойно се „разхожда“ в методологията на съвременните научни изследвания. Авторът изследва пазара като една от многото „игри на размяна“, които се организират в модерното общество. Познанието за „играта“ на пазарна размяна е по същество познание за човека, за неговата несамодостатъчност, за свободата на изборите му и границите на тази свобода, за същността и смисъла на специфични разменни отношения, които хората създават помежду си, но и биват „сздавани“ от тях. Това познание отива отвъд първосигналното възприемане на пазара като място, където хората се срещат, за да разменят блага, както и отвъд обяснението му като механизъм за уравнивяването

търсенето и предлагането на блага. И не на последно място, това е и познание за особения когнитивен ред и дискурс, чрез който хората общуват помежду си и създават определени практики, които да им позволят да постигат своите цели и да удовлетворяват нуждите си.

Подобно социологическо познание помества пазара в редицата на онези културни продукти, които имат характер на система от институционализирани и неформални правила, в които са въплътени споделени морални ценности, традиции и цивилизационен избор за решаване на общи проблеми. В методологическо отношение монографичното изследване се придържа към класическата изследователската традиция в социологическата наука, която има две измерения: първо, начинът, по който хората организират икономиката в обществото зависи и от неикономически условия. Те са резултат от действията на държавата, която създава легитимни институционални стандарти за всички обществено значими дейности и второ, анализът на която и да е обществено значима дейност – икономика, политика, образование, здравеопазване и др. – включва и последствията, които тази обществено значима дейност има за възпроизводството не само на самата себе си, но и на обществото. Тази свързаност между отделните обществено значими дейности поражда необходимостта от друг вид интерпретация, която да отчита взаимното влияние между тях и съвкупното им въздействие върху живота на хората в обществото.

Монографията е структурирана в четири части. В първата част се анализира обществото и неговите „игри“ на размяна, като фокусът е поместен върху размяната и нейното организиране чрез правила. Втората част е посветена на спецификата на правилата на пазарната игра, които регулират пазарната размяна на блага. Особено внимание е отделено на конкуренцията като конституиращо правило на „играта“ на пазарна размяна. Третата част се фокусира върху социалната роля „пазарен актьор“, като елемент от институцията на пазара, нейната амбивалентност и доминиращо значение в ролевия ансамбъл на човека. Четвъртата част тематизира въпросите, свързани с морала в „играта“ на пазарна размяна

This monograph presents a sociological review of the market in the context of the game phenomenon – a research approach that has been largely applied in social sciences during the 40s of the past century and which continues to freely “float” in the methodology of contemporary research. The author studies the market as one of the numerous “games of exchange” organised in modern society. Knowledge about the “game” of market exchange is essentially knowledge about the individual, about their self-sufficiency, about their freedom of choice and the limits of this freedom, about the nature and essence of the specific relationships of exchange that people create among each other and that are “created” by them. This knowledge goes beyond the instinctive perception of the market as a place where people gather in order to exchange goods, and beyond the explanation that the market is a mechanism for balancing the demand and supply of goods. Finally, this is also knowledge about the specific cognitive order and discourse used by people to communicate with each other and to create certain practices to allow them to achieve their goals and satisfy their needs.

Such sociological knowledge puts the market on the same ground as those cultural products that constitute a system of institutionalised and informal rules in their nature, where certain shared moral values, traditions and civilised choice for resolution of shared problems are integrated. From a methodological point of view, this monograph research adheres to the classical research tradition in sociological science, which has the following two dimensions: first, the way people organise their economy in society also depends on the non-economic conditions. These are the result of the state’s actions, which create legitimate institutional standards for all activities that are of public interest, and, secondly, the analysis of any activity of public interest, such as economy, policy, education, healthcare, etc., must also include the consequences of this activity of public interest not only on its own replication, but also on the one of society. This interrelation among the different activities of public interest gives rise to the need of another type of interpretation that accounts for their mutual effect on each other and their cumulative impact on the life of people in society.

The monograph is divided into four parts. The first part analyses the society and its “games” of exchange, with focus on the exchange and its organisation through a set of rules. The second part is dedicated to the specific rules of the market game, which govern the market exchange of goods. Particular attention is paid on competition as a founding rule of the “game” of market exchange. The third part focuses on the social role of the “market actor” as an element of the market institution and on its ambivalence and dominating significance in

the set of roles of the individual. The fourth part discusses the matters related to the moral in the “game” of market exchange.

Стоилова, В. *Потребителският избор. Факторът дизайн*. Издателски комплекс-УНСС, 2020 г., ISBN 978-619-232-282-3

Социалната роля на човека като потребител е една от най-значимите му социални роли. В съвкупността си от потребности, финансови възможности, нагласи, настроения, емоции, традиции и опит, тази роля определя в значителна степен начина на живот на човека. Чрез нея той осъществява както своето физическо, така също и своето социално възпроизводство. Затова и тази роля е в изследователския фокус на различни науки. На основата на познанието за човека като потребител, до което представителите на тези науки са достигнали, се изграждат маркетинговите стратегии на пазарните актьори-производители на стоки и услуги. В условията на глобални, дигитализирани пазари те трябва да отговарят на очакванията на все по-широка пазарна публика. Конкурентните им пазарни шансове до голяма степен се предопределят от онова, което знаят за потребителя, за неговите потребности, предпочитания и очаквани изживявания от потреблението на определени продукти.

В монографията авторът прави опит да познае поведението на потребителя чрез специфичния комуникационен процес, който протича между него и продукта. Производителят разполага с разнообразен инструментариум, за да придаде на своя продукт търсения от потребителя профил от ползи. Един от елементите от този инструментариум е продуктивният дизайн. За разлика от другите характеристики на продукта и поради наличието на известно сходство с художествената фантазия, дизайнът понякога се поставя малко встрани от икономическата рационалност на производствения процес. Може би това е причината, поради която продуктивният дизайн се тематизира предимно от професионално ангажирани със създаването му специалисти. Икономисти, социолози и психолози посягат към тази проблематика предимно тогава, когато тя е свързана с провеждането на конкретни емпирични изследвания, при които се тестват различни продуктови варианти. В пазарна ситуация, която се характеризира със силна конкуренция, висока степен на продуктова наситеност, значителна хомонегизация на предлаганите продукти и незначителни

различия между отделните марки продукти, продуктивният дизайн може да се разглежда като стратегически маркетингов ресурс и конкурентен пазарен фактор.

Монографичното изследване се развива в рамките на две ограничения: първо, предмет на изследване са само индустриално произведени продукти, предназначени за масово потребление. Извън изследователския интерес остават машини и съоръжения, които имат чисто производствено значение и най-често имат за адресат организацията като потребител. Организацията като потребител има поведение, което значително се различава от това на индивидуалния потребител. Мястото и ролята на дизайна за такъв род продукти при избора им от организацията - потребител следва да бъде предмет на самостоятелно изследване. Второ, анализът на продуктивния дизайн като фактор на продуктивния избор се помещава в комуникацията „продуктов дизайн - потребител“ при абстрахиране от действието на други фактори върху избора. В реалните избори на потребителя такива абстрахираия няма. Потребителят е подложен на въздействия от множество фактори, само част от които се създават от производителя. Поради тази причина, ако производителят желае да установи какъв е приносът на дизайна за реализацията на произведените от него продукти, той задължително трябва да проведе пазарни проучвания. Настоящото изследване би подпомогнало в значителна степен разработването на теоретични модели за такива проучвания.

Stoilova, V., *Consumer choice. The design factor*. Publishing complex of UNWE, 2020 г., ISBN 978-619-232-282-3

The social role of the individual as a consumer is one of the individual's most significant social roles. The combination of needs, financial capabilities, attitudes, tempers, emotions, traditions and experience in this role largely determines the lifestyle of the individual. Through this role, the individual ensures both their physical and their social replication. Therefore, this role has been the focus of research in different sciences. This knowledge about the individual as a consumer gained by the representatives of these sciences is the basis for development of the marketing strategies of market actors that produce goods and services. In the context of the global and digitalised markets, they need to respond to the expectations of an ever-growing market public. Their chances to be competitive on the market are largely predetermined by what they know about the consumer, about the consumer needs, preferences and expected experience from the consumption of specific products.

In this monograph, the author makes an effort to anticipate the consumer behaviour through the specific communication process between the consumer and the product. The producer has a variety of instruments to provide its product with the profile of benefits sought by the consumer. One element of these instruments is the product design. In contrast to other product characteristics and due to the presence of a certain similarity to the artistic imagination, design is sometimes considered secondary in the economic rationality of the production process. Perhaps, this is why product design is primarily the focus of professionals involved in its creation. Economists, sociologists and psychologists consider this topic primarily in the cases where it is related to the conduct of specific empirical studies where different product varieties are tested. In a market environment characterised by strong competition, high level of market saturation with products, substantial homogenisation of the products offered and minor differences among the different brands of products, product design can be viewed as a strategic marketing resource and a competitive market factor.

This monographic research has been developed on the basis of two limitations: first, the scope of research covers only industrially manufactured products intended for mass consumption. Machines and facilities with purely manufacturing significance and primarily addressed to the organisation as a consumer are outside the field of research. The behaviour of the organisation as a consumer differs significantly from the one of the individual consumer. The significance and role of the design of such types of products for their selection by the organisation as a consumer is a topic that needs to be elaborated in a separate research. Secondly, the analysis of the product design as a factor of the product choice falls within the “product design - consumer” communication, if the effect of other factors on the choice is disregarded. There is no such disregard in the actual choices of consumers. The consumer is subject to the influence of multiple factors and only part of them are created by the producer. Therefore, if the producer is willing to determine the contribution of design to the sale of their products, they should definitely conduct market studies. The present research could provide significant support for the development of theoretical models for such studies.

Студии, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация

Research papers published in scientific journals, referenced and indexed in global databases of scientific information

**Stoilova. V., *Market, Freedom and Justice*, in *Economic Studies*, *Economic Research Institute*, *Bulgarian Academy of Science*, *Volume 28*, *Issue 4*, *2019*, *3-18* Print
ISSN: 0205-3292**

This article constitutes an attempt to present the market themes through the prism of the freedom of the market actor to pursue their self-interest and the associated expectations for achievement of certain justice. The freedom of the human as a market actor has a number of specific characteristics as compared to other freedoms they receive in their role as a citizen of a democratic state, such as the freedom of speech, of religion, of association, etc. The value concept of the market is embedded in the dual nature of the market actor. As a consequence, this results in duality of their interest and two qualitatively differing social environments where they strive to realise it. The freedom this market actor has in these two social environments is different, which gives rise to expectations for achievement of two dimensions of market justice. One is related to the specifics of the relationships of exchange between the market actors and the other is related to the distribution of competitive market opportunities between them.

Стоилова, В. , *Пазар, свобода и справедливост*, *Икономически изследвания*, бр.4/2019

В студията авторът тематизира пазара през призмата на свободата на пазарния актьор да преследва собствения си интерес и свързаните с това очаквания за постигане на определена справедливост. Свободата на човека като пазарен актьор има редица специфики в сравнение с други свободи, които той получава в ролята си на гражданин на една демократична държава, напр. свобода на словото, на вероизповеданията, на сдруженията и др. В ценностната идея за пазар е заложена двойствена природа на пазарния актьор. Това води след себе си двойственост на неговия интерес и две качествено различни социални среди, в които той се стреми да го реализира. Свободата, с която разполага пазарният актьор в тези две социални среди е различна, от което произтичат очаквания за постигане на две измерения на пазарна справедливост. Едното е свързано със спецификата на разменните отношения между пазарните актьори, а другото - с разпределението на конкурентните пазарни шансове помежду им.

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

Research papers published in non-referenced peer-reviewed journals or published in edited collections

**Стоилова, В., *Размяна и опазаряване*, Научни трудове на УНСС, 2010 г. т. 1 (53-85)
ISSN 0861-9344**

В предлаганата студия „Размяна и опазаряване“ се поставя проблемът за трансформирането на цялата гама от разменни отношения между хората в пазарни и постепенното тотално опазаряване на обществото. Процесът на „опазаряване“ е разгледан от гледна точка на своите икономически предпоставки, а самото „опазаряване“ е представено като господство на икономическия принцип на мислене и като една „игра на увеличението“ на търсените от актьора ползи.

Специално внимание е отделено на последствията от опазаряването върху жизнения свят на човека като отчуждение, проблеми с идентичността, отношение към богатството и субективното усещане за щастие и удовлетвореност.

Stoilova, V, *Exchange and Market Relations*, Research Papers, University of National and World Economy, Vol.1/2010, (53-85) ISSN 0861-9344

The study ‘Exchange and Market Relations’ examines the transformation of the whole variety of relations of exchange among people into market relations and the gradual establishment of market relations in the society. The process of establishment of market relations is considered from the point of view of its economic prerequisites and ‘the establishment of market relations’ is represented as dominance of economic thought and as a kind of ‘play of growth’ of benefits sought by the actor.

Special attention is dedicated to the consequences resulting from the establishment of market relations over the life of the individual, such as alienation, identity problems, attitude towards wealth, and subjective perception of happiness and contentment.

Стоилова , В.- *Социологически поглед върху институцията на пазара*” , Научни трудове на УНСС, Том 2-3, 2015, Част първа, (151-179) ISSN 0861-9344

Студията представя социологически поглед върху институцията на пазара през призмата на социалната свързаност, която тя изгражда. Спецификата на тази свързаност се обуславя от принципа на конкуренцията като основен механизъм за координация и кооперация на действията на пазарните актьори и амбивалентността на социалната роля „пазарен актьор”. Произтичащата от конкуренцията свобода на избор, като възможност пазарният актьор да преследва собствения си интерес, предопределя спонтанността на реализираните пазарни размени - „спонтанен ред” (Хайек) от отношения между пазарните актьори.

Амбивалентността на социалната роля „пазарен актьор, която се изразява в обстоятелството, че нейният изпълнител възплъщава и двете страни на пазарната размяна (продавач и купувач, макар и в различни времеви моменти), обуславя рационалността на неговото поведение. Принудителността на тази социална роля от гледна точка достъпа до права на собственост върху определени блага, в т.ч и пари, както и опазаряването на редица неикономически дейности в обществото определят цялостния ролеви ансамбъл на човека като израз на съвкупността от отношения, които той успява да изгради с другите.

Stoilova, V, *Sociological View on the Institution of the Market, Research Papers, University of National and World Economy, Vol. 2-3, 2015, Part 1, (151-179) ISSN 0861-9344*

This paper provides a sociological point of view on the institution of the market in terms of the social cohesion which it builds. The specifics of this cohesion is determined by the principle of the competition as a basic mechanism for coordination and cooperation of the activity of the market actors as well as by the ambivalence of the social role "a market actor". The free choice which results from the competition, enables the market actors to pursue their own interests and determines the spontaneity of the market exchanges - “spontaneous order” (Hayek) of the relationships of the market actors.

The ambivalence of the social role "a market actor", which is expressed in the fact that its performer embodies both sides of the market exchange (buyer and seller, although at different times), determines the rationality of the market actor's behavior. The coercive nature of this social role in terms of the access to rights of ownership of certain goods, including money, as well as the increasing role of the market in a number of non-economic activities in society, limit the overall ensemble role of man as an expression of the totality of relationships which he manages to build with others.

Стоилова, В., *Човекът и неговият социален капитал* – Годишник на УНСС 2012 г. (195-224) ISSN 1312-5486

В студията авторът представя очертаванията на едно изследване на социалния капитал в традициите на социологическата наука, които предполагат: първо, специфични процеси, отношения и дейности да бъдат различени от останалия социален свят и да бъдат словесно обозначени (което обикновено се нарича "дефиниране"); второ, определяне на равнищата, на които този социален феномен (социален капитал) може да бъде идентифициран (в т.ч конкретни форми на съвместност, пространствени локации и субекти на неговото "производство") и трето, последици от начините му на употреба. Кризата от последните години и очерталите се дефицити на институционална стабилност поставиха необходимостта от саморефлексия на обществото, от по-детайлно вглеждане в начина, по който се изгражда съвместността и възможностите на нейните членове да реализират собствените си житейски стратегии.

Stoilova, V., *The Man and His Social Capital*, Yearbook of University of National and World Economy, 2012 г. (195-224) ISSN 1312-5486

In this paper the author will present the outlines of her study on social capital in the traditions of sociological science, which requires: first, specific processes, relationships and activities to be distinguished from the rest of the social world and to be verbally defined (which is usually called definition); second, determining the levels at which this social phenomenon (social capital) can be identified (including specific forms of compatibility, spatial locations and subjects of its "production"); and third, the consequences of the ways it is used. The crisis during the recent years and the deficits of institutional stability have led to

the need of a more precise analysis of the way the coexistence is build, and also to a more detailed look at the capabilities of the society members to achieve their own life strategies.

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

Articles and reports published in non-referenced peer-reviewed journals or published in edited collections

Стоилова, В. *За духа на дигиталния капитализъм*, сп. Икономически и социални алтернативи, бр. 1/2020 г. Издание на УНСС, ISSN 1314-6556 ISSN (online): 2534-8965 (145-152).

Статията тематизира предприемаческия дух, присъщ на дигиталния капитализъм. В методологическо отношение генезисът на този дух се търси в новите рационалности, породени от процесите на дигитализация и глобализация. Целта на статията е да очертае спецификата на духа на дигиталния капитализъм. На основата на теоретико-аналитичния подход са разгледани основните ценности, върху които този дух се изгражда, както и ограничения му потенциал за разрешаване на съществените проблеми на съвременния съвместен живот.

Stoilova, V, *The Spirit of Digital Capitalism*, 1/2020 г., ISSN 1314-6556 ISSN (online): 2534-8965 (145-152).

The article focuses on the entrepreneurial spirit of digital capitalism. Methodologically the genesis of this spirit is sought in the new rationalities created by the processes of digitalization and globalization. The purpose of the article is to outline the specificity of the spirit of digital capitalism. On the basis of the theoretical-analytical approach, the values and morals on which this spirit is built are considered, as well as its limited potential for solving the essential problems of modern life together.

Стоилова, В. *Пазарът - между собствения интерес на пазарния актьор и обществения интерес*, Научни трудове, т.1, 2018 г. Издание на УНСС, 69-81, ISSN 0861-9344

Статията тематизира връзката между собствения интерес на пазарния актьор и интереса на обществото от функционирането на пазара. Методологическият подход за анализа на тази връзка се основава на метафората за „невидимата ръка“. Целта на статията е да се обоснове намаляващата съдействаща роля на „невидимата ръка“ за реализиране на обществения интерес. На основата на теоретико-аналитичния подход са дефинирани понятията „собствен“ и „обществен интерес“ и се обосновава различието между „собствен“ и „егоистичен интерес“.

Stoilova, V., *The Market - Between the Actor's Own Interest and the Public Interest*, Research Papers, University of National and World Economy, Vol.1/2018, 69-81, ISSN 0861-9344

The article focuses on the relationship between the actor's own interest and the public interest in the functioning of the market. The methodological approach to analyzing this relationship is based on the metaphor of „invisible hand“. The aim of the article is to justify the diminishing cooperative role of the "invisible hand" for the realization of the public interest. On the basis of the theoretical-analytical approach, the concepts of "own interest" and "public interest" are defined and the distinction between "own interest" and "selfish interest" is justified.

Стоилова, В., *Пазарни принципи на справедливост /резултати от социологическо изследване сред студенти от УНСС/*, сп. Наука, изд. на Съюза на учените в България, бр. 3, 2018 г., 15-20 ISSN 0861 3362

В статията се дискутира въпросът за връзката между пазара и справедливостта на основата на резултати от непредставително социологическо изследване, проведено сред студенти, обучаващи се в Университета за национално и световно стопанство. Целта на изследването бе да се установи как се съотнасят представите на изследваните студенти за справедливост и нагласите им като пазарни актьори-продавачи или купувачи за придобиване на пари извън пазарните правила.

Stoilova, V., *Market Principles for Justice (results from a sociological survey among students from UNWE)*, Nauka (Science), A bi-monthly journal of the Union of Scientists inBulgaria, Vol. 3, 2018 г., 15-20 ISSN 0861 3362

The article analyzes the results of a non-representative sociological survey conducted among students trained at the University of National and World Economy. The aim of the study was to find out how students' perceptions of fairness correlated with their attitudes as market actors-sellers to realizing their own money interests outside of market rules.

Стоилова, В., *Социализация чрез представата и самопредставата за „успял човек“*, SocioBrains, ISSN 2367-5721, issue 35, July 2017 (209-220)

Статията се фокусира върху процеса на социализация чрез представата и самопредставата за „успял човек“, като модел на реализиране на индивидуалните житейски планове в рамките на конкретно общество. Анализирани са данни от непредставително социологическо изследване, проведено през м.март 2017 год. сред 120 студенти, обучаващи се в Университета за национално и световно стопанство, гр. София.

Stoilova, V., *Socialization through an Idea and Self-presentation of „Successful Person“*, SocioBrains, ISSN 2367-5721, issue 35, July 2017 (209-220)

The article focuses on the process of socialization through the concept and the self-representation of "successful person" as models of realized individual life plans within a particular society. Data is used from non-representative sociological research conducted amongst students from University of National and World Economy – Sofia.

Стоилова, В., *Представи за богатство и бедност и свързаните с тях нагласи за работа в олигархични структури*, сп. Наука, изд. на Съюза на учените в България, бр. 4, 2016, 11-17 ISSN 0861 3362

В статията са представени данни от емпирично изследване сред студенти в УНСС, проведено в рамките на учебната 2014/2015 г. което имаше за цел да установи

от една страна, представите на студентите за богатство и бедност, а от друга, техните нагласи за работа в олигархични организации. Авторът се ориентира към познание на тези нагласи воден от разбирането си, че субективните представи за богатите хора (каквито несъмнено са олигарсите) може да бъде индикатор за обществен проблем, ако легитимността на богатството на тези хора се поставя под съмнение от гледна точка на начините на неговото придобиване. Изследването установи такъв проблем, тъй като само 5 % от изследваните студенти изразяват нагласи за работа в олигархични организации, заради възможността да получават желани финансови средства и социален капитал.

Stoilova, V., *Perceptions of Wealth and Poverty and related Attitudes to Work in Oligarchic Organizations*, Nauka (Science), A bi-monthly journal of the Union of Scientists in Bulgaria, Vol. 4, 2016, 11-17 ISSN 0861 3362

This article analyzes the results of empirical survey among the students at University of National and World Economy, which aimed to determine their subjective perceptions of wealth and poverty and related attitudes to work in oligarchic organisations. Along with money as access to tangible and intangible assets, in the subjective perceptions of the surveyed students, wealth and poverty are also associated with the ability of creating desirable and lasting social relationships. Only 5 % of the surveyed students expressed adjustment to work in oligarchic organisations for the chance to get desired funds and social capital.

Стоилова, В. *За границите на опазяване на обществения живот- един социологически поглед*. В: Икономическа социология 4.0 Сборник доклади от юбилейна конференция, посветена на 40-та годишнина от създаването на катедра „Икономическа социология“, Издателски комплекс- УНСС, 2016 (83-89) ISBN 978-954-644-872-9

В съвременното общество е налице тенденцията пазарът да се превръща в регулатор на все повече извънекономически обществено значими дейности. Този социален факт все още не е достатъчно изследван в рамките на социологията на пазара. Налице са две основни изследователски ориентации на социологическото познание в рамките на тази тема. Първо, познание за причините за опазяване и второ, влиянието на опазяването върху развитието на обществото и отделния негов член. В доклада

авторът се фокусира върху два изследователски въпроса, които са елемент от тези ориентации, а именно: границите на пазара, които изграждат процесите на опазаряване и едно следствие от тези процеси в лицето на нарастващата оскъдност на парите като модус за социална свързаност.

Stoilova, V., *About the boundaries of marketisation of public life – a sociological perspective*. In: *Economic Sociology 4.0 Compendium of reports from a conference dedicated to the 40th anniversary from the establishment of the Department of Economic Sociology, 2016 (83-89) ISBN 978-954-644-872-9*

There is a trend in modern society showing that the increasing role of the market as the regulator of a growing number of non-economic activities of public interest. This social fact has not been subject of sufficient research by the market sociology. There are two primary research focuses of sociological knowledge in this topic. The first one is knowledge about the reasons for marketisation and the second one discusses the impact of marketisation on the development of society and its individuals. In this report, the author focuses on two research questions that are an element of these focuses, particularly: the boundaries of the market that make up the marketisation processes and one consequence of these processes related to the growing scarcity of money as a mode of social cohesion.

Stoilova, V., *Socialization in Terms of Social Life Marketization, International Conference – GV, Volume 4, Issue 1, April 2016, Publisher: University of Zilina, Slovakia, pp:120-123, ISSN: 1339-9373*

The topic of socialization of the individual is typical of the science of sociology. This article focuses on socialization in the context of social life marketization which reformulates the value of social activities and leads to the establishment of new rules for living together, which people have to socialize with. In this social state of affairs the role of money as a modus of social connectedness increases, while the social role ‘market actor’ dominates the system of people’s social roles. Money and the market leave their imprint on the way the individual chooses to apply the notion about his own life in the society he lives in. From the point of view of the stability of society it is important whether this choice is realised as

socialization with the public institutional order or despite it.

Стоилова, В., „Социализацията в условия на опазаряване на обществения живот“, International Conference – GV, Volume 4, Issue 1, April 2016, Publisher: University of Zilina, Slovakia, pp:120-123, ISSN: 1339-9373

Темата за социализацията е една от значимите теми в рамките на социологическата наука. Докладът се фокусира върху процеса на социализация в контекста на опазаряването на обществения живот, което преформатира ценностите и правилата на съвместен живот, към които хората трябва да се социализират. Едно от най-значимите изменения е все по-нарастващата роля на парите като модус на изграждане на отношения между хората и доминиращата роля „пазарен актьор“ в ролевия ансамбъл на човека. Пазарът и парите в най-голяма степен предопределят избора на човека да реализира своята житейска стратегия в обществото, в което живее. От гледна точка стабилността на обществото е много важно дали този избор се реализира в съответствие със съществуващите правила на съвместен живот или извън тях.

Stoilova, V., *LA CIRCULATION LIBRE DES INDIVIDUS - DEFI DEVANT LE MARCHE DE L'EMPLOI EN BULGARIE*, – Actual Problems of Globalization, Midas. S. A. Thessaloniki, Greece 2016, 12-16, ISBN 978-617-7214-34-1

This report will outline some consequence on the Bulgarian economy and in particular on the labor market arising from the opportunities that globalization allows to people to seek their professional and life realization in foreign countries, and specific management decisions in this direction.

Стоилова, В., *Свободното движение на хора – предизвикателство през пазара на труда в България*, Actual Problems of Globalization, Midas. S. A. Thessaloniki, Greece 2016, 12-16, ISBN 978-617-7214-34-1

В доклада са разгледани някои последици върху пазара на труда в България, породени от глобализационните процеси в лицето на свободното движение на хора. В критична перспектива е разгледана една от управленските мерки за преодоляване на дефицитите на работна сила – разделяне на професионалните направления във висшите учебни заведения на приоритетни и неприоритетни.

Стоилова, В., *Социализацията като индивидуализация чрез професионални роли за достъп до пари чрез труд*, сп. Икономически и социални алтернативи”, бр. 1/2015 г. (99-108) ISSN 1314-6556

Статията се фокусира върху процеса на социализацията като индивидуализация в две посоки: първо, като достъп до права на собственост върху пари чрез труд /изпълнение на професионални роли/ и второ, като свобода за индивидуализация чрез правата на собственост, които актьорът получава в резултат на изпълнение на професионална роля. Изборът на подобен поглед към индивидуализацията се предопределя от все по-нарастващото значение на достъпа до пари чрез труд не само като възможност за получаване на блага, необходими за удовлетворяването на многообразните нужди на актьора, но и като предпоставка за изграждане на желани от него социални свързаности /социален капитал/, които са значим момент от неговата социализация.

Stoilova, V., *Socialization as Individualization through Access to Money through Work*, Economic and Social Alternatives, UNWE, Vol. 1/2015 г. (99-108) ISSN 1314-6556

This article focuses in two ways on the process of socialization as individualization through professional roles: first as an access to property rights on money through work (implementation of a professional role) and secondly, as freedom for individualization through property rights, which the actor receives as a result of implementation of his professional role. The choice of such a point of view to the individualization is determined by the ever-growing importance of the access to money – not only as an opportunity to obtain the goods which are necessary to meet the diverse needs of the actor, but also as a prerequisite for the development

of the desirable social connectivity (social capital) as a significant moment of the actor's socialization.

Stoilova, V., *The Society as Exchange 'Games', Economic Alternatives, issue 1/2015(31-39) ISSN 1312-7462*

Sociology explains the social through the prism of two processes evolving in parallel where the answers to two interrelated questions lie – how is the social made possible and how is it possible for the individual to exist within the social framework. Both society and the individual occur simultaneously and this is the process of interaction between people. This article provides an explanation of the social in compliance with Simmel's sociological tradition, where it is claimed that the exchange – as an indisputable sociological fact – builds and reproduces the social environment and the individual. Organizing exchange through rules which aim to build interrelation between the individuals is used to structure the paths along which the individual can satisfy their needs. The specific nature of the exchanged goods presupposes the organization of individual, but not isolated, interrelated exchange 'games'. Through their rules the exchange 'games' structure the paths for satisfying needs, transforming the latter into specific interest of the participants. In this way, the social (society) is built and reproduced on the basis of its components – self-insufficient individuals organized in some form of compatibility, based on the social division of labor – exchange 'games' in which the satisfaction of needs is carried out as the realization of specific interests – subsequent reproduction of needs and their satisfaction.

Стоилова, В., *Обществото като игри на размяна, Economic Alternatives, issue 1/2015*

Социологията обяснява социалното през призмата на два процеса, които се развиват паралелно и в които се съдържат отговорите на два взаимосвързани въпроса: - как е възможно социалното и как е възможен индивидът в рамките на някаква форма на съвместност. Между обществото и отделният индивид протичат непрекъснато процеси на взаимодействия. Статията предоставя обяснение на социалното в съответствие със социологическата традиция на Зимел, според когото размяната - като безспорен социологически факт - изгражда и възпроизвежда социалната среда и отделния индивид. Организирането на размяната чрез правила, целящи изграждането на

взаимовръзка между индивидите, на практика структурира пътищата, по които индивидът може да задоволи своите нужди. Специфичният характер на разменяемите блага предполага организирането на отделни, но не изолирани, а взаимосвързани „игри“ на размяна. Правилата на тези „игри“ на размяна изграждат пътищата за задоволяване нуждите на участниците в тях и се превръщат в техен специфичен интерес. По този начин социалното (обществото) се изгражда и възпроизвежда въз основа на неговите компоненти: несамодостатъчни индивиди, организирани в основани върху общественото разделение на труда „игри“ на размяна, в които удовлетворяването на нуждите се осъществявани като реализация на конкретни интереси, последващо възпроизвеждане на нуждите и тяхното удовлетворяване.

Стоилова, В., *Кризата на социалното като криза на доверието към институциите* в „Икономика и общество: Глобални и регионални предизвикателства пред България”, Сборник материали от научна конференция, проведена в УНСС – София, на 31.10.2013 г., (213-221) Издателски комплекс УНСС, 2014 г. ISBN 978-954-644-580-3

В доклада е направен опит да се прочете кризата на социалното /обществото/ през призмата на доверието към изграждащите го институции. Независимо от факта, че за разлика от редица други значими теми, свързани със съвместния живот между хората, темата за доверието сравнително късно се превръща в тема на самостоятелни социологически анализи и изследвания, тя бързо се превръща във фокус за познание на отделни форми на съвместен живот. Представители на различни науки за обществото все по-често разглеждат доверието като елемент на стабилността на обществото, без който трудно биха могли да съществуват споделени ценности и средства за тяхното постигане. В доклада авторът представя доверието като медиум на социалното и развива своята теза, че доверието в институциите е сложна система от доверие на три равнища.

Stoilova, V., *The Crisis of the Social as a Crisis of Trust toward the Institutions* in “Economic and Society: Global and Regional Challenges for Bulgaria”, Compendium of

This paper makes an effort to review the crisis of the social (society) through the prism of trust toward the institutions it is made of. Irrespective of the fact that, in contrast to other significant topics related to the individuals' coexistence, the topic about trust became a matter of independent sociological analyses and research at a relatively later stage, it has rapidly become the focus for understanding different forms of coexistence. Representatives of different social sciences are increasingly examining trust as an element of stability in society, in the absence of which there could hardly exist shared values and means for their achievement. In this paper, the author presents trust as a medium of the social and develops her thesis that institutional trust constitutes a complex system of trust at three levels.

Стоилова, В. *От хомо икономикус към хомо културалис*, в: „Политическа икономия и икономическа теория. Сборник статии от Първа национална конференция по политическа икономия (21-22 ноември 2013 г.) Издателски комплекс- УНСС, 2014г. (141-152) ISBN 978-954-644-580-4

Теоретичните модели за човека ни предоставят възможност да опознаем себе си и да изградим определени очаквания за поведението на другите. Познанието, което човек получава от тези модели е инструмент за обяснение на различни форми на съвместен живот, научно обосноваване на модели на поведение, които се считат за успешни в обществото, както и за изграждане на адекватни институционални правила. Особено внимание в процеса на моделирането се отделя на опитите за изграждане на модел на човека, който да бъде релевантен на институционалната система на обществото. Такъв е моделът „хомо културалис“. В доклада е представена неговата същност, основни характеристики и правила, в рамките на които той рационализира своето поведение. Направен и критичен прочит на модела „хомо икономикус“.

Stoilova, V. *From Homo Economicus to Homo Culturalis*, in: “Political Economy and Economic Theory: A compendium of articles from the First National Conference in Political Economy”, , 2014г. (141-152) ISBN 978-954-644-580-4

The theoretical models about the individual provide us with the opportunity to get to know ourselves and develop certain expectations with respect to the behaviour of others. The knowledge gained by the human based on these models is an instrument for explaining different forms of coexistence, a scientific justification of behaviour patterns considered successful in society, as well as for development of adequate institutional rules. In the course of modelling, particular attention is paid to the attempts to develop a model of the individual that is relevant to the society’s institutional system. Such, for example, is the model of “homo culturalis”. This report presents its nature, primary characteristics and rules used as a framework for the rationalisation of the individual’s behaviour. A critical review of the “homo economicus” model has also been presented.

Стоилова, В. *Образование и социализация*, в „Социализация и девиантно поведение”, съставител и редактор проф. Валентина Златанова, изд. на Института за изследване на обществото и знанието, библиотека Омда, ISBN 987-954-9719-30-7 (ePub), ISBN 987-954-9719-31-4 (FB2) 2013 г. (11-14)

Докладът е фокусиран върху връзката между образованието и социализацията, като един специфичен прочит на социалното. В този контекст се тематизират: социализиращата мисия на образователните институции, отговорността на преподавателите от науките за обществото за подготвеността на студентите за изпълнение на различни социални роли, както и тенденцията в условията на глобализация част от младите хора да заменят процеса на социализация с процес на акултуризация в случаите, в които изберат да работят и живеят в чужбина.

Stoilova, V. *Education and Socialisation* in “Socialisation and Deviant Behaviour”, author and editor - Prof. Valentina Zlatanova, issued by the Institute for Research of Society and Knowledge, Omda Library , ISBN 987-954-9719-30-7 (ePub), ISBN 987-954-9719-31-4 (FB2) 2013 г. (11-14)

This report focuses on the relation between education and socialisation, with a specific review of the social aspect. The following topics are discussed in this context: the socialisation mission of educational institutions, the responsibilities of the social sciences instructors for the students' level of preparation to perform different social roles, as well as the trend in the context of globalisation for certain part of the young people to substitute the socialisation process with the acculturation process in the cases when they choose to work and live abroad.

Стоилова, В., *За етиката на университетския преподавател*, в сборник „Етиката в българската наука“, Изд. комплекс „Стопанство” 2012 г. 226-232, ISBN 978-954-644-347-2

В доклада се поставят някои въпроси, свързани с моралните ценности и стандарти на поведение на университетския преподавател. Авторът изхожда от разбирането, че университетът е място, където младите хора се подготвят не само да изпълняват определени професионални роли, но и да бъдат членове на обществото, да бъдат граждани, да бъдат хора. В това се изразява социализиращата функция на университета като институция, която намира израз във факта, че наред със знания, трябва да се задават и образци на професионално и човешко поведение. В този контекст университетският преподавател носи отговорност не само за знанията, които преподава, но и за представите, които произвежда у студентите за добро и зло, справедливо и несправедливо, успех и неуспех.

Stoilova, V., *About the Ethics of the University Instructor* in compendium “Ethics in Bulgarian Science”, Publishing Complex “Stopanstvo”, 2012 г. 226-232, ISBN 978-954-644-347-2

This report raises certain questions related to the moral values and standards of behaviour of the university instructor. The starting point of the author is the understanding that the university is a place where young people prepare themselves not just for certain professional roles, but also for becoming members of society, citizens and humans. This is the

socialising function of the university as an institution, which is manifested in the fact that the university should not only provide knowledge, but also models of professional and human conduct. In this context, the university instructor has a key role not just with respect to the knowledge they teach, but also with respect to the notions of good and bad, fair and unfair, success and failure that they create in students.

Стоилова, В., *Социализация чрез познание за социализация в: Годишник Наука – Образование – Изкуство*, Т. 6, част 1, 2012 г., Издание на Съюза на учените в България, 200-210, ISSN 1313-5236

Обществената значимост на институцията на университета се изразява в непрекъснатото актуализиране на знанието, което преподавателите предават на своите възпитаници, подготвяйки ги не само за изпълнението на определени професионални роли. Социализиращата функция на университета е и във възможността студентите да разберат съвместността, от която са част, като сложна система от разменни отношения, като „давания“ и „получавания“, като очаквания, които ще имат към другите, но и като очаквания, които другите ще имат към тях.

В доклада е представен опитът на автора, като преподавател по икономическа социология в Университета за национално и световно стопанство, да се стреми да надгражда и систематизира, посредством новото знание за процесите на социализация, което предоставя на студентите-първокурсници, онова, което те вече са натрупали в други социализиращи институции по теоретичен и емпиричен път. Представени са резултати от игрови сценарий по време на семинарни занятия на тема „социални роли“.

Stoilova, V., *Socialization through Knowledge of Socialization*, Yearbook of Union of Scientists in Bulgaria, Science – Education – Art, Vol. 6, Part 1, 2012

The importance of university appears in constant updating of knowledge which students receive preparing themselves to perform not only professional social roles. This report focuses on an author's attempt as a reader in economic sociology to use the knowledge about socialization processes for systematizing and building on the knowledge acquired by freshmen students in other socializing institutions, as well as for building on and

systematizing the empirical knowledge which they have acquired performing certain social roles.

Стоилова, В., *Доминирането на социалната роля „пазарен актьор” в ролевия ансамбъл на човека* в "Обществената трансформация в България, Европа и Света". Съставител: проф. д.с.н. Михаил Мирчев , 2012, Издателски комплекс - УНСС ISBN 978-954-644-546-9 (43-47)

В доклада е представена тезата на автора, че ролеви ансамбъл на модерният човек все повече започва да се доминира от социалната му роля „пазарен актьор“. Основанията да подобно допускане могат да се открият поне в две значими трансформации на модерното общество. Първата е свързана със спецификата на социалната роля „пазарен актьор“, като елемент от значимата за модерното общество институция на пазара. Втората произтича от своеобразното опазаряване на социалния свят и нарастване ролята на парите като средство за получаване на преобладаващата част от благата, необходими за социалното възпроизводство на човека. Пазарът и парите преформатират цялостния живот на модерния човек и налагат своя отпечатък върху избора за реализиране на жизнената му стратегия.

Stoilova, V., *The Dominance of the Social Role „Market Actor,, in the Man’s Role Ensemble*, in: M., Mirchev (ed) *Social Transformation in Bulgaria, Europe and the World*, 2012, ISBN 978-954-644-546-9 (43-47)

This report presents a thesis as per which the role set of modern man has become increasingly dominated by his social role “market actor“. The grounds for such an assumption can be found in at least two significant transformations which are typical for modern society. The first one is related to the specific nature of social role „market actor“ as an element of market institution. The second one stems from increasing role of market relationships and money as a means of obtaining the majority of goods necessary for man’s social reproduction. Market and money reformat man’s entire life.

**Стоилова, В., *Пазар и опазаряване*, в: *Многообразие в единството*, бр. 2/2011 г.,
Издание на Съюза на учените в България, 330-338, ISSN 1314-0825**

В доклада се тематизира проблема за опазаряването на обществения живот, като единство от два процеса: легализиране на считани за незаконни преди време пазарни размени и разширяване на кръга от блага, които се произвеждат с цел пазарна размяна. Разгледани са някои основни причини за разширяване обхвата на пазарните размени. Специално внимание е отделено на пътищата за опазаряване на социалния капитал, както и на процеса на опазаряването на самия човек като промяна в неговите социални отношения и психика. Поставя се въпросът за необходимостта от изследване на културните граници на пазарните размени.

Stoilova, V., *Markt and Marketization*, in: *Diversity in Unity*, vol. 2/2011, Union of Scientists in Bulgaria, 330-338, ISSN 1314-0825

For more than two centuries talking about market was reduced just to talking about economics. However life has shown that legitimate market exchanges are also carried out in other areas of public life that are not traditionally defined as economics – health care, education, arts, sport. This process of transformation of market in a fundamental principle of exchange requires serious consideration as it is reformatting the man's entire life. In the ongoing agenda emerge the issues related to the cultural boundary of market exchanges as a part of value consensus in society and building of rules to regulate „new“market exchanges.

Stoilova, V., *Freedom, Competition and Market order*, *Economic Alternatives*, issue 2/2011(18-30) ISSN 1312- 7462

This article is an attempt to provide a close view to the social liberal order through the prism of the connection between freedom, competition and market order. The perimeter of the research interest leaves aside the more general philosophical interpretations of freedom. In this article freedom is looked upon as an entirety of property rights; competition- as a compulsory game in which the players should take part in order to obtain property rights and market order as the totality of all the market players and the rules which they follow in order to achieve their free choice of production and of market exchange of property rights upon goods.

Стоилова, В., *Свобода, конкуренция и пазарен ред*“ , *Economic Alternatives*, issue

Статията е опит да се „прочете“ либералния обществен ред призмата на връзката между свободата, конкуренцията и пазарния ред. Така очертаният изследователски интерес оставя в страни по-общите философски интерпретации на свободата. В настоящата статия свободата се разглежда като съвкупност от права на собственост, конкуренцията – като принудителна игра, в която актьорите трябва да участват, за да получат права на собственост, а пазарният ред – като съвкупността от всички пазарни актьори и правилата, по които те осъществяват своите свободни избори за производство и пазарна размяна на правата на собственост върху блага.

Стоилова, В. *Европеизацията като социална промяна*, в сборник „Европеизацията – предизвикателства пред социолозите от Балканските страни”, Сборник от Международна научна конференция, посветена на 30 години от създаването на катедра „Икономическа социология и психология“ в УНСС, С. 2006 г., 74-81

В доклада се представя разбирането на автора за европеизацията като синтез от пет взаимосвързани структурни промени, които влияят върху живота на хората в страните – членки и кандидат-членки на Европейския съюз. Тематизират се въпросите свързани с промяната в стила на живот като квинтесенция на социалната промяна, в т.ч. и детерминантите на ценностната промяна. Специално внимание е отделено на нарастващата неопределеност пред отделния човек, което поставя предизвикателства пред стремежа му да рационализира своите избори.

Stoilova, V. *Europeanisation as a Social Change*, in compendium “Europeanisation – challenges for Balkan countries sociologists”, compendium from an International Scientific Conference dedicated to the 30th anniversary from the establishment of the Department of Economic Sociology and Psychology in UNWE, 2006, 74-81

This report presents the author’s understanding about Europeanisation as a fusion of five interrelated structural changes that influence the life of individuals in the European Union member states and applicant countries. The matters related to the change in lifestyle as the quintessence of social change are discussed, including the determinants of the change in

values. Special attention is paid on the growing uncertainty for the individual, which poses challenges to the individual's efforts to rationalise their choices.

Стоилова, В. , *Институционални преобразувания в прехода към пазарна икономика*. В „Социология и икономика”, 2005 г. Университетско издателство „Стопанство“, сборник доклади от Научна конференция посветена на 30-та годишнина от дипломирането на първия випуск студенти от профил „Социология“ към специалност Политическа икономика и 27-та годишнина от създаването на катедра „Икономическа социология“, ISBN 954-494-650-0, 133-141

Докладът е фокусиран върху промяната в институционалната матрица на обществото като ключова предпоставка за прехода на България към пазарна икономика. Това предполага не само приватизация на държавната и общинската собственост, но и промяна в съществуващите институции и изграждане на нови във всички области на обществения живот. В доклада са представени различни теоретични възгледи за институционалните преобразувания в обществото; направен е анализ на институционалните промени в България , като са очертани от една страна, основните проблеми, които съпътстват този процес, а от друга, неговите възможни перспективи.

Stoilova, V., *Institutional Transformations in the Transition to a Market Economy*. In “Sociology and Economics”, 2005. University Publishing House “Stopanstvo”, compendium of reports from a scientific conference dedicated to the 30th anniversary from the graduation of the first students from the “Sociology” profile of the “Political Economy” major and 27th anniversary from the establishment of the Department of Economic Sociology, ISBN 954-494-650-0, 133-141

The report focuses on the change in the institutional matrix of society as a key prerequisite for Bulgaria's transition to a market economy. This involves not just privatisation of public and municipal property, but also a change in the existing institution and development of new ones in all aspects of public life. The report presents different theoretical perspectives on the institutional transformations in society; it analyses the institutional changes in Bulgaria by outlining, on the one hand, the main problems accompanying this process and, on the other hand, its possible perspectives.

Университетски учебник или учебник, който се използва в училищната мрежа

University textbook or textbook used in the school network

**Стоилова, В. Социология на пазара. 2020. Издателски комплекс – УНСС, ISBN
978-619-232-358-5**

Учебникът „Социология на пазара“ е предназначен основно за студентите от четвърти курс на специалностите „Социология“ и „Икономическа социология“ в УНСС, както и за всички онези, които изпитват любопитство и желание за познание и осмисляне на една от най-значимите институции на съвременното общество – пазара.

Като всеки авторски учебник, така и настоящият, отразява както достигнатото познание за пазара в рамките на социологическата наука, така и възгледите на автора по разглежданите теми. Съдържанието на учебния курс има подчертано теоретичен характер. Студентите се запознават с особеностите на размяната, като основна човешка дейност и различните институционални стандарти, които са я регулирали в хода на човешката история. Изследват се генезисът, същността и механизмите на институцията на пазара, през призмата на ценностния избор за решението на онзи обществен проблем, заради който се създава тази институция. Разглежда се съвкупността от правила, които в своето единство изграждат институцията на пазара и довеждат до реализирането на ценностния избор. Особено внимание е отделено на социалната роля «пазарен актьор» като елемент от институцията на пазара и на спецификата на пазарната размяна. Тематизират се проблемите свързани с ролята на държавата в изграждането на пазарния ред, пазарната власт и пазарния морал. Очертават се тенденциите на опазаряване на неикономически дейности и развитието на пазара в един глобализиращ се свят.

Социологията на пазара се опитва да предостави познание за пазара, което да помогне на студентите да отговорят на три фундаментални въпроса: защо хората създават пазара като форма на съвместен живот; защо тази форма има различна „физиономия“ в различните общества и защо парите са толкова важни за съвременния човек. Всеки от тези фундаментални въпроси поражда други, по-конкретни въпроси,

отговорите на които авторът на настоящия учебник е определил като учебни цели, които да бъдат постигнати в рамките на учебния курс „Социология на пазара“.

Stoilova, V., *Marketsociology*, 2020. Publishing complex of UNWE, ISBN 978-619-232-358-5

The textbook “Marketsociology” is primarily intended for fourth-year students majoring in “Sociology” and “Economic Sociology” in UNWE, as well as for those who are curious and willing to get to know and understand one of the most essential institutions of modern society – the market.

Just like every genuine textbook, this one reflects both the knowledge on the market gained by the sociological science, and the author’s perspectives on the topics discussed. The course content is of primarily theoretical nature. Students learn about the specifics of exchange as a basic human activity and the different institutional standards that have regulated it in the course of human history. The genesis, nature and mechanisms of the market institutions are studied through the prism of the choice of values for the solution of the social problem that gave rise to the creation of this institution. The set of rules is discussed, which, combined, develop the market institution and lead to the realisation of the choice of values. Particular attention is paid to the “market actor’s” social role as an element of the market institution and to the specifics of market exchange. The topics about the problems related to the role of the state in the development of the market order, market power and market moral are discussed. The trends of marketisation of non-economic activities and the development of the market in a globalising world are outlined.

The study of sociology of the market makes an effort to provide knowledge about the market that would help students answer three fundamental questions: why people create the market as a form of coexistence; why this form has a different “face” in different societies and why money is so important for the modern individual. Each of these fundamental questions gives rise to other, more specific questions, the answers of which are defined as academic objectives by the author of this textbook, to be achieved in the framework of the course “Marketsociology”.

**Ракаджийска, Т., Найденов, Г., Стоилова, В., Стоянов, Ал., Рамчев, К.,
Милenkова, В., *Икономическа социология (цикъл избрани лекции)* Издателски
комплекс УНСС, Център на дистанционно обучение при УНСС, 2016 ISBN 978-
954-644-825-5 (69-96)**

В учебника, предназначен за студенти в дистанционна форма на обучение, доц. д-р Вяра Стоилова е автор на следните три теми:

ПАЗАРЪТ – ИЗМЕРЕНИЯ, ФУНКЦИОНИРАНЕ И РАЗВИТИЕ – Темата има за цел да даде на студентите познания за: еволюционния генезис на пазара; социалните механизми на неговото функциониране; условията за достъп до пазара; спецификата на пазарната размяна и основните форми на пазарна власт.

ДЪРЖАВА И ПАЗАР – Темата има за цел да даде на студентите познания за: ролята на държавата при изработването на пазарните правила; обществения интерес от функционирането на пазара, който трябва да се гарантира и от държавата, в т.ч. и ролята на държавата за осигуряване на достъп до пазара на определени обществени групи и новата роля на държавата за функционирането на пазара в условията на глобализация.

ПАЗАР И НЕФОРМАЛНА ИКОНОМИКА – Темата има за цел да даде на студентите познания за: връзката между пазара и неформалната икономика; основните дейности, които се включват в неформалната икономика; мотивите на субектите за участие в неформалната икономика; последствията от неформалната икономика за отделния човек и за обществото като цяло и основните механизми, чрез които може да се ограничи неформалната икономика

**Rakadzhiyska, T., Naydenov, G., Stoilova, V., Stoyanov, Al., Ramchev, K., Milenkova,
V., *Economic Sociology (a sequel of selected lectures)*, Publishing complex of UNWE,
UNWE Centre for Distance Learning**

In this textbook, intended for distance learning students, Assoc. Prof. Vyara Stoilova, PhD is the author of works on the following three topics:

MARKET – DIMENSIONS, FUNCTIONING AND DEVELOPMENT: This topic is intended to provide knowledge to the students about: the evolutionary genesis of the market;

the social mechanisms of its functioning; the conditions for market access; the specifics of market exchange and the main forms of market power.

STATE AND MARKET: This topic is intended to provide knowledge to the students about: the role of the state in the development of the rules of the market; the public interest in the market functioning which should be also guaranteed by the state, including the state's role in providing access to the market of certain society groups and the new role of the state in the market functioning in the context of globalisation.

MARKET AND INFORMAL ECONOMY: This topic is intended to provide knowledge to the students about: the relationship between the market and the informal economy; the main activities that are part of the informal economy; the motives of subjects to participate in the informal economy; the consequences of the informal economy for the individual and for society as a whole and the primary mechanisms to limit the informal economy.

**Нончев, А., Стоилова, В., Стоянова, М., Стоянов, Ал., Петрунов, Г., Мишева, М.,
Икономическа социология, 2017, Издателски комплекс УНСС, ISBN 978-619-232-
017-1, (104-152)**

В учебника доц. д-р Вяра Стоилова е автор на следните две теми:

ОБЩЕСТВО И ИНСТИТУЦИИ – темата има за цел да даде на студентите познание за : обществото като необходима форма на организация на съвместния живот между хората; институционализацията на обществено значимите дейности; институцията като безличностен и законен регулатор на обществено значимите дейности и за някои от най- значимите икономически институции в обществото.

РАЗМЯНА И ПАЗАР – темата има за цел да даде на студентите познание за: размяната като една от основните дейности, които хората извършват, нейните основни характеристики и видове; институцията на пазара като основна икономическа институция, ценностите, върху които се изгражда и средствата за тяхното постигане; спецификата на пазарната размяна от гледна точка на реципрочността и постигането на еквивалентност между разменяемите блага и основните процеси на опазаряване на

обществения живот, както и произтичащата от това роля на парите като средство за изграждане на социална свързаност между хората.

**Nonchev, A., Stoilova, V., Stoyanova, M., Stoyanov, A., Petrunov, G., Misheva, M.,
Economic Sociology, 2017, Publishing complex of UNWE, ISBN 978-619-232-017-1,
(104-152)**

In this textbook, Ass. Prof. Vyara Stoilova, PhD is the author of works on the following two topics:

SOCIETY AND INSTITUTIONS: This topic is intended to provide knowledge to the students about: society as an essential form of organisation of coexistence among people; the institutionalisation of the activities of public interest; the institution as an impersonal and legal regulator of the activities of public interest and of some of the most significant economic institutions in society.

EXCHANGE AND MARKET: This topic is intended to provide knowledge to the students about: the exchange as one of the main activities performed by the individuals, its characteristics and types; the market institution as a primary economic institution, the values it is built upon and the means for their achievement; the specifics of market exchange from the perspective of reciprocation and the achievement of equivalence between the exchanged goods and the main process of marketisation of public life, as well as the resulting role of money as a means for development of social cohesion among the individuals.