Origin, essence and significance of sports tourism

PhD Dimitar Dimitrov
University of Economics–Varna, Varna, Bulgaria
e-mail: dd_xero@ue-varna.bg

Abstract

The article aims to trace the origin, evolution and importance of sports tourism in modern society. The research methodology applies a systematic approach to literature analysis to gather information on the topic, as well as an integrative technique, by synthesizing and reviewing previous findings. The search process was based on the systematic literature review approach to gather the necessary information from online databases. The systematic review approach ensures a structured procedure for searching, retrieving and synthesizing the scientific literature. The study sheds light on the different stages of interaction between sport and tourism, highlighting the influence of social and economic factors on the development of this industry. Based on an extensive and systematized commentary on various scientific and institutional definitions, an author's definition of the concept of "sports tourism" is proposed. As a result of the study, essential characteristics have been identified that play an important role in the development of sports tourism in modern society.

Keywords: sports tourism, emergence, evolution, importance, economic contribution, social and cultural impact

JEL: Z32

DOI: 10.56065/IJUSV-ESS/2024.13.2.154

Въведение

Спортният туризъм представлява едно от най-динамично развиващите се направления в глобалната туристическа индустрия. Съчетавайки страстта към спорта с възможността за пътувания и нови културни изживявания, той се утвърждава като важен икономически двигател на местно, национално и международно ниво. В исторически план спортният туризъм се е развил значително, преминавайки от събития с локален характер до глобални събития като Олимпийските игри, Световните първенства и международни турнири, които привличат милиони участници и зрители. Днес той играе ключова роля в икономиката на редица държави, като не само привлича значителни приходи, но също така стимулира развитието на инфраструктурата и социално-икономическото развитие в регионите, които го предлагат.

Целта на настоящата статия е да проследи еволюцията на спортния туризъм, да разгледа неговото социално и икономическо значение, да очертае основните тенденции, които формират бъдещето му в контекста на модерните глобални предизвикателства. На базата на обширен и систематизиран коментар на разнообразни научни и институционални определения, е предложена авторова дефиниция на понятието „спортен туризъм“.

Методология

Методологията на изследването прилага систематизиран подход за анализ на литературата за събиране на информация по темата, както и интегративна техника, чрез синтезиране и преглед на предишни открития. Процесът на търсене се основава на подхода за систематичен анализ на литературата за събиране на необходимата информация от онлайн бази данни. Подходът за систематизиран преглед гарантира структурирана процедура за търсене, извличане и синтез на научната литература. На базата на обширен и систематизиран коментар на разнообразни научни и институционални определения, е предложена авторова дефиниция на понятието „спортен туризъм“. В резултат на проучването са изведени съществени характеристики играещи важна роля при развитието на спортния туризъм в съвременното общество.

Историческо развитие на спортния туризъм

Основната мисия на спортния туризъм, още от възникването му, е да удовлетворява потребностите на туристическата клиентела от развлечения и спорт.

Пътуванията за наблюдение и участие в спортни прояви са възникнали още в древността. Данни за този факт са открити в Древен Египет преди около 2650 г. пр. н. е. и в Китай преди 4000 г. Олимпийските игри в Древна Гърция датират от 776 г. пр. н. е. В по-новото време спортният туризъм се свързва и със ски-туризма в Алпите от средата на XIX век (Dinev & Tomova, 2001).

Римляните продължават практиката да пътуват с цел участие или наблюдение на спортни състезания, макар и вече под различни форми. Необходимостта от занимание със спорт се обуславя от здравословни и социални причини, като състезателният елемент вече не е толкова важен, което до известна степен ограничава преместването на значителни потоци от хора между градовете и областите на Римската империя. Гладиаторските борби и надбягванията с карети постепенно изместват атлетите от древните олимпиади и представляват зрелищни събития, на които присъстват обикновено зрители от същия град или околностите.

Римляните допринасят за развитието на спортния туризъм, като съхраняват традицията на игрите с топка, които полагат основите на много от най-популярните днешни спортове като футбол, ръгби, волейбол и софтбол. Стремежът на заможните римляни към пътуване допринася за разпространението на идеята, че игрите са важни за поддържането на добро физическо и психическо състояние из цяла Европа.

Връзката между спорта и туризма се засилва през Средновековието, когато заможните хора пътуват, за да присъстват на състезания. Най-популярните спортни събития тогава са турнирите, в които рицарите мерят сили в различни дисциплини. Още в началото на XI век годишно се провеждат множество такива състезания, като най-известни са турнирите в Северна Франция. Те привличат както участници, така и зрители от кралствата на Германия, Англия, Шотландия и Иберийския полуостров.

С развитието на транспорта след XVI век туризмът, включително спортният, започва да се разраства. Едно от значимите явления в този период е т.нар. "Голяма обиколка", която става популярна сред богатите младежи и е често споменавана в литературата. През XVIII век млади британски аристократи, завършили образованието си, предприемат дълги пътувания из Европа като подготовка за бъдещата си кариера. Поради слабата транспортна мрежа тези пътувания обикновено отнемат около година. С усъвършенстването на транспортните връзки, обиколките стават по-кратки и започват да обхващат и по-далечни места като Азия и Африка.

Макар че спортът не е основен фокус в ранните етапи на големите обиколки, с времето той придобива все по-голямо значение. Първоначално тези пътувания са насочени основно към образованието, като целта е културното развитие на младите аристократи. С настъпването на XVII век обаче се наблюдава промяна в приоритетите – социалните умения и физическата подготовка, чрез спортове като колоездене и фехтовка, започват да играят важна роля в обиколките.

Слабо развитата транспортна мрежа е основен фактор, възпиращ развитието на спортния туризъм преди индустриалната революция през XIX век. Постепенно, след XVI век, условията започват да се подобряват, особено във Великобритания, където се изграждат нови пътища и се въвеждат по-модерни карети, което улеснява пътуванията.

За възвръщането на силно състезателния елемент в спорта, присъщ на древните елини, голямо значение има появата на професионализма, който още от самото си начало поражда ожесточени дебати в обществото.

За да процъфти комерсиалният и професионален спорт в ерата на индустриализацията, е необходимо появата на масова аудитория. През втората половина на XIX век социално-икономическите условия в Англия се подобряват значително, като индустриализацията

започва да оказва положително влияние и върху работническата класа. Комбинацията от нарастващи доходи, повече свободно време и достъпността на железопътния транспорт създава благоприятни условия за популяризирането на спортове като ръгби, крикет, футбол, тенис, плуване, бокс и конни надбягвания.

Един от основните мотиви за пътуване е желанието за достъп до природни условия и спортни съоръжения, които не са налични в обичайното място на живеене. Планински спортове като ходене, катерене и ски се открояват като водещи в това отношение. Именно туристическият интерес към тези активности поставя началото на туризма в Швейцария, превръщайки я в световно призната дестинация. В края на XIX век туризмът става основен сектор на швейцарската икономика, а страната придобива прозвището „спортната площадка“ на Европа.

В края на XIX век и началото на XX век спортният туризъм започва да се развива с бързи темпове и постепенно се превръща в социално, културно и икономическо явление със значим икономически ефект и влияние върху хората в съвременното общество (Marinov, 2011).

Истинският разцвет на масовия спортен туризъм настъпва едва през XX век, когато нарастващото свободно време позволява на голям брой хора да пътуват, за да се занимават със спорт или да наблюдават спортни събития. Разширяването на транспортната инфраструктура също играе ключова роля в този процес. Ако XIX век е белязан от влаковете, то XX век се характеризира с масовото използване на автомобили и самолети, които революционизират възможността за пътувания с цел спорт. Допълнителен тласък дава и изграждането на достъпни и качествени хотели, което улеснява развитието на туризма, включително спортния.

Освен очевидните фактори, допринесли за развитието на спортния туризъм през XX век, съществуват и по-фини, но значими елементи, които играят роля. Сред тях са:

- Нарастващото значение на демократизацията в обществото, която измества елитаризма;
- Интегрирането на спорта и пътуванията като ключови компоненти в съвременната ценностна система.

През XX век телевизията масово навлиза в домовете, което се оказва повратен момент. Тя се утвърждава като глобален бизнес, а спортът се превръща в една от най-комерсиализираните дейности, предлагана на все по-широка аудитория по целия свят.

От момента на появата на телевизията, тя и спортът създават неразривна симбиоза. Спортът, като утвърден социален феномен, придобива глобално значение чрез телевизионното си излъчване, което го интегрира в ежедневието на хората. Чрез практикуване и активно гледане на спорт по телевизията, зрителите формират свои предпочитания и привързаности. Освен че предлага зрелище на аудиторията, телевизионното предаване на спортни събития генерира значителни приходи от продажба на рекламно време, превръщайки се в печеливша индустрия.

С навлизането на интернет представянето на спортните предавания претърпя значителна трансформация. Днес зрителите имат възможност да гледат любимите си игри на множество цифрови платформи, включително смартфони, таблети и компютри. Дигитализацията на телевизионното излъчване доведе до подобрено качество на сигнала и разширен набор от телевизионно съдържание, достъпно за потребителите чрез мобилни устройства. Въпреки технологичния напредък в медийната индустрия, доставчиците на съдържание остават съсредоточени върху ефективното разпространение и продажба на своите продукти, като същевременно поддържат баланс между скоростта и качеството на съдържанието.

Икономическа значимост на спортния туризъм

Спортът играе важна роля в културата и ежедневието на всеки човек. Той е присъстващ в живота ни под различни форми, а телевизионното му излъчване допринася за тази видимост. Увеличаването на медийното отразяване на спортни събития през последните десетилетия

повиши профила на много спортове, и въпреки, че телевизионното покритие е по-добро, отколкото в миналото, редица любители на спорта искат да изживеят събитията на живо, което генерират голямо търсене от тяхна страна.

Корпоративните инвестиции играят решаваща роля в оформянето на спортния туризъм. Тези предприятия подкрепят спортния сектор, като произвеждат екипировка, обувки, спортни стоки, сувенири и други свързани продукти, подобрявайки изживяването на туристите. Брандираните облекла позволяват на посетителите да изразят своята идентичност и отдаденост към конкретен отбор или събитие.

Въпреки че частният капитал е движеща сила зад растежа на спортния туризъм, държавната намеса не остава незабелязана. Правителствата активно подкрепят този отрасъл, тъй като той допринася значително за БВП, заетостта и устойчивото развитие на местните общности. Големите спортни събития, привличат голям брой туристи, което кара много правителства да инвестират сериозно в маркетингови кампании, насочени към спечелването на домакинството на такива престижни състезания.

Големите събития привличат голям брой зрители и предизвикват масов ефект, който води до сериозни икономически ползи. В дългосрочен план създаването на туристически пакети, които включват спорт сред редицата предложения може да доведе до значителна добавена стойност на отрасъла. Най-популярните спортове в света днес, привличат и голям брой международни зрители. Определянето на най-популярните отборни спортове в света се прави по разнообразни критерии, но основните от тях са:

- ✓ Най-много отбори развиващи определен спорт в световен мащаб;
- ✓ Най-много привърженици подкрепящи определен спорт в световен мащаб;
- ✓ Най-печеливш спортен бизнес, определящ се от реализираните приходи на продукти и услуги предлагани от определен спорт в световен мащаб.

По тези показатели за топ 10 на най-популярните спортове в света за 2023 година в таблица 1 се нареждат:

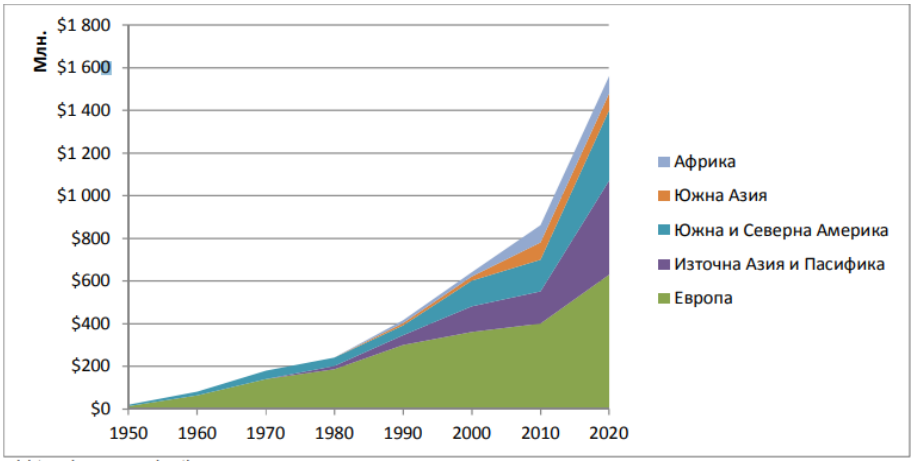
Таблица 1. Топ 10 на най-популярните спортове в света за 2023 г.

№	Спорт	Брой фенове	Регионална популярност
1	Футбол (Сокър)	4 милиарда	В световен мащаб
2	Крикет	2,5 милиарда	Великобритания, Африка, Азия, Америка, Европа, Австралия
3	Хокей на трева	2 милиарда	Европа, Африка, Азия, Австралия
4	Тенис на корт	1 милиард	В световен мащаб
5	Волейбол	900 милиона	В световен мащаб
6	Тенис на маса	875 милиона	В световен мащаб
7	Баскетбол	825 милиона	В световен мащаб
8	Бейзбол	500 милиона	Америка, Карибите, Източна Азия
9	Ръгби	475 милиона	Великобритания, Африка, Азия, Америка, Европа, Австралия
10	Голф	450 милиона	Западна Европа, Източна Азия, Северна Америка

Източник: ***Sportytell.*** *Top-10 Highest-Paid Sports In The World. Retrieved May 5, 2024, https://sportytell.com/sports/most-popular-sports-world/*

Днес съревнованието за спечелване на домакинство за голямо спортно събитие се превръща в конкурентен бизнес за много градове, региони и страни, които се борят с всички средства за това. Към настоящия момент като основните пазари за спортен туризъм са се утвърдили Великобритания, САЩ, Германия, Италия, Испания, Скандинавия, Австралия и Южна Африка. Спортният туризъм е една от най-простите форми на туризъм, която развива едновременно както туристическата индустрия, така и спортната индустрия. Пазарът на спортен туризъм е важна част от основата за развитие на туризма.

Спортният туризъм лежи в основата на тази динамика, тъй като представлява най-бързо развиващият се вид туризъм. През 2008 г. той генерира около 600 млн. долара или около 10% от туристическия пазар. В някои страни спортният туризъм достига между 25% и 32% от този пазар. Според СТО до 2020 г. спортния туризъм е създал брутна добавена стойност в размер около 1.6 млрд. долара (World tourism organization - UNWTO) (Фиг. 1).

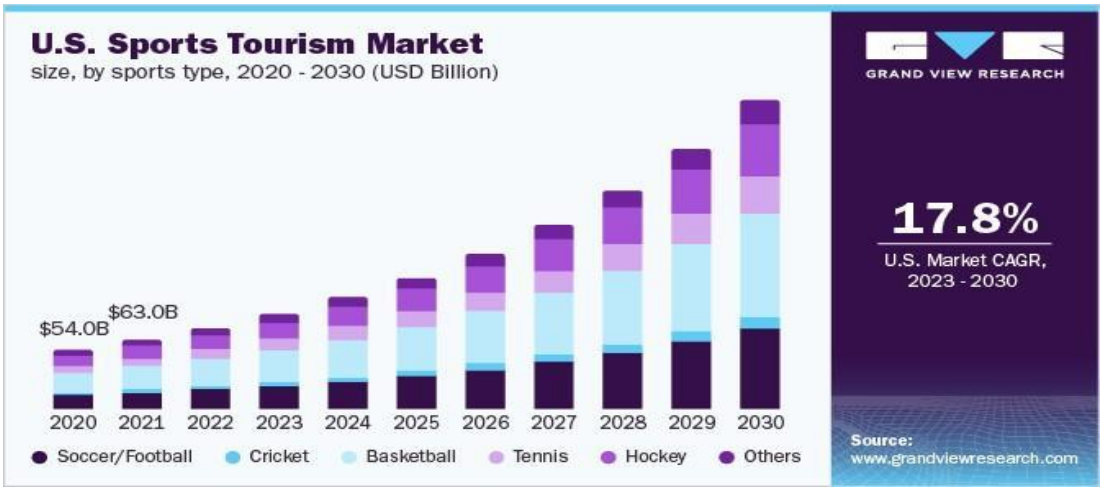


Фиг. 1 Развитие на спортния туризъм (Брутна добавена стойност) до 2020 г.

Източник: World tourism organization - UNWTO

През 2012 г. туризмът отбеляза стабилен растеж, отбелязвайки увеличение на брутната добавена стойност от 3% според Световния съвет за пътуване и туризъм (WTTC, 2019). Този темп на растеж надминава средния икономически ръст от 2,3% и изпреварва много други сектори. Туристическият сектор произвежда стоки и услуги на стойност приблизително 2,1 трилиона долара и предоставя директни работни места за около 101 милиона души.

Скорошен доклад изчислява, че стойността на глобалния пазар на спортен туризъм е била 587,87 милиарда долара през 2022 г. Индустрията се очаква да нарасне със скорост от 17,5% до 2030 г. Популярността на събития като Олимпийските игри, НБА и Световното първенство по футбол са допринесли за този растеж. Въпреки че тези събития имат краткосрочни икономически ползи за даден район, те могат да бъдат катализатор за по-дългосрочни възможности за развитие на туризма (Sports Management Degrees, 2024) (Фиг. 2).



Фиг. 2 Размер на пазара на спортен туризъм по вид спорт (брутна добавена стойност) до 2030 г.

Източник: Grand View Research – Доклад за анализ на размера и дяла на пазара на спортен туризъм, 2030 г.

Пазарът на спортен туризъм е важен аспект от основата за развитие на спортния туризъм. Международните спортни събития създават и развиват разнообразен вид от бизнеси. Зрителите, които пристигат да наблюдават определена спортна надпревара, оказват съществено влияние върху развитието на дребния бизнес в съответната дестинация. Повишава се търговията на дребно с храни и напитки, закупуването на занаятчийски сувенири, ползването на транспортни услуги и паркингите за превозни средства, завишава се оборота при ресторантите и хотелиерските услуги, както и на други съпътстващи дейности. Като цяло спортният туризъм е жизненоважен инструмент за икономическото развитие и трябва да бъде приоритет както за публичния, така и за частния сектор.

Дефиниране на спортния туризъм

В научната литература съществуват редица публикации, които имат за цел да дефинират понятието спортен туризъм, като го отличат от понятията спорт и туризъм.

Изследванията на така наречения спортен туризъм започват през 90-те години на миналия век, както се посочва от Уед (Weed, 2009). Спортните събития се считат за основните компоненти на спортния туризъм и може би най-значимите по отношение на броя на туристите и икономическото му въздействие (Getz, 2003). Необходимо е да се подчертае значението на спорта за по-малки събития, което представлява създаване на благополучие в средата, в която се провеждат, главно поради притока на посетители (Wilson, 2006).

Преместването на големи групи хора, участващи или наблюдаващи спортни състезания, илюстрира едно от възможните взаимодействия между спорта и туристическите услуги. Участието в спортни дейности по време на престоя в ваканционни центрове е още един пример за тези връзки. Освен това, взаимодействието между спорт и туризъм се проявява и в посещенията на културни места, свързани със спорта, като музеи, паметници, археологически разкопки, спортни съоръжения и населени места, които са били домакини на известни международни състезания (Redmond, 1991).

Разнообразието и сложността на дефинирането на спортния туризъм произтичат главно от липсата на стандартизирани определения за двата основни компонента: спорт и туризъм. Тази неяснота затруднява установяването на последователни методологии и измервания, които биха могли точно да оценят обхвата и въздействието на тази динамична индустрия.

Определенията на спорта и туризма, показват взаимовръзката и влиянието между двата сектора. И двете области са свързани с хора и включват специфични дейности. Докато

развитието на туризма благоприятства растежа на спорта, спортът от своя страна често стимулира по-нататъшното развитие на туризма. И в двата случая развитието е тясно свързано със свободното време на хората.

Мотивите за търсене обаче са различни: туризмът се корени в нуждата от движение, почивка и развлечения, докато спортът, въпреки че включва елементи на забавление, е основно насочен към състезателност и постигане на конкретни резултати.

Туризмът се откроява като една от най-популярните форми на забавление, позволяващи на хората да преследват своите мечти и да изследват нови преживявания. Сред различните причини за пътуване, бягството от ежедневието и стреса често се очертава като преобладаващ мотив, който тласка хората да пътуват и да търсят утеха в нови места.

Секторът на спорта и отдиха, когато се комбинира с туристическата индустрия, се превръща в неразделна част от пазара на свободното време, както в рамките на дестинацията, така и извън нея. Синергията между тези два сектора насърчава развитието на уникална форма на туризъм, известна като спортен туризъм.

Днес развлекателните и туристическите дейности са се трансформирали превръщайки се в един от най-важните социално-икономически фактори на нашето време.

В световен мащаб спортният туризъм може да бъде определен като бизнес, който се фокусира върху разбирането на потребителските мотивации, свързани със спорта, и предоставя специализирани пакети от услуги и продукти, предназначени за целевата аудитория. За много туристически компании различните спортове служат като катализатор за разработване и предлагане на разнообразни туристически продукти. Мега събития като Олимпийските игри, Световните първенства и значими международни турнири играят централна роля в тази област, формирайки гръбнака на предлаганите туристически пакети.

Спортният туризъм комбинира горепосочените предимства и многообразието от активни дейности, които предлага спорта, с автентичните туристически преживявания обвързани с посещението на дадена територия извън обичайното местоживеене, които предоставя съвременния туризъм. На тази основа Майк Уед и Крис Бул определят спортния туризъм като „социален, икономически и културен феномен обусловен от уникалната комбинация на дейности, хора и място“ (Weed & Bull, 2004).

Дефинициите на спортния туризъм може да бъдат обединени в няколко големи групи в зависимост от:

- ✓ Мотивите за пътуване;
- ✓ Продуктовите характеристики и
- ✓ Типа на преживяването.

Понятието „спортен туризъм“ придоби популярност в специализираната литература едва в края на XX век. В България тази концепция остава до голяма степен неизследвана, въпреки че привлича вниманието на множество чуждестранни автори. Според Хедър Гибсън спортният туризъм се определя като: „пътуване за почивка, което временно изважда индивидите от тяхната домашна среда за участие във физически дейности, наблюдение на физически дейности или посещение на забележителности, свързани със спортна дейност“ (Gibson, 1998 г.).

Според Джон Щандевен и Пол де Кноп спортен туризъм са: „всички форми на активно и пасивно включване в спортна дейност, в която се участва случайно или организирано с некомерсиална или бизнес/комерсиална цел и за което участие е необходимо пътуване извън обичайното място на постоянно местоживеене и работа“ (Standeven & De Knop, 1999).

В България Стамов и Алексиева определят спортния туризъм като: „специализирана форма на туризъм, която отговаря на нуждите на туристите от физическа активност, релаксация и пълноценен отдих чрез участието им в различни спортни прояви“ (Stamov & Aleksieva, 2003). Ето защо, за да бъде определено едно туристическо пътуване като спортен туризъм, то трябва да отговаря на следните основни изисквания:

- ✓ Практикуването на спортните дейности е цел на туристическото пътуване;
- ✓ Туристите са активни участници в спортните дейности.

Според Марин Нешков, „в основата на същността на спортния туризъм по правило се поставя своеобразната мотивационна обвързаност между потребностите от физическа активност и релаксация, пътуването и използването на свободното време, извън постоянното местожителство“ (Neshkov, 2011).

Изследователите Антон Хиджов и Александър Шопов определят спортния туризъм като „специфична човешка двигателна дейност, която се извършва в извън ежедневна, обикновено природна среда. Най-често той се практикува в свободното време и в повечето си форми е свързан с физическо натоварване“ (Hidzhov & Shopov, 2012).

Световната организация по туризъм дава следното определение за понятието „спортен туризъм“: „Спортен туризъм е вид туристическа дейност, която се отнася до пътуването на туриста, който или наблюдава като зрител, или участва активно в спортно събитие, обикновено включващо комерсиални и некомерсиални дейности от състезателен характер“ (WTO, 2019).

Основата на спортния туризъм се състои в мотиви, свързани с желанието за разширяване на общата и специфичната култура на индивида. Следователно, той може да се определи като:

- пътуване и временно пребиваване извън постоянния дом, насочено към специфични спортни нужди;
- диалектическа връзка между спорта, който задоволява потребността от състезание или наблюдение на състезания, и туризма като съвременно социално явление;
- потребление на услуги с ясно изразен спортен контекст, свързани с туристическите ресурси и продукти.

През 2001 г. Световната туристическа организация и Международния олимпийски комитет (МОК) дефинират следните причини за нарастващия интерес към спортния туризъм по света:

- разширяване и демократизиране на участниците в спорта;
- повишен интерес към здравето и фитнеса през 70-те;
- увеличаване активните дейности по време на почивката през 80-те;
- повишен интерес към спортните игри и спортните събития и увеличаване на туристическите възможности свързани с тях. (Research Gate, 2024)

Спортният туризъм предполага придвижване на хора извън района им на пребиваване, за да участват в спортна дейност, както пасивно като зрител, така и активно като участник. Това го превръща привлекателна възможност за прекарване на свободното време и мотивация за предприемане на пътуване за милиони хора по света. Според Британският орган по туризъм, 20% от туристическите пътувания са с основна цел спортно участие, а 50% от туристическите пътувания включват наред с други цели и спортно участие. (The Official Tourism Website of Great Britain, 2019).

Спортният туризъм генерира между 12 и 15 милиона международни пристигания всяка година, като прогнозата за растеж е около 6% годишно в краткосрочен план. Той представлява 10% от световната туристическа индустрия и генерира приходи от около 800 млрд. US$. (World tourism organization, 2019)

Спортният туризъм има редица специфични характеристики. Той е в синхрон с концепцията за алтернативния туризъм, което означава, че е съобразен с особеностите на природната среда и местните общности. Търсят се и се усвояват нови туристически места и ресурси, които се използват съобразно принципите за устойчиво развитие, често се използват нестандартни средства за настаняване. Според Стамов и Алексиева, туристическите контингенти са със строго специфични интереси и особености и съответно нямат масов

характер. Главни негови почитатели са младите хора и хората на средна възраст с афинитет към физическите активности и приключенията (Stamov & Aleksieva, 2003).

Както беше споменато, спортният туризъм обхваща пътуване на хора извън местоживеенето им с цел участие в спортни дейности. Участниците в спортния туризъм включват както лица, които пътуват за участие в състезания, така и тези, които се придвижват, за да наблюдават спортни събития.

В определен смисъл понятието „спортен туризъм“ може да се приеме и като пътувания за получаване на „спортни удоволствия“. Разглеждайки това понятие през призмата на активния участник (спортиста) и пасивния участник (зрителя), може да изведем следната дефиниция: „придвижване на хора към спортни дейности, намиращи се извън постоянното им местоживеене с цел да удовлетворят своите спортни потребности и желания, участвайки физически, изразявайки подкрепа и спортна принадлежност, в едно със събиране на спомени и преживявания при почитане на забележителности, свързани със спортна дейност, опознавайки различни хора и места, техните обичаи, религиозни традиции, културно наследство и бит.“

Спортният туризъм се позиционира като един от най-динамичните сектори на туристическата индустрия, който притежава голямо разнообразие от форми и видове, като изборът на възможни активности непрекъснато се обогатява с нови и нестандартни такива. Също така, той е представен и като академична дисциплина, която се развива значително през последните две десетилетия. За него са написани учебници, провеждат се научни конференции, предлагат се образователни програми за бакалавърска и магистърска степен, издава се специализирано научно списание за спорт и туризъм – Journal of Sport and Tourism.

Днес туризмът заема видно място сред водещите и най-динамични сектори в световната икономика. Бързото му разрастване го превърна в един от основните икономически феномени на века. Разходите за глобални спонсорства нарастват с 4,6% през 2016 г. до 60,1 милиарда долара, според IEG, която е компания за спонсорство и е независима оценителна група към Световната банка (Human Kinetics, 2020).

При спортният туризъм не винаги се преследва икономически ефект. Той се постига чрез привличане на клиенти, чиито потребности от спорт, рекреация и развлечения трябва да се удовлетворяват. Тяхното системно проучване, отчитане, както и формирането на туристическия продукт съответстващ на търсенето, го прави по-атрактивен и продаваем, както и увеличава неговата конкурентоспособност. В много случаи спортната база е многофункционална и се използва за концерти, шоу програми и други дейности. Едно добро спортно съоръжение прави атрактивен региона и намалява фактора сезонност, като се ползва както от туристи, така и от местното население.

Изводи:

- Спортният туризъм възниква още в древността. През вековете спортните събития и пътуванията, свързани с тях, продължават да играят важна роля, като се развиват и променят;
- Провеждането на национални, регионални, континентални и световни състезания и турнири са основни предпоставки за развитието на спортния туризъм;
- Големите спортни събития привличат масови зрители и генерират значителни икономически ползи, като спортният туризъм се превръща в основен отрасъл с голяма добавена стойност
- Спортният туризъм има значимо социално въздействие. Големите спортни събития не само повишават профила на дадена дестинация, но и насърчават културния обмен между различни нации и социални групи. Това създава възможности за изграждане на културни мостове и промотиране на разнообразието и разбирането между различните култури.

- Корпоративният сектор допринася значително за развитието на спортния туризъм чрез инвестиции в продукти, свързани със спорта.
- Спортният туризъм става предмет на академични изследвания през последните десетилетия, като различни изследователи го дефинират по разнообразни начини, свързвайки го с физически активности, пътуване и културни преживявания.
- Спортният туризъм е свързан със свободното време, като туризмът и спортът се взаимно стимулират – спортът насърчава туризма, а туристическата индустрия подпомага спорта.
- Спортният туризъм ще продължи да се развива с нарастващото внимание към устойчивите практики, като ще се фокусира върху оптимизацията на туристическите услуги и управлението на ресурсите за постигане на дългосрочни резултати.

Заключение

Спортният туризъм представлява интегрирана форма на туризъм и спортна активност, чийто исторически корени са дълбоко вкоренени в древността. Развитието на спортния туризъм е резултат от социално-икономически и културни процеси, както и от значителното подобряване на транспортната инфраструктура и повишаването на доходите на хората. С нарастващата популярност на масовите спортни събития като Олимпийските игри, Световните първенства и други международни турнири, спортният туризъм се утвърждава като значим фактор за икономическо развитие, стимулирайки както малкия и среден бизнес, така и глобалната туристическа индустрия. Чрез комбиниране на спортни преживявания с туристически дейности, спортният туризъм предлага уникална възможност както за индивидуални любители, така и за цели общности да изпитат вълнението от състезанието, докато изследват нови култури и създават незабравими спомени. Тъй като светът става все по-взаимосвързан и технологично напреднал, спортният туризъм ще продължи да играе решаваща роля в оформянето на бъдещето на икономиката на свободното време, осигурявайки възможности за растеж и развитие както за малки, така и за големи предприятия.

References

1. Dinev, P., Tomova, Sn. (2001) *Sportna animatsia*. Varna: Universitetsko izdatelstvo IU, 2001, s. 7. ISBN: 9789542103271

2. Marinov, S. (2011). *Savremenni vidove turizam*. Varna: Nauka i ikonomika.

3. Neshkov, M. (2011) *Sportniyat turizam – vazmozhnosti za udalzhavane na turisticheskia sezon*. Varna: Slavena.

4. Stamov, S. Aleksieva, Y. (2003) *Spetsializirani vidove turizam* – I chast, Stara Zagora, KOTA.

5. Hidzhov A., & Shopov, Al. (2012) *Planinarstvo*. Sofia: Universitetsko izdatelstvo "Sv. Kliment Ohridski".

6. Getz, D. (2003) Sport Event Tourism: *Planning, Development, and Marketing*. In Hudson, S. (Ed.), Sport and Adventure Tourism (pp. 49–85). New York: Haworth Hospitality Press.

7. Gibson, Heather J. (1998) *Active sport tourism: who participates?* Leisure studies. 17 (2): 1 April, 155–170.

8. Higham, J., &Hinch, T. (2002). Tourism, sport and seasons: *The challenges and potentials of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors*. Tourism Management, 23, pp. 175–185. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00046-2.

9. Human Kinetics. Retrieved May 7, 2020 from https://humankinetics.me/ [Accessed 22/08/2024].

10. Redmond, G. (1991) *Changing styles of sports tourism: industry/consumer interactions in Canada, the USA and Europe*. In: Sinclair, M.T. and Stabler, M.J. (eds) The Tourism Industry: An International Analysis. CAB International, Wallingford, UK, pp. 107–120.

https://www.semanticscholar.org/paper/Changing-styles-of-sports-tourism%3A-industry-in-the-Redmond-Sinclair/55c23d5cc4ae90b3058d881d9c325e35da001e51. [Accessed 22/08/2024].

11. Sports Management Degrees. *Sports Tourism Market Size*, Share & Trends Analysis Report By Sports, 2023–2030. Retrieved May 10, 2024 from https://www.sports-management-degrees.com/faq/what-is-sports-tourism/ [Accessed 22/08/2024].

12. Sportytell. *Top-10 Highest-Paid Sports In The World*. Retrieved May 5, 2024, https://sportytell.com/sports/most-popular-sports-world/. [Accessed 22/08/2024].

13. Standeven, J., & De Knop, P. (1999) *Sport Tourism*. Champaign, IL: Human Kinetics Europe, https://doi.org/10.1002/jtr.209.

14. The Official Tourism Website of Great Britain. Retrieved May 10, 2019 from https://www.visitbritain.com/en. [Accessed 22/08/2024].

15. Weed, M. (2009) *Progress in sports tourism research*? A meta-review and exploration of futures. Tourism Management, 30, 615–628. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.002

16. Weed, M., Bull, C. (2004) *Sports Tourism*; Participants, Policy and Providers. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, Hardback, ISBN: 0750652764 https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.018,

17. Wilson, R. (2006) *The economic impact of local sport events*: significant, limited or otherwise? A case study or four swimming events. Managing Leisure, 11, 57-70. https://doi.org/10.1080/13606710500445718

18. World Trade Organization (WTO). Retrieved May 10, 2020 from https://www.wto.org/ [Accessed 22/08/2024].

19. World Travel & Tourism Council (WTTC). *Retrieved October10*, 2019 from http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/ [Accessed 22/08/2024].