

ПРИЛОЖЕНИЕ 12.

РЕЗЮМЕТА НА ТРУДОВЕТЕ СЛЕД ЗАЩИТА НА ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЯ

за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент”,
област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки,
професионално направление 3.7. Администрация и управление,
специалност „Управление на интелектуалната собственост“,
обявен в Държавен вестник, бр. 55 от 27.06.2023 г.

РЕЗЮМЕТА НА ТРУДОВЕТЕ СЛЕД ЗАЩИТА НА ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЯ

на гл. ас. д-р Венцислава Александрова Николова-Минкова

за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент”,
област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки,
професионално направление 3.7. Администрация и управление,
специалност „Управление на интелектуалната собственост“,
обявен в Държавен вестник, бр. 55 от 27.06.2023 г.

Обобщените резюмета на трудовете, представени в настоящия документ, са систематизирани в следните тематични направления:

1. Управление на интелектуалната собственост

1.1. Управление на интелектуалната собственост в качеството ѝ на актив за компаниите

1.2. Управление на интелектуалната собственост за постигане на конкурентоспособност

2. Правата върху обекти на интелектуална собственост в качеството на индикатор за бизнес анализи

2.1. Правата върху обекти на интелектуалната собственост като индикатор за бизнес средата

2.2. Правата върху обекти на интелектуалната собственост като индикатор за устойчиво развитие

1. УПРАВЛЕНИЕ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ

1.1. УПРАВЛЕНИЕ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ В КАЧЕСТВОТО Ъ НА АКТИВ ЗА КОМПАНИИТЕ

Тематичното направление разглежда общите въпроси по управление на интелектуалната собственост в рамките на предприятието. Към това тематично направление се отнасят публикации [12], [13], [20], [23], [24] (Приложение б).

В състава на интелектуалната собственост (ИС) попадат продуктите на човешкия интелект в областта на индустрията (обекти на индустриална собственост) и в сферата на науката, литературата и изкуството (художествена собственост), които обективното право признава и закриля. Интелектуалната собственост като правна категория обхваща правата върху обектите в нейния състав, сред които патенти, полезни модели, марки, индустриален

дизайн, произведения в областта на науката, литературата и изкуството и др., които се закрилят съгласно различни национални, регионални и международни нормативни актове, съставлящи системата на правата върху интелектуална собственост.

Особеностите на интелектуалната собственост я извеждат като двигател на дейността на творческите индустрии, който може да допринесе за икономическия растеж на отделно предприятие, сектор и дори цялата икономика. Посоченото е в зависимост най-вече от правилното и ефективно управление на правата върху интелектуална собственост, което налага задълбоченото разглеждане на този въпрос.

В [12] подробно са описани дейностите по управление на интелектуалната собственост, насочени към: Идентифициране на обектите на интелектуална собственост в рамките на предприятието; Осигуряване на закрила за идентифицираната интелектуална собственост; Осъществяване оценка на актива и неговата стойност; Използване на актива по силата на изключителните права, възникнали за неговия притежател с цел извличане на икономическа изгода; Оценка ефективността от управлението на интелектуалната собственост. Изведена е необходимостта от имплементиране стратегията по управление на интелектуалната собственост в общата стратегия за постигане на положителен икономически резултат на компанията. В допълнение са посочени съществените дейности, подпомагащи компанията при разработването на ефективна стратегия за управление правата върху обекти на интелектуална собственост.

Постигането на положителен икономически резултат от предприятията е свързано с познания за възможните стратегии за управление на ИС и техните особености, както и познания за директните икономически ползи за компаниите от управлението на интелектуалната им собственост [24].

Имайки предвид, че протичащите процеси на дигитализация в съвременното измениха в голяма степен дейността на компаниите, въпросът за опазване на правата върху интелектуална собственост и управлението им в дигитална среда е особено актуален. В [20] е изведена значимостта на придобиването на права върху интелектуална собственост за съществуването и прогреса на предприятията, като е разгледана спецификата на някои от по-широко разпространените и притежавани от компаниите интелектуални продукти и тяхното използване в дигитална среда. Особено важна за предприятията е икономическата реализация на обектите на интелектуална собственост в дигитална среда, която се постига чрез управление на правата върху обектите. Управлението на правата може да се договори индивидуално (титулярът на правата сам договаря лицензионните условия по договорите) или колективно, чрез двустранни договори за сътрудничество. Независимо от избрания начин за управление на правата върху интелектуална собственост в дигитална среда, съществуват трудности относно защитата на обектите на интелектуална собственост, които се проявяват в особено висока степен при малките и средни предприятия (МСП).

Предприятията, изграждащи малкия и среден бизнес са изключително разнообразни като пазарен сегмент, като в световен мащаб съставляват приблизително 90% от всички предприятия. Имайки предвид значително високият им дял в общата структура на предприятията, МСП се явяват един от основните двигатели за повишаване темповете на икономически растеж. В същото време значимостта и стойността на интелектуалните продукти често се подценява от МСП, а липсата на достатъчно познания за системата на интелектуалната собственост води до пропускане на икономически изгоди. Всичко посочено, наред с твърденията на редица изследователи в областта, че МСП са по-иновативни от големите предприятия, тъй като за тях е присъща по-голяма гъвкавост, по-

бързи процедури за вземане на решение и по-висока адаптивност на измененията на заобикалящата среда, налага извеждане на важността на интелектуалната собственост за МСП [23].

Правата върху интелектуална собственост превръщат идеите в бизнес активи с реална пазарна стойност. Адекватната защита на ИС позволява на техния собственик да възпира потенциалните нарушители или да преследва законово установените такива. Чрез закрилата на обектите на интелектуална собственост МСП могат да печелят от своя иновационен капацитет и творчество, които се явяват тласък в иновационната активност и на други предприятия. В контекста на процесите на дигитализация, МСП трябва да са наясно с възможностите на дигиталното си присъствие и трябва да преразгледат внимателно положителните и отрицателните му страни, както и да се съобразят с всички посочени изисквания, за да избегнат възможните проблеми по нарушение на техните права в интернет[23].

Възможностите, разкривани пред МСП за управление на интелектуалната им собственост са изложени в [13]. Те зависят в основна степен от капацитета на предприятието, тъй като извличането на максимални икономически ползи от притежанието и управлението на права върху интелектуална собственост налага разработване на стратегия за управление на базата на интердисциплинарен подход, като се включат участници от всички отдели на компанията, което ще допринесе за повишаване осведомеността на екипите за ИС и в същото време ще повиши ефективността на управлението чрез представяне на различните гледни точки на участниците, касаещи научноизследователската и развойна дейност, маркетинга, продажбите и др. Изборът на конкретна стратегия от фирмите зависи от индустрията, в която функционира фирмата, размера на компанията и прилагания бизнес модел, динамиката на пазара и др. Стратегическото управление на компанията и на интелектуалната собственост изискват определяне на най-ефективната стратегия, вземайки под внимание всички въздействащи фактори, като е възможен различен краен резултат от прилагане на стратегията в зависимост от конкретните условия към даден момент. В помощ на МСП са представени два режима (стратегии) на закрила на интелектуалната собственост – стратегия на натрупване (IP Atom Framework) и кумулативна стратегия (IP Continuum Framework). Всяка от тези стратегии предлага различна комбинация от права върху интелектуална собственост, в зависимост от времето, характеристиките на обекта на интелектуална собственост и валидността на други права на интелектуална собственост. В случаите, в които МСП нямат финансовата възможност за осигуряване на легална защита на притежаваната интелектуална собственост, трябва да са запознати и с други практики и механизми на закрила, както и резултатите от тяхното прилагане, също представени в разработките от тематичното направление.

1.2. УПРАВЛЕНИЕ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ ЗА ПОСТИГАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Тематичното направление разглежда в частност управлението на интелектуалната собственост за постигане на конкурентоспособност на компаниите. Към това тематично направление се отнасят публикации [6], [7], [8], [9], [10], [14], [15], [16], [18], [19], [22], [M1] (Приложение 6).

Конкуренцията между предприятията е процес на съревнование, чиято цел е реализиране на предлаганите стоки и услуги чрез спечелване на повече клиенти в рамките

на законовите изисквания, независимо от целите на останалите предприятия, участващи на пазара. Осъществяването на конкуренцията между предприятията се опосредства в зависимост от способностите на всяко предприятие да се конкурира. Във връзка с това е изведен терминът конкурентоспособност, който най-общо изразява способността му да постигне определени преимущества (конкурентни предимства) пред своите конкуренти, които чрез постоянно усъвършенстване и адаптиране към потребителските предпочитания осигуряват дългосрочна устойчивост при повишаващи се стопански резултати.

Разглеждайки конкурентните предимства на равнище търговско предприятие, се установява обособяването им в специализираната литература в две групи – икономически и маркетингови преимущества. Икономическото предимство се осъществява на база разходи и се основава на превъзходството на предприятието по отношение на равнището на разходите за обръщение и реализация на предлаганите стоки и услуги. Маркетинговото предимство се основава на умението на предприятието да открие отличителните характеристики на предлаганите стоки и услуги. Това се осъществява чрез предлагане на нови продукти от избрани търговски марки, по-добър мърчандайзинг и използване на съвременните предимства на брендирането. В този контекст, интелектуалната собственост се разглежда и като маркетингов инструмент, чрез възможността си да влияе върху пазара като спомага за: диференциране на предложенията на отделните пазарни участници; поддържане на пазарния дял на компаниите и неговото разширяване; създаване на условия за развитие на нови пазари.

Имайки предвид, че една от основните задачи на компаниите, конкуриращи се чрез предлаганите стоки и услуги на пазара е да спечелят вниманието на потребителите, ефективното управление на обектите на интелектуална собственост може да се използва за създаване на емоционална привързаност и за въздействие върху преживяванията на потребителите. На тази тематика е посветен монографичният труд [М1], който представя от една страна процеса на осигуряване на правна закрила на търговските марки, а от друга – проследява подробно процеса на трансформация на регистрираните търговски марки в мощни брандове, чиято стойност се явява конкурентно предимство и основа за изграждане конкурентоспособността на компаниите. Чрез използване на маркетингови похвати за въздействие върху потребителското поведение и създаване на ценността на бранда в съзнанието на потребителите [19], компаниите диференцират своите продукти от тези на конкурентите.

Необходимостта от търговските марки и брандовете се свързва с разграничаване на производителите и техните стоки, както и внушаване на потребителите на определени качества, присъщи на стоката. По този начин се улеснява изборът на потребителя при осъществяване на покупка и се формира неговото отношение към предложенията на търговеца. В [15] е проследена ролята на търговската марка за формиране на емоционална привързаност в потребителите, което оказва пряко влияние върху тяхното поведение на пазара. Чрез провеждане на анкетно проучване е установено, че наложилите се на пазара търговски марки са мощен фактор за привличане на потребителите, които биха избрали продукти с конкретна любима марка пред аналогични продукти от конкурентни марки, независимо от фактора цена.

Разширение на пазарния дял на компаниите чрез използването на права върху интелектуална собственост може да се постигне посредством предоставянето на лицензии за правата върху обекти на ИС, което създава благоприятни възможности за колаборации с други участници на пазара [18]. Лицензирането на обекти на интелектуална собственост осигурява редица икономически ползи както за лицензодателя, така и за лицензополучателя на правата.

Имиджът и лоялността на потребителите към търговските марки са основа за създаване на стойността на марките като нематериален актив за предприятията. Приема се, че стойността на марките се основава на потребителския избор и включва в себе си теоретични предимства и мениджърски практики в разбирането и повлияването на потребителското поведение. [6] разглежда стойността на марката, натрупана въз основа на изградения ѝ имидж и създадената потребителска лоялност към нея, като основа за създаване на устойчиво на икономически кризи конкурентно предимство.

В [7] е разгледана връзката между марките и брандовете, и формирането и оценяването на тяхната стойност като конкурентно предимство за компаниите. Изведени са марките с най-висока стойност и компаниите, които ги притежават, като се проследява и изменението в стойността на марките за 2019 и 2020 г. Аналогичен анализ е осъществен в [14], където е проследено изменението на стойността на брандовете в ритейл сектора за периода 2012-2019 г. В [16] е изготвен анализ на търговските марки на глобалния пазар, като е представена информация за разпределението на стойността на търговските марки по икономически сектори за 2018 и 2019 г., както и първите десет марки/бренда, постигнали най-висока стойност в света за 2020 г. Доказано е, че конкурентното предимство, което създават търговските марки, е мощен фактор за привличане на потребители и повишаване конкурентоспособността на компаниите.

Друг подход в анализиране процеса на трансформация на търговските марки в брандове е използван в [10]. Публикацията разглежда марките в качеството им на нематериален актив за предприятието, който под влияние на маркетинговият инструментариум на компанията може да се превърне в мощен бранд. Изведена е и важността на нематериалните активи и брандовете в съвременното, като особено влияние е отделено на ролята на брандовете като конкурентно предимство за компаниите по време на предизвиканата от пандемията COVID-19 икономическа криза.

Въздействието на непредсказуемите условия и икономическата криза вследствие COVID-19 върху устойчивостта на интелектуалната собственост като актив и конкурентно предимство за компаниите е проследена и в публикация [9]. Изготвен е сравнителен анализ на секторите със силни брандове в някои европейски държави, като е изследвано равнището на БВП за всяка от избраните държави като индикатор за състоянието на икономиката. Установено е, че силните брандове, постигащи висока стойност чрез своята разпознаваемост и положителен имидж сред потребителите са ключов актив в бизнеса. Те са първостепенен фактор за устойчивост както в основата на кризата, така и по време на възстановителния период.

В [22] се разглежда ефектът, който пандемията оказва върху дейността на компаниите чрез анализ на марковата заявителска активност, осъществена от български и чуждестранни граждани на територията на страната и от български граждани в чужбина. Тук марковата

заявителска активност се използва като индикатор за развитието на бизнеса и отразява предприетите от предприятията дейности за ограничаване негативното въздействие на пандемията, както и разкрилите се пред тях възможности за развитие.

Важността на марките като конкурентно предимство за компаниите и възможността за постигане на високо равнище на конкурентоспособност чрез използване стойността на брандовете като преимущество пред конкурентите, дава основание да се търси влиянието на марките върху конкурентоспособността на националната икономика. Използваният подход в този случай се различава от разгледаните до момента публикации, като в [8] е изследвана връзката между равнището на националната маркова заявителска активност и равнището на конкурентоспособност на националната икономика. Проведен е корелационен анализ на ранговете по Спирман и еднофакторен корелационен и регресионен анализ върху данните за равнището на конкурентоспособност на държавите от ЕС-27 на базата на Глобалния индекс на международната конкурентоспособност (Global Competitiveness Index – GCI) и данните за марковата заявителска активност на същите държави. Доказано е наличието на положителна корелационна връзка между изследваните променливи.

2. ПРАВАТА ВЪРХУ ОБЕКТИ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ В КАЧЕСТВОТО НА ИНДИКАТОР ЗА БИЗНЕС АНАЛИЗИ

Тематичното направление разглежда правата върху обекти на интелектуална собственост и статистическите данни за тях в качеството на значим икономически индикатор, въз основата на който могат да се изготвят анализи, подпомагащи дейността на компаниите. Данните са показателни и за развитието на компаниите в контекста на конкретни условия от заобикалящата среда.

2.1. ПРАВАТА ВЪРХУ ОБЕКТИ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ КАТО ИНДИКАТОР ЗА БИЗНЕС СРЕДАТА

Към това тематично направление се отнасят публикации [1], [2], [3], [4], [5], [17], [21], [25] (Приложение 6).

Патентно-базираните индикатори са един от широко използваните и признати в специализираната литература индикатори за анализ на един или друг аспект на иновационния процес, за сравнителен анализ на технологичното развитие на отделни сектори, държави, за установяване на степента на развитие на технологиите спрямо заложените в концепциите за кръгова икономика и за устойчиво развитие принципи.

Базирайки се на примерите в тази област, в [3] е проследена патентната активност по технологични области и направления за периода 2010-2021 г., осъществена от български и чуждестранни граждани в България, както и български граждани в чужбина. За целта е използвана разработената от Световната организация по интелектуална собственост система за съпоставяне на технологичните области и направления с класификационните индекси по МПК, причислявани към всеки патент. Активността на патентозаявители и патентоприетатели отразява ролята на патентите за разкриване на протичащите

технологични изменения и позволява оценка на изобретателския потенциал. Изследваната патентна заявителска активност и броят издадени патенти в периода са показателни за концентрацията на патентни права в отделни технологични области и направления, което свидетелства за технологичната специализация и ориентация на държавата и фирмите към конкретни технологични области, към които е насочено бъдещото развитие и изобретателския потенциал.

Аналогично изследване е осъществено и в [5], като разработвайки и прилагайки Система за съответствие между Класификацията на икономическите дейности в България (КИД-2008) и Международната патентна класификация (МПК), наред с Корелационен анализ на ранговете по Спирман и метод на сравнението е установено, че съществува много голямо съвпадение между концентрацията на българската и чуждестранната патентна активност по икономически сектори и раздели. Това от своя страна е показателно за протичащите тенденции на развитие на българската икономика и влиянието на чуждестранните инвеститори за формиране на бизнес климата у нас.

Разкривайки структурата и динамиката на патентите за изобретения в България за периода 2001-2018 г., в [4] са показани разнообразните възможности и целесъобразното използване на патентната статистика в качеството ѝ на икономически индикатор при анализ на технологично развитие по технологични области и направления. Изведените тенденции за развитие на общата патентна активност по технологични области може да се използват като полезен инструмент при информационното обезпечаване на управленски решения, насочени към мониторинга на техническия прогрес и към научно-технологичното и иновационно развитие на България. Аналогичен анализ е осъществен и в [17], като данните за националната патентна активност се използват за отразяване на институционалната структура на патентите с български притежатели и динамиката на относителните дялове на българската патентна активност по институционални сектори за периода 2001-2019 г.

В последните години нараства и ролята на марките в качеството им на индикатор за измерване на иновационната активност на компаниите. В [21] е обоснована връзката между марковата активност и иновациите и са изведени направленията на изследователски интерес, сред които: връзката между марковата активност и НИРД; връзката между марковата активност и фирмите, опериращи в сектор услуги; връзката между предпоставките за регистриране на марка и иновациите; връзката между марковата активност и иновационната активност. Причина за използването на марките като по-надежден иновационен индикатор от патентите се разкриват в широкото приложение на марките от фирми, работещи в сектор услуги, както и увеличаващият се дял нетехнологични иновации (маркетингови подходи, социални иновации, нови бизнес модели).

В [1] марковата активност е използвана като индикатор за състоянието на средата за развитие на предприятията. Проследявайки динамиката на българската и чуждестранната маркова активност в България и българската активност в чужбина за периода 2000-2019 г. е отчетено влиянието на две важни за българската икономика събития – присъединяването на България към Европейския съюз (ЕС) през 2007 г. и Световната икономическа криза от 2008 г. Доказана е връзката между марковата активност и условията на бизнес средата, в която оперират физическите и юридическите лица, като членството на България в ЕС поражда прогресивен ръст на заявените за регистрация марки в ЕС, а Световната икономическа криза

поражда спад в активността както на национални и чуждестранни маркозаявители и маркопритежатели на територията на България, така и на български маркозаявители и маркопритежатели в чужбина.

Марковата активност е използвана и като индикатор за разкриване развитието на икономическите сектори в България [2]. Чрез приложение на разработената Система за причисляване на класовете на стоките и услугите по Ницката класификация към Класификацията на икономическите дейности и приложение на Корелационен анализ по Спирман и сравнителен анализ са установени приоритетните за маркозаявители и маркопритежателите класове, отразяващи специализацията на български и чуждестранни заявители/притежатели на марка. Установено е още, че специализацията на българските маркозаявители е насочена предимно към сектор услуги, което предопределя високата добавена стойност (64%), която създава секторът в дела на общата добавена стойност в страната. По отношение на производството, то е насочено към дейности с ниска и средна технологична интензивност

В [25] е изготвен сравнителен анализ на заявените и притежаваните права върху обекти на интелектуална собственост (патенти, полезни модели, марки, промишлен дизайн) от български и сръбски граждани. Това позволява да се очертаят тенденциите на развитие за всяка от страните и да се отчете ролята на чуждестранните инвестиции в Република Сърбия за повишаване на активността на чуждестранни лица при придобиване на права върху интелектуална собственост. В същото време активността на българските граждани е предимно насочена към разширяване териториалния обхват на правата върху интелектуална собственост в чужбина, което е показателно за стремежа им за навлизане на нови пазари и спечелване на пазарни позиции.

2.2. ПРАВАТА ВЪРХУ ОБЕКТИ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ КАТО ИНДИКАТОР ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

В тематичното направление се поставя акцент върху използването на патентната информация в качеството ѝ на индикатор за иновативната дейност на компаниите по пътя към устойчивото развитие. Към това тематично направление се отнасят публикации [11], [26], [27], [28], [29], [30] (Приложение 6).

Концепцията за устойчиво развитие [11] определя, че икономическото развитие на обществото се свързва с баланс между социалните и екологичните принципи, при това осъществявайки се с устойчиви във времето темпове за опазване на наличните ресурси за настоящи и за бъдещи поколения. Имайки предвид, че кръговата икономика се възприема като решаващ модел за устойчиво развитие, интерес за редица автори е всестранното обвързване на дейността на предприятията и идеята за устойчиво развитие и прилагане принципите на кръгова икономика, отнасящи се до: използване на възобновяеми енергийни източници; опазване на околната среда; прокарване на иновации, свързани със знания за природата и др. Изпълнението на посочените принципи от друга страна изисква задълбочаване на изследователските разработки и търсене на иновативни решения, които да подпомогнат процеса на преминаване от линейна към кръгова икономика, при това в

контекста на устойчивостта. Това предопределя появата и развитието на концепцията за екологичните иновации и необходимостта от тяхното изследване.

Трябва да се посочи и фактът, че един от най-широко разпространените индикатори, чрез които може да се установи напредъка на обществото в посочената област са патентите за екологичните иновации. Чрез тях се разкрива развитието на иновативната дейност на компаниите и възможността тези иновативни технологии да изместят съществуващите процеси, продукти и материали.

Вземайки под внимание широкото приложно поле на патентно-базираните индикатори и възможността чрез тях да се измери: равнището на еко-иновационните дейности и насоките на изследване в определени екологични области, сред които; знанията на организациите в областта на екологичните технологии; дифузията на технологии за опазване на околната среда; източниците на еко-иновациите; технологиите за опазване на околната среда на отделните държави и др., в публикация [11] е проследена динамиката на патентната активност в областта на еко-иновациите, осъществена чрез Европейското патентно ведомство (ЕПВ) в периода 2012-2021 г.

Постигането на устойчиво развитие за компаниите и обществото като цяло зависи в голяма степен и от контрола на замърсяването. Замърсяването на околната среда остава основният проблем на човечеството, тъй като именно човешката дейност е сред значимите и най-силно въздействащи източници на замърсяване чрез протичащите процеси на урбанизация, индустриализация, дейностите по добив на полезни изкопаеми и др. Развитието на обществото, постигането на напредък и просперитет са съпътствани от увеличение на отпечатъка на хората върху околната среда – изсичане на горите, замърсяване на почвата и водите, увеличаване на парниковите газове и изменение на климата, в следствие на което се унищожават биоразнообразието и т.н. Всичко изброено до тук предизвиква необходимостта не само от контролиране и ограничаване на вредите от човешката дейност, но и на последиците от нея, което може да се постигне чрез въвеждане на нови технологични решения в областта на контрола на замърсяването, които представляват обект на изследване в публикация [26].

Представяйки класификацията на екологосъобразните технологии в областта на контрола на замърсяването са посочени и индексите по Международната патентна класификация (МПК) на включените в класификацията технологии. Изследвани са заявените и издадени патенти от Европейското патентно ведомство в периода 2005-2021 г. и са изведени тенденциите на патентна активност, касаещи технологиите в областта на контрола на замърсяването.

В контекста на устойчивостта, в [28] са изследвани екологосъобразните технологии за използване на отпадна топлина като вторичен енергиен ресурс, чието оползотворяване ще доведе до намаляване на енергийните загуби. Използвайки класификацията на екологосъобразните технологии за използване на отпадна топлина и индексите по МПК, причислявани на тези технологии, е изготвено проучване на издадените европейски патенти в периода 2010-2021 г.

Приемайки, че екологичните иновации са специфичен вид иновации, при които чрез подобряване на екологичните показатели се постига намаляване на вредата върху околната среда в сравнение с алтернативни технологии, за постигането на устойчивост на компаниите

е необходимо да се проследи и тяхната ангажираност към разработване на такъв тип екологични технологии, чрез които могат да се постигнат целите за устойчивост и да се намалят вредите върху околната среда. В [27] е изследвана патентната активност в областта на екологичните технологии, чиито източник са държавите-членки на ЕС-27. В резултат е представен приносът на всяка от държавите в създаването и дифузията на екологични технологии за периода 2010-2020 г. и са изведени тези от тях, с най-висока патентна активност. В [30] е изследвана патентната активност на патентоприитежатели от различни държави в периода 2000-2021 г., които са патентовали различни технологии за околната среда, попадащи в обхвата на Концепцията за технологични области и направления на Световната организация по интелектуална собственост (СОИС). Изведени са държавите с най-голяма концентрация на патентни права в областта на екологичните технологии в периода и е доказана не само нарастващата загриженост на обществото за екологичното влияние на неговата дейност, но и стремежът към ограничаване на това негативно въздействие чрез разработване и внедряване на иновативни технологии за опазване на околната среда, което е път към осигуряване устойчивото развитие на компаниите и обществото.

В [29] въпросът за устойчивостта се разглежда през призмата на компаниите и възможността да придобият устойчиво във времето конкурентно предимство, разработвайки и патентовайки иновативни решения в технологична област химия. Посочената област е с висока добавена стойност и значение в контекста на концепцията за устойчиво развитие от една страна, а от друга – тя е основополагаща за развитието на обществото, тъй като резултатите от иновативните продукти в областта на химията се използват в редица сфери на човешката дейност – от фармацевтичните продукти до космическите технологии и опазването на околната среда. Използвайки патентно-базираните индикатори е проследена патентната активност на отделните държави в областта и са открити технологичните направления, с най-висока концентрация на патентни права.

дата: 12.09.2023 г.

подпис:

/гл. ас. д-р Венцислава Александрова Николова-Минкова/