

Как Естония изгражда бранд на дигитална нация в Европа

 **Рая Дренски**

Софийски университет „Св. Климент Охридски“
имейл: raya.drenski@gmail.com

DOI: 10.58894/p8msgy49

Резюме. Настоящата публикация изследва как Естония изгражда стратегически бранд на дигитална нация чрез преплитането на наука, предприемачество и устойчива държавна визия в сътрудничество с бизнеса. Анализира се ролята на инициативи като е-Естония и програмата EURAXESS Startup Tour, които създават култура на сътрудничество между изследователи и стартиращи компании. В основата стои интеркултурният подход към комуникацията, който позволява на Естония да се позиционира като модел за иновационно и технологично развитие в Европа. Казусът илюстрира как стратегическият бранд имидж може да бъде инструмент за дългосрочна устойчивост в глобален контекст.

Ключови думи: бранд имидж, дигитална нация, научно предприемачество, интеркултурна комуникация

С обявяването на независимост през 1991г. (след разпада на СССР), **Естония стартира дигитална трансформация**, с каквато нито една от бившите съветски републики не може да се похвали. Всъщност, към днешна дата никоя друга държава в Европейския Съюз не може да претендира за същите нива на дигитализация, що се отнася до услуги за граждани, предоставяни от държавния сектор. Естония успява да се превърне в **символ на дигитална държавност и предприемачески нюх и смелост**, и то когато началото е много трудно, а предпоставките за провал са повече от тези за успех.

Какво е нужно, за да се позиционира една държава не просто като център за иновации, отворен за новостартиращи компании, а като **глобален бранд на дигитално превъзходство**? Какви са предприетите стъпки в правилната посока? В контекста на **интеркултурна комуникация и изграждане на бранд имидж**, Естония предоставя уникален казус.

Целта на настоящия анализ е да изследва и проследи как една малка по численост нация изгражда бранд имидж на глобално ниво,

използвайки инструментите на дигиталната държавност и подкрепата на научно-обусловеното предприемачество.

Програмата EURAXESS Startup Tour II в Естония, проведена на 2 и 3 юни 2025г., отблизо проследява как една **национална стратегия за дигитализация** може да се бъде добре представена и адмирирана в рамките на обмен между изследователи и предприемачи.

Посещението включва интензивна поредица от срещи с представители на водещи институции и компании от естонската стартап екосистема, сред които:

- e-Estonia Briefing Centre,
- Tehnopol Science & Business Park,
- TalTech – Tallinn University of Technology,
- ÄIO –fermentation startup,
- Metrosert AS,
- Mektory – TalTech Innovation and Business Centre.

Особено въздействащи са лекциите на експерти като Petra Holm (e-Estonia), Timo Kikas (Tehnopol), Ede Schank Tamkivi (етически измерения на ИИ), Mervi Raik (Estonian Foreign Policy Institute), както и представянето на Inga Kõue и Mariann Proos от ETAG – Estonian Research Council.

Тези срещи очертават пътя, по който академичният потенциал може да се трансформира в предприемачески. Разковничето за иновациите е да се поддържа стратегическо сътрудничество между държава, университети и бизнеса. Когато всички си кооперират и създават правилните инструменти за подкрепа и стимули към изследователите, новите бизнеси, които носят полза за обществото, не закъсняват.

В рамките на този обмен проследяваме как Естония изгражда бранд на дигитална нация чрез стратегическа комуникация, научен потенциал и стартап култура – и най-вече чрез успешно сътрудничество между държавния и частния сектор.

Националният бранд като стратегическа комуникация

Изграждането на бранд имидж обикновено се разглежда през корпоративна призма. В последните десетилетия обаче, нараства значението на **националния бранд** – стратегическото

позициониране на държавите чрез културни, икономически и комуникационни инструменти. В последната 2025г., и благодарение на управлението на Тръмп в Съединените Щати, темата за бранда на една държава и връзката ѝ с желанието за инвестиции в съответен микроклимат, е още по-ярко застъпена.

В рамките на разглеждания изследователско-предприемачески обмен, Е-Естония (*e-Estonia*) се явява като платформата за разказване на история – история на предначертана и извоювана технологична независимост, прозрачност и глобална свързаност. Неслучайно тази лекция поставя началото на програмата. Първото впечатление на групата изследователи и предприемачи се формира именно от тона, който задават домакините от Е-Естония.

Какво стои зад наименованието е-Естония (*e-Estonia*¹)?

Така се нарича институцията, която комуникира дългогодишна национална стратегия на Естония за дигитална трансформация на публичната администрация, икономиката и обществото. Дигиталната трансформация се гради се на принципа „само веднъж“ при предоставяне на данни. Тоест данните не се копират, само се пренасят, и се пазят на различни бази данни и държавни регистри на части, за да се гарантира максимална безопасност при кибератаки. Както и презентиращата Petra Holms подчертава, Естония не е подмината от кибератаки, но се старее да създаде процеси, които гарантират максимална грижа към личните данни на гражданите, но също така и бързо и прозрачно признава грешките си, ако те са довели до излив на информация. Тайната на успеха им с доверието на гражданите се корени в честното и напълно прозрачно комуникиране на всяка стъпка от процеса, особено когато става въпрос за потенциална криза с изтекли данни – тогава дори още по-силно се мобилизират не само в комуникацията, но и в адекватни последващи стъпки.

Инициативата е-Естония включва пълна дигитализация на държавните услуги, въвеждане на електронно гласуване, е-резидентство и използване на блокчейн технологии (метод за съхранение на информация в компютърна мрежа, който представлява непрекъснато растящ списък от компютърни записи, наречени „блокове“) с цел гарантиране на прозрачно, ефективно и иновативно управление.

¹ e-Estonia (2024) What is e-Estonia? [online] Available at: <https://e-estonia.com/solutions/e-governance/> [Accessed 25 July 2025].

Когато се твърди, че гражданите могат да правят всичко онлайн, от декември 2024г. това означава дори развод след сключване на граждански брак – все услуги, които се подават и осъществяват онлайн, а електронната идентичност и гласуването по интернет са реалност за над 80% от населението².

Е-Естония е еквивалент за един от най-успешните модели за дигитално управление в света и често служи като пример за други държави.

2. От криза към осъзнат път на дигитализация

Още с първата лекция, включена в програмата, се усеща силната воля на естонците да демонстрират несъгласието си с Русия. Времето, в което са част от СССР, те недвусмислено наричат „окупация“. Това, че са съседи, не само не носи добър междусъседски тон, напротив – засилва нуждата на естонците да се разграничат от действията на Русия, не само свързани с войната в Украйна, но и с предходни исторически събития. Вероятно именно защото международната визита е насочена към докторанти и изследователи, поели по пътя на предприемачеството, не се държи строго на политическа коректност. Така в тоналността на всяка презентация много отявлено ехти това категорично несъгласие и разлом с Русия.

Когато Естония се освобождава от руската окупация през 1991г., общото състояние на държавата не е завидно. Страната не разполага със значими природни ресурси. Населението е едва 1.3 милиона души. Естония не може да се похвали и с важно геополитическо местоположение. Ясно е, че граничи със съсед, от който иска трайно да се откъсне и да покаже политическа воля, подкрепена с икономическо развитие. Към онзи момент, Естония е икономически зависима от Русия, с над 30% безработица и годишна инфлация, достигаща 1000%³. Чрез бърза приватизация, плоско данъчно облагане и либерални пазарни политики, страната преодолява първоначалната криза. Описаните събития приличат на периоди от прехода, които ние, българите, също сме изживели. Само три десетилетия по-късно Естония се радва на изключителен интерес от инвеститори и бизнесмени – и това е най-силното доказателство за анализатори и икономисти, че страната е сред водещите икономически сили в ЕС. Естония е пример за безпрецедентно бърз

² Димитрова, Е. (2006). Икономическият бум на Естония – урок за България. *Мениджър*, брой 10.

³ Димитрова, Е. (2006). Икономическият бум на Естония – урок за България. *Мениджър*, брой 10.

икономически растеж и конкурентна икономика. Липсата на корупция е в основата на този успех.

Но нека се върнем на края на окупацията от Русия. Това е преломният момент, в който Естония осъзнато тръгва по пътя на технологиите и дигиталното развитие. Когато не разполага с други ресурси, с които да се отличи, страната поема по нов и неутъпкан път – единствения, който има потенциала да я постави на картата на Европа и света по вдъхновяващ начин. С времето тази стъпка се доказва като правилна и успешна, но можем само да гадаем каква воля и усилия са били необходими в самото начало.

90-те са период на усилено обучение – първо на учителите, за да може дигиталното обучение да влезе в класните стаи. Освен интензивно и целенасочено обучение и ясен фокус за нужните промени в образователната система, правната не изостава и създава закони и правови рамки, които да улеснят приемането на дигитални стъпки в услугите към гражданите. Самите те, гражданите, проявяват отвореност и любопитство към тези дигитални промени. Млади и стари се записват на предложените курсове по компютърна грамотност.

Най-решителните моменти за устойчивата дигитална доминация на Естония са два:

Първо, държава и бизнес си сътрудничат. Държавният и частният сектор работят ръка за ръка – пример за това е въвеждането на онлайн банкиране от страна на банките веднага след приемането на съответното законодателство.

Второто важно в случая, идва с лека доза ирония – годините на комунизъм, когато населението не се пита за мнение, са били твърде дълги и твърде скоро. Така правителството взема важни решения, които налага без право на избор и обществено обсъждане. Много проучвания доказват нелесното приемане на промяна, най-вече защото е неудобна и различна от статуквото и навиците (Kotter, 1996; Lewin, 1947; Bridges, 2009). Но за да има трайна промяна, са нужни крути мерки. Пример за това са нивата на дигитализация във Финландия⁴, от която Естония взема пример преди три десетилетия – днес едва 30% от гражданите ползват дигитални услуги, поради факта, че имат избор, а дигиталните услуги могат да означават и известно неудобство при научаване им. Добре познат социален феномен е, че хората не обичат промени, и когато им е предоставяне избор – биха предпочели да продължат по обичайния ред. Точно този

⁴ European Commission (2023). *Digital Economy and Society Index (DESI)* — Finland Country Profile.

избор бива спестен в Естония и към днешна дата, с изключение на някои много отдалечени малки островни общини, всички ползват дигиталните услуги. Презентиращата Petra Holms дава пример със собствената си баба, която е над 80-годишна и е една от тези, възползвали се от обученията за компютърна грамотност през 90те, и ползва онлайн банкиране, говори с внучката си по Skype, както и праща имейли.

През 1994 г. Естония е първата страна в Европа, която въвежда плосък данък от 26%⁵ за доходите на физическите лица и при облагане на корпоративната печалба. Идеята е ясна - хората, които работят повече и печелят повече, няма да бъдат „наказвани“ заради това. Прогресивните данъци не действат мотивиращо, а естонците се нуждаят повече от всякога от стимулиране на личната инициатива и предприемаческия дух.

Следващият важен етап за дигитализацията на Естония се случва в периода 2000г. – 2010г. Въвежда се **дигиталната идентификационна карта**. Към днешна дата това е единствената пластика, която естонците трябва да носят в себе си – няма отделна шофьорска книжка например. Въвежда се дигиталният подпис, онлайн данъчна декларация и онлайн гласуване. Този интензивен период на дигитализация е последван от още по-динамично десетилетие, в което се въвежда е-резидентството (дигитално гражданство), първото по рода си изнесено дигитално посолство в Люксембург и стратегия с фокус върху изкуствения интелект.

Така след края на пандемията, **Естония може да се похвали с 10 компании-еднорози, тоест достигнали оценка от над милиард долара, над 170 приложения на изкуствен интелект в публичния сектор и 100% дигитални държавни услуги.**⁶ По данни на е-Естония, гражданин на Естония може сам да попълни и изпрати данъчната си декларация за три минути. 99,6% от всички банкови трансакции се извършват онлайн. Интересното е, че дори когато темата е институционалното развитие и дигитализацията на държавния сектор, естонците не пропускат да споменат с гордост своите стартъпи – иновативни компании, които превръщат страната в разпознаваем играч на европейската и световната предприемаческа сцена. Един интересен факт, при който малкото като численост

⁵ Laar, M. *The Estonian Economic Miracle*. – In: Heritage Foundation [online], 2007. [Accessed 25.07.2025]. <https://www.heritage.org/europe/report/the-estonian-economic-miracle>

⁶ **Startup Estonia 2024: Startup Ecosystem Overview**. – В: Startupestonia.ee [онлайн], 2024. [прегледан 25.07.2025]. <https://startupestonia.ee/startup-database>

население на Естония е позитивна величина – страната заема челно световно място по брой на стартап-еднорози на глава от населението.

3. Връзката между академия и иновации: комуникационна култура в действие

От дигитално гражданство до правителствени технологични инициативи, Естония изгражда последователен бранд на дигитална нация. Нейният имидж се формира на пресечната точка между **иновативност, глобалност и дързост в бизнеса** – три ключови стълба на бранд комуникацията в интеркултурна среда.

Талин неслучайно се нарича дигиталната столица на Европа⁷. Дигиталната идентичност, прозрачните институции и бързият достъп до услуги изграждат усещане за социална лекота и технологична автентичност – елементи, които другите страни все още не успяват да комуникират устойчиво успешно.

По време на програмата се срещат научни предприемачи от цяла Европа. Това създава уникален интеркултурен обмен – не просто на идеи, но и на комуникационни стилове, очаквания и идентичности. Какво значи да „продаваш“ научна идея? Как комуникираш сложни технологии пред инвеститори, които не говорят академичен език?

Естония се отличава именно с умението да гради мост между науката и бизнес чрез ясни комуникационни послания, отворен достъп до правни документи за създаване на фирма и фокус върху създаване на екосистема, в която всеки знае ролята си и има правилните инструменти и подкрепа. Това е отличен пример за прилагането на **интегрирани маркетингови комуникации** в дълбоко технологичен и интердисциплинарен контекст, който е традиционно по-труден за разбиране от широката публика. Създава се усещане, че всички бариери и бюрокрация са премахнати и за основателите на бизнеси остава само да се съсредоточат върху иновативната си идея и да оставят различни естонски структури да им окажат нужната подкрепа.

Това е поредна важна стратегическа стъпка за Естония, която в ситуация не по-различна от повечето европейски държави, а именно – със застаряващо население, вече има ясна стратегия и политика как да привлече млад и свеж талант и човешки потенциал в страната.

⁷ European Commission. *Digital Public Administration Factsheets – Estonia*. – In: National Interoperability Framework Observatory (NIFO) [online], 2020. [Accessed 25.07.2025]. <https://joinup.ec.europa.eu/collection/nifo-national-interoperability-framework-observatory/estonia>

4. Бранд стратегия в интеркултурна среда

Твърдението, че бранд имиджът е критичен за устойчивостта на стартиращи компании, важи и на макрониво – за държави⁸. В своята същност, националният бранд се състои от три ключови елемента: ценности, визуална идентичност и разказ. Естония съумява да комуникира и трите последователно: чрез прозрачни институции, интуитивни държавни услуги и ясно позициониране в европейските мрежи за наука и иновации.

Презентацията на Startup Estonia⁹ представя впечатляващи данни: над 1500 активни стартиращи компании през 2024 г., 2.2% принос към БВП и ясно дефинирани критерии за deeptech иновации (технологични иновации на самите граници на науката, които могат да предизвикат революция в своята област и да преодолеят значителни предизвикателства). Това са не просто числа, а показатели за устойчив бранд имидж на цяла икономика.

Освен това, фокусът върху deeptech (дълбоки технологии), генериращи решения в сфери като биотехнологии, изкуствен интелект и енергийни иновации, с гарантирана интелектуална собственост, позиционира Естония не просто като дигитален потребител, а **като технологичен създател**.

Този наратив създава и подкрепя устойчиво **бранд**, в която всяко министерство, университет, акселератор и изследовател споделят една и съща комуникационна цел: да представят Естония като иновативна, достъпна и високотехнологична.

В презентацията, водена от Inga Kõue и Mariann Proos от *Startup Estonia* и *ETAG*, е ясно открояна визията за създаване на **устойчива, свързана и иновативна стартъп екосистема**, в която изследователите, предприемачите, държавата и инвеститорите играят в един отбор. Целта не е просто да се създават компании, а да се изгражда *стратегическа екосистема*, която да ги свързва и подпомага да се развият в мащаб.

Естонският стартъп пейзаж в числа

Към 2024 г. в Естония функционират 1 592 стартъпа, които допринасят с 2.2% към БВП и генерират 3.9 милиарда евро оборот. Въпреки спада на инвестициите (327 милиона евро, с 23% по-малко

⁸ Kerr, G., & Wiseman, F. *Branding a Nation: The Strategic Use of National Identity for Country Branding*. London: Routledge, 2019.

⁹ <https://ecosystem.startupestonia.ee/intro-curated-content>

от предходната година), екосистемата остава стабилна и адаптивна. Увеличава се приносът от **научно-базирани компании (deeptech)** – сектор, който вече заема 16% от стартъп ландшафта и расте с впечатляващ темп.

Три стратегически посоки

1. Стартъп среда:

Предоставяне на лесен достъп до правни документи за създаване на нова компания, дистанционно и онлайн, политическа подкрепа на най-високо ниво, данни, анализи и връзки между всички заинтересовани страни с желание да се помогне.

2. Таланти в дълбоките технологии:

Инвестира се в изграждане на талант и капацитет чрез стипендии, програми за инженерни студенти, стимули за трансфер на интелектуална собственост и мини-грантове за бизнес развитие на идеи, свързани с дълбоките технологии.

3. Регионално развитие:

Естония вярва, че иновациите не трябва да са концентрирани само в столицата. Финансират се местни инициативи, подпомага се създаването на регионални мрежи между общини, стартъпи и подкрепящи организации.

Защо дълбоки технологии?

Естония ясно заявява: това е бъдещето. Deeptech не е само мода – то е отговор на големите предизвикателства: от енергийна сигурност до нови храни, от здравеопазване до космос. Презентацията посочва ключови вертикали като изкуствен интелект, биотехнологии, киберсигурност, квантови технологии и енергийни решения. Разбира се, с оглед на войната в Украйна, темата за сигурността е важна и значима в цяла Европа.

Какво прави системата работеща?

- **Грантове:** От 50 000 до 2 милиона евро за различни фази – от идея до устойчиви и бързо развиващи се решения.
- **Инкубатори и акселератори:** Science parks, Creative Destruction Lab, ESA BIC и други.

- **Интелектуална собственост (IP):** Предоставя се цялостен пакет на подкрепа – от оценка на иновацията до подкрепа в патентни стратегии и отворени иновационни модели.
- **Примери за успех:** Представени са впечатляващи стартапи като MindChip (AI в морския транспорт), PowerUp (водородни технологии), VectioPep (биоактивни пептиди), Esadres (лечение на рани чрез наноразтвори) и много други.

Послание към света

Със завършващ екран „Be part of the journey“ (Бъди част от нашето пътешествие), Естония отправя не просто покана, а демонстрира естонския начин на мислене и подход: приобщаващ, прозрачен, дързък. Естония не изгражда стартиращи компании, а **култура на дългосрочно мислене, изследователска смелост и международна отвореност**.

Естония е пример за държава, която не просто подкрепя, а и активно комуникира стойността на предприемаческия дух, поемането на риск и неговата тясна връзка с научните открития. Този подход може да послужи за вдъхновение и на страни с по-слабо развита стартап култура.

Презентацията на Startup Estonia¹⁰ очертава амбицията страната да достигне 500 deeptech компании до 2030 г., като вече 16% от естонските стартиращи фирми попадат в тази категория. Това е ясно доказателство за съзнателно изграждане на бранд портфолио чрез наука, мащабируеми технологии и международни партньорства.

Подхранването на култура на „позволено е да грешиш, но е задължително да създаваш“¹¹ е предпоставка за реална интердисциплинарност и изследователски потенциал с приложение за обществото – особено във вертикали като AI, биотехнологии и устойчива енергия.

5. Изводи и бъдещи насоки

Успехът на Естония не е случаен. Той следва логиката на *стратегия, постоянство, целеустременост и последователна комуникация* – същите принципи, които важат и при изграждането на бранд имидж на стартап. Разликата е в мащаба.

¹⁰ <https://startupestonia.ee/>

¹¹ European Commission, 2024

Както всяка компания, и Естония:

- дефинира ценности (иновация, прозрачност, глобална свързаност),
- инвестира във визуална и дигитална идентичност (е-идентичност, дигитални услуги),
- и прилага стратегическо позициониране чрез международни инициативи, конференции, акселератори и програми за таланти.

Изследванията в областта на комуникациите все по-често разглеждат държавите като активни комуникатори със собствен глас, визуална идентичност и репутационен капитал.

Естония е отличен казус за това как малка нация може да използва научно-предприемаческа синергия, за да изгради устойчив бранд имидж, чието значение отеква глобално.

За страните от Централна и Източна Европа, това е покана за оценка и преосмисляне: комуникацията не е инструмент за естетика, а ядро на стратегическото развитие. Разбира се, когато има политическа воля, сътрудничество между държавата и бизнеса и реални успехи, които да се комуникират.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Димитрова 2006: Димитрова, Е. Икономическият бум на Естония – урок за България. – сп: Мениджър, №10, 2006.
- European Commission 2020: European Commission. Digital Public Administration Factsheets – Estonia. National Interoperability Framework Observatory (NIFO). Retrieved from <https://joinup.ec.europa.eu/collection/nifo-national-interoperability-framework-observatory/estonia>
- European Commission 2023: European Commission. Digital Economy and Society Index (DESI) — Finland Country Profile.
- Kalvet 2012: Kalvet, T. Innovation: A Factor Explaining E-Government Success in Estonia. Electronic Government, an International Journal, 9(2), 142–157.
- Kerr & Wiseman 2019: Kerr, G., & Wiseman, L. Nation Branding as an Exercise in Soft Power: Strategic Communication for National Competitiveness. Journal of Strategic Marketing.
- Kotter 1996: Kotter, J. Leading Change. Boston: Harvard Business Press.
- Laar 2007: Laar, M. The Estonian Economic Miracle. The Heritage Foundation. Retrieved from <https://www.heritage.org/europe/report/the-estonian-economic-miracle>
- Lewin 1947: Lewin, K. Frontiers in Group Dynamics. Human Relations, 1(1), 5–41.
- McKinsey 2024: McKinsey & Company. The State of European Innovation.
- Rainis Venta 2024: Rainis Venta. TalTech Presentation at EURAXESS Startup Tour. Tallinn, 2024.
- Sifted 2024: Sifted.eu Reports on Startup Ecosystems.
- Startup Estonia 2024a: Startup Estonia. Startup Ecosystem Overview. – B: Startupestonia.ee [online], 2024. [прегледан 25.07.2025]. <https://startupestonia.ee/startup-database>
- Startup Estonia 2024b: Startup Estonia. Curated Ecosystem Content. – B: <https://ecosystem.startupestonia.ee/intro-curated-content> [прегледан 25.07.2025].

State of European Tech 2024: Atomico & Invest Europe. State of European Tech 2024: Annual Report. [online], 2024. [Accessed 25.07.2025]. <https://www.stateofeuropeantech.com/>
https://www.investeurope.eu/media/g3yobbcs/soet2024_report.pdf
SUE Dealroom 2024: Dealroom.co. Startup Universe Europe – Data & Insights Platform. – в: <https://dealroom.co/> [прегледан 25.07.2025]

How Estonia Is Building the Brand of a Digital Nation in Europe

Hristina Hristova
Sofia University "St. Kliment Ohridski"
email: raya.drenski@gmail.com
ORCID ID: 0009-0001-6887-2310

Abstract. This publication analyses how Estonia builds a strategic brand as a digital nation through the intersection of science, entrepreneurship, and governmental vision in close collaboration with the private sector. It analyzes initiatives like e-Estonia and the EURAXESS Startup Tour, which foster a culture of collaboration between researchers and startups. At its core is an intercultural approach to communication that enables Estonia to position itself as a model for innovation and technological leadership in Europe. The case illustrates how strategic brand image can serve as a tool for long-term sustainability in a global context.

Keywords: brand image, digital nation, scientific entrepreneurship, intercultural communication