

## Предговор

Книгата е създадена по интересна и актуална тема в условията на днешната силно конкурентна и глобална бизнес среда. Фокус на изследването са бизнес идентификаторите на фирмата като същност, видове и функции. Акцент е поставен върху идентифициране на възможностите за закрила на бизнес идентификаторите и управлението им като интелектуална собственост или чрез допълнителни механизми за закрила.

Закрилата на бизнес идентификаторите на фирмата като интелектуална собственост и ефективното им управление допринасят за изграждане на положителен фирмен имидж, превръща ги в конкурентно предимство, което води до повишено потребителско търсене и по-голям пазарен дял, чийто икономически израз е повишаване на печалбата. Чрез интелектуалната собственост бизнес идентификаторите се превръщат от нематериални активи в изключително право с висока стойност и предоставят възможност на техния притежател да извлече максимална изгода от тях.

В книгата са изведени икономическите ползи за фирмата от притежание и управление на бизнес идентификатори, както и тяхната релация с фирмената идентичност и фирмената диференциация. Изведени са още взаимовръзките на бизнес идентификаторите с конкурентоспособността на фирмата и влиянието им върху потребителското поведение. Направен е анализ на бизнес идентификаторите в българската фирмена среда, като са използвани реални данни и са представени примери за онагледяване на представените резултати. В резултат е предложен модел за управление на бизнес идентификаторите на фирмата и са разработени стратегии за тяхната закрила и управление, които биха намерили приложение както в теорията, така и в практиката.

Книгата е предназначена за целите на обучението по интелектуална собственост на студенти по икономика в бакалавърска и магистърска степен. Подходяща е още за бизнес субектите, които създават интелектуална собственост; за юристи; мениджъри, взимащи решения по отношение стратегията на фирмата за бизнес идентификация; както и за специалисти (представители по индустриална собственост и експерти), които отговарят за закрилата и управлението на интелектуалната собственост на фирмата.

*От автора*



Д-р Силвия Годорова е преподавател в Института по творчески индустрии и бизнес към УНСС. През 2018 г. защитава дисертационен труд на тема „Бизнес идентификаторите като интелектуална собственост на фирмата“ в УНСС.

Научните ѝ интереси са в областта на марките, географските означения, изобретенията, промишления дизайн, селекционерските постижения и бизнес идентификаторите.

Авторката е вписан представител по индустриална собственост към Патентното ведомство на Република България, Европейската служба по интелектуална собственост и Световната организация за интелектуална собственост. Осъществява експертни консултации и представителство по въпросите на интелектуалната собственост на водещи български и международни компании.

Член е на Международната асоциация за търговски марки (INTA), САЩ, и на Международната асоциация за закрила на интелектуалната собственост (AIPPI).

## Въведение в проблематиката

Живеем във времето на глобален и наситен продуктов пазар, в който фирмената идентичност и диференциация са ключов фактор за стимулиране на потребителското решение за покупка на стока или услуга и изграждане на лоялност у потребителя. През последните няколко години дигиталната трансформация напълно промени бизнеса и нуждите, които той изпитва при изграждане на фирмена идентичност. Дигиталните пазари започнаха да изместват конвенционалните, нарасна степента на развитие, внедряване на технологии и канали на реализация на продуктите. Дигитализацията не само откри нови възможности, но и поставя много нови предизвикателства. Потребителите стават все по-взискателни и информирани, в резултат от което приоритетите и очакванията им нарастват. От голямо значение е потребителите и контрагентите да научат, че една компания съществува, но още по-важно е да я запомнят и разпознаят впоследствие. Този ефект се постига с помощта на **бизнес идентификацията и по-специално чрез бизнес идентификаторите**. Чрез конвенционалната и дигиталната бизнес идентификация компанията става „разпознаваема” от обществото, а бизнес идентификаторите играят съществена роля в представянето на компанията в национален и световен мащаб.

За да изгради своята успешна бизнес идентификация, за бизнес субекта не е достатъчно само да създаде свои бизнес идентификатори и да ги наложи, необходим е още механизъм, който да позволява извличане на материална и морална изгода от тях, възвръщаемост на направените разходи и формиране на допълнителна печалба. Такъв механизъм е системата на **интелектуалната собственост**, в частност – индустриалната собственост.