

**Научен колектив с ръководител
проф. д-р Огняна Стоичкова**

**ИНОВАЦИИТЕ – ФАКТОР ЗА
УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



Проф. д-р
Огняна
Стоичкова



Доц. д-р
Георги
Георгиев



Доц. д-р Бисер
Кръстев



Доц. д-р
Виржиния
Желязкова



Доц. д-р Яким
Китанов



Ас. Николина
Марева

Проф. д-р Огняна Кирилова Стоичкова е завършила Санкт Петербургския държавен университет по икономика по специалност „Финанси и кредит“. Научно-преподавателската ѝ кариера започва в Стопанска академия „Д. А. Ценов“, гр. Свищов, след защита на дисертационен труд „Ролята на кредитно-разплащателния механизъм в икономиката на България“ под научното ръководство на проф. д-р Делчо Порязов. Във ВУАРР е преподавател от 2005 година. Титуляр е на дисциплините Икономикс, Теория на парите и кредита, Държавно регулиране на икономиката, Международна икономика.

Доц. д-р Георги Георгиев работи във ВУАРР от 2011 г. Научните му интереси са в областта на финансовия и банковия риск мениджмънт, а също и управлението на инвестиционни портфейли.

Доц. д-р Бисер Кръстев е преподавател във ВУАРР от 2011 г. Работи по проблемите на банковия мениджмънт, финансовото посредничество, оценка на бизнеса.

Доц. д-р Виржиния Желязкова е зам.-ректор във Висшето училище по застраховане и финанси. Научните ѝ интереси са в областта на кръговата икономика, екологичния риск и банковия мениджмънт.

Доц. д-р Яким Китанов е декан на академичната програма във ВУЗФ, София. Работи по проблемите на финансирането на екологичната политика на държавата, инвестиционния и иновационния мениджмънт.

Ас. Николина Марева е преподавател на основен трудов договор във ВУАРР. Работи по проблемите на социалното осигуряване и фондовете за допълнително пенсионно осигуряване, инвестиционния риск мениджмънт.

INNOVATIONS – A FACTOR FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Abstract

The contemporary understanding for development is invariably intertwined with the need for it to be sustainable. The global financial crisis revealed a number of weaknesses of the functioning of the economic systems of the countries. The pressing need to seek sustainable economic development came to the forefront as opposed to the understanding for development at any cost. In this economic context, promoting innovation becomes instrumental in a natural way.

The aim of the current paper is to present and discuss on the link between innovations and sustainable development, and the authors support the opinion that in today's dynamic globalizing world they are directly related.

The research methodology used in the paper is primarily qualitative analysis.

The main inferences from the research articulate that encouraging innovations is at the core of the transition to sustainable development both at micro and at macro level. This implies a structural change of the model according to which firms operate.

Keywords: innovations, sustainable development, complex management, reputation.

ИНОВАЦИИТЕ – ФАКТОР ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

Научен колектив:

Ръководител: проф. д-р Огняна Стоичкова

Състав:

доц. д-р Георги Георгиев

доц. д-р Бисер Кръстев

доц. д-р Виржиния Желязкова (привлечен член от ВУЗФ)

доц. д-р Яким Китанов (привлечен член от ВУЗФ)

ас. Николина Марева

Резюме

Съвременното разбиране за развитие неизменно се асоциира с необходимостта то да бъде устойчиво. Глобалната финансова криза разкри редица слабости на функционирането на икономиките на отделните държави. На преден план изпъкна острата нужда от търсенето на устойчивост на икономическото развитие в противовес на развитието на всяка цена. Поощряване на иновациите като основен фактор за осигуряването на устойчиво развитие се налага по естествен път в този икономически контекст.

Предмет на настоящата статия е връзката между иновациите и устойчивото развитие, като мнението на авторите е, че в съвременния динамичен глобализиращ се свят те са пряко свързани.

Използваната методика е предимно от областта на качествения анализ.

Основните изводи от изследването са, че поощряването на иновациите е ключов фактор за гарантиране на устойчиво развитие на микро- и макроравнище. Това налага промяна на модела, по който функционират фирмите.

Ключови думи: иновации, устойчиво развитие, комплексно управление, репутация.

ВЪВЕДЕНИЕ

Управлението на предприятията в съвременните условия на развитие на икономиката изисква гъвкаво прилагане на цялата палитра инструменти от топмениджърите в компанията и тяхната своевременна адаптация към променящата се обстановка.

В изследването се поставят на анализ някои теоретични аспекти на управлението, които отразяват реформирането на функционалната среда на фирмата, от една страна, а от друга – които определят устойчивото развитие на икономиката.

МАТЕРИАЛ И МЕТОДИ

Настоящото изследване представлява качествен анализ на редица основополагащи теории и концепции, свързани с обекта на труда – очертаването в концептуален план на връзката между иновациите и реализирането на устойчиво развитие. За целта обект на анализа първо е тази връзка, след това се разглежда отново в теоретичен план проблемът за комплексното управление като устойчиво развитие. Комплексното управление е именно моделът, който трябва да се следва от мениджмънта на фирмите, за да се осигури необходимата среда за създаване на иновации и оттук – за реализиране на устойчиво развитие.

ВРЪЗКА МЕЖДУ ИНОВАЦИИ И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

Условията на пазарна икономика създават ожесточена конкурентна среда, в която едно от условията за оцеляване на фирмите е гъвкавост на производство и отвореност към иновациите. Затова съвременните тенденции в развитието на мениджмънта са пряко свързани с използването на иновационни технологии в предприятията.

Дефиницията на термина „иновация“ и неговото използване са обект на различни трактовки по смисъла му. Водещи икономисти често използват понятията „иновационни технологии“, „иновационно предприятие“, „иновационно управление“, „иновационна политика“ и др. Ще се спрем накратко на основните позиции в терминологичното тълкуване, залегнало в изследванията.

Терминът „иновация“ (от английски език – *innovation* – новаторство, новост) е въведен от австрийския икономист Йозеф Шумпетер (Joseph Schumpeter) и под иновация се разбира използване на новост под формата на нови технологии, видове продукция и услуги, нови форми на производство и труд, обслужване и управление

(Schumpeter, 1934). Под иновационни технологии ще разбираме набор от методи, средства и мероприятия, осигуряващи иновационната дейност (Колосов, 2002). Използването на иновационни технологии в дейността на организациите дава основание да говорим за създаване на „иновационно предприятие“. Учените от бизнес школата към Манчестърския университет предлагат следната трактовка на понятието: „иновационно предприятие – това е предприятие, което притежава способност за продължително създаване на новото, благодарение на своите технологии, системата на управление, маркетинга, отговаря на изискванията на пазарната конкуренция и може да съществува и се развива в дълъг период от време“ (Peyszin, 2006). Така използването на съвременни технологии предполага реструктуриране и система за мениджмънт в организацията.

Предприятията, използващи в дейността си иновационни технологии, до голяма степен са адаптирани към пазарните условия и заемат важно място в процеса на устойчиво развитие.

Днес голямо внимание се отделя на устойчивото развитие на предприятията, способността им адекватно да реагират на случващите се промени в икономиката. Все повече се обръща внимание на устойчивостта в развитието на икономиката и на отделните предприятия.

Икономически устойчивите предприятия, опиращи се на мощен ресурсен потенциал, стратегическо планиране и управление, както и на механизъм, позволяващ да се избегнат големи грешки, на собствени уникални и оригинални начини за формиране и подбор на решения, спомагат за успешната реализация на национално устойчиво развитие.

Стратегическото развитие на предприятието и реализацията на бъдещите му планове зависи от редица външни и вътрешни фактори. За успешната еволюцията спомага изследването на възможностите за достъп до ресурсите, което увеличава възможността за постигане на мащабни и привлекателни цели на базата на порасналия стратегически потенциал на предприятието. Това определение се базира на виждането за ресурсната стратегия, а именно, че стратегическото развитие на фирмата се определя от наличието и качеството на наличните ресурси – материални, нематериални и човешки. В тази връзка американските теоретици на мениджмънта Дж. Пиърс и Р. Робинсън отбелязват: „Ресурсният възглед на стратегията се основава на предпоставката, че основната разлика между фирмите се състои в

това, че всяка от тях притежава уникален набор от ресурси и уникални възможности за тяхното използване, т.е. компетенция“¹.

Ролята на устойчивото развитие на предприятието се състои в целенасочена промяна на вътрешната среда, адекватно с текущите и бъдещите промени във външната среда, като успоредно с това се осигурява дългосрочната устойчивост на предприятието. Процесът на осигуряването на текущата устойчивост се състои в създаване на баланс между текущите ресурсни възможности с оглед на спецификата на процесите на развитие и особеностите на пазара. Процесът на развитие, изисквайки ресурси за реализацията си, намалява устойчивостта на предприятието.

Сложността на проблема на управлението на устойчивото развитие на предприятието е в многостранността и нееднозначността на самото понятие, което предизвиква и по-нататъшна непоследователност в действията. Преди да пристъпим към изследването на нематериалните активи в съвременната практика на управление на развитието на предприятията в сферата на услугите, е необходимо да се определи самото понятие „устойчиво развитие“.

Всяка икономическа система (в това число и предприятието) има две форми на състоянието си: *функциониране* и *развитие*. Функциониране – това е поддържане на жизнеспособност, запазване на функциите, определящи целостта на организацията, сигурността, същностните характеристики. Развитие – това е придобиване на ново качество, укрепващо жизнеспособността на организацията в условията на променяща се среда. В процеса на функциониране и развитие на икономическата система понятието устойчивост придобива особена значение.

Според И. Я. Блехцин устойчивостта е свойство на системата да се възвръща в равновесен или близък до него режим след излизането от него в резултат на някакво въздействие (Блехцин, 2001). Устойчивостта характеризира състоянието на предприятието по отношение на външните въздействия. Най-устойчиво е това състояние, което при равни външни въздействия и вътрешни промени е подложено на най-малки промени и отклонения. Условия за устойчивост към външни въздействия са вътрешните свойства на самото предприятие.

Икономическата устойчивост е комплексно понятие, както и самата стопанска дейност. Много икономисти разбират под устойчиво

¹ Терминът „компетенция“ (от лат. – съответствие, съразмерност) означава: сфера на пълномощия на организация или лица; набор от въпроси, в които дадена личност има познания и опит.

предприятие комплекс от неговата производствена, иновационна, организационна и финансово-кредитна дейност, тяхното взаимодействие и взаимно влияние, качеството и иновативността на продукцията, научно-техническото ниво на материално-техническата база на предприятието, стабилността на ресурсното му осигуряване, състоянието на кадровия и интелектуален потенциал, характера на иновационния мениджмънт.

Устойчивостта се изразява в способността на системата за самосъхранение, определя жизнеспособността и адаптацията на системата, най-важен фактор на която са възможностите за адаптация на предприятието като съвкупност от механизми и ресурси на системата, достатъчна за приспособяване към външните условия.

Можем да формулираме следното общо понятие за икономическа устойчивост: това е способността на предприятието да запази определеното (зададена предварително) ниво на постигане на целите в условията на динамични трансформации в бизнес средата.

Развитие – означава промяната на състоянието, преходът от едно състояние в друго, най-добро и целесъобразно за по-нататъшната дейност. Икономическото развитие на предприятието може да се определи като процес на обновление на производствените или бизнес процеси, осигуряващи качествено ново ниво на функциониране на предприятието.

Днес терминът „устойчиво развитие“ няма единно общоприето значение, което води до противоречие в различните тълкувания. Понятието „устойчиво развитие“ към момента има доста голям брой определения, защото в рамките на понятието се прави опит за описание на процесите на развитие на системи с различна природа и ниво на организация: биологични, социално-икономически, политически, географски и др. Както отбелязва Добрева, за водеща дефиниция на устойчивото развитие е определена дефиницията на Световната комисия по околната среда и развитието към ООН: „развитие, което отговаря на нуждите на настоящото поколение, без да лишава бъдещите поколения от възможността да задоволяват собствените си нужди“ (Добрева, 2016). Въпреки че тази дефиниция кристализира през 80-те години на XX в., както Добрева посочва, корените на концепцията за устойчивото развитие могат да се търсят още в книгата на Томас Малтус „Есе върху принципите на населението“, излязла от печат в далечната 1798 г. (Добрева, 2016).

Някои учени свързват понятието „устойчиво развитие“ със стабилно развитие. Според руските икономисти Чепурних и Новоселов

проблемът за устойчивото развитие се свежда до два ключови аспекта: необходимостта обществото да задоволи своите потребности, от една страна, а от друга – ограничението на възможностите на околната среда да удовлетвори съществуващите нужди. Нарастването на напрежението на конфликта до критични стойности води до загуба на устойчивост и преминаване на системата от диапазона на допустимо натоварване в състояние на криза (Чепурних, Новоселов, 1996).

По този начин устойчивото развитие трябва да доведе до състояние на хармония и контролиран процес на промяна, в който мащабът на експлоатация на ресурсите, размерът и целенасочеността на капиталовложенията, техническото развитие и институционалните промени се съгласуват с настоящите и бъдещите потребности.

Икономическото развитие на предприятието е устойчиво при наличие на следните условия:

- съсредоточаване към изпълнени на стратегическите задачи на икономиката;
- съответствие на процеса на възпроизводство на динамиката на потребностите на микросистемата;
- наличие на известна самостоятелност, автономност и адекватна система на управление;
- наличие на потенциал, необходим за самоорганизация и самостоятелно развитие.

Трябва да отбележим, че в икономическата литература се срещат различни трактовки на понятията „пазарен потенциал“, „икономически потенциал“, „ресурсен потенциал“, „адаптационен потенциал“. Всички определения за тези понятия се отнасят до дейността на предприятието. Но всяка от тези категории, по мнението на авторите, отразява някои страни на дейността на предприятието и няма еднозначно определение.

Понятието „потенциал“ се разглежда в различни науки.

Терминът „потенциал“ (от латински *potentia*) означава сила. В широк смисъл думата потенциал означава средство, източник, запаси, които са налични и могат да се използват и да се приведат в действие за постигане на определена цел, осъществяване на план, решаване на дадена задача, възможност на дадена система в някаква област.

Необходимо е да се разглежда икономическият потенциал във взаимната зависимост на производствените условия, възникващи между отделните работници, колектива, управленския апарат на организацията с външната среда за пълното използване на възможностите за производство на стоки и услуги. Към най-важните

съставни на икономическия потенциал някои учени отнасят: пазарния потенциал, производствения потенциал, финансовия потенциал. Пазарният потенциал се характеризира с максимална реализация на стоки при определено ниво на осигуреност на ресурсите и представлява мярка за използване на производствения потенциал (Алексиева, Василев и др., 2007).

В икономическата литература понятието „адапционен потенциал“ често се отъждествява с понятието „икономически потенциал“, под което се разбира съвкупност от ресурси, необходими за производството на продукти и услуги за удовлетворение на потребностите на обществото и ефективното му развитие.

Икономическият потенциал се формира за сметка на основните производствени ресурси. Има три основни източници на ресурси: земя, труд и капитал. С оглед на това икономическият потенциал може да се разглежда като интегрирана система от взаимно свързани и взаимнозависими потенциали: природен, човешки, производствен, информационен и иновационен. Развитието на всеки отрасъл се основава на неговия потенциал (Гутщайн, 1972).

Така адаптивният потенциал може да се разбира като съвкупните възможности на предприятието за оптималното използване на наличните ресурси с цел осигуряване на конкурентоспособността и икономическия ръст в съвременните икономически условия.

Една от особеностите на развитието на световната стопанска система в началото на XXI век е тенденцията към нарастване и усложняване на икономическите процеси, вследствие прехода към постиндустриален стадий на развитие, който е наречен от изследователите „нов“ (иновационен, информационен). Този етап е следствие на трансформационни изменения в съотношението на факторите на производство и ролята им в развитието на икономиката, повишаването на значението на човешкия фактор и интелектуализацията на труда.

Повечето учени, изследващи съвременната икономика, подлагат на анализ отделни характеристики и прояви, формиращи икономическата система. При това под „нова“ икономика се разбира икономиката, която се базира на поток от иновации, материализирани под формата на нови, високоефективни научни технологии, стоки и услуги. „Новата“ икономика не само оперира със знания и ги замества с реално производство, но и като система използва и внедрява иновации в практиката.

„Новата икономика“ се разглежда от позицията на комплексния подход като (Ченцова, 2008): постиндустриална икономика; информационна икономика; иновационна икономика; мрежова икономика (взаимодействие на носителите на знания опосредстват мрежовите връзки в световен мащаб).

Изследванията по гореспоменатите концепции се провеждат и в аспект проучване на трансформационните промени на технологичната основа на икономическата система в рамките на следните закономерности и принципи: принцип на повишаващата се възвръщаемост; ускорен растеж, засилващ се от мрежовата комуникация между субектите, ефектите от акумулиране на технологичен и интелектуален потенциал; основна институция за получаване, разпространение и ползване на знания е Националната иновационна система (НИС); устойчивото развитие в дългосрочен план се осигурява от иновационната дейност на субектите.

Новата технологична база на икономиката, в чиято основа е информацията (наука, знания), има нов пропорционален механизъм, с който е възможно да се преразпределят частите на създадените ползи и осигуряване на временен монопол, от което се повишава нормата на печалба на микрониво. Новите производствени единици са обект на разпределение на свободен капитал, а това се отразява върху капитализацията на компанията, повишава я, разширява формирация се пазар и нов тип потребление, което като цяло обуславя развитието на нова технологична база.

В тази връзка не всички ресурси и компетентности имат равна „адаптивна стойност“ за предприятието. Едни от тях са по-стойностни, други – по-малко. Тяхната стойност се определя от значението им за реализирането на стратегията и достъпността до участниците на пазара. Привлекателна характеристика на компетентностите е, че допринасят за допълнителна стойност чрез по-ефективно използване на ресурси. Базовите ресурси и компетентности служат за определяне на минимално необходимите ресурси и компетентности за съществуването на предприятието в конкурентна среда. Сред ресурсите и компетентностите, осигуряващи реализацията на стратегическите планове, особена стойност имат тези, които не са леснодостъпни за конкурентите. Те се отнасят към уникалните ресурси и ключови компетентности. Уникални ресурси – това е съвкупност от ресурси, които осигуряват конкурентни предимства и които е невъзможно или много скъпо за конкурентите да ги копират или получат.

Уникалните ресурси са най-важната предпоставка и надеждна основа за конкурентно предимство, но е практически невъзможно да се формират: тях или ги има, или липсват. Във всеки случай ключовите компетентности се отнасят към тази част на нематериалните ресурси на предприятието, която формира неговия стратегически потенциал.

КОМПЛЕКСНОТО УПРАВЛЕНИЕ КАТО УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

Най-важен момент в развитието на всяка компания е нейното структуриране на определен етап от жизнения цикъл, когато без рационализиране на вътрешната структура и определяне на норми и правила за поведението, развитието на предприятието ще е невъзможно.

За реализацията на всяка стратегия може да се подбере оптимален набор от ресурси. На всеки стадий от жизнения цикъл на компанията за оцеляването и просперитета ѝ трябва да се реализират различни стратегии. В *Таблица 1* са отбелязани етапите на жизнения цикъл, в които може да се реализира стратегията от всеки вид и ресурсите, които приоритетно са необходими за реализацията на стратегията.

Разпределението на необходимостта от вътрешни ресурси, нужни за реализацията на базови стратегии, показва вида функционална стратегия, която трябва да се реализира в рамките на базовата стратегия за формиране на оптимален стратегически портфейл.

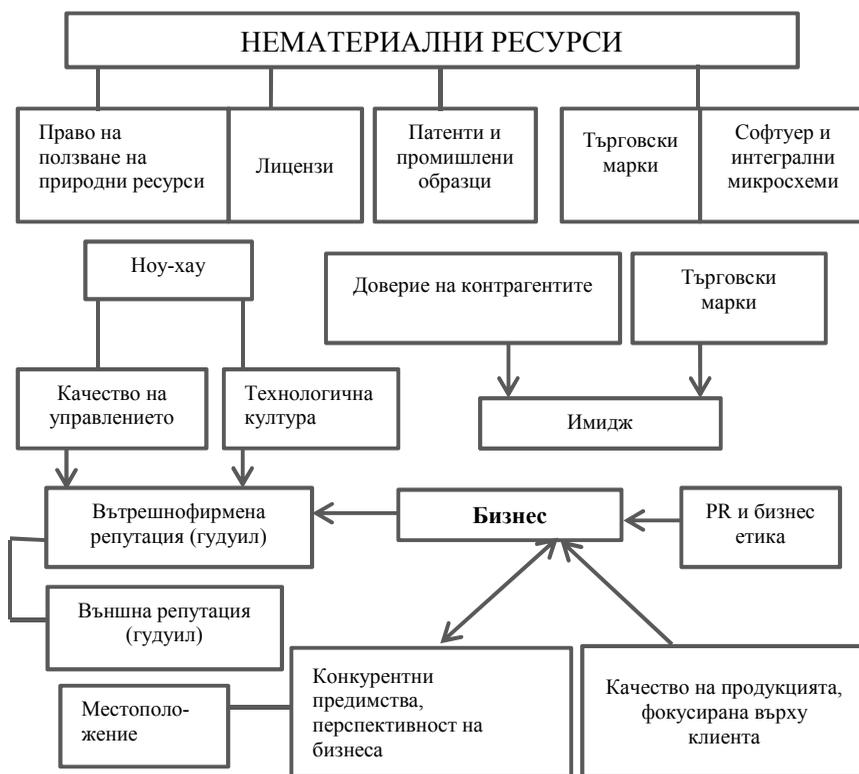
За успешното изпълнение на стратегията за растеж организациите трябва да изработят и реализират стратегии в такива функционални области като финанси, кадри, управление; а за изпълнението на стратегия за намаляване, вниманието трябва да е насочено към кадрите, управлението, реализация на човешкия потенциал, информационно-комуникативните връзки.

Нематериалните ресурси на предприятието се състоят от бизнес репутацията, притежаваните патенти, лицензи, авторски права, ноу-хау и др. (фиг. 1).

Бизнес репутацията на предприятието има два аспекта: качествен и количествен. Последният е наречен от някои учени икономисти с понятието „гудуил“, взет от английски (*goodwill*), което буквално означава „добра воля, репутация“. Най-важните компоненти на това понятие в случая са: *перспективност на бизнеса, почтеност, известност, имидж на компанията.*

Таблица 1. Изпълнение на стратегиите на компанията: доминантни ресурси, съотнесени към етап от жизнения цикъл и приоритетната стратегия

Тип стратегия от група/етап от жизнения цикъл	Ресурси за изпълнение на стратегията	
	Ресурсен потенциал	Репутационен потенциал
СТРАТЕГИИ НА КОНЦЕНТРИРАН РАСТЕЖ		
Стратегия на засилване на пазарните позиции/раждане и детство	финансови, кадрови, технически, материални	информационни, пространствени, протекционистки, човешки, технологични, управленски, времеви
Стратегия на развитие на пазара/младост, ранна зрялост, възраждане	финансови, кадрови, технически, материални	технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени
Стратегия на развитие на продукта/ младост, ранна зрялост, възраждане	технически, кадрови, материални, финансови	технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени
СТРАТЕГИИ НА ИНТЕГРИРАН РАСТЕЖ		
Стратегия на обратната вертикална интеграция/ междинна зрялост	финансови, кадрови, технически, материални	управленски, технологични, протекционистки, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени
Стратегия на вертикална интеграция „напред“	финансови, технически, кадрови, материални	управленски, технологични, протекционистки, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени
СТРАТЕГИИ НА ДИВЕРСИФИЦИРАНИЯ РАСТЕЖ		
Стратегия на центрираната диверсификация/ окончателна зрялост и остаряване	технически, кадрови, финансови, материални	технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени
Стратегия на хоризонталната диверсификация/ окончателна зрялост и остаряване	технически, кадрови, финансови, материални	технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени
СТРАТЕГИИ НА СЪКРЪЩАВАНЕ		
Стратегия на ликвидация/ окончателна зрялост и остаряване	технически, кадрови, финансови, материални	технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени
Стратегия на реколтата „жътва“/младост, окончателна зрялост и остаряване	технически, кадрови, финансови, материални	технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени
	технически, кадрови, финансови, материални	технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени



Фиг. 1. Нематериални ресурси, бизнес репутация (гудуил) и имидж на марката

Основна причина за нарастващото внимание към нематериалните ресурси като фактор за обезпечаване на функционирането и развитието на предприятието се корени в постъпателното развитие на обществото и процесите на глобализация, протичащи във всички негови сфери, а също и в определящата роля на информацията. Това схематично е представено на фигура 2.

Руският учен Д. В. Иванов прави обоснован извод, че съвременната информационна икономика е насочена към „виртуализация на стойностите“, тя все повече и повече оперира с образи. По отношение на образа на компанията се отбелязва, че „образът притежава собствена и самодостатъчна стойност. Като специфична стока той се хвърля на фондовия пазар“. Идеята, че на фондовия пазар се превъртат именно образи, потвърждава степента на капитализация (съотношението на стойността на акциите и дохода от тях) на водещите корпорации (Иванов, 2000).



Фиг. 2. Причини за вниманието към нематериалните ресурси на предприятието като фактор за устойчивото му функциониране и развитие

Това насърчава компаниите, ориентирани към бъдещето, да избират за свой ориентир не печалбата, а акционерната стойност на тяхната фирма, най-важен източник за създаване на която в новата икономика са нематериалните активи и на първо място е бизнес репутацията ѝ.

За представителите на реалния бизнес, бизнес репутацията е предмет на икономически анализ не като цел, а като резултат от последователната дейност на компанията. Доскоро репутацията се смяташе само за обществена оценка, но не и ефективен инструмент за икономически анализ и показател за икономическа ефективност. Покорно тя се смяташе за фактор на публичност и имидж, формиращи се в общественото мнение – целенасочено или спонтанно. Съвременният репутационен мениджмънт се откъсва от тази аксиома, тъй като основна цел на бизнеса е създаване на акционерна стойност. В съвременния бизнес формулата за успех може да се представи като стойността на компанията (стойност на материалните ѝ активи) плюс/или минус стойността на нейния имидж или репутация.

Според Е. А. Яковлева „основна грешка на мениджърите днес е отношението към създаването на акционерна стойност като към резултат от общите усилия на компанията, а не като към цел на стратегическото планиране. Създава се представа, че създаването на стойност е следствие на благоприятна ситуация на пазара или на съществуващи отношения с инвеститорите и не е вързано с иновационния жизнен цикъл на предприятието, с нуждата от смяна на технологиите и произведената продукция под въздействие на външната среда“ (Яковлева, 2010).

Могат да се направят два извода. Първо – комплексното управление на устойчивото развитие на предприятието се опира на три

елемента: конкурентно ориентиране, стратегическо поведение и съвкупния потенциал на предприятието. Съвкупният потенциал може да се определи като сбор от ресурсния и репутационния потенциал. Тяхната взаимовръзка осигурява най-важния синергичен ефект, който дава допълнително нарастване на потенциала (по наше разбиране адаптационен потенциал). На фигура 3 са представени елементите на структурата на съвкупния потенциал на предприятието.



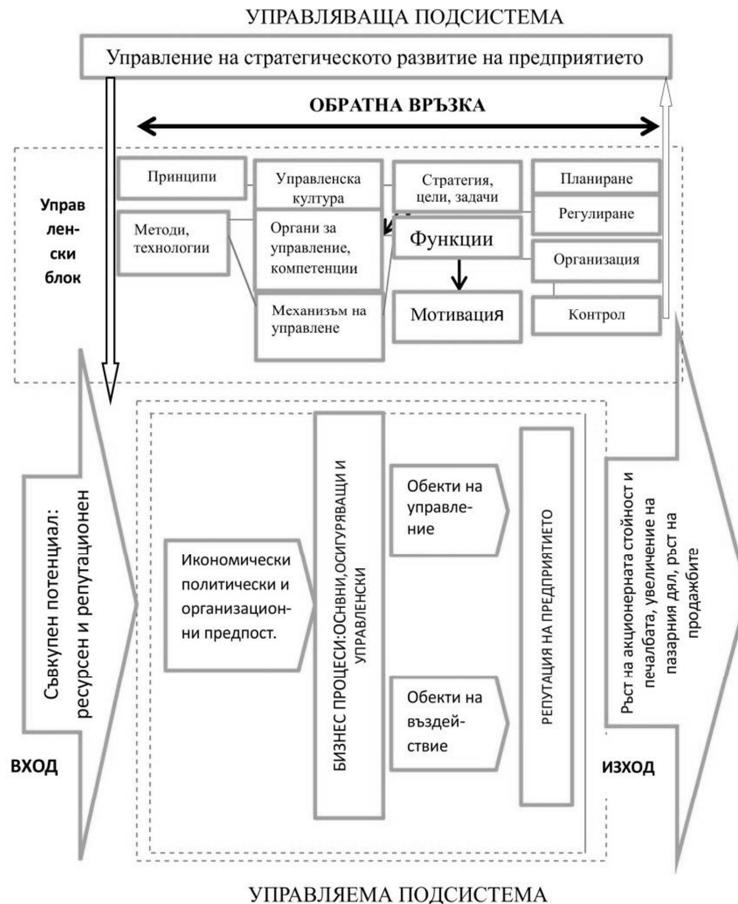
Фиг. 3. Структура на съвкупния потенциал на предприятието

Второ – под осигуряване на устойчиво развитие на предприятието може да се разбира непрекъснатият процес на привеждане на икономическата система на предприятието в съответствие с изискванията на пазара, изразяващи се в конкурентоспособност на основата на повишаване на репутационния потенциал.

Под репутационен потенциал се разбира съвкупността от характерни особености на компанията, формирани по време на пребиваването ѝ на пазара. Акцентът върху думата „потенциал“ сочи към техния пасивен характер. Репутационен потенциал има във всяко предприятие, но може би е неизвестен на пазара, не е познат на целевите групи потребители, поради недостатъчното ниво на управление на репутацията. Това значи, че под репутационен потенциал трябва да се разбира съвкупността от фактори от нематериален характер, включващи взаимоотношенията между

организациите и бизнес партньорите, организациите и потребителите и между организациите и обществото.

Типологията на системата на управление на предприятието е показана на фигура 4.



Фиг. 4. Система на управление на съвременното предприятие

В този контекст трябва да отбележим, че принципната схема на ефективното управление е стилизиран и лесно разпознаваем типологичен образ, опростено за визуално възприемане графическо изображение на връзките между по-рано обозначени елементи на системата на управление, отразяващи конструктивната насоченост на бизнес процесите в предприятието.

„Входът“ на фигура 4 систематизира структурата на показателите, определящи системата на управление: съвкупния потенциал на организацията (ресурсен и репутационен).

В модела е показано, че на системата на управление на предприятието оказват влияние различни икономически, политически и организационни външни фактори, в това число променящата се икономическа ситуация.

В модела, наред с традиционните организационно-структурни конструкции на управленските единици, са представени малко отчитаните днес съставляващи: управленска култура и компетентност. Моделът отразява обектите на управление (бизнес процеси), а също и непосредствената цел – устойчивото развитие на предприятието.

„Вход“ – тук се осъществява оценка по критерии за ефективността на управленските решения за системата на управление на организацията (ниво на балансираното развитие).

Така, ако системата на управление е ефективна, в процеса на преобразуване се генерира добавена стойност на входовете. Това означава, че на изхода системата ще покаже ръст на акционерната стойност и печалбата, ръст на обемите на продажба, увеличаване на пазарния дял и т.н.

Взаимовръзката на системата на управление на предприятието с репутацията на пазара се изразява в следното. Репутационният потенциал трябва да се разглежда като единен механизъм за увеличение на печалбата, тъй като представлява реалния актив на компанията, разглеждан като фактор на стойността, при което активът е по-устойчив от всички материални активи. Основата на репутационния потенциал като фактор на стойността са дългосрочните цели на компанията, което се определя от ред причини.

Първо, високата репутация на организацията осигурява ефекта на придобиване на пазарна сила, в смисъл че води до понижаване на чувствителността към цената. Второ, високата репутация намалява взаимозаменяемостта на стоките, а това значи, че защитава от атаките на конкурентите. И трето, добрата бизнес репутация облекчава достъпа на фирмата до други ресурси: финансови, информационни, човешки и др.

Много мениджъри си задават въпроса дали наистина съществуват неопровержими доказателства за пряка връзка между репутационния потенциал и устойчивото развитие на предприятието.

Най-значимите изследвания в областта на корпоративната репутация са поместени в списанието *Fortune*. От началото на 1984 г.

списанието публикува резултати от конкурса, провеждащ се между 500 компании. Всяка година мениджъри и корпоративни анализатори оценяват компаниите в своя сектор на икономиката по осем параметъра: качество на мениджмънта; качество на продукта; привличане и задържане на квалифицираните кадри; финансова мощ; ефективно използване на активите; инвестиционна привлекателност, използване на нови технологии; социална отговорност и опазване на околната среда (*World of Scientific Discoveries*, 2002). Трябва да се съгласим с твърдението, че положителната репутация не гарантира устойчива свръхпечалба (Горин, 2011).

Няма единодушно мнение за определящото значение на репутацията за постигане на устойчиво развитие на предприятието. Но не се поставя под съмнение, че управлението на бизнес репутацията е ценен стратегически инструмент за конкурентна борба и фактор за устойчиво развитие на предприятието.



Фиг. 5. Нива на формиране на иновациите

Изследванията показват, че компаниите, имащи репутация над средната:

а) се характеризират с по-висока способност за постигане на стратегически цели и запазване на съотношението печалби и активи със стойности над средните (*Fortune*);

б) показват тенденция към повишаване на ръста на производителността („намаляване на разходите за единица продукция“, Stigler, 1962).

Не е маловажно да се отбележи, че репутацията на компанията иноватор играе решаваща роля в развитието на иновациите. От една страна, всяко нововъведение изисква репутация, поддържаща развитието му на всички етапи от жизнения цикъл, а от друга –

„базисната опора“ на такова скъпо и сложно начинание като иновацията е доверието. С времето това доверие се превръща в репутация (Luoma-aho, 2007). На фигура 5 са показани нивата на формиране на иновациите: микрониво; репутация на отрасъла (мезониво); репутация на компанията иноватор (микрониво); иновация.

Когато заинтересованите страни за първи път чуят за иновации, те формират основните си впечатления, които заедно с наличната информация образуват базовото ниво на доверие към компанията. На базата на допълнителна информация и опит – индиректни или преки, доверието постепенно се превръща в репутация. Новосформираната репутация от своя страна влияе върху бъдещето доверие. Тази логика е изобразена на фигура 6.

МИНАЛО	НАСТОЯЩЕ	БЪДЕЩЕ
Първи впечатления на заинтересованите страни от иновации	Оценка на заинтересованите страни Комбинация от минало и настояще	Очаквания на заинтересованите страни
Репутация		Доверие

Фиг. 6. Стадии на формиране на доверието към иновациите

В много големи предприятия бюджетът за маркетингови изследвания и *PRI (public relations' instruments)* често многократно надвишават бюджета за развитие на иновациите, тъй като превръщането на иновациите в репутация на компанията (и обратно) става все по-приоритетно. В развитите страни това е основен тренд. Създаването на подобен цикъл е в зоната на пресичане на няколко целеви области: лидерство в отрасъла при търсенето на идеи и иновации за благото на обществото; създаване на социален капитал; готовност за диалог.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В съвременния свят представата за икономическото развитие неизменно се свързва с разбирането, че то трябва да бъде устойчиво. Този извод се наложи особено след последната глобална икономическа криза, която разкри редица слабости на моделите, следвани повсеместно до започването ѝ. От своя страна, устойчивостта на икономическото развитие може да се осигури единствено ако се подкрепя създаването и прилагането в практиката на иновации в най-различни форми – от технологични до управленски.

Динамиката на съвременния бизнес цикъл изисква висока степен на гъвкавост и адаптивност от отделните икономически субекти, включително и при внедряването на иновациите, за да може те да успяват в бързо променящата се среда. Методите на комплексното управление предлагат мениджърски решения именно на този проблем. Точно посредством прилагането на тези методи ще се осигури формирането на доверие в иновационния потенциал на отделните бизнес единици.

БЛАГОДАРНОСТИ

Представените резултати са от изследване, проведено в рамките на научноизследователски проект от Плана за научноизследователската работа на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив на тема „Иновациите – фактор за устойчиво развитие“, изпълняван в периода 2015 – 2016.

ЛИТЕРАТУРА

1. In the World of Scientific Discoveries – 2002-№6 (30)
2. Luoma-aho V. Reputation Formation of Innovations, 28 April – 2007
3. Peytszin С. Изследвания на създаването на културата на иновационните предприятия – Изследвания и търсения, 2006. No 6. с. 22–25
4. Schumpeter, J. A., 1934 (2008), The Theory of Economic Development, p. 400
5. Stigler G.J. Information in the Labor Market//Journal of Political Economy - 1962
6. Блехцин, И. Я. Стратегии за устойчиво развитие на регионалните системи – Изд. ИРЕ РАН, 2001, с.33
7. Горин, С. В. Осигуряване на устойчиво функциониране на промишлените предприятия на базата на бизнесрепутацията, Автореферат – 2011, с. 15–21.
8. Гутщайн, А. И. Кибернетиката в икономическото регулиране на производството. Икономика, 1972, с. 23
9. Добрева, Ю. Устойчиво развитие на икономиката. Проблеми и перспективи. Изд. „Св. Григорий Богослов“, София, 2016, с. 24.
10. Иванов, Д. В. Виртуализация на обществото, сп. Петербургско изтокознание, 2000 г.-с. 50.
11. Колосов, В. Г. Въведени в иноватиката, СПб – 2002, с. 15.
12. Комплексен икономически анализ на стопанската дейност, учебно пособие с авторски колектив Алексиева, Василев, Малеева, Ушвицки, 2007 – с. 566–567.

13. Ченцова, М. В. Концепция на икономиката за знанието като нова насока за формиране на съвременната икономическа парадигма, в. на Финансовата академия – 2008, № 2, с. 120.
14. Чепурних, Н. В. Новоселов А. Л. Икономика и екология: развитие, катастрофи. Наука, 1996.
15. Яковлева, Е. Я. Управление на стойността на промишленото предприятие в условията на иновационно развитие, автореферат, 2009, с. 23.