

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“

КАТЕДРА “ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА”

=====

Катина Костадинова Попова

**СТРАТЕГИЧЕСКИ НАПРАВЛЕНИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА
МЛАДЕЖКИ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертация за присъждане на образователна и научна степен „доктор”

**по професионално направление 3.9 Туризъм, научна специалност
„Икономика и управление (туризъм)”**

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ:

Доц. д-р Велина Иванчева Казанджиева

ВАРНА

2020

Дисертационният труд се състои от 309 страници, от които: увод (5 стр.); изложение в три глави (271 стр.); заключение (5 стр.); използвана литература (28 стр.) Основният текст съдържа 27 таблици и 42 фигури. Списъкът на използваната литература се състои от 684 заглавия, в т.ч. 383 литературни и 301 интернет източника. Към дисертационния труд са изготвени 63 приложения (130 стр.).

Защитата на дисертационния труд ще се състои на..... от..... ч. в зала..... на Икономически университет – Варна на заседание на научно жури, назначено със Заповед..... на Ректора на ИУ – Варна.

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност и значимост на проблема

В последните няколко десетилетия туризмът преминава през фазите на непрекъснат растеж и диверсификация, за да достигне днес статута си на един от най-бързо развиващите се сектори на световната икономика. Под влиянието на глобализационните процеси и обусловените от тях сложни модели на социално взаимодействие се изменят ценностите, нагласите, мотивацията и туристическото поведение на всички сегменти на международния туристически пазар. Ако в близкото минало младежката група не е определяна като приоритетно направление в туристическата индустрия, в последните десетилетия интересът към този пазарен сегмент значително нараства. Това се дължи на две основни особености на младежите: те най-бързо и в най-голяма степен възприемат предизвикателствата на настоящата действителност, а в ролята си на генератори на нови тенденции и катализатори на социални процеси дори формират нови модели на поведение. Темпераментът, вроденото любопитство и липсата на предрасъдъци, характерни за всеки млад човек, са особено благоприятствани от отворените граници и формираното в този контекст глобално свързано общество.

В началото на 2018 г. четирима от общо десет човека в света са хора на възраст под 25 г. Около 70% от съвременното мигрантско съсловие се състои от хора под 30-годишна възраст. Почти $\frac{2}{3}$ от децата, които през 2018 г. започват началното си образование, в бъдеще ще упражняват професии, които днес все още не съществуват. Въпреки явната световна тенденция към застаряване на населението, ООН очаква младежката група да увеличи броя си от 1,2 млн души през 2015 г. до близо 1,3 млн души през 2030 г.¹ Ролята на младежките пътувания става все по-осезаема част от глобалния туризъм. През 90-те години на XX в. те формират 15% от туристическия пазар, като нарастват до 20% през последното

¹DESA. (2017). World Population Prospects: Key findings & advance tables, p. 2. [Available at: https://esa.un.org/unpd/wpp/publications/files/wpp2017_keyfindings.pdf] (Accessed on 10.05.2020)

десетилетие. Очакванията са в близко бъдеще броят им да се увеличи до 25% от общото туристическо потребление в световен мащаб. Разрастването на средната класа и повишаването на покупателната способност на населението водят до засилване на младежкото участие в туристически дейности – през 2012 г. почти 30% от младите хора по света се описват като „туристи”, докато 10 години по-рано този процент е бил едва наполовина².

Проучванията по темата в България са по-скоро фрагментарни и целенасочено базирани върху изследвания на конкретни форми и проявления на младежкия туризъм. По-сериозно внимание в българската научна литература е отделено на пътуванията с образователна цел и ефектите от програми за обмен. В този смисъл, дисертационният труд представлява опит за цялостно изследване на младежкото туристическо движение в България като рецептивна дестинация.

2. Предмет и обект на изследването

Предмет на изследването в дисертационния труд е младежкия туризъм, неговите роля и значение за социално-икономическото развитие на районите, актуалното му състояние и перспективи за растеж.

Обектът на изследване са възможностите за разширяване обхвата на младежкия туризъм в България и превръщането ѝ в младежка туристическа дестинация. Потенциалът на страната за развитие в тази област се анализира и оценява в контекста на дефинирането и характеризирането на по-важни ограничители и стратегически направления за увеличаване на младежкия туристопоток у нас.

3. Цел и задачи на изследването

Научно-изследователската цел на дисертационния труд е: *чрез теоретична обосновка, анализ и оценка на потенциала на младежкия туризъм, да се изведат стратегически насоки за развитието му в България като*

² Yunusovich, S. (2018). Youth Tourism as a Scientific Research Object. In: Journal of Tourism and Hospitality, Vol. 7, № 5, pp. 378-391.

туристическа дестинация. За нейното постигане се изпълняват следните **научно-изследователски задачи:**

- теоретичен анализ и дефиниране на младежкия туризъм, определяне на неговите същностни характеристики и особености;
- фиксиране на възрастовите граници, определящи дадено лице като „младеж“, разработване на типология на младежкия туризъм, оценяване на неговата роля и значение;
- конструиране на концептуален модел и методика за изследване на потенциала на младежкия туризъм за развитие на България като младежка дестинация;
- ситуационен анализ на развитието на младежкото туристическо движение в България, проучване на нагласите и мотивите за практикуване на младежки туризъм и изследване на взаимовръзката „образование – туризъм“;
- анализиране на глобалните тенденции в развитието на младежкия туризъм и определяне на стратегически направления за превръщане на България в дестинация за младежки туристически дейности.

4. Изследователска теза и хипотези

Основната теза в дисертацията е: *България разполага със значим потенциал за предлагане на диверсифициран младежки туризъм, обусловен от нейните природни, културни, информационни и социални ресурси и, зависещ пряко от действията и волята на заинтересованите страни за увеличаване на обема на младежкото туристическо потребление.* Доказването ѝ е свързано с обосновка на следните **работни хипотези:**

Хипотеза 1: България е конкурентоспособна дестинация за младежки образователен туризъм, известна с качествено образование;

Хипотеза 2: Психологията на туриста в младежка възраст предполага имитационно поведение и изборът на дестинация е повлиян от следването на примера на известните личности и ВИП персони, налагащи определени модни тенденции, в т.ч. и в туризма;

Хипотеза 3: Онлайн присъствието и дигитализацията са възприемани като конкурентни предимства на дестинацията и са важни условия за вземане на решение за младежко туристическо пътуване;

Хипотеза 4: Потребителят на младежки туристически продукт в България има специфичен профил, различен от профила на т.нар. „културен турист”.

5. Изследователски инструментариум и ограничения

Реализирането на дефинираните в дисертационния труд изследователска цел и задачи се постига чрез използване на **изследователски методи** като: *анализ и синтез; хронологически подход; компаративен анализ; анкетно проучване и дълбочинно интервю; дескриптивни, статистически и математически методи; метод на конкретния казус (метод на конкретната ситуация)*. За събиране на емпиричните данни е проведено анкетно проучване сред български и чуждестранни младежи, както и сред студенти от различни националности, обучаващи се в Икономически университет – Варна в рамките на програма „Еразъм”. Чрез дълбочинно интервю е проучено експертното мнение по различни въпроси и етапи от развитието на младежкия туризъм у нас на представители на туристическия бранш, науката и доброволческата сфера. Резултатите от проучването са обработени с програмни продукти Microsoft Excel и StatisticalPackageforSocial Science (SPSS). При изследване на взаимовръзките между променливите са използвани качествени методи за анализ и оценка. Основните **проблеми и ограничения** пред разработването на дисертационния труд са обвързани с:

- теоретичен фокус върху продължителните форми на младежки пътувания и акцентирание върху взаимовръзките „образование - туризъм” и „ваканция - работа” при престоя на младите;

- фрагментарност на изследванията на младежкия туризъм в България;

- отсъствие на систематизирани количествени и качествени данни за развитието на младежкото туристическо движение в страната;

- липса на статистическа информация относно възрастта на туристите в България;

➤ неясна позиция на анкетиранияте за целите на разработката младежи във връзка с оценката на някои елементи от пътуването и престоя в дестинацията;

➤ противоречие в перцепциите на български и чуждестранни младежи по отношение на дестинацията и елементите на предлагането.

Отсъствието на основна информация за количествените и качествените параметри на младежкия туризъм в България е най-сериозното препятствие пред изследването. Това налага използване на неинституционализирани информационни източници, както и лични наблюдения и оценки на съвременници на различните етапи от развитието на младежкото туристическо движение в страната.

6. Информационно осигуряване

Информационните ресурси във връзка с дисертационния труд са:

✓ **Първични информационни източници:** емпирични проучвания чрез 3 вида анкетни карти; дълбочинни интервюта с: проф. д-р Марин Нешков (представител на академичната общност на ИУ – Варна), Владимир Новак – екскурзовод на чуждестранни младежки групи по времето на „Балкантурист”, Герчо Герчев и Виолета Желева – собственици и управители на пътнически агенции, предлагащи туристически продукти за младежи, Галин Недялков – доброволец в Сдружение „Варна ЕМС - 2017”, Валентина Йорданова – организатор дейности „Международни програми и обмен” в Икономически университет – Варна; анализи и емпирични проучвания от предходни автори изследвания в областта на младежкия туризъм.

✓ **Вторични информационни източници:** официални статистически данни от правителствени и неправителствени институции; специализирани издания на СОТ, ЮНЕСКО, УНИЦЕФ, Световна конфедерация за младежки и студентски пътувания; правни документи; справки от туристически фирми и сдружения и данни от техните интернет страници; книги, справочници, юбилейни издания, мемоари на Петър Дойчев и лични архиви на проф. д-р Марин Нешков.

II. СТРУКТУРА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Структурата на дисертацията отразява авторовите виждания за провеждане на изследването, като съчетава неговите предмет, обект, изследователски цели и задачи. Дисертационният труд се състои от 308 страници, от които: увод (5 стр.); изложение в три глави (270 стр.); заключение (5 стр.); използвана литература (28 стр.) Основният текст съдържа 27 таблици и 42 фигури. Списъкът на използваната литература се състои от 684 заглавия, в т.ч. 383 литературни и 301 интернет източника. Към дисертационния труд са изготвени 63 приложения (130 стр.)

СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

ВЪВЕДЕНИЕ

Глава първа

ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА МЛАДЕЖКИЯ ТУРИЗЪМ

- 1.1. Същностна характеристика на младежкия туризъм
 - 1.1.1. Дефиниране и особености на младежкия туризъм
 - 1.1.2. Специфика на младежкото пътуване и взаимовръзката „ваканция - работа”
 - 1.1.3. Профил на туриста в младежка възраст
- 1.2. Предпоставки и фактори за развитие на младежкия туризъм
- 1.3. Типология на младежкия туризъм
- 1.4. Роля и значение на младежкия туризъм
- 1.5. Концептуален модел за стратегическо развитие на младежкия туризъм

Глава втора

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА МЛАДЕЖКИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ

- 2.1. Методика и изследователски инструментариум
- 2.2. Ситуационен анализ на младежките дейности и младежките туристически пътувания
 - 2.2.1. Ретроспективен анализ на младежкия туризъм в периода 1878 г. – 1938 г.
 - 2.2.2. Характеристика и изследване на младежкия туризъм в периода 1939 г. – 1989 г.
 - 2.2.3. Характеристика и изследване на младежкия туризъм в годините на преход
- 2.3. Младежки организации – роля и значение за развитие на туризма
 - 2.3.1. Типология и обща характеристика на младежките организации
 - 2.3.2. Изследване и оценка на дейността на младежките организации
- 2.4. Изследване на вътрешния и международния младежки туризъм
 - 2.4.1. Демографски характеристики на респондентите
 - 2.4.2. Анализ и оценка на нагласи на българите, участващи в младежки туризъм
 - 2.4.3. Анализ и оценка на нагласи на чужденците, участващи в младежки туризъм
 - 2.4.4. Анализ и оценка на България като дестинация за младежки туризъм

Глава трета

СТРАТЕГИЧЕСКИ НАСОКИ ЗА МЛАДЕЖКИ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ

- 3.1. Глобални тенденции и перспективи в развитието на младежкия туризъм
- 3.2. Потенциал на България за развитие на младежки туризъм

- 3.3. Бариери и ограничители пред младежкия туризъм в България
- 3.4. Предложения и стратегически направления за стимулиране на младежкия туризъм в България

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА
ПРИЛОЖЕНИЯ

III. КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Глава първа. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА МЛАДЕЖКИЯ ТУРИЗЪМ

В § 1.1. „Същностна характеристика на младежкия туризъм” се разглеждат същността на понятието „младежки туризъм” и неговите основни характеристики, взаимовръзката „ваканция - работа” при престоя на младите и профила на туриста в младежка възраст. **В § 1.1.1. „Дефиниране и особености на младежкия туризъм”** основната цел е извеждането на дефиниции на две основни понятия: „младежта” като възрастова група, и „младежкия туризъм” като дейност на тази група. Едва в началото на XXI в. младежката общност привлича вниманието на световните организации и изследователите в областта на туризма. През 2020 г. се очакват около 370 млн млади туристи, общите разходи на които ще надхвърлят 400 млрд щ.д.³ Добавената стойност от младежките туристически пътувания е в иновациите, културните връзки, международния обмен, търговията, социалната подкрепа и образованието.⁴ За да бъде социално-икономическият принос на младежкия туризъм точно измерен и адекватно оценен, е необходимо целенасочено проучване на мотивите и нагласите на младежката група за предприемане на пътуване, като на първо място се определи кои лица попадат в „младежкия” възрастов диапазон. В процеса на изследване се установи, че в световен мащаб няма общоприета дефиниция, а правителствени и неправителствени структури определят понятието „младеж” по начин, който обслужва техните лични изследователски цели. На базата на направения обзор на възрастовите граници на младежта

³Richards, Gr. (2016). The Economic Impact of Youth Travel. In: Global Report on the Power of Youth Travel, WYSE Travel Confederation (UNWTO), pp. 10-13.

⁴Richards, Gr. (2011). An economic contribution that matters. In: The Power of Youth Travel, WYSE Travel Confederation (UNWTO), pp. 7-8.

според националните законодателства на европейските държави и специализираните издания на световните организации, за целта на дисертационния труд приехме с термина „младеж“ да се определя *специфичната социална група на лицата между 15 г. и 34 г., условно разделена в две подкатегори: подрастващи младежи (15 г. – 17 г.) и независими младежи (18 г. – 34 г.)* Редица са разминаванията и в определянето на възрастта на младите туристи. Стига се до заключението, че дефинирането на младежката възраст за целите на туризма е утопия, тъй като младежта не е просто средство на демографията, а фактор за определяне на стила на пътуване⁵. На основата на изследваните дефиниции, изведохме някои по-важни **същностни характеристики** на младежкия туризъм: значим за туристическия сектор глобален феномен; с разнообразни проявления, създаващи предпоставки за личностна изява; стимулатор на ИКТ, доброволчеството и устойчивото развитие; стратегически и икономически инструмент за реализирането на целогодишен туризъм; генератор на нов тип потребителско поведение, при което липсата на туристически опит е компенсирана от силното желание за пътуване и преоткриване на дестинацията. Изведените особености спомогнаха възприемането на следната **дефиниция за младежки туризъм**: *световен феномен, съвкупност от пътувания на лица между 15 г. и 34 г., с продължителност мин. 24 ч., максимум 1 година, за натрупване на социокултурен и научно-образователен опит, и свободно удовлетворяване на потребности за персонализиране на преживяванията в дестинацията*. В съответствие с определението разглеждаме съвременните младежи в ролята им на глобални туристи и генератори на нови тенденции.

§ 1.1.2. „Специфика на младежкото пътуване и взаимовръзката „ваканция-работа“ изследва една от специфичните особености на младежкото туристическо пътуване - приемането му като средство за оползотворяване на свободното време за целите на личностното и общественото развитие. В този смисъл, трудовите пътувания и тези за подобряване на уменията са в основата на

⁵Moisa, Cl. (2010). Conceptual Clarifications Regarding Youth Travel. In: Revista Tinerilor Economisti: Management-Marketing-Tourism, Vol. 3, pp. 98-106.

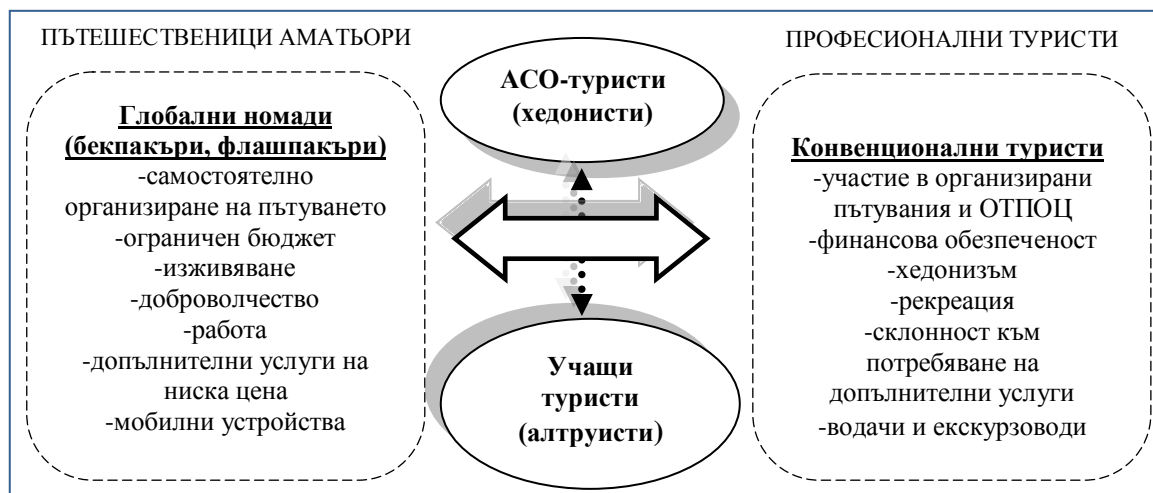
разрастването на младежката туристическа вълна. Работните пътешествия на младежите се свързват често със съчетаването между туристически дейности и полагане на нискоквалифициран труд, срещу който не се предоставя сериозно финансово възнаграждение. Работните ваканции обаче имат друга важна социално-икономическа роля: насърчават доброволчеството и обществената ангажираност сред младите и са сред основните фактори за обогатяване на тяхната професионална биография и кариерно израстване в бъдеще. Освен участието в SWT (Summer Work and Travel)⁶, Au Pair и Working Holiday програми, съществуващи отдавна, днес младите туристи осъществяват пътувания според модерните течения, като каучсърфинг и дигитално номадство. Специфичната връзка между ваканцията и работата при младежкия туризъм следва да се разчита двойко. От една страна, тя подобрява икономическото и социалното положение на младите: понижават се нивата на младежката безработица; повишава се средната платежоспособност на целевия сегмент; усъвършенстват се индивидуалността, ценностите, моралът, културата, емоционалната интелигентност и цялостното светоусещане. От друга страна, те имат важен принос за развитието на индустриите, а тяхната сила като генератор на икономически ползи е незаменима в някои части на света⁷.

Ролята и значението на младежкия туризъм за обществения живот могат да бъдат оценени чрез проследяване на измененията в профила на младия потребител в § 1.1.3. „Профил на туриста в младежка възраст”. Изследванията в тази насока се фокусират най-вече върху пътешествениците, родени между 1980 г. и 2000 г., т.е. представителите на Генерации Y и Z, които съвпадат с целевата група на изследването в дисертационния труд. Новите ценности, промяната в приоритетите и влечението към различното изживяване внасят различни потребности и мотиви за предприемане на пътуване. В особена степен това се отнася именно за туристите в младежка възраст, които днес са

⁶EurekaFacts. (2017). Summer Work Travel (SWT). Program Review. [Available at: https://www.ciee.org/sites/default/files/content/documents/about/swt_impact_evaluation_final_report.pdf] (Accessed on 10.05.2020).

⁷Richards, Gr. (2011). Aneconomiccontributionthatmatters. In: ThePowerofYouth Travel, WYSE Travel Confederation (UNWTO), pp. 7-8.

генератори на нови течения. В този контекст можем да обособим 5 типа потребители, чието поведение образува своеобразни опозиции (вж. фиг. 1).



Източник: фигурата е съставена от автора

Фиг. 1. Основни опозиции в типологията на младия турист

Въпреки разликите в потребителското поведение на младите туристи, могат да се изведат някои **общовалидни твърдения**, които представят **генерализиран профил на туриста в младежка възраст**: днешните младежи разполагат с възможности за пътуване, значително по-големи от тези на предходните поколения⁸; основен фактор за предприемане на пътуването остава цената⁹; формалното и неформалното образование са сред основните мотиви за пътуване и определят младите като особена социална група, призвана да стои в основата на обществения напредък¹⁰; младият турист е генератор на нови тенденции и допринася за благосъстоянието на местните жители и икономиката на дестинацията¹¹.

⁸WYSETC. (2018). New Horizons IV. A Global Study of the Youth and Student Traveller. Executive Summary. [Available at: https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/sites/19/2018/06/New-Horizons-IV_Preview.pdf] (Accessed on 10.05.2020)

⁹Minciu, R., Cl. Moisa. (2009). Fundamental Aspects Regarding Youth and Their Decision to Practice Tourism. In: Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, Vol. 11, № 2, pp. 1009-1018.

¹⁰Попова, К. (2018). Младежният туризъм – фактор за глобализиране на образователната среда в България. В: Известия на Съюза на учените – Варна, Серия Икономически науки, Том 7, бр. 1, Варна: Наука и икономика, с. 135-144.

¹¹Richards, Gr. (2016). The Economic Impact of Youth Travel. In: Global Report on the Power of Youth Travel, WYSE Travel Confederation (UNWTO), pp. 10-13.

§ 1.2. „Предпоставки и фактори за развитие на младежки туризъм”

представя предпоставките и факторите, въздействащи върху международните пътувания на младите, като комплекс от причинно-следствени връзки. Изследвани са влиянията на глобализацията върху всички сфери на социално-икономическия живот на нациите и промените в предлагането на младежки продукти и услуги, в т.ч. туристически, в условията на съвременните концепции за устойчиво развитие, отговорна икономика, корпоративна социална отговорност и урбанизация. Направен е преглед на европейската регулаторна рамка на младежките туристически дейности и по-важните събития и срещи с младежка насоченост. Възприета е тезата, че под натиска на глобализацията, всички макропоказатели на средата се видоизменят и създават нови тенденции в туристическото търсене и предлагане. Преки и косвени фактори за развитие на младежки туризъм са: зараждането на явлението „социален туризъм”; преосмислянето на социалните прослойки и осигуряването на по-широк достъп до туристическия пазар; нарастването на дела на образованите младежи и тези със специфични умения; разработването на механизми за намаляване на младежката безработица и повишаване на доходите; създаване на глобална конкуренция и изработването на специфични тарифи и отстъпки за младежи; технологичният процес и развитието на „информационната ера”.

§ 1.3. „Типология на младежкия туризъм” е предназначен за откриване на мястото на младежкия туризъм в общата класификационна схема на туризма. В рамките на дисертационния труд младежният туризъм е изведен в основата на схемата и е разглеждан според всички предложени критерии в нея. По признака „**мотиви и цели на пътуването и потреблението**” в съществуващите до момента научни изследвания няма постигнат консенсус. Не се открива достатъчно прецизна сегментация на формите на тяхното проявление, тъй като младежките дейности имат силно изразени специфики и в повечето случаи се наблюдава смесица между две и повече цели. Тези аргументи обуславят извеждането на младежкия туризъм в адаптиран модел на неговите видове, подвидове и форми (вж. табл. 1).

Таблица 1

**Видове, подвидове и форми на младежкия туризъм според критерия
„мотиви и цели на пътуването и потреблението”**

МОТИВ/ ЦЕЛ НА ПЪТУВАНЕ	ВИД	ПОДВИД	ФОРМИ
Почивка и рекреация	Рекреативен (ваканционен) младежки туризъм	<i>летен морски</i>	“SpringBreak”, АСО-туризъм; хазартен туризъм
		<i>градски</i>	“CityBreak”, VFR-туризъм, каучсърфинг
		<i>селски</i>	еко-, био-туризъм, туризъм във ферма или ранчо
Учене	Образователен младежки туризъм	<i>за формално образование (академичен туризъм)</i>	за завършване на степени на висшето образование – бакалавър, магистър, доктор; пътувания по програми за научен обмен
		<i>за неформално образование</i>	за усвояване на чужди езици; пътувания по програми за културен обмен; доброволчески туризъм; туризъм за подобряване на уменията; Gap Year туризъм; туризъм по програми за научен обмен
Работа	Трудов (работен) младежки туризъм		“Working holiday” туризъм; пътувания по програми “Au Pair” и “Summer Work and Travel”
Физическа подготовка	Спортен младежки туризъм	<i>активен</i>	за участия в спортни състезания и практикуване на специфични спортни дейности
		<i>пасивен</i>	за наблюдение на спортни събития и прояви
Търсене на нови уещания	Приключенски младежки туризъм	<i>за екстремни спортове</i>	хайкинг-; трекинг-; парапланеризъм; парашутизъм; за ски и водни спортове; катерачество
		<i>за екстремни уещания</i>	тъмен (черен туризъм); туризъм на „последния шанс”
Удовлетворя- ване на специфични нужди	Младежки туризъм по специални интереси	<i>хоби туризъм</i>	ловен, риболовен, фотографски, шопинг и кулинарен туризъм
		<i>доброволчески туризъм</i>	научно-изследователски, военен, социален, за реконструкция и реставрация, екологичен, религиозен, медицински туризъм
		<i>фестивален туризъм</i>	за музикални и развлекателни прояви
		<i>арт-туризъм</i>	литературен и кино туризъм; крафт-туризъм;

Източник: информацията в таблицата е систематизирана и обобщена от автора.

Предложените в таблицата форми на младежки туристически пътувания са подбрани в контекста на техните общи типологични характеристики. Класификационната схема предполага разместване, допълване и последващо адаптиране и следва да се приема с условност. В зависимост от доминиращия

мотив за предприемане на пътуване, някои от посочените в таблицата видове могат да бъдат комбинирани. Предложената типология на младежкия туризъм свидетелства за разнообразния характер на туристическите дейности, практикувани от младите хора. Голяма част от младежките прояви се реализират в контекста на социалната отговорност и устойчивото развитие. Спектърът на интересите на целевия сегмент е широк и сравнително гъвкав, позволяващ навлизането на специфични пазарни ниши, които да обогатят допълнително разнообразието на младежкия туризъм.

§ 1.4. „Развитие, роля и значение на младежкия туризъм” проследява появата и развитието на младежкия туризъм и неговите роля и значение за социално-икономическия живот в световен мащаб. Масовизирането на младежкото движение започва след Голямата континентална обиколка, която за участниците е своеобразен преход от юношеството към младежта¹². Въпреки че в различните страни и региони по света свободното младежко туристическо движение има различен по период и причинно-следствени връзки генезис, днес младежите представляват най-успешния сегмент в туристическата сфера¹³. Ако разгледаме младежкия туризъм като изолирано явление в контекста на глобалните роли на туризма, можем да направим следните изводи:

✓ В ролята си на **икономически стимулатор и катализатор** младежкия туризъм възпроизвежда физическата и интелектуална работна сила на младите. От друга страна, младежите стимулират иновационните процеси, а чрез потребителското си търсене активизират износа на ноу-хау. Като откриватели на нови дестинации те не само имат принос за създаването на нови продукти и услуги и развитието на нови туристически обекти, но и стимулират обслужващи дейности, изцяло или частично разработени за целите на туризма;

✓ Ролята на младежкия туризъм като **макроикономически агент и мултипликатор** се открива по отношение на мултипликацията на производството в останалите стопански сектори. Той умножава финансовите

¹² Казанджиева, В. (2018). Тенденции в развитието на образователния туризъм. В: Известия на Съюза на учените – Варна, Серия Икономически науки, Том 7, бр. 1, Варна: Наука и икономика, с. 47-55.

¹³ Moisa, Cl. (2007). The Global Importance of Youth Travel. In: The Journal of Faculty of Economics Economic Science Series, Vol. 1, pp. 443-446.

ефекти в други сектори, пряко и непряко обвързани с него. С особена сила това се отнася за образователния туризъм, който увеличава приходите на академичните институции, а оттам и на образователната система в дестинацията;

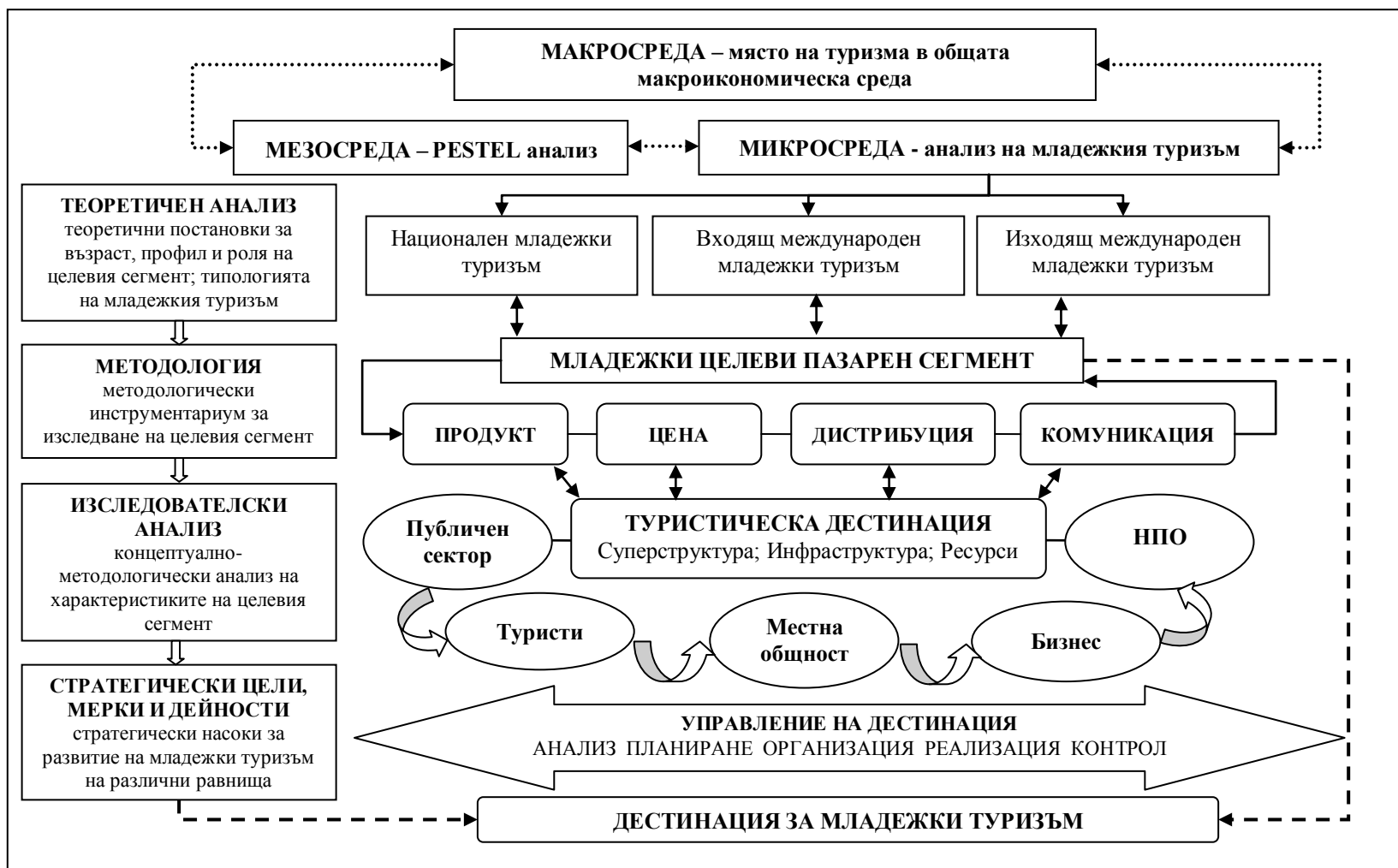
✓ В качеството си на **икономически балансьор и компенсатор** младежкия туризъм подобрява отрасловата структура в дестинацията. Около 60% от бюджета на младите се разходват именно в туристическото място. Младежите често „пропускат“ международните вериги и харчат наличните си средства директно в полза на местните доставчици. Така се предотвратява изтичане на доходи от дестинацията¹⁴. Това обуславя младежкия сегмент като по-рентабилен източник на приходи за местната икономика.

Освен безспорната си икономическа роля, младежкия туризъм има значими приноси в социалната и културната сфера. Той има важна интегративна функция, тъй като младите хора завързват контакти и приятелства сравнително по-бързо от останалите възрастови групи, а толерантността и търпимостта им към някои непривилигирани социални прослойки е значително по-осезаема. В контекста на културното многообразие младежкия туризъм служи като мост между културите и поколенията и генерира допълнителни стойности.

В § 1.5. „**Концептуален модел за стратегическо развитие на младежкия туризъм**” се предлага авторов модел за оценка на възможностите, с които рецептивната територия разполага, в контекста на превръщането ѝ в дестинация за младежки туризъм (вж. фиг. 2). Моделът отчита характеристиките на концептуалната конструкция на туристическата система, определяща туризма като съвкупност от взаимно свързани елементи (туристи, местно население, публични и частни туристически организации, заинтересовани страни и др.) На следващо място той предполага обособяване и изследване на функционалните звена на дестинацията, т.е. съдържа нейната системна интерпретация и формираните в този контекст разнородни връзки¹⁵. Моделът цели извеждането на характеристиките на макро-, мезо- и микросредата, които обуславят или отричат възможностите за развитие на младежки туризъм.

¹⁴Richards, Gr. (2011). An economic contribution that matters. In: The Power of Youth Travel, WYSE Travel Confederation (UNWTO), pp. 7-8.

¹⁵Маринов, Ст. (2015). Мениджмънт на туристическата дестинация. Варна: Наука и икономика.



Източник: фигурата е съставена от автора

Фиг. 2. Концептуален модел за оценка на възможностите за развитие на младежки туризъм

В предложения концептуален модел макро-, мезо- и микросредата формират външната среда на дестинацията. Вътрешната ѝ среда е изградена от няколко системни елемента: *ресурси*, които определят атрактивността на дестинацията; *инфра- и суперструктура*, които формират материалната база на туризма и осигуряват достъпността на дестинацията; *публичен сектор*, създаващ правната рамка за развитието на дестинацията и младежкия туризъм; *туристи в младежка възраст*, които са основният системнообразуващ елемент и със своето потребление и разнообразни мотиви за пътуване определят поведението на заинтересованите страни; *местна общност*, от чието гостоприемство и толерантност към туристите зависи привлекателността на туристическото място; *бизнес*, който заедно с тиловите отрасли и индустрии формира съвкупния (комплексен) туристически продукт; *неправителствени организации*, влияещи пряко и косвено върху туристическата дейност в дестинацията. Анализът на действията на заинтересованите страни във всеки един от посочените във фиг. 2 етапи позволява прогнозиране на общата конкурентоспособност на дестинацията в сферата на младежкия туризъм. Тя е интегрално следствие от взаимодействието на изследваните според концептуалния модел фактори и отчита влиянието не само на вътрешната, но и на външната среда на туристическото място¹⁶. Важен елемент от системната характеристика на дестинацията е маркетинговият микс със своите четири компонента. Анализът и оценката на една държава като туристическа дестинация е дълъг процес, поради сложната социално-икономическа същност на общините като отделни туристически дестинации¹⁷. Така се налага използването на интердисциплинарен подход при провеждане на изследването, на базата на който да се изведат стратегически направления за развитие на младежкия туризъм в България. Насоките за увеличаване на младежкия туристически поток в дестинацията са обективно следствие от предварителен анализ и систематизиране на особеностите на всеки един от елементите на концептуалния модел.

¹⁶ Маринов, Ст. (2013). Маркетингово управление туристическа дестинация. В: Сервис в России и за рубежом. Черкизово: Российский государственный университет туризма и сервиса, бр. 8, № 46, с. 98-103.

¹⁷ Маринов, Ст. (2014). Конкурентоспособност на община Варна като туристическа дестинация. Варна: Наука и икономика.

Глава втора. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА МЛАДЕЖКИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ

В § 2.1. „Методика и изследователски инструментариум” определяме начините и средствата за провеждане на анализа на младежкия туризъм в дестинация България. Изследователският процес преминава през 4 класически етапа (вж. фиг. 3).

<p>Етап 1. Основни елементи на изследването Формулиране на предмет, обект, работни хипотези, цели и задачи на изследването</p>
<p>Етап 2. Методология и изследователски инструментариум Определяне на начини за провеждане на изследването, поставяне на конкретни изследователски въпроси, избор на инструментариум, обяснение на методите за анализ и оценка на получените резултати и аргументиране на тяхната адекватност.</p>
<p>Етап 3. Събиране на данни за проучването Разпространение на анкетни карти и въпросници за полуструктурирани интервюта и експертни оценки. Фиксиране на целеви групи респонденти. Сегментиране на участниците в проучването според специфични характеристики. Вторични данни.</p>
<p>Етап 4. Обработка и анализ на получените резултати Обработка на получените отговори чрез количествени и качествени методи и инструменти. Анализ и коментар на резултатите. Формулиране на изводи, препоръки и концепции за последващо развитие.</p>

Източник: Адаптирано по: Лулански, 2007, с. 67-71.

Фиг. 3. Процес на изследване и формулиране на стратегически направления за развитие на младежки туризъм в България

Освен вторични източници на информация, за целите на изследването са използвани първични информационни ресурси под формата на анкетни карти и дълбочинни интервюта. Анкетните проучвания за младежи български граждани и младежи чужденци са идентични, като резултатите от тях са изведени на базата на различни индуктивни и дедуктивни заключения. В анкетата се включиха 163 българи и 117 чужденци. Количествените резултати са обработени чрез програмни продукти Microsoft Excel и SPSS, като са взети под внимание показателите на средно равнище. За по-задълбочено изследване на взаимовръзката „образование - туризъм” е разработена анкетна карта за чуждестранни студенти по програма „Еразъм” в Икономически университет – Варна, като в дисертацията специално предвиденият параграф е разработен по метода на конкретната ситуация (кейс метода). Включилите се са 90 студенти от

различни националности. Всички анкетни проучвания са проведени в периода февруари – юни 2019 г. Във връзка с извеждането на ситуационен анализ на младежкия туризъм в България са извършени шест дълбочинни интервюта с експерти и служители в туризма. Изводите от проведените разговори са обобщени според принципа на Q-методологията, чрез определяне на 5-степенна скала -2|-1|0|1|2, където (-2) определя твърдението като „абсолютно нерелевантно”, а (2) като „абсолютно допустимо”. Представянето на резултатите от проучването е неразривно свързано с разработването на насоки за развитие на дестинацията като конкурентоспособна рецептивна територия за туристи в младежка възраст. В процеса на изследването и анализа са взети под внимание не само изискванията и нуждите на потребителите, но и условията, в които се развиват предлагането и управленските решения в областта на младежкия туризъм в България.

В § 2.2. „Ситуационен анализ на младежките дейности и младежките туристически пътувания” е направен опит за проследяване развитието на младежкия туризъм в България в условно формулирани три исторически етапа: § 2.2.1. „Ретроспективен анализ на младежкия туризъм в периода 1878 г. -1938 г.”; § 2.2.2. „Характеристика и изследване на младежкия туризъм в периода 1939 г. - 1989 г.”; § 2.2.3. „Характеристика и изследване на младежкия туризъм в годините на преход”. Разгледани са предпоставките и условията за масовизиране на туристическото движение и материалната база на туризма за всички изследвани периоди. Направен е преглед на туристическата литература, систематизирани са основните организации с пряко влияние върху стимулирането на младежкия туризъм. Изведени са следните заключения и особености на младежкия туризъм у нас:

- Първи стъпки организираният туризъм у нас бележи след Освобождението, със създаването на Урвич-клуб през 1890 г. Спорен е въпросът кога се заражда младежкото туристическо движение, но вероятно неговите наченки започват със създаването на Българския туристически съюз (БТС) и Юношеския туристически съюз (ЮТС). Още в първото десетилетие на ХХ в. стартира издаването на вестник „Млад турист” – печатен орган на ЮТС.

Правното регулиране на младежката туристическа дейност през този период е неразривно свързана с физическото възпитание на съвременната младеж. Увеличава се значително членският състав на Туристическо дружество „Родни Балкани”, което разгръща широка туристическа дейност, а през 1933 г. освещава хижата „Родни Балкани”. Подемът на младежкия туризъм се забелязва най-вече след ПСВ, когато младите се увличат по идеите за здравословен начин на живот и пълноценно оползотворяване на свободното време и започва изграждането на първите туристически предприятия у нас;

- Преодоляването на последиците от ВСВ в туристическия сектор се свързва със създаването на Стопанско предприятие „Балкантурист”, с което на практика се поставя началото на държавния контрол върху туризма. Основните характеристики на историческия етап могат да бъдат систематизирани по следния начин: в периода от ВСВ до 1989 г. българският туризъм бележи сериозен растеж, който затвърждава позициите на България на международния туристически пазар; макар и недоказан в числено изражение, младежкия туризъм заема перспективна позиция в общото туристическо предлагане; БМТ „Орбита” и ММЦ – Приморско играят ролята на основни представители на Комсомола, по чиято линия се предлагат и реализират пътувания на български младежи в чужбина; засилен е интересът на чуждестранните туристи в младежка възраст към България, но с течение на годините, бурното нарастване на обема на туристопотоците провокира проблеми в туристическото обслужване, а дефицитите са трудно възобновяеми; приходите от младежкия международен туризъм в България са реално неизчислими, заради съществуването на преводната рубли и приоритизирането на туристопотоците от I направление, с цел заздравяване на връзките със социалистическите страни; туризмът е част от политическата идеология за възпитаване на българските младежи, неизменна част от която са строгата дисциплина и пропагандата; разрастването на туристическото движение провокира необходимостта от квалифицирани кадри в туризма, които отново са представители на българската младеж. Така младите се превръщат едновременно в потребители и създатели на туристически продукти и услуги;

▪ В годините на прехода, демокрацията внася нови предизвикателства пред младежкия туризъм в страната. През 1998 г. се разработва и приема Закон за туризма, а през 2002 г. е прието неговото второ издание. България реорганизира своя международен имидж спрямо новите геополитически изисквания и вътрешноправна ситуация¹⁸. Правните инструменти се допълват и от членството на България в ЕС, особено важни за регулирането на модерните течения в туристическото потребление, като алкохолни и опиятни турове и секс туризъм, обобщени с термина АСО-туризъм. Материалната база на туризма се усъвършенства, изграждат се икономични места за настаняване (хостели), особено привлекателни за бюджетно ориентирани пътници като младежите. Редица пътнически агенции организират дейността си около изцяло или частично обслужване на туристическите нужди на младите хора. Подем се забелязва в изграждането на неправителствени организации, съсредоточили своята дейност около младежите.

Именно в тази връзка в § 2.3. **„Младежки организации – роля и значение за развитие на туризма”** са изследвани съществуващите в миналото организации с пряко значение за развитието на младежкия туризъм у нас. Наред с това, в § 2.3.1. **„Типология и обща характеристика на младежките организации”** е изведена авторска класификация на видовете младежки организации, систематизирани в специално приложение към дисертационния труд. Избрани са 6 основни критерия: правна организация; вид на институцията; тип на представителните функции; териториална структура; профил на дейност и сфера на дейност. Резултатите показваха, че разнообразието от младежки организации в страната е изключително богато. Повечето от тях не само са ориентирани към младежките проблеми и дейности, но и включват в екипа си голям брой млади хора, т.е. създават продукт „от младежи – за младежи”. Повече от тях организират различни инициативи и мероприятия, анализирани в § 2.3.2. **„Изследване и оценка на дейността на младежките организации”**. В процеса на изследване се установи следната главна закономерност: всички дейности на

¹⁸Кръстев, В. (2017). Туристическият образ на пространството като индикатор на „мека сила“: геополитическа оценка по примера на България. В: Проблеми на географията, кн. 1-2. София: БАН, с. 71-82. и Нешков, М. (2012). Туристическа политика. Варна: Наука и икономика.

младежките организации у нас стимулират развитието както на входящия, така и на изходящия международен туризъм и дават своя принос в две направления: *за България като рецептивна дестинация* (повишаване на младежкия туристопоток и извеждане на държавата в позицията на межкултурен мост и притегателен център за млади хора; *за България като емитивна дестинация* (движение на младежите, разширяване на техния кръгзор и възпитаване на ценности). Като проблеми, задържащи развитието на тяхната дейност, можем да посочим все още слабия ангажимент към публично оповестяване на резултатите от инициативите, пропуските в поддържането на интернет страниците, нерегулярното актуализиране на информацията и липсата на предлагането ѝ на чужди езици, най-вече английски.

§ 2.4. „Изследване на вътрешния и международния младежки туризъм” систематизира резултатите от проведените анкетни проучвания и дълбочинни интервюта. За целта на дисертационния труд бяха раздадени общо 400 анкетни карти (съответно по 200 броя за българи и за чужденци). Вярно, коректно и навременно попълнени бяха 163 въпросника от младежи български граждани и 117 от младежи чуждестранни граждани. В **§ 2.4.1. „Демографски характеристики на респондентите”** са изведени демографските профили на целевите групи. Установени са следните генерализирани профили:

- **Младежи български граждани:** ниско- и средноплатежоспособни туристи, с афинитет към образованието, което до голяма степен предопределя и тяхната териториална концентрация в големите градове на България, където са съсредоточени повечето качествени средни и висши учебни заведения. Склонността им към встъпване в редиците на работещите е провокирана както от необходимостта от увеличаване на личния доход, така и от желанието за социално включване;

- **Младежи чуждестранни граждани:** средно- и високоплатежоспособни туристи, които участват в обществено-икономическите процеси чрез социално включване в учене и работа. За разлика от българските младежи, чуждестранните им връстници декларират по-трудно отделяне от семейството или висока склонност към споделяне на съжителството.

Резултатите, получени в § 2.4.2. „Анализ и оценка на нагласи на българите, участващи в младежки туризъм” сочат, че целевата група се състои от модерни, ориентирани към новите технологии потребители, чийто избор на дестинация се крие най-вече в съответствието на предлагането с техния личен доход. Младите български граждани засвидетелстват отговорност към околната среда и устойчивото развитие, проявяват интерес към самобитността на дестинациите, но практическото им включване в процеса на опознаване на чуждата култура остава слабо. Предварителното проучване на дестинацията е обвързано с ниската им платежоспособност, като основно се търсят сведения за промоционални кампании и ценови оферти. За тях идеалната дестинация е най-вече тази, която разполага със здравословна среда, самобитност и автентична кухня с местни специалитети (вж. табл. 2).

Таблица 2

***Основни елементи на идеалната дестинация за
респондентите български граждани***

ЕЛЕМЕНТ НА ПРЕДЛАГАНЕТО	НАПЪЛНО НЕСЪГЛАСЕН (%)	НАПЪЛНО СЪГЛАСЕН (%)
добре развита инфраструктура	0	38
наличие на здравни институции	0	34
телекомуникационни услуги	0	28
сигурност и безопасност	0	21
транспортни услуги	0	25
автентична кухня	0	36
фестивали и събития	0	34
достъпна информация	0	34
здравословна околна среда	0	53
традиционни занаяти	0	40
възможности за дейности в полза на местно население	0	13

Източник: информацията е систематизирана и обобщена от автора

Аналогичен на предходния е § 2.4.3. „Анализ и оценка на нагласи на чужденците, участващи в младежки туризъм”. Групата на чужденците в младежка възраст се състои от сравнително платежоспособни млади хора, с афинитет към онлайн резервирането и вродено любопитство към бита на чуждите нации. Три са основните позиции, които младежите чуждестранни граждани възприемат като абсолютно задължителни за всяка конкурентоспособна туристическа дестинация (вж. табл. 3).

**Основни елементи на идеалната дестинация за
респондентите чуждестранни граждани**

ЕЛЕМЕНТ НА ПРЕДЛАГАНЕТО	НАПЪЛНО НЕСЪГЛАСЕН (%)	НАПЪЛНО СЪГЛАСЕН (%)
наличие на здравни институции	0	34
културно-исторически ресурси	0	53
достъпна информация	0	72

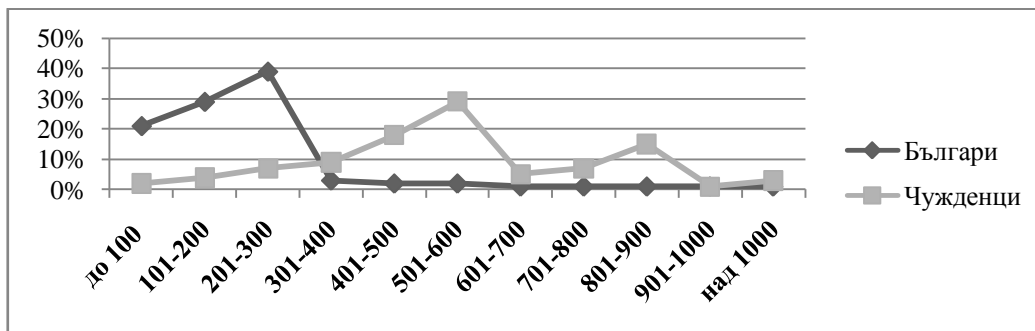
Източник: информацията е систематизирана и обобщена от автора

Използването на социалните мрежи като информационен ресурс за дестинацията за тях не е самоцел. Значително по-силно се влияят от поведението на известните личности, а ценовите промоции и рекламните кампании не са основен фактор за вземане на решение за пътуване. Склонни са да се доверяват на информация, предоставяна от специализирани агенции, а подобно на българите, предпочитат използването на смартфона.

Целта на § 2.4.4. „Анализ и оценка на България като дестинация за младежки туризъм” е да изведе обща оценка на България като дестинация за вътрешен и входящ международен младежки туризъм. Анализът на резултатите е направен по метода на сравнението, който предполага съпоставка на отговорите на българи и чужденци, получени на еднакви въпроси, анализирани чрез статистически софтуер SPSS, версия 17.0 и графично изобразени чрез програма Microsoft Excel. На базата на направения анализ са изведени следните по-важни заключения:

- Като дестинация с потенциал за развитие на младежки туризъм България е забелязана и положително оценена от български и чуждестранни младежи. Отправените препоръки за последващото ѝ развитие са конструктивни, а възможностите, които тя предоставя за практикуване на младежки дейности, стоят в основата на стабилизирането на нейните позиции на международния туристически пазар;
- България създава благоприятни възможности за съчетаване на различни дейности, в зависимост от личните предпочитания и мотиви за пътуване на младежите – от формално и неформално образование до отдих и рекреация;

- Ценовите равнища на предлаганите стоки и услуги най-общо могат да бъдат определени като „приемливи“ за младежите, като по-добрата платежоспособност на чуждестранните млади туристи създават шанс за разходване на повече средства за туризъм в дестинацията и подпомагане на местната и националната икономика като цяло (вж. фиг. 4);



Източник: фигурата е съставена от автора

Фиг. 4. Средна стойност на пътуването до България за един турист в български лева (българи и чужденци, в %)

- Перцепциите на младежите за дестинацията са свързани по-скоро с възможностите за отдих и забавление. Наблюдава се завишен интерес към посещение на обекти за материално и нематериално културно наследство, но практическото участие в подобни дейности е все още на ниско ниво. В този смисъл и двете групи респонденти потвърждават Хипотеза 4 на дисертационния труд. Културата явно не е водещ мотив за посещение (вж. табл. 4). Малко са отговорите, които потвърждават тезата, че туристът в младежка възраст е склонен да контактува повече с местното население и да се впуска в изучаване на непознатите култура, обичаи и традиции. Тази хипотеза потвърждава и направената в първа глава на дисертацията авторска класификационна схема на видовете и формите на младежкия туризъм – културният туризъм остава извън нея и не е обособен като самостоятелно звено;

Таблица 4

Мотиви за избор на България като дестинация на последно пътуване¹⁹**причини за избор на дестинацията**

БЪЛГАРИ	Честота	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
създава възможности за участие в разнообразни младежки дейности	4	2,5	2,5	2,5
местната общност е гостоприемна и приятелски настроена	69	42,3	42,3	44,8
дестинацията е сигурна и безопасна	2	1,2	1,2	46,0
дестинацията е евтина	56	34,4	34,4	80,4
дестинацията е известна с качеството на образование	1	,6	,6	81,0
дестинацията е известна с качеството на тур. предлагане	1	,6	,6	81,6
дестинацията има интересна култура, история и традиции	9	5,5	5,5	87,1
климатът е подходящ за практикуване на дейности през всеки сезон	21	12,9	12,9	100,0
Общо:	163	100,0	100,0	

причини за избор на дестинацията

ЧУЖДЕНЦИ	Честота	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
създава възможности за участие в разнообразни младежки дейности	19	16,2	16,2	16,2
местната общност е гостоприемна и приятелски настроена	32	27,4	27,4	43,6
дестинацията е сигурна и безопасна	7	6,0	6,0	49,6
дестинацията е евтина	26	22,2	22,2	71,8
дестинацията е известна с качеството на образование	21	17,9	17,9	89,7
дестинацията е известна с качеството на тур. предлагане	2	1,7	1,7	91,5
дестинацията има интересна култура, история и традиции	5	4,3	4,3	95,7
климатът е подходящ за практикуване на дейности през всеки сезон	5	4,3	4,3	100,0
Общо:	117	100,0	100,0	

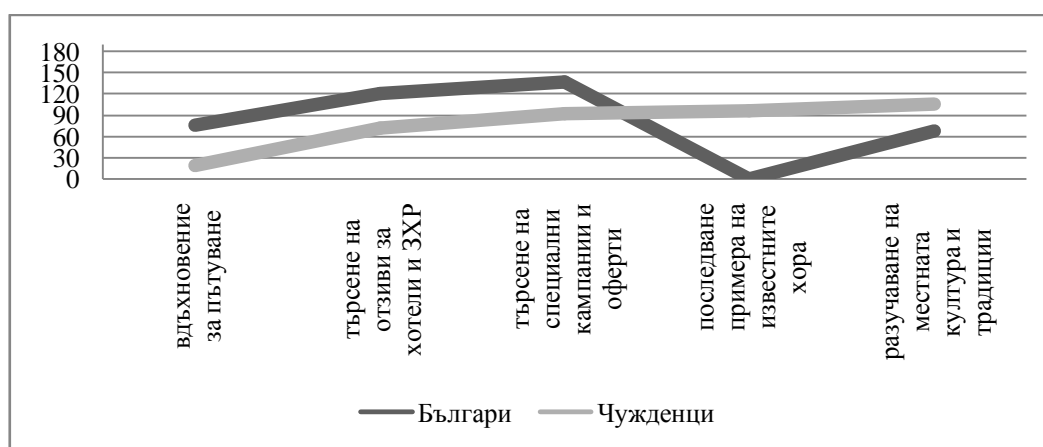
Общи статистически данни (българи)		
причини за избор на дестинацията		
N	Валидни	163
	Липсващи	0
Средна стойност		3,76
Медиана		4,00
Мода		2

Общи статистически данни (чужденци)		
причини за избор на дестинацията		
N	Валидни	117
	Липсващи	0
Средна стойност		3,41
Медиана		4,00
Мода		2

Източник: информацията е систематизирана и обобщена от автора

¹⁹ 1) участие в младежки дейности; 2) гостоприемство; 3) сигурност; 4) евтина; 5) качествено образование; 6) качество на тур. предлагане; 7) култура; 8) климат.

- Онлайн присъствието на дестинацията е важен фактор за вземане на решение за пътуване. Ресурсната обезпеченост и необходимостта да се предлага своевременно, пълна и точна информация, която е необходима на туристите преди и по време на престоя в дестинацията, са възприемани като конкурентни предимства. Оценката на дигитализацията като елемент от туристическото предлагане в България е по-скоро незадоволителна. Използването на интернет и социалните медии е оправдано от факта, че те съдържат аудио-визуални материали и предлагат лични впечатления, мнения и препоръки на туристи, които вече са посетили дестинацията (вж. фиг. 5).



Източник: фигурата е съставена от автора

Фиг. 5. Задължителни случаи при използването на социални мрежи

Онлайн рекламата на дестинацията е важна предпоставка за вземане на решение за пътуване. Така и двете групи респонденти потвърждават формулираната Хипотеза 3, предполагаща, че информационните технологии са конкурентно предимство на дестинацията;

- Позициите на България на международния пазар за младежки туристически услуги могат да бъдат допълнително подсилени чрез реклама от страна на известни личности, VIP персони, инфлуенсъри и др. В тази връзка Хипотеза 2 на дисертационния труд се потвърждава от чуждестранните младежи, но се отхвърля почти изцяло от българските младежи. Малка част от тях са отбелязали избора си на дестинация и използването на социалните медии при вземането на решение за пътуване като начин да имитират и последват примера на известните личности, а проучването на техните демографски и

психографски характеристики сочи, че всички те са с висок личен и семеен месечен доход и са пътували до екзотични дестинации като Чили, Куба, Салвадор, Филипини, Сейшелски и Кайманови острови, Доминиканска република и Дубай (вж. табл. 5);

Таблица 5

Мотиви за използване на социалните мрежи като начин за подражание на известните личности

последване примера на известните хора					последване примера на известните хора				
БЪЛГАРИ	Честота	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент	ЧУЖДЕНЦИ	Честота	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
никога	130	79,8	79,8	79,8	никога	11	9,4	9,4	9,4
понякога	32	19,6	19,6	99,4	понякога	10	8,5	8,5	17,9
винаги	1	,6	,6	100,0	винаги	96	82,1	82,1	100,0
Общо:	163	100,0	100,0		Общо:	117	100,0	100,0	

Източник: информацията е систематизирана и обобщена от автора

- България е разпознаваема дестинация за образователен туризъм, с висока степен на удовлетвореност от образователните услуги при чужденците и средна такава при българите. Висока е склонността на чуждестранните младежи към разходване на повече средства за формално и неформално образование при евентуално завръщане в дестинацията. Тяхната платежоспособност не поставя като препятствие закупуването на учебна литература и разнообразни научни материали, докато за българските младежи тези ценови равнища се определени като много високи. В този смисъл Хипотеза 1 се потвърждава от чуждестранните граждани, но се отхвърля от българите.

Оптимисти по отношение на бъдещото развитие на младежкия туризъм в България са и интервюираните за целта на дисертационния труд професионалисти (вж. табл. 6). Най-висока е оценката за развитието на младежкия туризъм у нас на участникът в доброволчески дейности и туроператорът, специализиран в предлагането на младежки туристически пътувания. Част от оптимизма им вероятно се дължи и на факта, че те са двамата най-млади участници в проведените интервюта.

Таблица 6

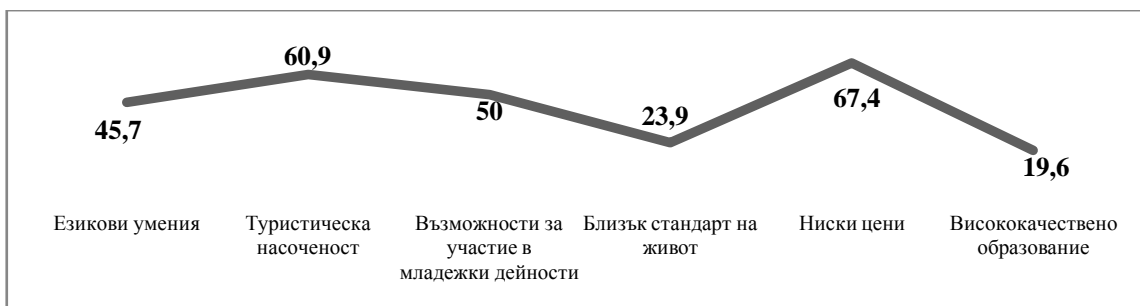
Оценка на интервюираните по отношение на развитието на младежки туризъм в България

Критерий	Туриз-молот	Ескур-зород	ТО 1	ТО 2	Добро-волец	Орг-р дейности ИУ-Варна	Обща оценка за критерия
Генералното мнение за потенциала на младежкия туризъм е положително	0	0	2	1	2	2	7
Настоящото развитие на младежкия туризъм е задоволително	0	-1	1	1	1	1	3
Оптимист съм за бъдещото развитие	2	1	2	2	2	2	11
Младежите са генератори на нови тенденции	2	2	2	2	2	2	12
България притежава потенциал за превръщане в младежка дестинация	1	1	2	2	2	0	8
Закондателната база за младежта е задоволителна	-1	-1	-1	-1	0	0	-4
Обща оценка:	4	2	8	7	9	7	

Източник: информацията е систематизирана и обобщена от автора

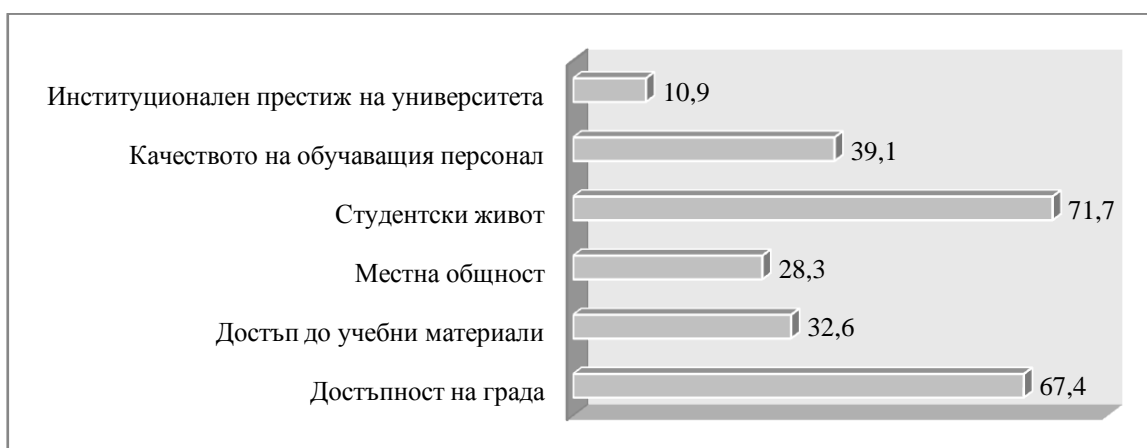
Най-ниски са оценките на законодателната база, регулираща младежките прояви, в т.ч. и туристически, а най-високо е признанието на ролята на младежите като генератори на нови тенденции и идеи.

Във връзка с Хипотеза 1, по метода на конкретната ситуация в дисертационния труд е изведен отделен параграф - § 2.5. „Анализ и оценка на младежки туризъм по програми за чуждестранен обмен”. Получените резултати могат да бъдат обобщени по следния начин: конкурентоспособните предимства на Икономически университет – Варна се дължат на качествата на учебния процес и компетентността на академичния персонал. Към това следва да се прибавят и обективните дадености на дестинацията – достъпност, ресурсна обеспеченост, международен имидж и ориентираност към нуждите на младежите. Икономически университет – Варна е предпочетен заради стратегическото си местоположение в град, който създава възможност за разнообразен и изпълнен с емоции студентски живот и разполага с добра обеспеченост от гледна точка на транспорт, места за пребиваване, медицински и финансови институции (вж. фиг. 6 и фиг. 7).



Източник: фигурата е съставена от автора

Фиг. 6. Фактори за избор на образователна дестинация (%)



Източник: фигурата е съставена от автора

Фиг. 7. Фактори за избор на образователна институция (%)

Удовлетвореността от престоя по време на програмата в ИУ – Варна е фактор за повишаване на интереса към дестинацията (вж. табл. 7).

Таблица 7

Удовлетвореност от програма „Еразъм” и интерес към дестинацията

Интересувахте ли се от България преди посещението?	Доколко сте удовлетворени от програмата и престоя си в България и ИУ-Варна?	Повиши ли се интересът Ви към България след посещението?	Каква е склонността Ви към завръщане в дестинацията?
Да (35,6%)	Напълно удовлетворен (55,6%)	Определено да (64,4%)	Никога няма да се върна отново (6,7%)
Не (64,4%)	Удовлетворен (31,1%)	По-скоро да (22,2%)	Бих се върнал отново (20%)
	Нито удовлетворен, нито неудовлетворен (13,3%)	По-скоро не (13,4%)	Бих препоръчал дестинацията на други млади хора (44,4%)
	Неудовлетворен (0%)	Определено не (0%)	Бих се върнал с приятели (28,9%)
	Напълно неудовлетворен (0%)		

Източник: информацията е систематизирана и обобщена от автора

Страната ни е разпознаваема дестинация за образователен туризъм, особено сред чуждестранните младежи, а изводът, направен в настоящия параграф, още веднъж потвърждава формулираната за целта на дисертационния труд Хипотеза: „България е конкурентоспособна дестинация за образователен туризъм, известна с качествено образование”.

Глава трета. СТРАТЕГИЧЕСКИ НАСОКИ ЗА МЛАДЕЖКИ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ

В § 3.1. „Глобални тенденции и перспективи в развитието на младежкия туризъм” извеждаме основното заключение, че консолидирането на голям брой млади хора стои в основата на формирането на единен глобален свят, основан на принципите на равнопоставеност, толерантност и взаимопомощ. Глобалните тенденции в развитието на младежкия туризъм се дължат и на дейността на младежките организации, инициативи и движения, някои от които са определяни като „генератори на промяната в света”:

- ✓ протест срещу климатичните промени и търсене на алтернативни, щадящи околната среда средства за придвижване и екоориентиран транспорт;
- ✓ развитие на соло туризма като начин за изпитание и усъвършенстване на собствената личност, чрез индивидуално включване в приключения;
- ✓ овластяване на жените, чрез възприемането им като специфичен пазарен сегмент и разширяване на продуктовото портфолио с туристически дейности, отговарящи на нуждите на съвременната жена;
- ✓ повишаване ролята на социалните мрежи като инструмент за досег с младежки кумири и идоли;
- ✓ приоритизиране на домашните любимци и избор на дестинации според възможностите те да бъдат допуснати в мястото за настаняване;
- ✓ гастрономически туризъм и търсене на силни усещания, чрез експериментиране с непознати национални кухни.

§ 3.2. „Потенциал на България за развитие на младежки туризъм” поставя фокус върху младежките практики, провокиращи движението на младите. Изследваните особености на различни инициативи, обобщени в

няколкогруппи: младежки изложения; младежки срещи и младежки проекти в партньорство. Техният потенциал може да бъде определен по следния начин: стимулиране на неформалното и формалното образование и обусловения от тях международен младежки обмен; разширяване на международните граници за младежите; подпомагане на увеличаването на младежкия туристопоток от типични и нетрадиционни емитивни за България пазари; стимулиране на вътрешния младежки туризъм; създаване на повече възможности за практикуване на изходящ международен младежки туризъм, в много случаи финансово подпомаган от различни организации и проекти; изграждане на самочувствие и усещане за лична ценност сред младежите, чрез възможностите за участие във форуми и срещи на европейско и глобално ниво; разширяване на младежкия кръгзор и светоусещане; изграждане на успешни млади личности, призвани да осъществят промяната в света; създаване на възможност за прилагане на нетрадиционни форми на обучение, изграждащи меки умения у младежите.

В § 3.3. „Бариири и ограничители пред младежкия туризъм в България” откриваме следните по-сериозни слабости на дестинацията в контекста на развитието ѝ като младежка рецептивна територия:

- широк обхват на Закона за младежта, в който според специалистите не са посочени ясно координационните механизми за синхронизиране на действията и политиките на различните институции, работещи в сферата на младежта²⁰;
- ниско доверие на младежта в публичния сектор и ресорните му органи, поради отсъствието на структуриран подход в колаборацията между държавната и местните власти в изграждането на единни младежки политики²¹;
- несигурна политическа обстановка в световен мащаб, белязана от граждански войни, миграционни процеси и бежански вълни, които застрашават сигурността на дестинациите по отношение на: трафик на хора, здравни рискове, недоволство, протести и агресия от страна на местното население;

²⁰Икономически и социален съвет. (2019). Становище на тема: „Възможности за развитие на политиката за младите хора в България”. София: Икономически и социален съвет на Република България, 28 с.

²¹Пак там.

- отсъствие на правна регламентация на доброволчеството и произхождащия от него доброволчески туризъм;
- негативни последици от явлението АСО-туризъм, оказващи пряко отрицателно влияние върху практикуващите го младежи и местната общност;
- недостатъчна яснота в правното регламентиране на модерни течения като каучсърфинга и споделената икономика;
- недостатъчна подкрепа от страна на публичния сектор към дейността на младежките НПО в тяхното подпомагане и спонсориране;
- отсъствие на България от класациите за привлекателни дестинации за младежки туристически пътувания;
- високи ценови равнища на туристическите продукти и услуги според перцепциите на младежите български граждани;
- частично възприемане на принципите на устойчивото развитие от страна на дестинацията и пропуски в обществената отговорност към околната среда: замърсяване, обезлесяване, замърсяване на Черноморския басейн и др.;

Посочените проблеми и ограничители пред развитието на младежкия туризъм у нас позволяват обособяването им в 4 основни групи: правни и политически; икономически; технологични и екологични.

§ 3.4. Предложения и стратегически направления за стимулиране на младежкия туризъм в България” извежда насоки за развитието на страната като дестинация за младежки туризъм, обобщени в няколко направления:

- успешна интеграция на публичния и частния сектор. Основава се на принципите на стратегическото партньорство и солидарната взаимопомощ. Целевите мерки по облекчаването на бюрокрацията при изготвяне на документи, свързани с пътуването и престоя на младежите, както и усилията по създаване на стройна и ефективна система на младежката политика са в основата на перспективното развитие на България като разпознаваема дестинация за туристически пътувания на младите (вж. фиг. 8);



Източник: фигурата е съставена от автора

Фиг. 8. Устойчивост и интеграция при развитието на младежки туризъм в България

- правно регламентиране на младежките дейности. Засиленият контрол над АСО-туризма и кореспондиращите му противообществени прояви води до ефективното функциониране на туристическите места с висока концентрация на младежко присъствие. Специализацията на определени райони в областта на младежкия туризъм потенциално допринася за спокойното пребиваване на други пазарни сегменти, като семейства с деца и хора от третата възраст, чиито цели на посещение и мотиви за потребление са различни от тези на младежите, търсещи забавления и контакт със „забраненото”. Така се преодолява сблъсъка между темперамента на различните поколения;

- стимулиране на младежкото доброволчество и изграждане на социални инструменти за неговото разрастване. Те поставят България в ролята на обществено ангажирана и устойчива туристическа дестинация, в контекста на

световните и европейските принципи за социално включване, взаимопомощ и толерантност. Умението за опознаване, приемане и оценяване на културните различия е база за личностно и професионално оцеляване. „Глобалното село” преминава през различни препятствия, обусловени от непрекъснатата необходимост от технологичен напредък и социални иновации, засилената икономическа конкуренция и неравенството във всичките му измерения. Призиванието на младежите е да подпомагат общественото развитие и да осигуряват така необходимата приемственост между поколенията, в ролята си на иноватори и стимулатори на социалните процеси. От стратегическо значение в бъдеще са не само доброволческите дейности, но и интеграцията между различните социални прослойки и умението за приспособяване към мултикултурализма;

- стимулиране на образователния туризъм. В качеството си на генератори на нови тенденции в потреблението, младежите провокират неизбежен процес на диверсификация на туристическия продукт. С особена сила това се отнася до образованието и неформалното учене. Една от положителните последици от глобализацията е позволеният широк достъп до образование, съгласно личните мотиви и амбиции на индивида. Този процес бележи началото на изграждането на мултикултурна среда – факт, който стои в основата на бъдещото развитие на нациите. Колкото по-възприемчива е образователната система и колкото по-толерантно и гостоприемно е туристическото място по отношение на младите, пътуващи с цел обучение, толкова по-бързо България ще постигне желаното международно признание като конкурентоспособна дестинация за младежки туризъм;

- национална маркетингова кампания на младежкия туризъм. Тя може да бъде базирана на използването на социалните мрежи и иновативните технологии, които стимулират развитието на младежките пътувания и позволяват на потребителите пряко участие в създаването на туристическия продукт по атрактивен и въвличащ начин;

- акцентирание върху устойчивите форми на младежкия туризъм. Те способстват за формирането и възпитаването на отговорно поведение сред младежката аудитория и благоприятстват развитието на дестинацията;
- фокусиране върху креативните форми и проявления на младежкия туризъм, чрез създаване на продукти, услуги и изживявания под мотото „Живей като местен”.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изследването на потенциала на България като дестинация за младежки туризъм е мотивирано от експанзията на пътуванията на младите хора в световен мащаб и постепенното им обособяване като значимо и необходимо условие за оптимизиране на благосъстоянието на дестинациите. Неговата актуалност се определя от потенциалната роля на младежите като генератори на икономически и социални ефекти за България и възможностите, които младежкото туристическо потребление създава за преодоляване на сезонния характер на туризма у нас.

Съобразно поставената в дисертационния труд цел, е осъществен теоретичен анализ и дефиниране на явлениято младежки туризъм, определена е неговата типология и е изведен профил на туриста в младежка възраст. Съгласно предложения концептуален модел, в рамките на предмета и обекта на изследването са анализирани всички формиращи младежкия туристически продукт компоненти. Проведеното емпирично проучване доказва формулираната авторова теза, че България разполага със значителен потенциал за превръщането ѝ в туристическа дестинация за млади туристи.

Въпреки някои ограничения пред разработването на дисертационния труд, темата на доктората е актуална и значима, а получените резултати могат да бъдат използвани за последващи проучвания в областта на съвременните видове туризъм. Обобщената количествена и качествена информация може да бъде допълнително интерпретирана и съпоставена чрез различни изследователски методи.

IV. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

В дисертационния труд открояваме следните приноси от научно-приложен характер:

- ✓ дефиниран е младежкия туризъм, изведена е неговата типология и са проследени неговите роля и значение за развитието на туристическия сектор;
- ✓ разработен е концептуален модел за изследване на дестинацията в контекста на младежкия туризъм и възможностите за неговото развитие;
- ✓ извършен е подробен ситуационен анализ на младежкия туризъм в България, чрез систематизиране на количествени и качествени данни от различни информационни ресурси;
- ✓ изследвани са особеностите на предлагания младежки туристически продукт у нас, чрез оценка на неговите съставни елементи;
- ✓ формулирани са стратегически насоки за развитие на младежки туризъм в България, в контекста на изследваните глобални тенденции и ограничители пред младежкото туристическо движение.

V. СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Статии:

1. **Попова, К.** (2018). Младежният туризъм – фактор за глобализиране на образователната среда в България. В: Известия на Съюза на учените – Варна, Серия Икономически науки, Том 7, бр. 1, Варна: Наука и икономика, с. 135-144.

2. **Попова, К.** (2017). Участниците в младежки туристически пътувания: професионални туристи или пътешественици аматьори. В: Годишник на Висше училище по мениджмънт, т. 10. Добрич: ВУМ, сс. 75-85.

3. **Казанджиева, В., К. Попова.** (2017). Оценка на влиянието на фактори от мезосредата върху младежкия туризъм в България. В: Известия на Съюза на учените – Варна, Серия Икономически науки, бр. 1. Варна: Наука и икономика, с. 158-171.

Доклади:

1. **Попова, К.** (2019). Socio-Economic Impact of Volunteer Tourism in Bulgaria. In: Proceedings of the International Conference “Information Society and Sustainable Development”, VIth Edition, May 10-11, 2019, pp. 181-184.

2. **Попова, К.** (2017). Agri-YOUTH Project” – добри практики за развитие на младежки туризъм в селски райони. В: Сборник с доклади от научно-практическа конференция Агробизнесът и селските райони – икономика, иновации и растеж, Варна: Наука и икономика, с. 275 – 285.

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ

Декларирам, че настоящата дисертация е изцяло авторски продукт и при нейното разработване не са ползвани в нарушение на авторските им права чужди публикации и разработки.