ЮБИЛЕЙНА МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

ТУРИЗМЪТ В ЕПОХА НА ПРЕХОДИ: ЗНАНИЯ, ПОЛИТИКИ И УСТОЙЧИВИ БИЗНЕС МОДЕЛИ

Сборник с доклади

АКАДЕМИЧНО ИЗДАТЕЛСТВО „ЦЕНОВ" СВИЩОВ

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ

Почетен председател:
Доц. д-р Марин Маринов – Ректор на СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

Съ-Председатели:

Доц. д-р Любка Илиева – Ръководител на катедра
„Икономика и управление на туризма“
Проф. д-р Марияна Божинова

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Доц. д-р Любка Илиева – председател
Доц. д-р Петя Иванова
Доц. д-р Тихомир Личев
Доц. д-р Любомира Тодорова
Гл. ас. д-р Павлин Павлов
Гл. ас. д-р Кристина Шопова
Ас. д-р Йоана Константинова

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Доц. д-р Любка Илиева – председател
Доц. д-р Петя Иванова
Доц. д-р Тихомир Личев
Доц. д-р Любомира Тодорова
Гл. ас. д-р Павлин Павлов
Гл. ас. д-р Кристина Шопова

СЕКРЕТАРИАТ

Доц. д-р Любомира Тодорова
Гл. ас. д-р Павлин Павлов
Гл. ас. д-р Кристина Шопова
Ас. д-р Йоана Константинова

ISBN 978-954-23-2652-6

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ
ФАКУЛТЕТ „ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС”
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА”

ЮБИЛЕЙНА МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

ТУРИЗМЪТ В ЕПОХА НА ПРЕХОДИ: ЗНАНИЯ, ПОЛИТИКИ И УСТОЙЧИВИ БИЗНЕС МОДЕЛИ

19 – 20 юни 2026 г.

10 ГОДИНИ

Катедра „Икономика и управление на туризма”

Академично издателство „Ценов” – Свищов
2026

Кръглата маса се посвещава на 90-годишнината на Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов и 10-годишнината на катедра „Икономика и управление на туризма”.

Докладите в сборника са анонимно рецензирани от Редакционен съвет.

Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете.

© АИ „Ценов“, Свищов, 2026
ISBN 978-954-23-2652-6

СЪДЪРЖАНИЕ

КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА“
Десетилетие на академично развитие, научни постижения и професионална реализация
Доц. д-р Любка Илиева 11

ПОЛИТИКИ, РЕГУЛАТОРНИ РАМКИ, ИКОНОМИКА И СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА В УСЛОВИЯТА НА ТРАНСФОРМАЦИИ

Предизвикателства пред туризма на България
Проф. д-р Стоян Петков Маринов 21

Публични политики за устойчиво управление на обекти на културното наследство
Проф. д-р Маргарита Богданова 31

Политики за развитие на устойчив културен туризъм
Проф. д.н. Таня Парушева 41

Предизвикателства пред туристически сезон 2026
Доц. д-р Красимира Янчева, ас. д-р Христина Сантана 48

Туризъм и геополитически въздействия – географски аспекти
Доц. д-р Тихомир Личев 63

Обществените поръчки в туризма – взаимодействие между знания, политики и устойчиви бизнес решения
Доц. д-р Галина Чиприянова, Красимир Парашкевов 75

Релацията „културен туризъм – културно наследство“
Доц. д-р Пенка Горанова 86

Професионалната счетоводна преценка в туристическите предприятия: между нормативното съответствие и управленската полезност на информацията
Доц. д-р Радосвета Кръстева-Христова, студ. Василена Тодорова, студ. Димитър Димитров, студ. Евелина Радева, студ. Кристиан Иванов 94

Application of Lean Manufacturing Tools in Boxed Solutions for the Tourism Industry
Candidate of Pedagogical Sciences Protsenko Yulia Procenko
Lilya Idrisova, Assoc. Prof. Lyubka Ilieva, PhD 107

Политики за устойчив туризъм чрез проектно финансиране: Финансова ефективност на общинските инвестиции в инфраструктура
Ас. д-р Димчо Шопов 116

Кризата в Близкия изток – предизвикателства и възможности пред българския туризъм
Ас. д-р Тихомир Драганов.....128

Ролята на европейските програми за развитие на туристическия бизнес в България
Докторант Мария Павлова-Кондрова.....136

Териториална концентрация и регионални различия в развитието на балнео, СПА и уелнес туризма в България
Докторант Антоанета Христова.....144

Местното самоуправление като фактор за развитието на туризма
Докторант Ива Панайотова 156

Институционални и икономически ограничения при трансформацията на земеделски земи за нуждите на туристическата инфраструктура
Докторант Атанас Атанасов.....165

Потенциал за развитие на голф туризма в деветте туристически района на България
Докторант Незифе Бозова.....174

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ, ЗЕЛЕНА И КРЪГОВА ИКОНОМИКА, ГЕОПРОСТРАНСТВЕНИ АНАЛИЗИ И РЕСУРСЕН ПОТЕНЦИАЛ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ

From sustainable to regenerative tourism in the context of the blue economy
Доц. д-р Стефан Райчев 183

Синята икономика и устойчивият туризъм: възможности и предизвикателства
Доц. д-р Добринка Стоянова.....190

Съвременни измерения на социалноикономическата устойчивост в туризма
Доц. д-р Ваня Василева.....199

Развитие на районите през призмата на туризма
Доц. д-р Елена Йорданова, гл. ас. д-р Георги Ангелов, гл. ас. д-р Цветан Марков 207

Концептуализиране на геополитически сензитивни дестинации чрез спортен туризъм: по примера на Голанските възвишения
Доц. д-р Теодора Кирякова-Динева, докторант Уаел Муграби.....216

Изследване на нагласите към екологосъобразните решения в туризма
Гл. ас. д-р Павлин Павлов.....225

Храната като важен компонент на туристическото преживяване
Гл. ас. д-р Илияна Кръстева 236

Връзка между туристическите пътувания и динамиката на потребителските цени в България
Докторант Никола Николов 244

Климатолечението в структурата на здравния туризъм: историческо развитие, научни школи и концептуално моделиране
Докторант Ваня Андонова..... 256

Кандидатурата за Европейска столица на културата като фактор за развитие на целогодишен туризъм в Бургас
Докторант Иван Гаврилов 268

Място на кръговата икономика в туристическия сектор
Докторант Виктория Джамбазка..... 277

ИНОВАЦИИ, ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ И ИНТЕЛИГЕНТНИ РЕШЕНИЯ В ТУРИЗМА И УСЛУГИТЕ

Концептуална рамка за адаптация на туристическата система в условията на дигитална трансформация
Проф. д-р Велина Казанджиева, доц. д-р Георгина Луканова..... 287

Ролята на изкуствения интелект в развитието на смарт туризъм
Доц. д-р Елена Илиева, Павел Нончев 300

Бъдещето на туризма в епохата на преходи: между дигиталното и автентичното
Доц. д-р Любка Илиева..... 310

Приносът на цифровите иновационни мрежи към регионалното развитие
Доц. д-р Евелина Парашкевова..... 322

Детерминанти на онлайн пазаруването на туристически продукти в България
Доц. д-р Симеонка Петрова..... 333

Влияние на дигиталната трансформация на туристическия пазар върху потребителското поведение
Доц. д-р Ваня Григорова..... 343

Иновационни възможности за развитие на туристическия бизнес – мрежови контекст
Доц. д-р Искра Пантелеева..... 353

Иновациите в контекста на туроператорската дейност
Доц. д-р Любомира Тодорова 363

Бариери пред дигиталната трансформация в хотелиерството: организационни, технологични и поведенчески аспекти
Гл. ас. д-р Галина Илиева 371

Ролята на дигитализацията в транспортното обслужване на туристите: нови технологии и приложения
Гл. ас. д-р Никола Гайдаров 381

Иновативни бизнес модели в хотелиерството: комбинация между лайфстайл, устойчивост и дигитално присъствие
Гл. ас. д-р Мира Джендова 390

Бизнес планиране в туризма в условията на изкуствен интелект – нови модели и предизвикателства
Гл. ас. д-р Маргарита Мишева 400

Иновационен модел за развитие на културния туризъм
Ас. д-р Йоана Константинова 412

От дигитална автоматизация към екосистемно управление: трансформация на бизнес моделите в хотелиерството
Докторант Агнес Бачева 420

Ролята на социалните мрежи при избора на туристическа дестинация сред младите хора
Студ. Павел Антонов Павлов 430

БИЗНЕС МОДЕЛИ, ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО, ПАЗАРИ И БРАНДИНГ В ТУРИЗМА И СВЪРЗАНИТЕ ИНДУСТРИИ

Развитие на туристическата индустрия в контекста на съвременните предизвикателства
Проф. д-р Цанко Стефанов 439

Българската индустрия и технологичните предизвикателства
Доц. д-р Сергей Найденов, доц. д-р Добрин Ганчев 448

Креативно управление на туристическите преживявания като фактор за конкурентоспособност на туристическите предприятия
Гл. ас. д-р Кристина Шопова 456

Методът на критичната точка в туристическия сектор – възможност за ефективни решения
Гл. ас. д-р Росен Колев 464

За идеята на туризма в луксозната индустрия
Гл. ас. д-р Иво Велинов 474

Културният туризъм: между наследството, преживяването и мотивацията
Гл. ас. д-р Пламен Петров 482

Търговски аспекти на селския туризъм в България
Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева 490

The Authenticity Paradox in the Age of Generative AI: Exploring the Impact of Synthetic Visual Content on Tourism Destination Branding
Ас. д-р Стелиана Василева 494

Бранд мениджмънт и корпоративна култура в многонационални компании в сектора на бизнес услугите
Докторант Петьо Божинов 503

Въздействие на дигиталните технологии върху трансформацията на туристическите предприятия
Докторант Теодора Попова 512

ХОТЕЛИЕРСТВО, РЕСТОРАНТЬОРСТВО И ТУРИСТИЧЕСКА АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ: МОДЕЛИ НА УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ

Спортната анимация като фактор в туристическия бизнес
Доц. д-р Стела Касабова, ст. преп. д-р Радослав Николов 523

Счетоводната информация – важен фактор за успешно управление на предприятията в ресторантьорството
Доц. д-р Галя Стоянова Иванова-Кузманова 530

Управление и развитие на туроператорския бизнес – практически аспекти на облагането по ЗДДС и отражението върху рентабилността
Гл. ас. д-р Лиляна Бърдукова 538

Inventory Accounting in Tourism-Related SMES in Cameroon: Challenges for Cost Control and Sustainable Business Models
PhD student Tognang Kouaya Pretta Noella Rosevale 549

Предизвикателства и възможности пред развитието на голф туризма в България
Докторант Ангел Ангелов 557

Устойчивите практики на туристическите агенции в община Варна
Докторант Христина Петрова 566

Кетъринг обслужването като фактор за конкурентоспособността на туристическите събития
Докторант Цветелина Петрова 575

Директните плащания по Общата селскостопанска политика като инструмент за устойчиво развитие на хотелиерството и ресторантьорството
Докторант Снежана Парушева-Ламбева 584

ОБРАЗОВАНИЕ, ЧОВЕШКИ КАПИТАЛ, ОРГАНИЗАЦИОННА КУЛТУРА, КРИЗИ И АДАПТИВНИ СТРАТЕГИИ ЗА УСТОЙЧИВОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ СИСТЕМИ

Знанието и неговото управление в контекста на туризма
Проф. д-р Любчо Варамезов, докторант Стела Маринова 599

В преход към приобщаване: туризмът като арена на промяна в условия на различие
Доц. д-р Теодора Кирякова-Динева 609

Музеите като неформална учебна среда
Доц. д-р Петя Иванова, докторант Цветелина Телбис 618

Влиянието на организационната култура върху иновационното представяне на туристическите предприятия
Гл. ас. д-р Надежда Стефанова 627

Practices for developing employer branding in Black Sea coastal tourism
Гл. ас. д-р Христина Филипова, хон. ас. Яна Донева 634

Свищов във впечатленията на посетителите на града (1878–1912)
Преп. д-р Емилия Вачева 643

Финансовата грамотност като фактор за устойчивост на туристическия сектор: структурни ограничения, рискови канали и инструменти за въздействие
Докторант Шенай Шемсиева Раимова 651

Re-thinking sport tourism through stronger physical education and local community engagement
PhD student Wael Mugrabi 665

СПОРТНАТА АНИМАЦИЯ КАТО ФАКТОР В ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС

Стела Касабова[1]
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов
ORCID: 0000-0003-0405-9547

Радослав Николов[2]
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов
ORCID: 0009-0007-7461-1962

Резюме: Разглеждането на спортната анимация като фактор в туристическия бизнес е реализирано въз основа на представянето на спортната анимация в зависимост от избраната дестинация и предпочитанията на туристите. В разработката се обосновава значимостта на спортната анимация по отношение нарастващите потребности на съвременния турист и в тази връзка се доказва значението на спортната анимация като фактор в туристическия бизнес, конкретно чрез: последователно представяне на същността на спортната анимация в туризма; разглеждане на видовете спортна анимация и спортовете за рекреация според туристическата дестинация и според предпочитанията на туристите; и обосноваване на значението на спортната анимация като фактор за развитие на туристическия бизнес. Представени са основните насоки за значението на спортната анимация за туристическия бизнес, заедно с очертаване на основните функции на спорта в туризма.

Ключови думи: Спортна анимация, спортна рекреация, туризъм.

Въведение

Туризмът е сред най-динамично развиващите се глобални сектори, а конкуренцията между туристическите обекти и дестинации непрекъснато нараства. В тази връзка спортната анимация все повече се утвърждава като ключов фактор за привличане, задържане и удовлетворяване на желанията на туристите. Тя съчетава в едно двигателна активност, социално взаимодействие и развлечение, като създава положителни емоции и повишава качеството на туристическия продукт.

Спортната анимация се утвърждава като важен фактор в туристическия бизнес, защото допринася за по-доброто използване на свободното време на туристите, подобрява тяхното здравословно състояние и създава условия за активен отдих и рекреация. Интегрирането на разнообразни спортни активности подпомага дейността на туристическите комплекси, изгражда силно конкурентно предимство и ефективно повишава интереса към техния туристически продукт.

[1] s.kasabova@uni-svishtov.bg
[2] r.nikolov@uni-svishtov.bg

В настоящата разработка **обект на изследване** е спортната анимация, нейната същност и видове в зависимост от избраната дестинация и в зависимост от предпочитанията на туристите. **Основната цел** е обосноваване на значимостта на спортната анимация по отношение нарастващите потребности на съвременния турист и в тази връзка доказване на значението на спортната анимация като фактор в туристическия бизнес.

Задачите на изследването се свеждат до:

- Представяне на същността на спортната анимация и рекреация в туризма;
- Разглеждане на видовете спортна анимация и спортове за рекреация според туристическата дестинация и според предпочитанията на туристите;
- Обосноваване на значението на спортната анимация като фактор за развитие на туристическия бизнес.

1. Спортна анимация и рекреация в туризма

В съвременния туризъм спортът не само има определяща роля, но е и с водещо съдържание на туристическия престой, което стимулира посетителите да участват в различни спортове. Той не само допринася за облика на престоя, но и е стимул за пътуване към определена туристическа дестинация. Тази връзка между спорта и туризма провокира развитието на специален вид туризъм: спортно-рекреационен туризъм. (Bartoluči, 1999)

Спортната анимация представлява организирано преживяване, включващо спортни, развлекателни и рекреативни дейности, насочени към активното участие на туристите по време на тяхната почивка. Основната ѝ цел е да стимулира физическата активност, съчетана с разнообразие, емоции и добро настроение. Спортната анимация включва разнообразие от спортни дейности като: сутрешна гимнастика, аеробика и фитнес, водна гимнастика, плажен волейбол, футбол и баскетбол, тенис, йога и пилатес, състезателни игри и турнири, екстремни спортове, приключенски активности и много др. Спортната анимация предполага задоволяване желанията и предпочитанията на туристите за организиране и провеждане на разнообразна спортна, спортно-развлекателна и спортно-рекреационна дейност по групи с различни интереси.

Спортната рекреация в туризма се разглежда като средство за активна почивка и възстановяване на посетителите, т.е. съдържание, в което има активно участие (Relac, 1979). Спортовете за рекреация спомагат за подобряването на физическата работоспособност (дееспособност) на хората, за тяхното закаляване и за намаляване на атаките на стреса. (Петров, 2004). Теорията на спортната рекреация наред с всички други насоки, проучва и тясната взаимовръзка на спортната рекреация с туризма. Следователно може да се обобщи, че спортът и туризмът имат много свързани дейности.

Спортната анимация и рекреация се осъществява от специално подготвени аниматори, чието задължение е да организират спортните програми и да адаптират спортните дейности според интересите на гостите, да мотивират туристите за активно участие, да осигуряват условия за безопасност при изпълнение на физическите дейности и да създават приятна атмосфера. Спортният аниматор е ключова фигура в туристическия бизнес. Той трябва да притежава квалификации и умения, като: добра физическа подготовка, комуникативност, организационни умения, владеене на чужди езици, както и способност за работа с различни възрастови групи.

Осигуряването на спортна анимация в различните туристически дестинации е свързана основно с местоположението, климата и природните дадености. Наред с наличието на редица предимства (повишаване атрактивността на туристическия продукт; създаване на конкурентно предимство; подобряване физическото и психическото състояние на туристите заедно с насърчаване на социалните контакти; увеличаване на приходите от туристическата дейност), спортната анимация е свързана и с редица трудности, чието преодоляване изисква: осигуряване на квалифициран персонал с подходящо заплащане, необходимост от добре поддържана специфична материална база и оборудване, допълнителни разходи при организиране на различни спортни програми, риск от травми при някои спортове и др.

2. Видове спортна анимация в туризма

Спортната анимация се разделя основно на морска и планинска, в зависимост от мястото, на което се предлага. Морската и плажна спортна анимация, характерна за морските курорти, включва спортове като: плажен волейбол, плажен тенис, сърф, водни ски, гмуркане, водна аеробика и др.

Планинската спортна анимация се развива в планинските и зимните курорти и включва спортове като: ски; сноуборд; спускане с шейни; планинско колоездене; туристически походи; катерене; ориентиране и др. Българските планини и в частност зимните ни курорти, някои от които са на световно ниво, наред с обучението по ски, събитийният спортен туризъм (провеждане на международни състезания от голям ранг) предоставят възможности за предлагане на спортни дейности, които да разнообразят и осмислят свободното време на туриста, като същевременно оставят в него сериозно удовлетворение от емоциите и изживяванията по време на активната му почивка в планината.

Хотелската спортна анимация включва дейности в рамките на местата за настаняване. Провежда се в хотелските комплекси и включва дейности като: фитнес програми; йога; танци; спортни турнири; развлекателни щафетни игри за деца и възрастни. Анимацията създава допълнителна стойност към хотелския продукт, като превръща престоя на туриста в пълноценно преживяване. Маркетинговите стратегии се изразяват в изграждане на

емоционална връзка между аниматорите и клиентите, в предлагането на програми, съобразени с възрастта, интересите и културните особености на туристите, както и в създаването на условия за социални контакти между тях.

В зависимост от желанията, интересите и възрастта на туристите, спортната анимация може да се разглежда като (Боянов, 2015):

- анимация чрез движение - удовлетворява необходимостта от движение. Тук се включват спортни дейности като пешеходен туризъм, разходка в паркове, градини и други природни забележителности;
- анимация чрез преживяване - удовлетворява потребностите от среща с новото, неизвестното, неочакваното, напр. пещерен туризъм, гмуркане до потънали кораби, нощни сафарита, оцеляване в дивата природа, посещение на изоставени обекти или участие в традиционни местни ритуали;
- анимация чрез общуване - удовлетворява необходимостта от общуване с нови и интересни хора. Формирането на групи от хора с близки интереси води до повишаване качеството на общуването и увеличаване на удовлетвореността от преживяването;
- анимация чрез успокояване - удовлетворява потребността от психическо разтоварване и релакс особено при хора напрегнато ежедневие и стрес на работното място;
- културна анимация - удовлетворява потребността от духовно развитие и приобщаване към културно историческите ценности при хора, които обичат историята и историческите паметници на културата, традициите и обичаите и културното наследство в страната-домакин;
- творческа анимация - удовлетворява потребностите от демонстрация на собствените творчески възможности;
- детска анимация – има за цел да осигури на децата, придружаващи родителите си, подходящи занимания, игри и развлечения.

3. Значение на спортната анимация в туристическия бизнес

В световен мащаб туристическата индустрия регистрира рекорден ръст в привличането на туристи. Приблизително 1,52 милиарда международни туристи са били регистрирани по света през 2025 г., което е с почти 60 милиона повече, отколкото през 2024 г. (Световен туристически барометър, 2026). Хотелиерството, ресторантьорството и транспорта предлагат на туриста все по-нови и привлекателни форми за почивка. Тези новости, обаче, не са достатъчни за нарастване на броя на туристите в курортите и туристическите центрове. Именно в тази насока решаваща роля за привличане на повече туристи има осмислянето и организацията на свободното време на туриста по време на неговата екскурзия, почивка и т.н. (Малчев, 2005).

Съвременният турист търси не само настаняване и храна, но и преживявания. В тази посока спортната анимация обогатява туристическия продукт и прави престоя по-интересен и разнообразен. Това увеличава удовлетвореността на клиентите, създава положителни впечатления и води до *повишаване качеството на туристическия продукт*.

Хотели и курорти, които предлагат богати спортно-анимационни програми, са по-конкурентоспособни. Наличието на спортни дейности често е решаващ фактор при избора на туристическа дестинация, особено за семейства с деца, млади хора и любители на активния начин на живот.

„Интересът към развлеченията, рекреацията и спорта са катализатор в развитието на туризма". (Малчев, 2005). Основните дейности, които се съдържат в предлаганата туристическа услуга са нощувка, хранене и транспорт, които не са достатъчни за задоволяване на потребностите, желанията и изискванията на съвременния турист. Това определя и спортната анимация като дейност, съпътстваща предлагането на допълнителни услуги и изживявания за осмисляне и уплътняване на свободното време по време на пътуването. Това обосновава наличието на сериозни претенции към предлаганите туристически услуги и по конкретно в частта на спортната анимация (организиране на свободното време) на туриста и е предпоставка *за привличане на повече туристи*.

Разнообразните спортни активности насърчават туристите *да удължат престоя си* в избрания от тях хотел или курорт. Това води до увеличаване на приходите за туристическия бизнес.

Качествената спортна анимация *създава положителен имидж* на туристическия обект. Доволните туристи често препоръчват мястото на свои близки и споделят положителни мнения в социалните мрежи и туристическите платформи.

Спортната анимация в нейното богато разнообразие от дейности предлага широк набор от възможности за *подобряване на здравето и активния начин на живот.* Те се проявяват от една страна като изключително влияние върху здравния статус, физическата дееспособност и рекреационния ефект за туриста, и от друга са интересни и търсени от голяма част от туристите, прекарващи своя отпуск в зимните и летните курорти на България съобразно сезона. Спортната анимация насърчава физическата активност и здравословния начин на живот. Това е особено важно в условията на съвременното ежедневие, свързано със стрес и заседнал начин на живот.

След представяне на основните насоки за значението на спортната анимация за туристическия бизнес, може да се очертаят следните основни функции на спорта в туризма: здравна, образователна, социална, икономическа и политическа.

Една от най-важните функции на спорта в туризма е *здравната функция*. Известно е, че различни програми от областта на спорта и

рекреацията имат положителен ефект върху поддържането и подобряването на здравето на посетителите.

Спортът и отдихът в туризма имат и определена *образователна функция*. Тя се изразява чрез усвояване и придобиване на определени спортни умения, което не само разширява образователното ниво на посетителя, но и има възпитателно въздействие, което се проявява чрез създаване на добри навици в ежедневието за извършване на определени спортно-рекреативни дейности.

В резултат на спортно-рекреативната анимация, по време на пътуването и туристическия престой, хората се опознават и сближават, въпреки социалните и други различия, и по този начин се установява *социалната функция* на спорта в туризма. Спортът винаги е свързан с пътуване до определени места и заедно с туризма той се превръща в своеобразен „посланик на мира“ в световен план. Освен това, най-високите спортни постижения са най-доброто средство за популяризиране на определени държави. Всичко това допринася за утвърждаването на *политическата функция* на спортния отдих в туризма.

Добре известно е, че *икономическата функция* е от изключителна важност за търговското развитие на туристическите дестинации. Икономическите функции на спортния отдих се реализират чрез потреблението на различни спортни продукти на туристическия пазар и по този начин се генерират допълнителни икономически ефекти върху туризма.

Заключение

В заключение може да се каже, че спортната анимация е дейност за организиране и осмисляне на свободното време на туристите чрез средствата на спорта и двигателната активност. Спортната анимация е важен фактор за развитието на съвременния туристически бизнес. Тя повишава качеството на туристическия продукт, подобрява удовлетвореността на клиентите и допринася за изграждането на конкурентоспособни туристически дестинации. Чрез активното участие в спортни дейности туристите получават не само развлечение, но и възможност за здравословен и пълноценен отдих. Ключовите моменти на спортната анимация в туризма са отдихът, почивката, промяната на ежедневието, както и аспектите, свързани със здравето. В условията на засилена конкуренция и променящи се потребности на туристите, спортната анимация ще продължи да има все по-голямо значение за успеха на туристическата индустрия.

Използвана литература

Bartoluči, M. & Andrijašević, M. (1999). Sports recreation tourism. Animation in hotel-tourist industry. Opatija: Croatian Association of Hoteliers and Restaurateurs.

Relac, M. (1979). Sports recreation in tourism. Zagreb: Sports Forums.

Световен туристически барометър. (2026). Извлечено от Tourism, UN: https://www.untourism.int/un-tourism-world-tourism-barometer-data

Боянов, Д. (2015). Спортна анимация в планински услови. София.

Малчев, М. Й. (2005). Теоретични основи на спортноанимационната дейност. София.

Петров, Л. (2004). Спортове за рекреация. Велико Търново: Издателство "Бойка".

SPORTS ANIMATION AS A FACTOR IN TOURISM BUSINESS

Stela Kasabova[3]
The D. A. Tsenov Academy of Economics
ORCID: 0000-0003-0405-9547

Radoslav Nikolov[4]
The D. A. Tsenov Academy of Economics
ORCID: 0009-0007-7461-1962

Abstract: The examination of sports animation as a factor in the tourism business is carried out on the basis of the presentation of sports animation depending on the chosen destination and the preferences of tourists. The paper justifies the importance of sports animation in relation to the growing needs of the modern tourist and in this regard proves the importance of sports animation as a factor in the tourism business, specifically through: a consistent presentation of the essence of sports animation in tourism; consideration of the types of sports animation and recreational sports according to the tourist destination and according to the preferences of tourists; and substantiation of the importance of sports animation as a factor for the development of the tourism business. The main guidelines for the importance of sports animation for the tourism business are presented, along with an outline of the main functions of sport in tourism.

Keywords: Sports animation, sports recreation, tourism.

[3] s.kasabova@uni-svishtov.bg

[4] r.nikolov@uni-svishtov.bg