

ИНОВАЦИОНЕН ПОТЕНЦИАЛ НА ДИГИТАЛНИТЕ РЕШЕНИЯ ПРИ ДОСТАВКАТА НА КУРИЕРСКИ УСЛУГИ – ОТ „СТАРТЪП“ КЪМ „СКЕЙЛЪП“

Василена Йосифова

vasilena.yosifova@abv.bg

ORCID iD: 0009-0005-4021-493X

Висше транспортно училище „Тодор Каблешков”,

София 1574, ул. „Гео Милев” № 158

БЪЛГАРИЯ

Резюме: В доклада вниманието се фокусира върху същността на бизнес модела „scaleup“, в контекста на новата европейска програма за иновации (New European Innovation Agenda). За отправна точка се използва концепцията за „стартъп“ компания, доколкото в България все още scaleup-концепцията не е толкова известна. Очертават се основните взаимовръзки и различия между „стартъп“ компании, „скейлъп“ компании, както и компании „еднорози“ (unicorns) в контекста на българската бизнес среда.

На следващо място са изведени аргументи и примери в глобален мащаб за изграждане на бизнес модел от типа стартъп и в последствие Scale-up, в транспортния сектор (в частност на пазара на куриерски услуги и пренос на пратки), където високата конкуренция, дава силен тласък за внедряване на иновации (изкуствен интелект, роботи, дроневи, eVTOL и др.), предоставящи възможности за все по-качествено удовлетворяване на клиентските потребности, с потенциал за съществен екологичен ефект.

Извеждат се различни примери, че в динамичната и конкурентна среда на пазара на куриерски услуги, дигиталните технологии и иновациите се утвърждават като основен двигател за растеж и устойчиво развитие на компаниите – от стартиращи (startup) до мащабирани се (scaleup) предприятия и дори до достигане на статута на компании-еднорози (unicorns). Очертават се връзките и разликите между тези бизнес модели, като се акцентира на същността на концепцията „scaleup“ и нейната роля за повишаване на конкурентоспособността на европейската икономика.

Като едни от най-добрите и напреднали бизнес практики в глобален мащаб, са посочени японските куриерски услуги. Изведени са подходящи примери с иновативни идеи за приложение и в Европа.

Ключови думи: стартъп; скейлъп; компании-еднорози; иновации; услуги за доставка; куриерски услуги; eVTOL

1. УВОД

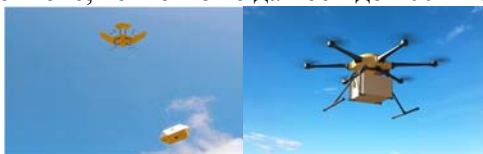
Новата европейска програма за иновации [New European Innovation Agenda, юли, 2022 г.] се фокусира върху пет водещи проекта, като първият от тях е Финансиране Scale-Up. То цели да мобилизира институционални и други частни инвеститори в Европа, за да инвестират в европейски стартиращи предприятия и да се възползват от бизнес модела на мащабирането. Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) нарича scaleups онези компании, които са се разраствали в продължение на 3 последователни финансови години с годишен темп над 20% по отношение на реализирани приходи от дейността или брой служители.

Едни от най-интересните примери за изграждане на бизнес модел от типа Scale-Up в глобален контекст, са възможностите, които се предоставят в транспортния сектор и интелигентните транспортни системи, таксиметровия транспорт, и в частност на пазара на

куриерски услуги и пренос на пратки, особено в сегмента на въздушното карго и безпилотните електрически вертикално излитащи и кацащи летателни апарати (eVTOL). Там иновациите, изкуственият интелект, развитието на ИКТ и дигиталната трансформация като цяло, предоставят почти неограничени възможности и перспективи за развитие. Най-същественият ефект от това освен икономическия и социалния, са екологичните измерения - намаляване въздействието върху климатичните промени и околната среда като цяло.

Например, компанията Wing, собственост на Google, предлага услуга за доставка чрез eVTOL / UAV (*Electric Vertical Take-Off And Landing aircraft*) от 2020 г. Amazon Prime Air и UPS са други компании, които използват доставка с дроне.

През последните няколко години по време и след Ковид кризата, компании като *Sabrewing Aircraft Company Sabrewing Rhaegal, Elroy Elroy Air Chaparral* и *Pipistrel* разработват внедряването на тежкотоварни безпилотни летателни хеликоптери. *Volocopter* разработва и товарен eVTOL апарат - *VoloDrone*, който може да носи до 200 кг с обхват от 40 км.¹



Източници: <https://en.wikipedia.org/wiki/Wingcopter>
<https://www.mentalfloss.com/article/625613/drones-delivering-books-to-virginia-students>

Фиг. 1. Безпилотни eVTOL (*Electric Vertical Take-Off And Landing*) за доставка на пратки

С доставка чрез eVTOL апарати (хеликоптери/дроне) се постига бързина, удобство, редуцира се автомобилния трафик, облекчават се задръстванията и като съществен краен ефект – водят до намаляване въздействието върху околната среда.

2. ОТ ПРОХОЖДАНЕ КЪМ РАЗШИРЯВАНЕ - ВРЪЗКИ И РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ „СТАРТЪП“ И „СКЕЙЛЪП“ КОМПАНИИ (STARTUPS И SCALEUPS)

Моделът „scaleup“ става все по-популярен по света и се разпространява особено успешно в САЩ, Китай, Обединеното кралство и други европейски и азиатски страни. По статистически данни в глобален мащаб, по-голямата част от нововъзникващите („стартъп“) компании не оцеляват до третата си година. Този факт показва, че стартъп не се превръща лесно в scaleup.

В България все по-популярна става концепцията за стартъп компании, но все още scaleup-концепцията не е толкова известна. Scaleup компаниите, са такива, които са се разраснали през последните три финансови години с годишен темп над 20% по отношение на два критерия за мащабност и разширяване на бизнеса: брой служители или приходи (оборот). Чрез тях се оценяват стъпките в предприемачеството, за да се измери наличието на голям скок напред и увеличаване на мащаба [Колев, О., 2022].

Scaleups и startups имат много сходни основи. С течение на времето обаче, възникват различия, тъй като те имат различни бизнес цели, потребности и социално-икономически ангажименти. Основните разлики са в следните насоки:²

- Scaleups имат мащабируеми бизнес модели и намерение за разширяване на други пазари;
- Scaleups са по-организирани и структурирани компании, с повече вътрешни протоколи и по-зрели процедури;
- Scaleups наемат по-специализирани профили от стартъпите и ролята на техните служители са по-дефинирани.

Scaleups са склонни да предлагат по-развити услуги и продукти от стартиращите компании, имат повече опит и познават по-добре своите силни и слаби страни, за да продължат да растат. Те са компании, създадени да растат и да се разширяват далеч отвъд собствените си първоначални граници. Много от най-високо ценените стартиращи предприятия в света през 2020 г. дори не са съществували преди 5 или 10 години. Компании като Uber, Epic Games и други, стартират от нула, за кратко време се разрастват като революционизират световната икономика с иновативни идеи, отваряне на нови пазари и създаване на хиляди работни места.

¹ <https://www.volocopter.com/en>; <https://www.wingsmagazine.com/wingcopter-drone-delivering-covid-19-test-kits-to-isle-of-mull/>

² Iberdrola, <https://www.iberdrola.com/innovation/what-is-scaleup>

Този шеметно бърз растеж е нов бизнес модел като резултат от стратегия, известна като машабиране (scale-up).

Това *стъпаловидно разширяване*, което според ОИСР стартира с минимум 10 служители, поставя тези компании една крачка пред стартиращите фирми, умножава шансовете им да се консолидират на пазара и ги прави по-устойчиви, когато са изправени пред заплахи.

Потенциалът за *експоненциалния растеж* на scaleup се крие в неговия машабируем бизнес модел и неговата дългосрочна устойчивост, а тези характеристики са основополагащи за *привличането на инвеститори т.е. за получаване на финансиране*.

3. ВРЪЗКИ И РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ „СТАРТЪП“ КОМПАНИИ И КОМПАНИИ „ЕДНОРОЗИ“ (UNICORNS) В КОНТЕКСТА НА БЪЛГАРСКАТА БИЗНЕС СРЕДА

Като доста свързано понятие, в съвременната икономическа литература и в бизнеса, се използва понятието „еднорог“. Дадена компания е наричана „Еднорог“, когато тя е стартър компания, оценена от инвеститорите на борсата на над 1 милиард \$.

В европейски контекст е известно и понятието „Група Еднорози“ (т.нар. Група Unicorns), която обединява 32 компании-еднорози от 27 държави-членки на ЕС.

Превръщането на иновативна идея в действащ бизнес е осъществима възможност, за което допринасят съществуващите и в България финансови инструменти, събития и пространства, благодарение на които хора с предприемачески идеи от една страна и от друга - потенциални инвеститори се срещат. Макар да е далеч от световните центрове за технически разработки, България също има успехи в тази сфера. [Алашки, М., 2020] В динамичния пейзаж на технологиите и иновациите, България се очертава като „развъдник“ за стартиращи компании, които разширяват границите на възможното. През 2022 г. България постига ключов етап, като беше постигнат прага за първия *еднорог*, демонстрирайки способността на нацията да насърчава иновациите. По-долу са систематизирани основни характерни черти на **български стартъпи, със заявки за превръщане в скейлър компании и компании-еднорози**, като е направен преглед на някои топ постижения в периода 01.01.2020 – 01.01.2024 г.

Може да се твърди за наличие на успешна и все по-перспективна българска стартър и скейлър екосистема. Това е видно от изследване на десет обещаващи стартиращи компании, основани между 2020 г. и 2023, които са готови да направят пробиви на пазара както на местно ниво, така и на глобалната сцена, в унисон с европейската политика да подхранва предприемачески таланти и новаторски идеи. Тези стартиращи компании с разнородни видове дейности, отразяват дълбок ангажимент за използване на технологии за решения в практиката и ежедневието. Българската стартър сцена има от всичко и се характеризира със завидно разнообразие на успешно реализирани бизнес идеи. [Escárzaga, A., 2017]

По-долу (Табл.№1) се прави кратък преглед на видовете бизнес идеи и осигурен размер на финансиране за всяка от тях, като данните са взети от специализирания сайт <https://www.eu-startups.com/about/>.

4. ИНОВАЦИОНЕН ПОТЕНЦИАЛ НА ПАЗАРА НА КУРИЕРСКИ УСЛУГИ ЗА СЪЗДАВАНЕ НА СТАРТЪП И СКЕЙЛЪП КОМПАНИИ

Глобализацията на пазарите, развиващите се технологии, социално-икономическите промени, все по-сложното потребителско поведение и нарастващите изисквания, налагат преосмисляне на бизнес моделите по отношение на търговията и обслужване на клиентите от компаниите, предоставящи куриерски услуги. Това се отнася и за последния етап от веригата на търсенето и предлагането, а именно - доставката на стоки до крайния потребител. [Кръстев, К. 2017 - 5]

В този смисъл, куриерските компании са изправени пред предизвикателството да бъдат проактивни, адаптиращи се и възползващи се от новите технологии и иновации, така че да осигуряват добавената стойност от допълнителните услуги, които предлагат (в т.ч. по отношение на бързината и удобството на заплащане и доставка на заявената услуга; проследимост на пратката, персонализиран подход към клиентите, внедряване на нови бизнес модели и т.н.).

Табл. №1 Систематизация на български стартър компании-потенциални еднорози в периода

01.01.2020 – 01.01.2024 година

№	Име и година на стартиране	Предмет на дейност	Привлечено финансиране
1.	AIOT Cloud: Стартиран през 2022 г.	Опрости управлението на енергията чрез интегриране на AI и IoT технологии за стимулиране на спестяване на разходи и подобряване на устойчивостта. Платформата предлага мониторинг в реално време, анализ и автоматизация за оптимизиране на потреблението на енергия. Предоставя инструменти за енергийна ефективност и намаляване на въздействието върху околната среда.	1 милион евро
2.	ChangeX: Основана през 2022 г.	Комбинира DeFi и CeFi на една платформа, опростивайки крипто изживяването, като предлага инструменти за търговия в рамките на унифицирана система. Техният полезен токен [Change] улеснява социалното управление и печели от такси за търговия.	1,7 милиона евро
3.	Costimize: Навлиза на пазара през 2022 г.	Предлага платформа за облачна оптимизация, фокусирана върху продуктите на Google Cloud, с цел рационализиране на FinOps операциите и ефективността на разходите за предпритията. Предоставя инструменти за анализирани на сложни данни, автоматизиране на оптимизации и предлагане на опит в Google Cloud.	над 4,5 милиона евро финансиране
4.	Credefi: Основана през 2020 г.	Иновативна платформа за кредитиране, която съчетава крипто кредитиране с обезпечение на активи в реалния свят, като се фокусира върху земи за MСН в ЕС. Предлагат достъпни решения за кредитиране, като същевременно гарантират сигурност чрез многопластов механизъм и усъвършенстван бизнес модел.	над 1,8 милиона евро
5.	Isapreneur: Основани през 2021 г.	Ускорител като софтуер, предназначен да насочва амбициозните технологични предприемачи от първоначалната идея до достигането на съответствие на продукта с пазара. Осигуряват на потребителите структурирано, практическо пътуване за валидиране на идеи и напредък на концепции за стартиране, без да рискуват текущата заетост.	над 1 милион евро
6.	ONDO: Създадена през 2020 г.	Решения за интелигентно земеделие: предоставя усъвършенствано решение за автоматизация за устойчиво земеделие, фокусирано върху прецизно напояване, фертигация и контрол на климата за открити полета и оранжерии. Техната система има за цел да подобри ефективността на фермата чрез значително намаляване на изпольването на ресурси и труд, като същевременно увеличава добивите.	над 1,4 милиона евро.
7.	PlanDelta (PlanDelta): Основана през 2021 г.	Преодолява пропастта между стратегическото и финансовото планиране, като насърчава споделянето на идеи в цялата компания. Компанията се специализира в трансформирането на финансови данни в управленски отчети, насочени към бъдещето и което позволява бързо системно внедряване на прогнозни данни в подкрепа на информизираното вземане на решения.	над 2,65 милиона евро
8.	Rush: На пазара от 2020 г.	Постига подобряване на изживяването при онлайн пазаруване за марките Shopify, като подобри проследяването на поръчките и известията за доставка и предоставя прогнозни дати за доставка. Техните инструменти помагат за намаляване на връщанията, предотвратяване на отрицателни отзиви и справяне с безпокойството на клиентите относно доставките на пакети чрез изграждане на брандирани страници за проследяване на поръчки с възможности за надценка.	над 2,7 милиона евро
9.	Tamadoge: Основани през 2022 г.	Платформа за игри с цел да направят революция в индустрията за игри Web3, която съчетава класически аркадни игри с NFT и криптовалута. Потребителите се регистрират, за да създадат портфейл Tamadoge, да заредят жетони и да влязат в аркадната зала, като се стремят да се изкачат в класациите за седмични награди.	над 17,3 милиона евро
10	Yoga-Nama: създадено през 2022 г.	Мобилен приложение, което съчетава Йога с AI и AR технологии, за да предостави илюстрирани насоки в реално време и обратна връзка за техните Йога пози. Включва класове, ръководени от експерти, визуализации с добавена реалност и Йога практикуване на смартфони.	1 милион евро

Конкуренцията на световния, европейския и на българския пазар на пощенски и куриерски услуги, е постоянно нарастваща и има трайна тенденция на увеличаване броя на доставчиците на подобни услуги. Към момента технологичните иновации са в различен етап на приложение. Част от тези технологии са: *Интернет на нещата (IoT), големи данни (Big data), електронно разплащане, eVTOL, дроне, роботи, радиочестотна идентификация (RFID), персонални дигитални асистенти (PDA), 3-D принтиране, електрически и хибридни превозни средства.*

Отчетеният ръст в онлайн търговията е една от причините, пазарните анализи за развитието на куриерските услуги да показват впечатляващи резултати, както в международен, така и национален мащаб [Комисия за регулиране на съобщенията, 2018 - 6].

Традиционните стъпки в бизнес цикъла на куриерските услуги са: *получаване на заявка за поръчка, вземане на пратка от клиент, сортиране, транспортиране до претоварна станция, разнос и заплащане на услугата.* [Кръстев, К. 2017]. По-високото търсене на куриерски услуги в този сегмент през последните години поражда *преосмисляне на бизнес модела* от куриерските компании. С новите предизвикателства, куриерските компании са изправени пред по-високо търсене на *експресни услуги* за доставка в рамките дори на един ден на конкурентна цена, както и предоставяне на различни допълнителни услуги. Иновациите и в частност ИТ-решенията са в основата на автоматизиране на процеса в съвременната дигитална среда и предоставят възможност за отговор от страна на доставчиците на куриерски услуги към все по-нарастващите клиентски очаквания на всеки етап от веригата на доставка (*в т.ч. достъп до информационна система за управление на пратките, мобилни приложения за проследяване, SMS и E-mail известяване, възможност за получаване на пратки от определени места*). Именно потребностите на клиента в условия на изключително силна (световна) конкуренция

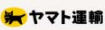




[Grozdanov, 2025, Грозданов, 2025] в този сектор са двигател за развиване и внедряване на все повече иновации в куриерския бизнес.

5. ПРИМЕРИ ОТ ЯПОНСКИЯ ОПИТ ЗА ИНОВАЦИИ НА ПАЗАРА НА КУРИЕРСКИ УСЛУГИ^{3 4 5}

Като пример за едни от най-добрите и напреднали бизнес практики в глобален мащаб, могат да се посочат японските куриерски компании. Доставка на всякакъв вид пратки в Япония може да бъде истинско преживяване за чужденците (работещи временно или туристи), благодарение на бързината и ефективността, с които се извършва целият процес. Почти всичко може да бъде изпратено с правилно избраната куриерска услуга, в т.ч. нетрайни и бързо развалящи се стоки.

Основната характеристика, която силно отличава японските куриерски услуги от техните задгранични конкуренти е, че може да се разчита на тях да доставят, когато кажат, че ще го направят. Те предлагат редица прозорци за доставка през целия ден – например между 18 и 20 часа или 19 и 21 час. Клиентът може да е сигурен, че пратката ще пристигне навреме. Повечето предлагат и повторна доставка с минимални усилия, а в много градски центрове, независимо от големите разстояния там, е възможно пратката да бъде доставена в същия ден.

Проучването на пазара на куриерски услуги в Япония извежда група основни доставчици, представени на Фиг. №3.

配送業者名	特徴	主なサービス
 ヤマト運輸	全国各地に地域に密着した営業所を展開し、業界屈指の配達スピードを実現	・宅急便 ・宅急便コンパクト ・クロネコDM便
 SAGAWA	セールスドライバーが窓口になり、事業者のさまざまなニーズに対応	・飛脚宅配便 ・飛脚メール便 ・飛脚航空便
 日本郵便	幅広いネットワークで、小さい荷物を低価格で配送	・ゆうパック ・ゆうパケット ・レターパック
 西濃運輸	企業間の物流にある一般的な大きさ、重さでは収まらない荷物を扱うことが可能	・カンガルー特急便 ・カンガルーミニ便 ・カンガルーPostalメール便
 福山通運	法人サービスに特化。日本初の25mの「ダブル連結トラック」フルトレーラーを運行	・フクツウ宅配便 ・福通グリーン便 ・クール宅配便

Фиг. 2. Източник: <https://www.senshukai.co.jp/btob/timeline/detail/000148.html>

По-нататък се разглеждат някои интересни примери от практиката на първите три компании (Yamato, Sagawa Express и JP Post).

На първо място “Ямато” / Yamato - или черната котка, видно от логото на компанията е доставчикът с най-голям пазарен дял (46,6%) по брой обработени пратки. Характерна черта на компанията е, че разполага с офиси в цялата страна, които са тясно свързани с местните общности, което ѝ позволява да постигне най-високата скорост на доставка в бранша. Yamato е популярен избор за компании или обикновени потребители, които искат бързо или в конкретен час да получат/изпратят пратка. Удобно и безпроблемно е изпращането на багаж от точка А до летище, гара или крайна дестинация. В Япония разстоянията са много дълги, почти няма ескалатори, влаковете не разполагат с пространство за големи куфари и много често пренасянето на големи багажи е крайно неудобно и непрепоръчително от логистична гледна точка. С Yamato този проблем се разрешава за минути - няколко дни преди полет пътниците изпращат куфара си до летище Нарита (Токио) и в деня на полета си го получават от офиса на летището.

Още едно предимство на Yamato е, че са достъпни във всеки *конвиниент* магазин от типа на Family Mart⁶ 7/11, Lawson. Това означава, че всеки потенциален клиент, търсещ куриерска услуга, може да отиде на касата в магазина, да попълни товарителница, да заплати цената на

³ <https://www.japanlivingguide.com/expatinfo/communication/courier-services/>

⁴ <https://www.wayfinderjapan.com/blog/japanese-delivery-ux>

⁵ <https://kadence.com/6-expectations-japanese-consumers-have-from-in-home-delivery-services-2/>

⁶ https://www.family.co.jp/services/delivery/home_delivery.html

доставката и на другия ден тя вече е доставена, до която и да е точка в Япония. Преди COVID, безконтактната доставка (Contactless Delivery) беше относително непозната в Япония, но след пандемията, желанието за нови опции за доставка, поражда предлагането на нови куриерски услуги, при които пратките могат да бъдат оставяни на различни места около дома или апартамента на потребителя. Това не само е удобно за потребителите (тъй като не е необходимо да са на мястото, за да получат пратката), но и драстично намалява броя на поредица от доставки, които да правят куриерите. Тази услуга за безконтактна доставка на Yamato позволява на клиентите да поискат конкретно място, където да бъдат оставени пратките, включително в кошница на велосипед или в кутията на газовия измервателен уред. Куриерът прави снимка на пратката след доставка, която се изпраща на клиента, за да докаже, че доставката е извършена.

Sagawa Express е вторият по големина японски доставчик на куриерски услуги (28,0%) след Yamato. Компанията разполага с национална мрежа за доставки и се отличава със силни връзки с регионални транспортни компании. Доставка и големи пратки, които не могат да бъдат превозени с обикновени куриерски услуги, като наема цял камион или чартърни полети за превози и осигурява доставка на следващия ден. Sagawa се използва масово от предприятия, които се нуждаят от спешна доставка до Окинава и Хокайдо (отделни острови на Япония). А с помощта на въздушната куриерска служба на Sagawa Express, доставката, която по суша или по море отнема 4 дни, може да бъде извършена на следващата сутрин, което спестява много време на бизнесите и съответно на крайния потребител.

На трето място - Японската поща (*JP Post*) се отличава с широка мрежа в цялата страна. Нейното предимство е, че тя се използва, за да доставя малки пратки на ниски цени. Факт е, че дори не е необходимо да се ходи до пощенски клон, за да се изпрати малка пратка (за чужденците често това е преносим Wi-Fi рутер), достатъчно е пакета да се постави в една от червените кутии на улицата, маркирани като кутии на *Японските пощи*, и пратката ще бъде взета и доставена.

Друг пример за иновативна японска практика е инсталиране на кутия за доставка в дома или офиса на клиентите. Има налични опции с вградени пощенски кутии, електронни ключалки, водоустойчиви функции и функции против кражба и голям капацитет. Повечето са лесни за инсталиране и поддържат множество доставки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: На базата на глобални примери от Европа и Азия, беше показано, че секторът на куриерски услуги е особено предразположен към внедряване на иновации – AI, дронове, eVTOL технологии и автоматизирани системи, които не само удовлетворяват нарастващите потребителски изисквания за бързина и удобство, но и допринасят за намаляване на въглеродния отпечатък и постигане на екологична устойчивост. В този контекст, японските практики демонстрират модел за висока ефективност, прецизност и клиентска ориентация, които могат да бъдат адаптирани и приложени на европейския пазар. Българската икономическа среда, макар и с по-ограничени ресурси в сравнение с глобалните лидери, показва признаци на положителна динамика с нарастваща екосистема от стартираци и скейлъп компании, които следват световните тенденции. Развитието на дигитални решения в куриерските услуги в България е стратегическа възможност не само за бизнес растеж, но и за интегриране на страната в иновационната карта на Европа.

В заключение, преходът от „стартъп“ към „скейлъп“ в куриерските услуги е нещо повече от технологичен процес – той е стратегическо усилие за създаване на устойчива и мащабируема стойност в една бързо променяща се глобална икономика. България има потенциала да се възползва от този процес чрез насърчаване на инвестиции, прилагане на добри практики и адаптиране на иновативни бизнес модели в съответствие с европейските и световните тенденции.

ЛИТЕРАТУРА:

- [1] New European Innovation Agenda, ЕК, юли, 2022 г. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52022DC0332>
- [2] Колев, О. Способи за увеличаване и запазване на капитала чрез алтернативни инвестиции, Логистиката като глобална система за развитие на международната търговия, МНК „Икономиката на XXI век: Икономически иновации и устойчив растеж“, Сборник, НБУ, София, 05. юни, 2025
- [3] Алашки, М., Стартър – нещо ново или познато, но наричано по друг начин, *Politics & Security*, 3/2020, с. 73-81, ISSN 2535-0358 (Print), ISSN 2815-3324 (Online), достъпно на <https://politics-security.net/index.php/ojsdata/issue/view/16>
- [4] Escárzaga, A. 10 Bulgarian startups you must keep an eye on in 2024 and beyond!, January 17, 2024 <https://www.eu-startups.com/2024/01/10-bulgarian-startups-you-must-keep-an-eye-on-in-2024-and-beyond/>
- [5] Кръстев, К., Въздействие на технологиите и иновациите върху пазара на куриерските услуги, сп. „Бизнес посоки“, БСУ, 2017, бр. 2, с.88-99, ISSN 2367 – 9247
- [6] Комисия за регулиране на съобщенията, “Годишен доклад за 2017 година - Анализ на пощенските услуги”, 2018, достъпно на: https://crc.bg/files/bg/Annual_Report_Post_27062018.pdf
- [7] Grozdanov, V. Intelligent Transport Systems as A Tool for Speeding Prevention, International May Conference on Strategic Management – IMCSM25, May 2025, Bor Lake, Republic of Serbia, pp 728-733, available at: mksm.tfbor.bg.ac.rs
- [8] Грозданов, В. Логистиката като глобална система за развитие на международната търговия, МНК „Икономиката на XXI век: Икономически иновации и устойчив растеж“, Сборник, НБУ, София, 05. юни, 2025

INNOVATIVE POTENTIAL OF DIGITAL SOLUTIONS IN THE DELIVERY OF COURIER SERVICES – FROM STARTUP TO SCALEUP

Vasilena Yosifova

vasilena.yosifova@abv.bg

ORCID iD: 0009-0005-4021-493X

*Todor Kableshkov University of Transport,
Sofia, Geo Milev Str. 158,
BULGARIA*

Abstract: *The report focuses on the essence of the scaleup business model, in the context of the New European Innovation Agenda. The concept of a “startup” company is used as a starting point, since the scaleup concept is not yet well known in Bulgaria. The main interrelationships and differences between “startup” companies, “scale-up” companies, as well as “unicorns” companies in the context of the Bulgarian business environment are outlined.*

Next, arguments and examples are presented on a global scale for building a startup-type business model and subsequently Scale-up, in the transport sector (in particular, in the courier services and parcel delivery market), where high competition gives a strong impetus to the implementation of innovations (artificial intelligence, robots, drones, eVTOL, etc.), providing opportunities for increasingly high-quality satisfaction of customer needs, with the potential for a significant environmental effect.

Various examples are given that in the dynamic and competitive environment of the courier services market, digital technologies and innovations are establishing themselves as the main driver for growth and sustainable development of companies – from startups to scale-up enterprises and even reaching the status of unicorns. The connections and differences between these business models are outlined, emphasizing the essence of the “scale-up” concept and its role in increasing the competitiveness of the European economy.

Japanese courier services are mentioned as one of the best and most advanced business practices on a global scale. Suitable examples with innovative ideas for application in Europe are given.

Key words: *startup; scale-up; unicorn companies; innovation; delivery services; courier services; eVTOL.*