



**НАЦИОНАЛНА СПОРТНА АКАДЕМИЯ „ВАСИЛ ЛЕВСКИ“**  
**КАТЕДРА „МЕНИДЖМЪНТ И ИСТОРИЯ НА СПОРТА“**

**ГЕОРГИ АНГЕЛОВ**

**МЕНИДЖМЪНТ НА ФУТБОЛНИ ЛАГЕРИ ЗА РАЗВИТИЕ НА**  
**ТАЛАНТИ**

**АВТОРЕФЕРАТ**

**София, 2023**

**НАЦИОНАЛНА СПОРТНА АКАДЕМИЯ  
„ВАСИЛ ЛЕВСКИ“**

**КАТЕДРА „МЕНИДЖМЪНТ И ИСТОРИЯ НА СПОРТА“**

**ГЕОРГИ АНГЕЛОВ**

**МЕНИДЖМЪНТ НА ФУТБОЛНИ ЛАГЕРИ ЗА РАЗВИТИЕ НА  
ТАЛАНТИ**

**АВТОРЕФЕРАТ**

на дисертация за присъждане на образователна и научна степен  
„ДОКТОР“ в професионално направление 7.6. Спорт, докторска  
програма „Теория и методология на спортната наука“

Научен ръководител:  
Доц. Иван Славчев, д-р

София, 2023

*Дисертационният труд е обсъден и насочен за официална защита от разширен състав на научния колегиум на катедра „Мениджмънт и история на спорта“ на Национална спортна академия „Васил Левски“ на 04.05.2022 г.*

*Дисертационният труд съдържа 208 страници. Опагледен е с 45 таблици, 8 фигури и 15 графика. Библиографията включва общо 137 източника, сред които 31 на български език, 105 на английски език и един на руски език.*

*Публичната защита на дисертационният труд ще се състои на 20.09.2023 г. в НСА „Васил Левски“.*

## ВЪВЕДЕНИЕ

В свят с нарастващи до свръхнива суми за трансфери на футболисти, думата талант придобива все по-голямо значение и тежест. Глобалният интерес и повишената конкурентоспособност на спорта доведоха до елитни клубове да скаутират по целия свят за най-добрите играчи и играчи с потенциал да станат най-добрите (Pruna et. al., 2018).

Добрите играчи не се създават за една нощ, напротив, естествения талант и способности трябва да се поддържат и развиват, за да могат играчите да достигнат своя потенциал. Процесите, които формират успеха на спортистите във всеки спорт, се обуславят от реакцията на играча на множеството взаимодействия и стимули с околната среда, които те срещат всеки ден. Идентифицирането на таланти е ключова област в спортното развитие.

От друга страна, развитието на футбола в световен мащаб, нарастващата популярност, глобализацията и комерсиализацията на спорта доведе до появата на различни продукти и услуги, които големите футболни клубове започнаха да предлагат. Един от тези продукти са частните детски футболни лагери - кампове.

Настоящият труд ще опита да докаже, чрез комбиниране на различни методи, техники и похвати, един нов модел за идентифициране и развитие на футболния талант. Ще се обърне внимание на все по-актуални понятия във футбола като идентичност, ценности, съдържание и емоция. Ще опита, чрез аргументи да докаже как частните детски футболни лагери (камповете), могат да бъдат центрове за развитие на таланти.

## ПЪРВА ГЛАВА

### ЛИТЕРАТУРЕН ОБЗОР И ПОСТАНОВКА НА ПРОБЛЕМА

Литературният анализ на изследването е представен в няколко параграфа, разглеждащи основните страни на проучваната проблематика.

В параграф **I.1. Методологични, теоритични и приложни аспекти в развитието на футболни таланти** са разгледани основните аспекти в развитието на футболния талант, като се започва с изясняването на термина и неговите специфики, и се продължава с анализиране на процесите по идентифициране и селектиране, факторите за развитие на футболните таланти, значимостта на прехода от юношески към професионален футбол, както и ролята на скаутинга в развитието на таланта.

Параграф **I.1.i. Изясняване на термина талант и неговите специфики** допринася за по-доброто разбиране на спецификите на таланта, какво представлява и как да бъде по-конкретно разпознаван и определян. Също и за важността и необходимостта от обръщане на по-специално внимание към него и нуждата му от по-различно обучение.

В параграф **I.1.ii. Идентифициране и селектиране на футболни таланти** са описани процесите по идентифициране и селектиране на талантливите деца и младежи във футбола, което допринася за изясняване на спецификите и комплексността на тези процеси, а в същото време ще подкрепя тезата, че футболните лагери могат да бъдат част от процеса по идентифициране, развитие и селектиране на талантливи футболисти.

Във **I.1.iii. Фактори за развитие на футболния талант** са представени по-задълбочено социологическите фактори: (1) часове практика; (2) взаимоотношения треньор-дете; (3) родителска подкрепа; и (4) образование.

Параграф **I.1.iv. Значимостта на прехода от юношески към професионален футбол в периода 16-19г.** разглежда факторите на външната среда като неизменна част за развитието на таланти и влиянието, което те упражняват.

В **I.1.v. Скаутинг и неговата роля в развитието на таланти във футбола** се разглежда значимостта на скаутинга в процесите по идентифициране и кариерно развитие на футболните таланти.

Точка **I.2. Приложни аспекти на футболните лагери (кампове)** разглежда историята и причините за възникване на камповете. Представени са основните видове кампове и част реализираните добри практики, както и положително влияние на спортните кампове върху развитието на младежите.

Точка **I.3. Кампове в България** разглежда основно реализираните в страната кампове организирани под бранда на клубове от Западна Европа, както и селекционните кампове организирани от Български Футболен Съюз.

В точка **I.4. Спортните кампове като платформа за съвместно създаване на полезна стойност** е представена концепцията Съвместно създаване на стойност на Vargo & Lusch, както и интерпретацията през концептуалната спортна рамка на Woratschel, Horbel & Popp, която се явява основа на теоретичната постановка за представяне на камповете като платформа за съвместно създаване на полезна стойност. Представени са още заинтересованите страни, стратегическите цели на камповете за идентифициране на играчи и стъпване на нови пазари,

теорията за маркетинговия микс, както и функциите на планиране, реализиране, контрол и управление на риска на спортните събития.

В резултат на литературния обзор установихме, че селектирането е сложен и субективен процес без ясни и конкретни измерения. Поради тази причина, колко повече специалисти наблюдават голям брой талантиливи деца, толкова по-малко таланти ще бъдат пропуснати и съответно загубени за спорта.

Футболните лагери (камповете) от своя страна са един сравнително нов продукт, който успява да събере все повече публика и участници. Този тип спортни събития не могат да претендират за основен фактор при идентифицирането и селектирането на деца таланти, но при правилен мениджмънт тяхното място в това направление може да бъде все по-ясно изразено.

## **ВТОРА ГЛАВА**

### **МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО**

В резултат на литературния обзор се очерта научния проблем и възможностите за достигане на желаните резултати в мениджмънта на футболни лагери за развитие на таланти.

#### **1. Научен проблем**

Литературния анализ показва ръст в интереса и използването на футболните лагери/кампове в редица държави и под различни форми. От друга страна научните изследвания не са обърнали достатъчно внимание на този вид събития.

Потенциала на футболните лагери, който се разкрива от анализираната дотук информация не е изцяло разпознат от футболната общност в България. Наблюдава се изоставане от гледна точка на използването съвременни и модернистични методи за откриване и идентифициране на талантливи футболисти, както и неспособност за тяхното дългосрочно развитие поради липсата на ясно изразена методика от една страна и недостатъчните ресурси – финасови, материални и човешки от друга.

Не се откриват специализирани научни изследвания разглеждащи футболните кампове като средство за подбор и развитие на таланти, както и като вид спортно събитие с всичките го съпътстващи характеристики.

## **2. Хипотеза**

Предварителните проучвания и събрания практически опит показват необходимостта от цялостно изследване на мениджмънта на футболни лагери (кампове). Подобно изследване би разкрило положителните и отрицателните страни на тези събития, като в същото време създаването на примерен модел за реализиране и мениджмънт на футболни лагери (кампове) би допринесло за потенциалното развитие на талантливи млади футболисти.

Допускаме, че подобен модел би подпомогнал мениджърите на спортни събития, както и мениджмънта на футболните клубове в разработването на успешни практически инструменти, чрез които да повишат количеството на успешно реализираните таланти във футбола в страната.

Според нас, очакваните резултати, произтичащи от използвания научен подход върху мениджмънта на футболни лагери би могло да



послужи за повишаване на нивото на работа в детско-юношеския футбол в България, което от своя страна да допринесе за повишаване на качеството при реализиране на талантливите млади футболисти.

### **3. Област, предмет и обект на изследване**

**Област на изследването** – мениджмънт на спорта и спортни събития.

**Предмет на изследването** – организационни характеристики на футболни лагери за развитие на таланти.

#### **Обект на изследване**

1. Три издания на футболните лагери (кампове) Интер Академи Камп проведени в гр. Бяла, област Варна.

- Интер Академи Камп 2018, включващ 107 участника на възраст между 5г. и 17г.
- Интер Академи Камп 2019, включващ 111 участника на възраст между 5г. и 17г.
- Интер Академи Камп 2021, включващ 105 деца на възраст между 6 и 16г.

2. Футболни треньори – 96 футболни треньора на възраст между 20 и 60г., от които трима с лиценз UEFA Pro, 37 с лиценз UEFA A, 26 с лиценз UEFA B, 18 с лиценз UEFA C, 12 без лиценз.

3. Родители – 85 родители на участници във футболните кампове Интер Академи Камп, от които един на възраст под 30 години, 24 на възраст между 30 и 39 години, 51 на възраст между 40 и 49 години, 8 на възраст между 50 и 59 години и един на възраст над 60 години.

#### **4. Цел и задачи**

**Цел** – да се разкрийт и проучат основни характеристики на организацията и мениджмънта на футболните лагери през призмата на процеса на съвместно създаване на полезна стойност между комбинация от заинтересовани субекти.

#### **Задачи**

1. Да се анализират концептуалните основи и практическо приложение на теорията за съвместно създаване на полезна стойност.
2. Да се проучи международния опит и да се разкрийт добри практики в организирането и управлението на спортни лагери (кампове) и по-специално футболни такива и да се проучи тяхната роля за развитието на талантливи деца и юноши и/или за позиционирането на нови пазари.
3. Да се проучат настоящите организационни процеси, методики и практики за управление и реализиране на талантливи футболисти в България.
4. Да се разкрийт маркетинговите и управленски аспекти на футболните кампове извън спортно-техническите и състезателните им цели.
5. Да се предложи оптимизиран модел на организация и управление на футболни лагери за развитие на талантливи футболисти.

#### **5. Методи на изследване**

##### *1. Проучване и анализ на литературни източници*

Проучването и анализ на литературни източници е изследователски метод, който включва систематичен преглед и анализ на съществуваща научна литература по определена тема или изследователски въпрос. Методът е често използван за идентифициране

на пропуски в изследванията, обобщаване на твърдения и установяване на състоянието на информацията по определена тема. Прегледът на литературни източници може да се извърши с помощта на различни методи, като търсене по ключови думи в академични бази данни, проследяване на цитати и др. (Cooper, 1998)

Бяха проучени 137 източника, сред които 31 на български език, 105 на английски език и един на руски език. Чрез тях бяха разкрити основни теоретични аспекти на реализирането на таланти, както и мениджмънта на футболни лагери и връзките с дисциплини, като маркетинг, управление на човешки ресурси и управление на риска. Бяха установени и описани различни модели на управлението на футболните кампове, като средство за развитие на таланти.

## *2. Съдържателен анализ на документални източници*

Анализът на съдържанието е изследователски метод, който включва систематично анализиране на съдържанието на писмени или визуални материали, като текстове, изображения или видеоклипове. Този метод често се използва за идентифициране на модели, теми или дискурси в рамките на анализирания материал. Анализът на съдържанието на документи може да се извърши с помощта на различни техники, като кодиране, категоризиране и количествено определяне на съдържанието. (Krippendorff, 2013)

Бяха проучени документи свързани с организацията и администрирането на футболни кампове, чрез които бяха разкрити основни аспекти свързани с успешното реализиране на такъв тип събития, от гледна точка на взаимодействие с партньори, подизпълнители, институции, потребители и целеви групи, управление на персонал и други.

### *3. Включено наблюдение*

Включеното наблюдение, е изследователски метод, при който изследователят се включва в контекста или обстановката, която се изучава, за да придобие дълбоко разбиране на социалната или културна динамика от първо лице. Това може да включва различни техники, като интервюта, наблюдение и участие в дейностите на изследваната група. (Spradley, 1980)

Като част от организацията на описаните в обекта на изследване футболни кампове проведени в България, беше извършено наблюдение и беше направен анализ на събитията, чрез който бяха открити ключови моменти и аспекти в мениджмънта и успешното реализиране.

### *4. Анализ на отделни случаи (Case-study)*

Анализът на отделни случаи е изследователски метод, който включва задълбочено изследване на конкретен индивид, група, организация или феномен. Този метод често се използва в качествени изследвания и може да включва различни източници на данни, като интервюта, наблюдения и документи, за да осигури подробно разбиране на изучавания предмет. (Yin, 2014)

Приложен е при проучване на практически опит в страната и чужбина по отношение на реализирането на футболни лагери, тип кампове. Това включва анализ на различни типове кампове, от гледна точка на структурата, както и функциите, и дейности на субектите, и обектите.

### *5. Допитване*

Допитването е изследователски метод, който включва използването на структуриран набор от въпроси за събиране на

информация от извадка от индивиди. Този метод често се използва в количествени изследвания и може да се прилага чрез различни средства, като онлайн анкети, телефонни интервюта или въпросници на хартия. (Dillman, Smyth, & Christian, 2014)

- Анкетно допитване сред треньори – въз основа на опита си в треньорската професия описаните в обекта на изследване треньори бяха поканени да попълнят анкетна карта съдържаща 24 въпроса насочени към разпознаването, подбора и развитието на талантиливи подрастващи футболисти, както и други свързани с настоящата тема фактори.
- Анкетно допитване сред родители – беше изготвена анкетна карта с 21 въпроса, която беше предоставена на родители на деца взели участие в организирани и наблюдавани футболни кампове. Въпросникът засяга теми свързани с мотивацията за участие, очакваните резултати и ползи, и развитието на талантиливи подрастващи футболисти от перспективата на родителите.

## *6. Моделиране*

Управленското моделиране е изследователски метод, който включва създаването на модели или рамки за анализиране и оптимизиране на стратегии, процеси или системи за управление. Този метод често се използва в бизнес и управленски изследвания и може да включва използването на различни техники. (Sterman, 2000)

Чрез метода е съставен оптимизиран модел за провеждане на футболни лагери, който е представен подробно в глава „Анализ на резултатите от изследването“.

### *7. Статистически методи*

В настоящия труд са използвани статистически методи за анализ на резултатите от анкетното проучване сред треньори и родители, като основно прилагани са честотен анализ за разпределението на отговорите по отделните въпроси и вариационен анализ за установяване на показателите за средни стойности и размах при въпросите съдържащи параметрични данни.

## **6. Ограничения на изследването**

Проучването не включва италианските треньори от футболен клуб Интер Милано поради сключени договори за конфиденциалност и невъзможност за споделяне на информация, която може да се тълкува като чувствителна.

Сред изследваните лица не са включени и деца, участници в камповете, тъй като в голямата си част възрастта бе сметена за неподходяща за включването в изследването. Допълнителен аргумент в този смисъл е, че в действителност техните родители са тези, които вземат решенията за спортни занимания.

## **7. Организация на изследването**

Изследването беше реализирано по предварително разработена програма в периода 06.2018 г. – 03.2023 г., включваща три етапа:

**Първи етап** (06.2018 г. – 06.2020 г.) – Проучване и анализ на литературни източници. Формулиране на проблема. Определяне на областта, предмета и обекта на изследване. Формулиране на работна

хипотеза, цел и задачи на изследването. Проектиране на методика на изследването. Провеждане на включени наблюдения.

**Втори етап** (07.2020 г. – 12.2021 г.) – Провеждане на основните научни изследвания. Обработка и анализ на резултатите от проучването. Допълване на литературния обзор с научно-методична литература.

**Трети етап** (01.2022 г. – 03.2023 г.) – Окончателно завършване на научно-приложните изследвания. Изготвяне на модел за мениджмънт на футболни лагери за развитие на таланти. Завършване и техническо оформление на труда за обсъждане в катедра „Мениджмънт и история на спорта“.

## **ТРЕТА ГЛАВА**

### **АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО**

#### **1. Проследяване и описание на процеса по реализиране на футболен камп**

Изследването обхваща реализирането на три футболни кампа от проекта Интер Академи Камп, организирани от футболен клуб Интер Милано и Сдружение „Бъдеще чрез спорт“, София, България, в периода от ноември 2018г. до ноември 2021г. и включва:

- ✓ **История, ресурси, капацитет на сдружение „Бъдеще чрез спорт“**
- ✓ **Интер Академи Камп България – описание на събитието и всички дейности за неговото реализиране**

## **i. Планиране**

1. Изготвяне и одобрение на концепция – идея, спортна база, клуб носител.
2. Определяне на организационен комитет и структура
3. Изготвяне и одобрение на организационен план

## **ii. Организиране**

1. Определяне на партньори и административни сътрудници  
- юридическо и финансово-счетоводно подсигуряване
2. Договори
  - a. с клуб партньор - ФК Интер
  - b. с община Бяла
  - c. с хотелски комплекс
  - d. с родителите на участниците
  - e. спонсорски договори
3. Организиране на комуникационните процеси
4. Бюджетиране и ценообразуване - бюджетирането и ценообразуването са пряко свързани.
5. Маркетинг, реклама и връзки с обществеността
6. Записване за участие и комуникация с родители
7. Комуникация с клуб носител
8. Персонал
  - a. Дейности преди събитието – хотелско настаняване, изготвяне на хранително меню, брендиране на спортния комплекс, посрещане на треньорите,



разпределение на екипировката, съгласуване на тренировъчна програма.

### iii. Реализиране

#### 1. Откриване на кампа

а. Ежедневна програма - Тренировъчна програма, хранения, културно-развлекателна програма, логистика, свободно време

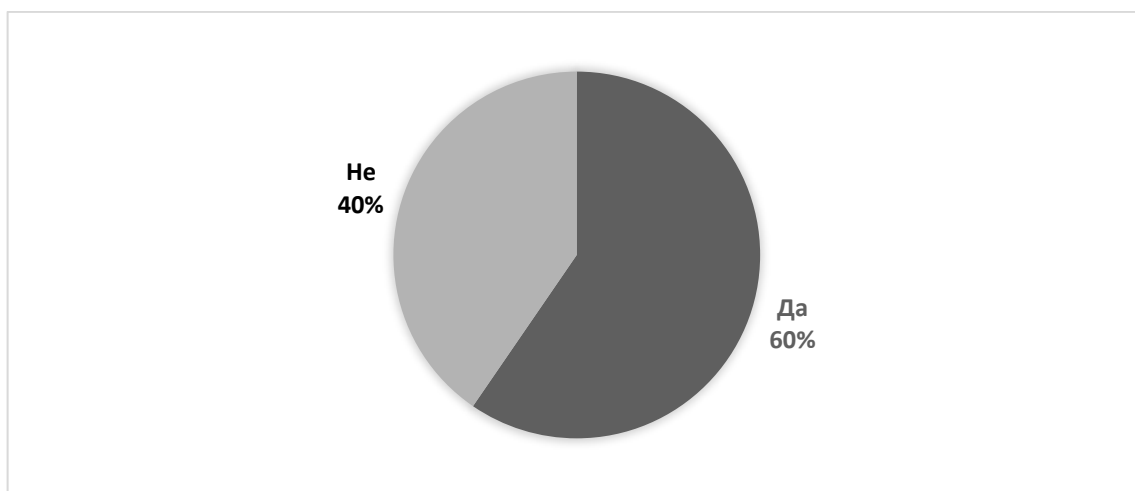
#### 2. Закриване на събитието

#### 3. Приключване на събитието

### 2. Анализ на допитвания до тренъори и родители

i. **Анализ на анкетна карта с тренъори** – в анкетната карта участват 96 тренъора, на възраст между 20 и 60г., от 17 населени места в България и 3 населени места извън страната.

**Въпрос 10** – отговори на въпрос „Извършвате ли регулярен (ежегоден) процес на селекция на играчи за Вашия отбор?“



*Графика 9 - отговори на въпрос „Извършвате ли регулярен (ежегоден) процес на селекция на играчи за Вашия отбор?“*

Точно 60% от анкетиранияте извършват регулярен процес на селекция, което е добра основа за целите на изследването. Фактът, че над 40% от участниците не извършва регулярен процес на селекция на играчи може да говори за множество проблеми от липса на ресурси, до липсва на познания за извършване на селекция и нуждата от такава.

**Въпрос 11** – отговори на въпрос „Кой е основния метод за селекция, който използвате?“

*Таблица 13 – отговори на въпрос „Кой е основния метод за селекция, който използвате?“*

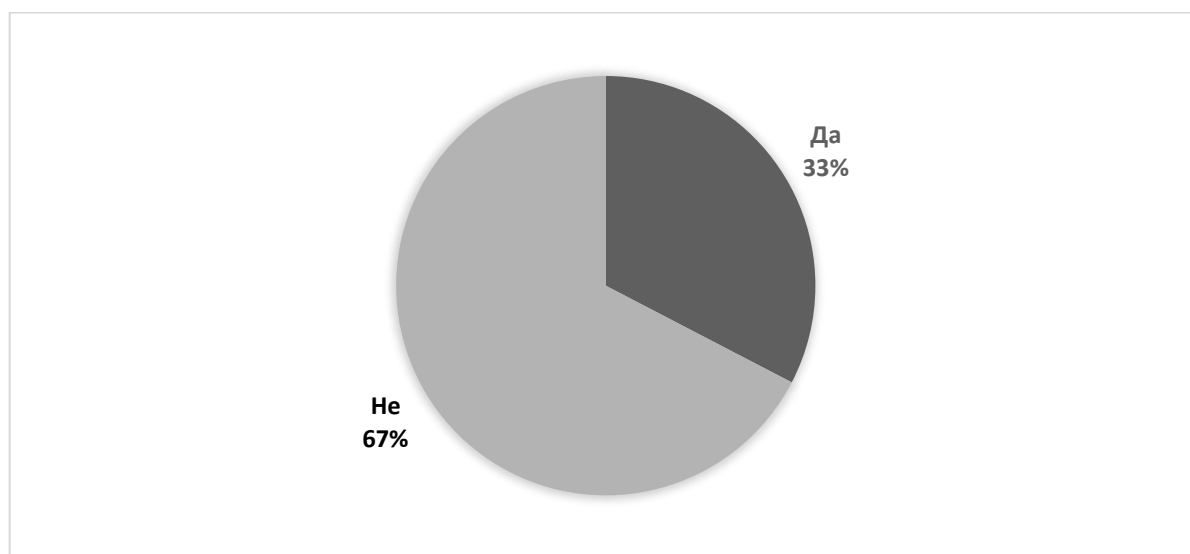
Метод на селекция	Честота	Процент
Кастинг	6	6.4
Скаутинг	38	40.4
Препоръки от други специалисти	6	6.4
Не използвам конкретен метод, децата сами идват.	41	43.6
Приемаме всеки	2	2.1
Всички методи	1	1.1
Общо отговорили	94	100.0

Над 40% от анкетиранияте отговарят, че скаутингът е основния метод за селекция, който използват. От тези 38 треньора, 15 вероятно извършват скаутинга сами, тъй като няма човек на длъжност в техния клуб, който да се занимава само с тази дейност. Това говори за съвместяване на две длъжности, което е предпоставка за по-слаб скаутинг. Най-голям процент 43.6% отговарят, че не използват конкретен метод и децата сами идват. Вероятно това са тези 40.9%, които не извършват процес по селекция. Тези данни може да говорят за

честа смяна на отборите в ДЮФ, което пък от своя страна говори за невъзможност на школите да задържат децата в клуба.

Само 6.4% или шестима от треньорите участници в допитването използват кастинг като метод на селекция. Само двама от тези треньори са от клубове в Първа лига. **Иначе казано, само двама от 29 треньора работещи в ДЮШ на най-големите клубове в страната организират кастинг. Малкият процент на треньори организиращи кастинг говори, че този метод на селекция е много слабо развит сред клубовете в България, което разбира се е причина за развитието на камповете като продукт.**

**Въпрос 12** – отговори на въпрос „Има ли човек в школата, в която работите, който се занимава ЕДИНСТВЕНО със скаутинг на деца таланти?“



*Графика 10 – отговори на въпрос „Има ли човек в школата, в която работите, който се занимава ЕДИНСТВЕНО със скаутинг на деца таланти?“*

Над две трети от треньорите, 67.4%, отговарят, че няма човек в школата на клуба, който да се занимава само със скаутинг, което от своя може да означава, че или клубовете нямат ресурс за такава длъжност или не изпитват потребност от този вид дейност, или пък не осъзнават

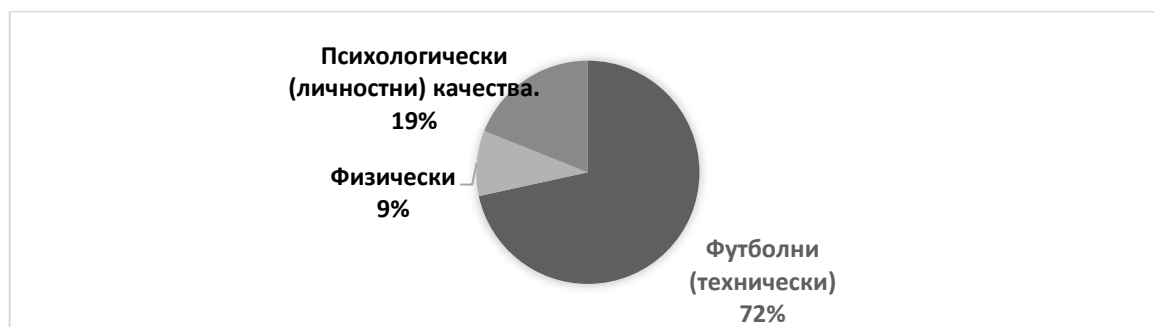
нуждата от такъв специалист. Повече от половината от тези 67.4%, или 58.7% от тях, не използват конкретен метод на селекция и децата сами идват при тях.

Може да се предположи, че треньорите нямат време, физически ресурс или желание да извършват сами селекция на нови играчи. 40% от треньорите използват скаутинг като метод на селекция, 74% от тях отговарят, че в клуба, в който работят има човек, който се занимава със скаутинг на деца таланти.

**Може да се заключи, че скаутинга е основният метод на селекция в България, той обаче се осъществява основно в клубовете, които имат ресурс за такава позиция. В останалите клубове по-скоро не се извършва процес по селекция или той е силно ограничен.**

**Разбираемо, че треньорите не могат да съчетават пълноценно длъжностите на треньор и скаут. Характеристиките на длъжността скаут предполагат много пътувания и посещаване на много футболни срещи, придружено от анализ на видеото. Един треньор трудно може да съчетава тези задължения със своята основна работа. В тази действителност камповете или кастингите се явяват алтернатива за извършване на селекционен процес. Дори в по-малките градове това е предпоставка за ефективна селекция, тъй като би привлякъл деца от още по-малките градове и селата в общината.**

**Въпрос 13** – отговори на въпрос „Кои качества са определящи за Вас при селекцията на деца?“



*Графика 11 – отговори на въпрос „Кои качества са определящи за Вас при селекцията на деца?“*

Над 70% от отговорилите смятат, че футболните качества са определящи при селекцията на деца. Това е важен показател за целите на труда, тъй като по време на футболните кампове се проявяват основно футболните качества на участниците, т.е. един камп може да служи, като база за оценка на футболните качества на много деца на едно място, в един и същ момент, което да доведе до предпоставка за селекция в по-добър клуб и респективно развитие на таланта.

**Въпрос 24** – отговори на въпрос „От 1 до 5, доколко бихте изпратили Ваш талантлив футболист на кастинг за по-голям клуб?“

*Таблица 23 – отговори на въпрос „От 1 до 5, доколко бихте изпратили Ваш талантлив футболист на кастинг за по-голям клуб?“*

Отговор	Честота	Процент
Никога	1	1.0
Почти никога	5	5.2
Понякога	34	35.4
Често	20	20.8
Винаги	36	37.5
Общо отговорили	96	100.0

Въпреки отчетливо изразените позиции на треньорите по въпросите 20, 21, 22 и 23, свързани за по-доброто развитие на футболистите в по-големите клубове, то на въпроса доколко бихте изпратили Ваш талантлив футболист на кастинг за по-голям клуб, се забелязва леко отстъпление и разминаване в позициите. 58.3% от треньорите биха го направили често (20.8%) и винаги (37.5%), докато 35.4% отговарят понякога. Въпреки това, може да се твърди, че треньорите са склонни да изпратят своите таланти на кастинг за по-голям клуб, което подкрепя тезата, че камповете могат да бъдат място/събитие, където да се наблюдават по-голям брой талантливи футболисти, които в последствие да продължат своето развитие в по-голям клуб.

- ii. **Анализ на анкетна карта с родители** – участват 85 родителя на деца участници в един или повече футболни кампове на ФК Интер Милано, организирани от сдружение „Бъдеще чрез спорт“ в България, в периода 2018-2021г.

**Въпрос 3** – отговори на въпрос „От колко години Вашето дете посещава организирани тренировки по футбол?“

*Таблица 25 – отговори на въпрос „От колко години Вашето дете посещава организирани тренировки по футбол?“*

<b>Период на организирани тренировъчни занимания по футбол?</b>	<b>Честота</b>	<b>Процент</b>
Не посещава организирани тренировки	3	3.5
По-малко от година	1	1.2
Между 1 и 3 години	16	18.8
Между 3 и 5 години	34	40.0
Между 5 и 10 години	28	32.9
Над 10 години	3	3.5
Общо отговорили	85	100.0

Над 90% от децата участници в камповете посещават организирани тренировъчни занимания по футбол, като 40% от всички деца правят това между 3 и 5 години, а други 32.9% между 5 и 10 години. Тези данни са показателни за това, че организираните кампове в България привличат деца, които сериозно се занимават с футбол и които вероятно имат желание да развият своите умения, а също и да покажат своите възможности пред чуждестранните треньори и други свои връстници.

**Въпрос 5** – отговори на въпрос „Клубът, в който тренира Вашето дете е:“

*Таблица 27 – отговори на въпрос „Клубът, в който тренира Вашето дете е:“*

<b>Шампионат, в който се състезава първият отбор на клуба?</b>	<b>Честота</b>	<b>Процент</b>
част от отбор в Първа лига	27	31.8
част от отбор в Втора лига	13	15.3
Няма мъжки отбор	38	44.7
Общо отговорили	78	91.8

Може да се твърди, че децата в камповете са поравно разпределени измежду професионални и непрофесионални клубове, като 44.7% са от клубове без мъжки отбор, към 47.1% от клубове с представителен отбор професионалния футбол на страната. Това показва, че камповете привличат участници от всякакъв тип школи.

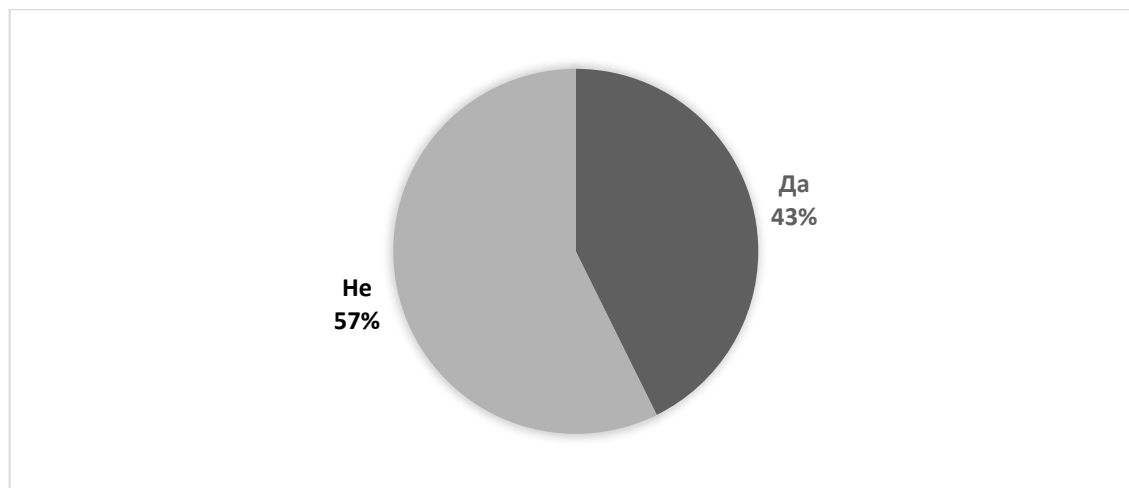
**Въпрос 6** – отговори на въпрос „Колко деца тренират в школата, в която тренира Вашето дете?“

*Таблица 28 – отговори на въпрос „Колко деца тренират в школата, в която тренира Вашето дете?“*

Брой деца	Честота	Процент
Под 50	12	14.1
Между 50 и 100 деца	19	22.4
Между 100 и 150 деца	20	23.5
Между 150 и 200 деца	15	17.6
Над 200 деца	16	18.8
Общо отговорили	82	96.5

Резултатите от таблица 29 потвърждават разнообразието на профила на младите футболистите, които камповете привличат. Това са деца от всякакъв тип школи от гледна точка на големината на школите.

**Въпрос 7** – отговори на въпрос „Преминавало ли е Вашето дете процес на селекция в някоя от школите, в които е тренирало?“



*Графика 15 – отговори на въпрос „Преминавало ли е Вашето дете процес на селекция в някоя от школите, в които е тренирало?“*

57% от децата не са преминавали през процес на селекция в никоя от школите, които са посещавали.



**Въпрос 8** – отговори на въпрос „През какъв процес на селекция и подбор е преминавало Вашето дете?“

*Таблица 31 – отговори на въпрос „През какъв процес на селекция и подбор е преминавало Вашето дете?“*

<b>Вид подбор</b>	<b>Брой</b>	<b>Процент</b>
Кастинг	18	21.4%
Скаутинг	8	9.5%
Препоръка от други специалисти	12	14.3%
Не е преминавал процес на селекция и подбор	46	54.8%
Общо отговорили	84	100.0%

Резултатите при допитването на родителите се различават значително от отговорите в анкетната карта с треньорите, въпрос 11. Треньорите посочват скаутинга за основен метод на селекция с 40%, докато в отговорите на родители това е кастинга с 21.4%.

Следващите три въпроса са свързани с футболния камп организиран от сдружение „Бъдеще чрез спорт“, съвместно с футболен клуб Интер (Милано).

**Въпрос 9** – отговори на въпрос „От 1 до 5, беше ли полезно участието на Вашето дете във футболния лагер организиран от сдружение „Бъдеще чрез спорт“ в емоционален аспект? - ако: 1 - не, 2 – по-скоро не, 3 - сравнително, 4 - по-скоро да, 5 - да;“

*Таблица 32 – отговори на въпрос „От 1 до 5, беше ли полезно участието на Вашето дете във футболния лагер организиран от сдружение „Бъдеще чрез спорт“ в емоционален аспект?“*

<b>Отговор</b>	<b>Честота</b>	<b>Процент</b>
По-скоро не	3	3.5
Сравнително	2	2.4
По-скоро да	13	15.3
Да	66	77.6
Общо отговорили	84	98.8

Над 90% от родителите участници в допитването определят участието в кампа като по-скоро полезно (77.6%) и полезно (15.3%) за тяхното дете в емоционален аспект. Тези данни показват утвърдително, че камповете са място с позитивна атмосфера, където децата получават положително емоции.

**Въпрос 10** – отговори на въпрос „От 1 до 5, беше ли полезно участието на Вашето дете във футболния лагер организиран от сдружение „Бъдеще чрез спорт“ в социален аспект? - ако: 1 - не, 2 – по-скоро не, 3 - сравнително, 4 - по-скоро да, 5 - да;“

*Таблица 33 – отговори на въпрос „От 1 до 5, беше ли полезно участието на Вашето дете във футболния лагер организиран от сдружение „Бъдеще чрез спорт“ в социален аспект?*

Отговор	Честота	Процент
По-скоро не	6	7.1
Сравнително	7	8.2
По-скоро да	17	20.0
Да	54	63.5
Общо отговорили	84	98.8

Над 80% от родителите участници в допитването определят участието в кампа като полезно (63.5%) и по-скоро полезно (20%) и за тяхното дете в социален аспект. От резултатите би могло да се разтълкува, че камповете са място, където участниците подобряват своите социални умения, чрез общуване с много нови свои връстници, както и с нови треньори. За един бъдещ професионален футболист това е от изключително значение, предвид сравнително честата смяна на клубовете, за които един футболист се състезава.

**Въпрос 11** – отговори на въпрос „От 1 до 5, беше ли полезно участието на Вашето дете във футболния лагер организиран от сдружение „Бъдеще чрез спорт“ в футболен аспект? - ако: 1 - не, 2 – по-скоро не, 3 - сравнително, 4 - по-скоро да, 5 - да;“

*Таблица 34 – отговори на въпрос „От 1 до 5, беше ли полезно участието на Вашето дете във футболния лагер организиран от сдружение „Бъдеще чрез спорт“ в футболен аспект?*

Отговор	Честота	Процент
Не	1	1.2
По-скоро не	5	5.9
Сравнително	6	7.1
По-скоро да	19	22.4
Да	50	58.8
Общо отговорили	81	95.3

Отново над 80% от родителите участници в допитването определят участието в кампа като полезно (58.8%) и по-скоро полезно (22.4%) и за тяхното дете в футболен аспект. Това е висока оценка предвид кратката продължителност на събитието от едва пет дни. Има редица фактори допринасящи за тези резултата, като затворената система на кампа (лагерен характер на събитието), двуразовите тренировки, високата квалификация на треньорите, както и положителната атмосфера по време на цялото събитие.

**Въпрос 12** – отговори на въпрос „От 1 до 5, доколко един такъв футболен лагер може да бъде полезен за футболното развитие на едно дете? - ако: 1 - не, 2 – по-скоро не, 3 - сравнително, 4 - по-скоро да, 5 - да;“

Таблица 35 – отговори на въпрос „От 1 до 5, доколко един такъв футболен лагер може да бъде полезен за футболното развитие на едно дете?

Отговор	Честота	Процент
По-скоро не	2	2.4
Сравнително	11	12.9
По-скоро да	24	28.2
Да	47	55.3
Общо отговорили	84	98.8

Над 80% от родителите считат, че определят камповете като полезно (55.3%) и по-скоро полезно (28.2%) и за футболното развитие на едно дете. Това е висока оценка за камповете, при това от родители, които искат децата им да станат професионални футболисти, както става ясно от резултати на въпрос 13 в анкетната карта с родителите.

**Въпрос 13** – отговори на въпрос „От 1 до 5, доколко бихте искали Вашето дете да стане професионален футболист? - ако: 1 - не, 2 – по-скоро не, 3 - сравнително, 4 - по-скоро да, 5 - да;“

Таблица 36 – отговори на въпрос „От 1 до 5, доколко бихте искали Вашето дете да стане професионален футболист?

Отговор	Честота	Процент
Не	6	7.1
По-скоро не	2	2.4
Сравнително	15	17.6
По-скоро да	26	30.6
Да	35	41.2
Общо отговорили	84	98.8

Над 40% (41.2) отговарят с категорично „да“ на въпроса „Доколко бихте искали Вашето дете да стане професионален футболист?“, а още 30% отговарят с по-скоро да на същия въпрос. Тези резултати показват,

че в камповете участват деца, които се занимават с футбол сериозно и с амбиция за професионален футбол.

От резултатите може да се съди, че родителите са заинтересовани от футболното развитие на своите деца. Тези родители в повечето случаи са запознати с подробности относно футбола в детско-юношеските школи и биха могли да оценят подобаващо един тренировъчен процес, което от своя страна би затвърдило тяхното положително мнение и висока оценка за камповете.

**Въпрос 21** – отговори на въпрос „От 1 до 5, доколко бихте изпратили Вашето дете на кастинг за по-голям клуб? – ако: 1 - никога, 2 – почти никога, 3 - понякога, 4 - често, 5 - винаги;“

*Таблица 44 – отговори на въпрос „От 1 до 5, доколко бихте изпратили Вашето дете на кастинг за по-голям клуб?“*

<b>Отговор</b>	<b>Честота</b>	<b>Процент</b>
Никога	2	2.4
Почти никога	3	3.5
Понякога	11	12.9
Често	21	24.7
Винаги	47	55.3
Общо отговорили	84	98.8

80% от родителите биха изпратили своето дете на кастинг за по-голям клуб (често-24.7%, винаги-55.3%). При треньорите тези проценти са значително по-малки – 58.3% (често-20.8%, винаги-37.5%).

Изводите, които могат да се направят от сравнението на мненията на родители и треньори е, че и двете групи генерално смятат, че по-големия клуб със своите по-големи ресурси, по-добра материална база, по-конкурентна среда и евентуално с наличието на затворен кампус

представлява по-добра среда за развитие на талантиливи футболисти. И докато 80% от родителите биха изпратили своето дете на кастинг в такъв клуб, то само 58% от треньорите са склонни да направят това.

Все пак тези данни са предпоставка за клубовете да обмислят по-сериозно организирането на кастинг за привличане на деца таланти и това е възможно да се случи на много нива, тъй като ако грандовете в Европа правят кампове в цял свят, то българските грандове могат да правят кампове на национално ниво, големите областните клубове на ниво област, а общинските на ниво община. По-този начин ще се осигури селектиране на деца от всички населени места, включително и от по-малките такива.

### **3. Модел за мениджмънт на футболен камп**

Във фигура 8 е представен модел за мениджмънт на футболен камп в партньорство с футболен клуб от типа „Глобален бранд“. Моделът стъпва на концепцията за съвместно създаване полезна стойност (Vargo & Lusch, 2004) (Vargo, 2008), като в горната част на графиката са позиционирани организаторите, които чрез интегриране на своите ресурси предоставят кампа като платформа създаване на полезна стойност, а от в долната част са потребителите на услугата – деца, родители, местни и регионални клубове, които чрез интегриране на своите ресурси в кампа успяват да допринесат за изграждането на стойността ѝ.

В средата на модела е позициониран кампа като платформа за създаване на полезна стойност за заинтересованите страни, заедно с всички ползи и връзки (стойностната мрежа), които предоставя и осъществява между организаторите от една страна и потребителите от друга.

## 1. Основен организатор

Основният организатор на футболен камп е местна организация, която може да бъде както НПО (футболен клуб или друга неправителствена организация), така и търговско дружество. На база проведеното изследване се забелязва, че при организираните в България кампове в партньорство с чуждестранен клуб, местната организация е и от двата вида – сдружение „Бъдеще чрез спорт“ организира Интер Академи Камп, а Доминант Спорт Груп ЕООД е организатор на Милан Джуниър Камп.

В повечето кампове в партньорство с чуждестранен клуб, местната организация отговаря за процесите по маркетинг и продажби на събитието, администрация и финанси, а също и за привличането на спонсори и партньори.

Когато се говори за селекционни кампове или пърформанс кампове, организатора отговаря и за спортно-техническата част от мениджмънта. Както е в селекционните лагери на БФС.

## 2. Футболен клуб – Глобален бранд

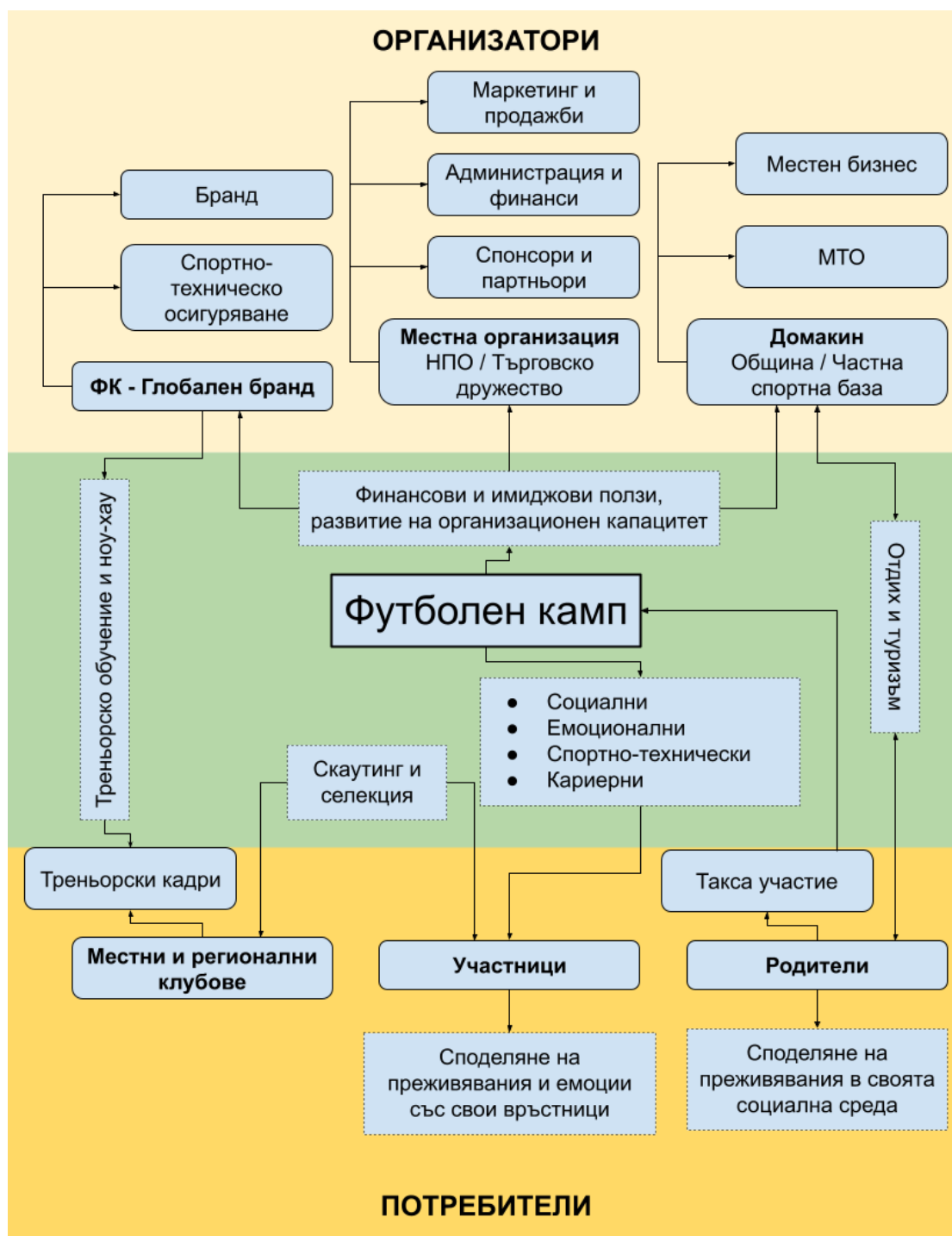
Друг участник в организационния процес е футболния клуб от типа Глобален бранд, предоставящ най-вече правата за провеждането събитието (бранда), както и спортно-техническото осигуряване – методика и тренинги.

Включват се и други по-малки приноси, като реклама по клубните канали, рекламни материали, организационни материали, както награди и клубни сувенири.

Футболният клуб, който предоставя бранда получава своите имиджови и финансови ползи, както и възможността да развие своя бранд на чужд пазар. Кампът може да доведе до откриване на академия или колаборация с местни футболни клубове, на които да се предоставят

други услуги. В допълнение кампът дава възможност на феновете на клуба да имат по-близък досег и да затвърдят своите пристрастия.

Същевременно събитието успява да създаде нови фенове сред най-малките участници, при които клубните пристрастия все още не са силно затвърдени (Николов, 2022).



Фигура 8 - Модел за мениджмънт на футболен камп в партньорство с ФК "Глобален бранд"



### 3. Домакин на събитието

Домакинът на събитието е друг важен субект в организацията на камповете. Това може да бъде община, каквито са общините Бяла, Дряново, Панагюрище, Несебър, Стара Загора и др., домакини на съответно на камповете Интер Академи Камп, Милан Джуниър Камп, Ювентус Джуниър Камп, както и частни спортни бази, каквато е комплекс „Царско Село“, домакин на първия Милан Джуниър Камп, както и FCBescola (Интер Академи Камп, 2021) (Milan Academy Junior Camp, 2021).

Домакинът подsigурява преди всичко спортния комплекс, на който се провежда кампа, но същевременно допринася и с други важни организационни дейности, като медицинското подsigуряване, безопасност и охрана, промотиране на събитието пред регионален и местен бизнес (Николов, 2022).

Домакинът на събитието успява да получи своите дълготрайни ползи и чрез развиване на отдиx и туризъм. Както вече беше отбелязано, в много случаи в България общината е сред субектите на организация на събитието най-вече поради факта, че спортната база, на която се провежда кампа е общинска. Камповете са общинско по размери събитие, което все пак привлича участниците и от други общини и населени места. По данни на сдружение „Бъдеще чрез спорт“ в Интер Академи Камп 2021 са участвали деца от 13 области на България, както и такива от Германия, Русия и Франция. Камповете обикновено се организират в курортни локации, което е предпоставка за развиване на туризма на общината домакин. Голяма част от родителите придружават децата си по време на събитието, като от своя страна те също допринасят за икономиката на общината посредством разходите, които правят по време на лагера. Това се явява реклама за общината и местните

организации, които имат възможност да популяризират своите силни страни, постижения, новости и забележителности (Николов, 2022).

Организаторите на камповете се различават като брой в зависимост от вида камп. При камповете в партньорство с глобален бранд, те са най-често два, а именно клубът предоставящ продукта и местния партньор, който поема организацията на събитието. В случай, че кампа е от вида пърформанс камп или е селекционен, тип кастинг, то основния субект може да бъде само организацията, която реализира проекта.

#### 4. Участници

Участниците са основните потребители на услугата. Организаторите влияят на техните физически и емоционални нужди, като се стремят да отговорят на техните изисквания и очаквания. Удовлетвореността от участието в кампа е предпоставка за повторното участие. Децата споделят своите преживявания, чувства и емоции със своите родители и приятели. От съществена важност се оказва участниците да си тръгнат с положителни емоции от кампа, тъй като това е предпоставка те да споделят преживяването пред своите приятели, това ще генерира интереса към събитието на други деца, които ще пожелаят да участват в следващото издание. Колкото повече са участниците от минали издания и тези, които се привличат без реклама, толкова събитието е успешно, покрива очакванията на участниците и бива препоръчвано на други деца и родители. Препоръката е сред основните фактори за утвърждаването и развитието на събитието. Респективно означава и по-малко разходи за реклама, както и възможност за повишаване на цената за участие (Николов, 2022).

## 5. Родители

Родителите са основния източник на приходи, тъй като те заплащат паричната стойност за участието на своите деца. Организаторите влияят на родителите посредством маркетинг стратегията и похватите, които използват, за да спечелят тяхното доверие и да ги привлекат като потребители на услугата.

В следствие и с провеждането на самият камп, тяхната удовлетвореност и впечатления от нивото на организация, посредством лично наблюдения и/или обратна връзка от детето е от ключово значение за повторно участие в събитието. Родителите, които присъстват на тренировките също преживяват събитието, добиват представа за организацията и изпитват емоции заедно с участниците. Те също могат да препоръчат събитието на свои приятели, което води до разширяване обхвата на бранда.

## 6. Местни и регионални клубове

Местните и регионални клубове са част от непреките участници в камповете. Те имат своята съществена роля в реализирането на събитието в две основни направления.

Първо, голяма част от децата участници в камповете са част от тези клубове, т.е. клубовете косвено осигуряват участниците в камповете. Тези деца получават едно допълнително обучение, което повишава техните футболни качества – тръвдение на база анкетна карта с родители, според която над 80% от родителите участници в допитването определят участието в камп като полезно (58.8%) и по-скоро полезно (22.4%) и за тяхното дете в футболен аспект.

Второ, българските треньори участващи в камповете отново идват от страна на местните клубове. Те от своя страна добиват и обменят опит с главните треньори в събитието. Същевременно, в част от футболните

кампове организирани в България под бранда на чуждестранни клубове се организират обучителни срещи между трениорите от чуждестранния клуб и български трениори (Николов, 2022) (Интер Академи Камп, 2021).

В обобщение, клубовете са бенефициенти от реализирантите кампове посредством своите деца и юноши, както и своите трениори, които участват в лагерите. Същевременно, те могат извършват скаутинг на деца таланти, които в последствие да бъдат селектирани.

## 7. Партньори

### а. Хотелска част

На база събраната информация става ясно, че камповете събират на едно място участници от различни населени места, което предполага организация по тяхното настаняване. Лагерният характер на събитието прави хотелската част съществена част от групата на партньорите. Доброто хотелско настаняване и изхранване се откроява, като един от основните фактори за удовлетвореността на участниците. Този елемент на организация е с основна важност за родителите на участниците (Николов, 2022). Всички кампове реализирани в партньорство с чуждестранни футболни клубове предлагат настаняване в промоираните пакети за участие (Интер Академи Камп, 2021) (Milan Academy Junior Camp, 2021).

### б. Други партньори

Това са всички останали организации, които по някакъв начин допринасят за по-добрата организация и имидж на събитието. Като спортно събитие и камповете предизвикват интереса и подкрепата на бизнеса. Въпреки малкия характер на събитието, то има своите силни страни в процеса на намиране на спонсори и партньори.

Когато се разглеждат кампове, които се организират под патронажа на клуб от типа глобален бранд, то спонсори и партньори могат да бъдат:

1. Компании, които са официални спонсори на клуба
2. Компании, които искат да се обвържат с бранда на събитието
3. Местни фирми и организации

#### 8. Медии

### **Приложение на модела според концепцията на кампа**

Приложението на този модел може да бъде реализирано в няколко основни концептуални направления. В таблица 45 е представена матрица включваща основните класификации, критерии и характеристиките на футболните кампове. Матрицата може да бъде използвана от организации с интерес към реализирането на подобен тип събития. Таблицата представя нагледно единадесет критерия, по които си приличат и различават основните видове кампове и може да бъде полезна при избор на концепция за организиране на футболен лагер, така и създаване на нова вид камп, комбиниращ характеристики и особености от различните представени концепции.

Заедно с матрицата може да се използва и концептуалния модел на Нуфер (Nufer, 2002), представен в първа глава, точка 4.

Таблица 45 - Матрица на футболните кампове

<b>Концепция</b>	<b>Камп в партньорство с ФК – Глобален бранд* (IAC, MJC и др.*)</b>	<b>Селекционен камп тип кастинг** (БФС, RTC, FCV**)</b>	<b>Пърформанс камп (FiveStar и др. ***)</b>
<b>Организатори</b>	Два или повече	Един или повече	Един или повече
<b>Бранд</b>	Чужд	Собствен	Собствен
<b>Основна цел</b>	Grassroots	Селекция	Развиване на качества
<b>Спортна база</b>	Частна/ Общинска/ Клубна	Частна / Общинска	Частна/ Общинска
<b>Треньори</b>	Клубни	Селектирани (външни)	Селектирани (външни)
<b>Подбор на участниците</b>	На свободен принцип	Селектирани	Селектирани / На свободен принцип
<b>Възрастов диапазон на участниците</b>	Голям	Малък	Голям /Малък
<b>Ниво на маркетинг</b>	Високо	Ниско	Средно / Високо
<b>Спонсори</b>	Да	Не	Да
<b>Приходи от такси</b>	Да	Не	Да

\* Inter Academy Camp, Milan Junior Camp, FCB Escola и др.

\*\* Регионални селекционни лагери на БФС; Regional Talent Camps в Англия;

\*\*\* Five Star Basketball Camp; Stage Bosquier и др.

## **ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ**

### **1. Изводи**

От направените проучвания и анализ може да се направят следните изводи, насочени спрямо задачите на изследването:

1. Концептуалната рамка за съвместно създаване на полезна стойност отлично кореспондира с организацията и провеждането на футболни лагери (кампове). От проучванията става ясно, че всички описани участници (заинтересовани страни) допринасят за изграждането и успешното реализиране на този тип продукт чрез интегриране на своите ресурси.

2. Направените проучвания на литературни източници и чуждия опит в провеждането на футболни лагери/кампове разкриват като основни характеристики и добри практики провеждането им под ръководството на висококвалифицирани треньори; включването на участниците в разнородни състави и изграждане на нови социални взаимоотношения; високата степен на ангажираност с ежедневието на състезателите, както в спортно-подготвителните им занимания на терена, така и извън тях. Възможните форми на организация включват:

- Сътрудничество с клубове, които са глобални брандове, което допринася за позиционирането на нови пазари, за привличането на повече интерес и за по-голям брой участници от по-ниски възрасти.
- Кампове под собствен бранд на национални или регионални футболни асоциации, съюзи или клубове с цел селекция на

футболисти, при които възрастовия диапазон на участниците е по-конкретен и ограничен.

- Кампове под собствен бранд с цел повишаване на уменията и качествата на състезателите, организирани от една или няколко организации, често с търговска цел.

3. Детско-юношеските школи в България не разполагат с достатъчно добра материална база (затворени кампуси, терени, съоръжения, пособия), което води до по-трудното развиване и реализиране на футболните таланти. В допълнение, тренинзите в школите в България са по-слабо подготвени от тези в чужбина, мнение подкрепено в анкетната карта с тренинзите.

От направеното проучване описано детайлно в трета глава става ясно, че в клубовете масово няма длъжност, която се занимава само със скаутинг. В същото време, в голяма част от клубовете няма конкретен метод на селекция, разчита се децата сами да пожелаят да станат част от школата и се приема всеки желаещ.

Все пак трябва да се отбележи, че у нас се провеждат отделни инициативи на футболни кампове в сътрудничество с клубове - глобален бранд, като най-активни са били годините 2018-2019, в които са се провеждали по четири лагера в годината.

От друга страна БФС също реализира селекционни лагери по програма, която води началото си от 2013 година и е актуализирана през годините. Програмата е насочена към прилагане на централизирана методика на подготовка, обучение и развитие на таланти, в която лагерите заемат съществена роля.



4. Погледнати през призмата на спортни събития, камповете постигат своите социални ефекти чрез създаване на по-добри социални контакти и подпомагане на процеса на развитие на социална и емоционална сплотеност между децата. Летните лагери разгледани в контекста на извънучилищна дейност могат да покажат няколко от характеристиките на програмите за положително развитие на младежите. Това развитие се изразява в подобряване на техните социални умения, повишаване на мотивацията, чрез положителна емция, а също и подобряване на техните футболни качества при наличието на добра тренировъчна програма и високо-квалифициран треньорски екип. Камповете поставят децата в изключително благоприятна ситуация, която наподобява ситуация, в която си част от чуждестранна академия.

5. На базата на всички направени проучвания и придобития опит в провеждането на футболни кампове е предложен модел, в който са отразени основните ангажирани лица и организации, и взаимодействията между тях. Футболният камп се явява среда за осъществяване на специфични взаимодействия, които произтичат от самото събитие като програма и организация, както и косвено - като съпътстващи дейности и взаимодействия между отделните ключови групи хора и организации.

## **2. Препоръки**

Препоръките, които са отправени, се основават на направените проучвания и изводи:

1. Българските футболни клубове да организират кампове тип кастинг, чрез които да селектират таланти, по примера на клубовете от

Западна Европа. Българските грандове могат да правят кампове на национално ниво, големите областните клубове на ниво област, а общинските на ниво община. По-този начин ще се осигури селектиране на деца от всички населени места, включително и от по-малките такива. Това до известна степен ще компенсира слабо развитото скаутско звено в повечето клубове и ще се достигне до по-голям брой футболисти. В същото време по-малките клубове могат да изпращат свои таланти на кастингите на по-големите клубове, за да спомогнат тяхното развитие.

2. Организациите, които проявяват интерес към провеждането на подобен тип събития да изпозват предложения модел за мениджмънт на футболни лагери/кампове, като сключат договори за ползването на бранда на някой от световните футболни грандове, което ще подобри възможностите за повишаване на публичността и интереса към събитието.

Препоръчва се прилагането на подход, който цели по-добре взаимодействие на заинтересованите страни, съобразен с концептуалната рамка за съвместно създаване на стойност, което би довело до по-голяма удовлетвореност на всички участници и успешното реализиране на събития от този тип. Допълнително това би могло да допринесе и за по-голям интерес от спонсори, както и по-голяма сила на преговаряне при договаряне на база, настаняване и други ресурси, необходими за провеждане на събитието.

3. Българският футболен съюз да използва направените проучвания и анализи в труда, за да оптимизира организирането на националните селекционни футболни лагери, в които да извършва обучение по национална методика, както и да събира информация за талантите в страната. По този начин ще се изгради база данни с

информация за голям брой талатниви деца, които да бъдат наблюдавани и подпомагани в тяхното развитие. Това ще допринесе да се намали броя на изгубени таланти, което от своя страна ще повиши нивото на футбола в България.

### **3. Приноси на научния труд**

1. Изведени са основните характеристики и особености на основните аспекти на идентифицирането и развитието на таланти в спорта.

2. Създаден и детайлно описан теоретичен модел на мениджмънта на футболни лагери (кампове) за развитие на таланти.

3. Резултатите от изследванията и анализа ще помогнат за реализиране на повече подобни събития, както и за по-доброто идентифициране и развитие на футболни таланти.



**NATIONAL SPORTS ACADEMY "VASIL LEVSKI"**  
**DEPARTMENT OF MANAGEMENT AND HISTORY OF SPORT**

**GEORGI ANGELOV**

**MANAGEMENT OF FOOTBALL CAMPS FOR TALENT**  
**DEVELOPMENT**

**ABSTRACT**

**Sofia, 2023**

**NATIONAL SPORTS ACADEMY  
"WASIL LEVSKY"**

**DEPARTMENT OF MANAGEMENT AND HISTORY OF SPORT**

**GEORGI ANGELOV**

**MANAGEMENT OF FOOTBALL CAMPS FOR TALENT  
DEVELOPMENT**

**ABSTRACT**

**dissertation for the award of the educational and scientific degree  
"DOCTOR" in the professional field 7.6. Theory and Methodology of  
Sports Science**

**Supervisor:  
Assoc. Prof. Ivan Slavchev, Ph.**

**Sofia, 2023**

*The dissertation was discussed and directed for official defense by the extended composition of the scientific collegium of the Department of Management and History of Sport of the National Sports Academy "Vasil Levski" on 04.05.2022.*

*The dissertation contains 208 pages. It is illustrated with 45 tables, 8 figures and 15 graphs. The bibliography includes a total of 137 sources, including 31 in Bulgarian, 105 in English and one in Russian.*

*The public defense of the dissertation will take place on 20.09.2023 at the National Academy of Sciences "Vasil Levski".*

## INTRODUCTION

In a world with increasing amounts of money spent on transfers of football players, the word talent is becoming more and more important. The global interest and increased competitiveness of the sport has led to elite clubs scouting around the world for the best players and players with the potential to become the best (Pruna et. al., 2018).

Good players are not created overnight, on the contrary, natural talent and ability must be maintained and developed for players to reach their potential. The processes that shape the success of athletes in any sport are determined by the player's response to the multiple environmental interactions and stimuli that they encounter every day. Talent identification is a key area in sport development.

On the other hand, the development of football worldwide, the increasing popularity, globalization and commercialization of the sport has led to the emergence of various products and services that major football clubs have started to offer. One of these products is private children's football camps - camps.

This paper will attempt to demonstrate, by combining different methods, techniques and approaches, a new model for identifying and developing football talent. Attention will be paid to increasingly relevant concepts in football such as identity, values, content and emotion. It will try, through arguments, to prove how private children's football camps, can be talent development centres.

## FIRST CHAPTER

### LITERATURE REVIEW AND PROBLEM STATEMENT

The literature analysis of the study is presented in several paragraphs dealing with the main aspects of the studied issues.

In paragraph **I.1. Methodological, theoretical and applied aspects in football talent development**, the main aspects in football talent development are discussed, starting with the clarification of the term and its specificities, and continuing with the analysis of the identification and selection processes, the factors of football talent development, the importance of the transition from youth to professional football, and the role of scouting in talent development.

Paragraph **I.1.i. Clarification of the term talent and its specifics** contributes to a better understanding of the specifics of talent, what it is, and how it can be more specifically recognised and defined. Also the importance and need to pay particular attention to it and its need for a different training.

In paragraph **I.1.ii. Identifying and Selecting Football Talent**, the processes of identifying and selecting talented children and young people in football are described, which contributes to clarifying the specificities and complexities of these processes, and at the same time will support the thesis that football camps can be part of the process of identifying, developing and selecting talented football players.

In **I.1.iii. Factors in the development of soccer talent**, sociological factors are presented in more depth: (1) hours of practice; (2) coach-child relationships; (3) parental support; and (4) education.



Paragraph **I.1.iv. The importance of the transition from youth to professional football in the 16-19 period** considers external environmental factors as integral to talent development and the influence they exert.

In **I.1.v. Scouting and its role in football talent development**, the importance of scouting in the processes of football talent identification and career development is examined.

Section **I.2. Applied aspects of football camps** examines the history and reasons for the emergence of camps. The main types of camps and some implemented best practices are presented, as well as the positive impact of sports camps on youth development.

Section **I.3. Camps in Bulgaria** discusses mainly the camps organized in the country under the brand of clubs from Western Europe, as well as the selection camps organized by the Bulgarian Football Union.

In section **I.4. Sport camps as a platform for value co-creation**, Vargo & Lusch's concept of Value Co-Creation is presented, as well as the interpretation through the conceptual sport framework of Woratschek, Horbel & Popp, which forms the basis of the theoretical setting for the representation of camps as a platform for value co-creation. Stakeholders, the strategic objectives of camps to identify players and enter new markets, marketing mix theory, and the planning, implementation, control and risk management functions of sport events are also presented.

As a result of the literature review, we found that selection is a complex and subjective process without clear and concrete dimensions. For this reason, the more professionals observe a large number of talented children, the less talent will be missed and therefore lost to sport.

The football camps are a relatively new product, which has managed to gather more and more audience and participants. This type of sporting event cannot claim to be a major factor in the identification and selection of

child talent, but with proper management their place in this field can be increasingly pronounced.

## **SECOND CHAPTER**

### **RESEARCH METHODOLOGY**

As a result of the literature review, the research problem and opportunities for achieving desired outcomes in the management of football talent development camps emerged.

#### **1. Scientific problem**

Literature analysis shows a growth in interest and use of football camps/camps in a number of countries and in various forms. On the other hand, research has not paid enough attention to this type of events.

The potential of football camps, as revealed by the information analysed so far, is not fully recognised by the football community in Bulgaria. There is a lag behind in terms of the use of modern and modernist methods for the detection and identification of talented football players, as well as an inability to develop them in the long term due to the lack of a clear methodology on the one hand and insufficient resources - financial, material and human on the other.

There is no dedicated research looking at football camps as a means of talent selection and development, and as a type of sporting event with all its attendant characteristics.

## **2. Hypothesis**

Preliminary research and practical experience gathered indicate the need for a comprehensive study of football camp management. Such a study would reveal the positive and negative aspects of these events, while creating an exemplary model for the implementation and management of football camps would contribute to the potential development of talented young football players.

We hypothesize that such a model would assist sport event managers as well as football club management in developing successful practical tools to increase the amount of successfully realized football talent in the country.

In our opinion, the expected results resulting from the scientific approach used on the management of football camps could serve to raise the level of work in children and youth football in Bulgaria, which in turn would contribute to increasing the quality in the realization of talented young football players.

## **3. Area, subject and object of study**

**Area of research** - sport management and sport events.

**Subject of the study** - organizational characteristics of football camps for talent development.

### **Object of study**

1. Three editions of the football camps (camps) Inter Academy Camp held in the town of. Byala, Varna region.
  - Three editions of the football camps Inter Academy Camp held in the town of. Byala, Varna region.

- Inter Academy Camp 2019, including 111 participants aged between 5 and 17.
- Inter Academy Camp 2021, involving 105 children aged between 6 and 16.

2. Football coaches - 96 football coaches aged between 20 and 60, of which three with UEFA Pro license, 37 with UEFA A license, 26 with UEFA B license, 18 with UEFA C license, 12 without license.

3. Parents - 85 parents of Inter Academy Camp participants, including one under the age of 30, 24 between the ages of 30 and 39, 51 between the ages of 40 and 49, 8 between the ages of 50 and 59, and one over the age of 60.

#### **4. Aim and objectives**

**Aim** - to uncover and explore key features of the organisation and management of football camps through the lens of the process of value co-creation between a combination of stakeholders.

#### **Objectives**

1. To analyze the conceptual foundations and practical application of the theory of value co-creation.
2. Examine international experiences and uncover best practices in the organisation and management of sports camps (camps), in particular football camps, and explore their role in developing talented children and adolescents and/or positioning them in new markets.
3. Examine current organisational processes, methodologies and practices for managing and realising talented football players in Bulgaria.
4. To reveal the marketing and managerial aspects of football camps beyond their sporting, technical and competitive objectives.

5. To propose an optimized model of organization and management of soccer camps for the development of talented soccer players.

## **5. Research methods**

### *1. Literature review and analysis*

Literature review and analysis is a research method that involves a systematic review and analysis of existing scientific literature on a particular topic or research question. The method is often used to identify research gaps, summarize claims, and establish the state of information on a particular topic. Literature review can be performed using a variety of methods, such as keyword searches of academic databases, citation tracking, etc. (Cooper, 1998).

A total of 137 sources were examined, including 31 in Bulgarian, 105 in English and one in Russian. Through these, key theoretical aspects of talent realisation were uncovered, as well as football camp management and links to disciplines such as marketing, human resource management and risk management. Different models of football camp management as a means of talent development were identified and described.

### *2. Content analysis of documentary sources*

Content analysis is a research method that involves systematically analysing the content of written or visual materials, such as texts, images or videos. This method is often used to identify patterns, themes or discourses within the material being analysed. Content analysis of documents can be performed using a variety of techniques, such as coding, categorizing, and quantifying content (Krippendorff, 2013).

Documents related to the organisation and administration of football camps were studied, through which key aspects related to the successful

implementation of this type of event were revealed, in terms of interaction with partners, subcontractors, institutions, users and target groups, personnel management, etc.

### *3. Embodied observation*

Embodied observation, is a research method in which the researcher engages with the context or setting being studied to gain a deep first-person understanding of the social or cultural dynamics. This may involve a variety of techniques such as interviews, observation and participation in the activities of the group being studied (Spradley, 1980).

As part of the organisation of the football camps described in the object of study held in Bulgaria, observation and analysis of the events was carried out, through which key moments and aspects in management and successful implementation were highlighted.

### *4. Case-study analysis*

Case study analysis is a research method that involves an in-depth study of a specific individual, group, organization, or phenomenon. This method is often used in qualitative research and can incorporate a variety of data sources such as interviews, observations, and documents to provide a detailed understanding of the subject under study (Yin, 2014).

It has been applied to the study of practical experiences at home and abroad regarding the implementation of football camps, camp-type. This includes the analysis of different types of camps, in terms of the structure, as well as the functions, and activities of the subjects, and objects.

### *5. Survey*

A survey is a research method that involves using a structured set of questions to gather information from a sample of individuals. This method is often used

in quantitative research and can be administered through a variety of means, such as online surveys, telephone interviews, or paper questionnaires (Dillman, Smyth, & Christian, 2014).

- Survey of coaches - based on their experience in the coaching profession, the coaches described in the object of the study were asked to complete a questionnaire containing 24 items focused on the identification, selection, and development of talented adolescent soccer players, as well as other factors related to the current topic.
- Parent survey - a questionnaire with 21 questions was prepared and provided to parents of children who participated in the organized and observed football camps. The questionnaire addressed topics related to motivation for participation, expected outcomes and benefits, and the development of talented adolescent soccer players from the parents' perspective.

## *6. Modelling*

Management modelling is a research method that involves the creation of models or frameworks to analyse and optimise strategies, processes or management systems. This method is commonly used in business and management research and can involve the use of a variety of techniques. (Stermann, 2000)

Through the method, an optimised model for running football camps has been constructed and presented in detail in the analysis of research results chapter.

## *7. Statistical methods*

In the present paper, statistical methods were used to analyze the results of the survey among coaches and parents, the main methods applied were frequency analysis for the distribution of responses to individual questions and analysis of variance to establish indicators of mean and range for questions containing parametric data.

## **6. Limitations of the study**

The study did not include Italian coaches from Inter Milan football club due to confidentiality agreements and the inability to share information that could be interpreted as sensitive.

Children who participated in the camps were also not included among the study subjects, as their age was largely considered inappropriate for inclusion in the study. An additional argument in this sense is that it is in fact their parents who make the decisions about sports activities.

## **7. Organisation of the study**

The study was implemented according to a pre-designed program during the period 06.2018 - 03.2023, including three phases:

**First stage** (06.2018 - 06.2020) - Literature survey and analysis. Problem formulation. Definition of the field, subject and object of study. Formulation of working hypothesis, aim and objectives of the research. Design of the research methodology. Conducting included observations.

**Second stage** (07.2020 -12.2021) - Conduct the main research. Processing and analysis of the study results. Complementing the literature review with scientific and methodological literature.

**Third stage** (01.2022 - 03.2023) - Final completion of the applied research. Development of a management model for football talent



development camps. Completion and technical design of the thesis for discussion in the Department of Sport Management and History.

## **THIRD CHAPTER**

### **ANALYSIS OF RESEARCH RESULTS**

#### **1. Tracking and describing the process of implementing a football camp**

The study covers the implementation of three football camps of the Inter Academia Camp project, organized by Inter Milan Football Club and Future through Sport Association, Sofia, Bulgaria, in the period from November 2018 to November 2021 and includes:

- ✓ **History, resources, capacity of the Future through Sport Association**
- ✓ **Inter Academy Camp Bulgaria - description of the event and all activities for its realization**

##### **i. Planning**

1. Preparation and approval of a concept - idea, sports facility, club carrier.
2. Definition of organizing committee and structure
3. Preparation and approval of organizational plan

##### **ii. Organizing**

1. Identification of partners and administrative assistants - legal and financial and accounting support.
2. Contracts

- a. with a partner club - FC Inter
  - b. with the Municipality of Byala
  - c. with hotel complex
  - d. with the parents of the participants
  - e. sponsorship agreements
- 3. Organisation of communication processes
- 4. Budgeting and pricing - budgeting and pricing are directly related.
- 5. Marketing, advertising and public relations
- 6. Enrollment and communication with parents
- 7. Communication with the host club
- 8. Staff
  - a. Pre-event activities - hotel accommodation, preparation of food menu, branding of the sports complex, welcoming the coaches, distribution of equipment, coordination of training program.

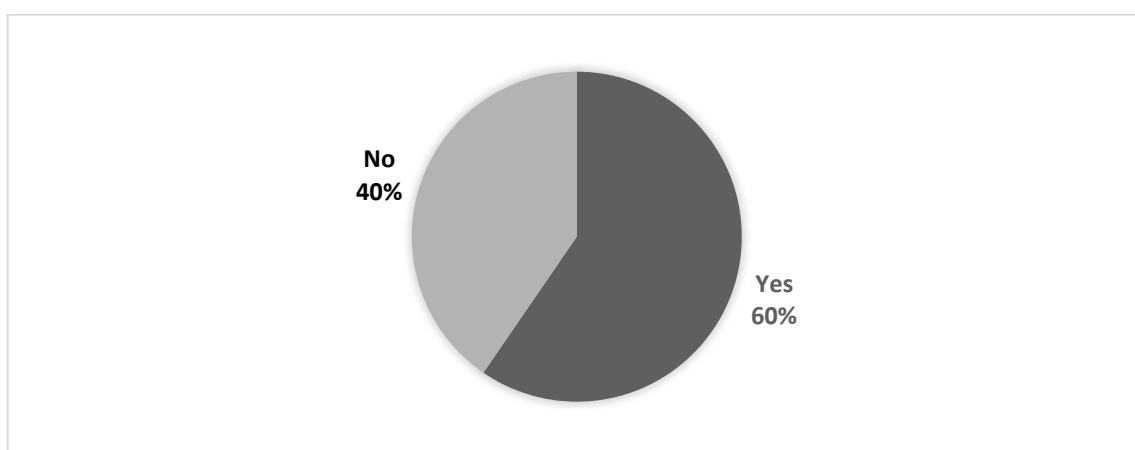
### **iii. Implementation**

- 1. Opening of the campaign
  - a. Daily programme - Training programme, meals, cultural and entertainment programme, logistics, free time
- 2. Closing of the event
- 3. Closure of the event

## 2. Analysis of surveys with coaches and parents

- i. **Analysis of a questionnaire with coaches** - 96 coaches, aged between 20 and 60, from 17 locations in Bulgaria and 3 locations outside the country participated in the questionnaire.

**Question 10** - answer the question "Do you have a regular (annual) player selection process for your team?"



*Chart 9 - answers to the question "Do you have a regular (annual) player selection process for your team?"*

Exactly 60% of the respondents carry out a regular selection process which is a good basis for the purpose of the study. The fact that more than 40% of the respondents do not carry out a regular player selection process may indicate a host of problems ranging from lack of resources, to lack of knowledge of carrying out selection and the need for such.

**Question 11** - answer the question "What is the main selection method you use?"

Over 40% of respondents said that scouting is the main selection method they use. Of these 38 coaches, 15 probably do the scouting themselves as there is no person in post at their club who does this activity alone.

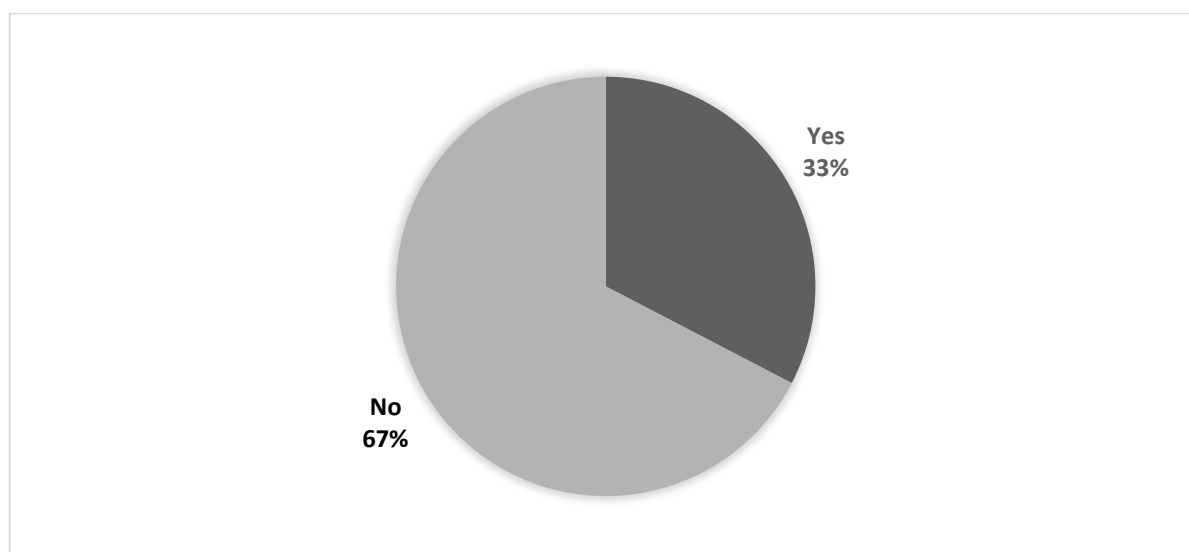
*Table 13 - answers to the question "What is the main selection method you use?"*

<b>Method of selection</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
Casting	6	6.4
Scouting	38	40.4
Recommendations from other professionals	6	6.4
I don't use a specific method, the kids come on their own.	41	43.6
We accept everyone	2	2.1
All methods	1	1.1
Total responded	94	100.0

This speaks to the co-location of two positions, which is a prerequisite for weaker scouting. The highest percentage 43.6% said they do not use a particular method and the children come themselves. This is probably the 40.9% who do not carry out a selection process. This data may be indicative of frequent team turnover in the youth football, which in turn is indicative of academies' inability to keep kids in the club.

Only 6.4% or six of the coaches responding to the survey used casting as a method of selection. Only two of these coaches are from League One clubs. **To put it another way, only two of the 29 coaches working in the youth academies of the biggest clubs in the country organise casting. The small percentage of coaches organizing casting indicates that this method of selection is very poorly developed among clubs in Bulgaria, which is of course a reason for the development of camps as a product.**

**Question 12** - answer the question "Is there a person at the school where you work who ONLY does talent scouting for kids?"



*Chart 10 - Responses to the question "Is there a person at the school where you work who ONLY does talent scouting for kids?"*

More than two thirds of the coaches, 67.4%, answered that there is no person in the club's school who is only involved in scouting, which in turn may mean that either the clubs do not have the resources for such a position or do not feel the need for this type of activity, or do not realize the need for such a specialist. More than half of these 67.4%, or 58.7% of them, do not use a particular method of selection and the children come to them themselves.

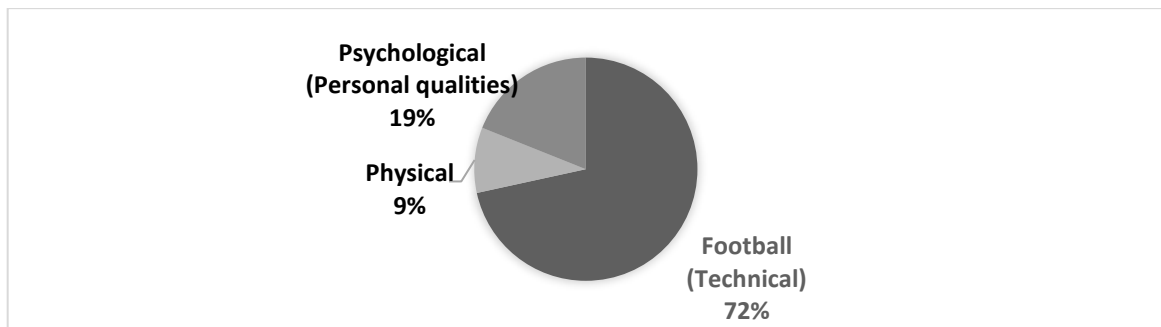
It can be assumed that the coaches do not have the time, physical resources or desire to carry out the selection of new players themselves. 40% of the coaches use scouting as a method of selection, 74% of them responded that there is a person in the club where they work who is involved in scouting children talent.

**It can be concluded that scouting is the main method of selection in Bulgaria, but it is mainly carried out in clubs that have the resources**

for such a position. In the other clubs rather no selection process is carried out or it is very limited.

Understandably, coaches cannot fully combine the positions of coach and scout. The characteristics of the scouting position involve a lot of travelling and attending many football matches, accompanied by analysis of what is seen. A coach can hardly combine these duties with his main job. In this reality, camps or castings appear as an alternative to carry out the selection process. Even in smaller towns, this is a prerequisite for effective selection, as it would attract children from even smaller towns and villages in the municipality.

**Question 13** - answer the question "Which qualities are decisive for you when selecting children?"



*Chart 11 - answers to the question "Which qualities are decisive for you in the selection of children?"*

More than 70% of respondents believe that football qualities are decisive in the selection of children. This is an important indicator for the purpose of the work, because during the football camps mainly the football qualities of the participants are manifested, i.e. a camp can serve as a basis for assessing the football qualities of many children in one place, at the same time, leading to a prerequisite for selection in a better club and respectively talent development.

**Question 24** - answer "On a scale of 1 to 5, how likely are you to send a talented player of yours out on loan to a bigger club?"

*Table 23 - responses to the question "On a scale of 1 to 5, how likely are you to send a talented player of yours out on loan to a bigger club?"*

<b>Answer</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
Never	1	1.0
Almost never	5	5.2
Sometimes	34	35.4
Often	20	20.8
Always	36	37.5
Total respondents	96	100.0

Despite the distinct positions of the coaches on the questions 20, 21, 22 and 23, related to the better development of players in bigger clubs, when asked to what extent you would send your talented player to a bigger club, there is a slight retreat and divergence in positions. 58.3% of the coaches would do it often (20.8%) and always (37.5%), while 35.4% answer sometimes. However, it can be argued that coaches are willing to send their talents on a tryout for a bigger club, which supports the notion that camps can be a place/event to observe a larger number of talented players who can then continue their development at a bigger club.

- ii. **Analysis of a questionnaire with parents** - 85 parents of children participating in one or more football camps of FC Inter Milan, organized by the association "Future through Sport" in Bulgaria, in the period 2018-2021.

**Question 3** - answer the question "How old has your child been attending organised football training?"

*Table 25 - answers to the question "How old has your child been attending organised football training?"*

<b>Period of organized football training?</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
Does not attend organised training sessions	3	3.5
Less than a year	1	1.2
Between 1 and 3 years	16	18.8
Between 3 and 5 years	34	40.0
Between 5 and 10 years	28	32.9
Over 10 years	3	3.5
Total respondents	85	100.0

Over 90% of the children participating in the camps attend organised football training sessions, with 40% of all children doing so between the ages of 3 and 5 and a further 32.9% between the ages of 5 and 10. These figures are indicative of the fact that organised camps in Bulgaria attract children who are serious about football and who are likely to be keen to develop their skills and also to showcase their capabilities to foreign coaches and other peers.

**Question 5 - answer the question "The club where your child trains is:"**

*Table 27 - answers to the question "The club where your child trains is:"*

<b>A championship in which the club's first team competes?</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
part of a First League team	27	31.8
part of a Second League team	13	15.3
No men's team	38	44.7
Total respondents	78	91.8

It can be argued that children in camps are evenly distributed between professional and non-professional clubs, with 44.7% from clubs without a men's team to 47.1% from clubs with a representative professional football



team of the country. This shows that camps attract participants from all types of academies.

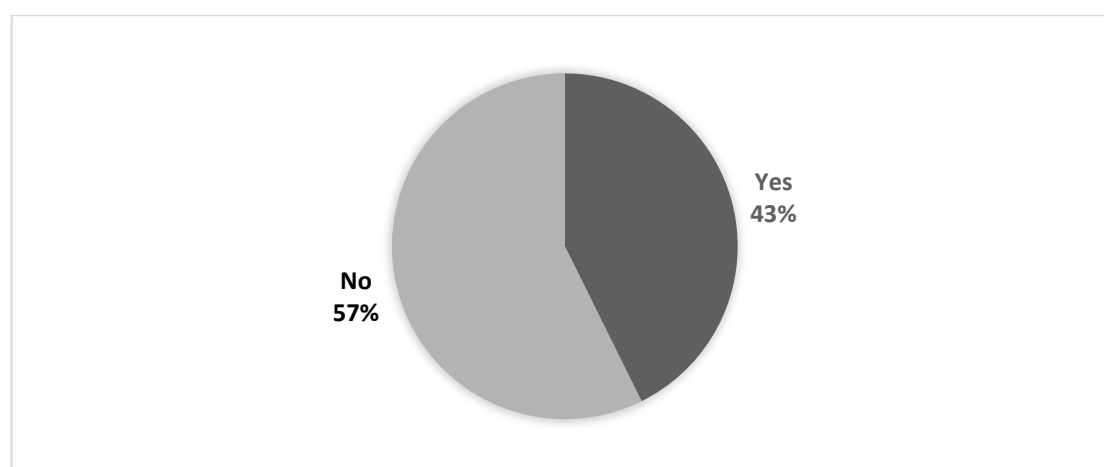
**Question 6** - answer the question "How many children train at the academy where your child trains?"

*Table 28 - answers to the question "How many children train at the academy where your child trains?"*

<b>Number of children</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
Under 50	12	14.1
Between 50 and 100	19	22.4
Between 100 and 150	20	23.5
Between 150 and 200	15	17.6
Above 200	16	18.8
Total respondents	82	96.5

The results in Table 29 confirm the diversity of the profile of young footballers that the camps attract. These are kids from all types of schools in terms of academy size.

**Question 7** - answer the question "Has your child been through a selection process at any of the academies they have been trained?"



*Chart 15 - Responses to the question "Has your child gone through a selection process at any of the schools where they have trained?"*

57% of the children did not go through a selection process at any of the schools they attended.

**Question 8** - answer the question "What selection process did your child go through?"

*Table 31 - Responses to the question "What selection process did your child go through?"*

<b>Type of selection</b>	<b>Count</b>	<b>Percentage</b>
Casting	18	21.4%
Scouting	8	9.5%
Recommendation from other specialists	12	14.3%
Has not undergone a selection process	46	54.8%
Total respondents	84	100.0%

The results in the parent survey differ significantly from the responses in the coach survey, question 11. Coaches indicated scouting as the primary method of selection with 40%, while in parent responses it was casting with 21.4%.

The next three questions are related to the football camp organised by the association "Future through Sport", in collaboration with Inter Football Club (Milan).

**Question 9** - answer the question "From 1 to 5, was your child's participation in the football camp organized by the association "Future through Sport" useful in an emotional aspect? - If: 1 - no, 2 - rather no, 3 - fairly, 4 - rather yes, 5 - yes;"

*Table 32 - answers to the question "From 1 to 5, was your child's participation in the football camp organized by the association "Future through Sport" useful in an emotional aspect?"*

<b>Answer</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
Rather not	3	3.5
Comparatively	2	2.4
Rather yes	13	15.3
Yes	66	77.6
Total respondents	84	98.8

More than 90% of the parents who took part in the survey rated participation in the campaign as rather useful (77.6%) and useful (15.3%) for their child in an emotional aspect. This data shows affirmatively that camps are a place with a positive atmosphere where children receive positive emotions.

**Question 10** - answer the question "From 1 to 5, was your child's participation in the football camp organized by the association "Future through Sport" socially useful? - If: 1 - no, 2 - rather no, 3 - fairly, 4 - rather yes, 5 - yes;"

*Table 33 - answers to the question "From 1 to 5, was your child's participation in the football camp organized by the association "Future through Sport" useful in a social aspect?"*

<b>Answer</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
Rather not	6	7.1
Comparatively	7	8.2
Rather yes	17	20.0
Yes	54	63.5
Total respondents	84	98.8

More than 80% of parents responding to the survey rated participation in the campaign as helpful (63.5%) and somewhat helpful (20%) for their child socially as well. From the results, it could be interpreted that camps are

a place where participants improve their social skills by interacting with many new peers as well as new coaches. For a future professional footballer this is of utmost importance, given the relatively frequent change of clubs for which a footballer competes.

**Question 11** - answer the question "From 1 to 5, was your child's participation in the football camp organised by the association "Future through Sport" useful in football terms? - If: 1 - no, 2 - rather no, 3 - fairly, 4 - rather yes, 5 - yes;"

*Table 34 - answers to the question "From 1 to 5, was your child's participation in the football camp organised by the association "Future through Sport" useful in football terms?"*

<b>Answer</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
No	1	1.2
Rather not	5	5.9
Comparatively	6	7.1
Rather yes	19	22.4
Yes	50	58.8
Total respondents	81	95.3

Again, over 80% of parents responding to the survey rated participation in the campaign as helpful (58.8%) and somewhat helpful (22.4%) for their child in a soccer aspect as well. This is a high rating given the short duration of the event of only five days. There are a number of factors contributing to these scores, such as the closed system of the camp (camp nature of the event), the two-a-day training sessions, the highly qualified coaches, and the positive atmosphere throughout the event.

**Question 12** - answer the question "From 1 to 5, how beneficial can a soccer camp like this be for a child's soccer development? - If: 1 - no, 2 - rather no, 3 - fairly, 4 - rather yes, 5 - yes;"

*Table 35 - Answers to the question "On a scale of 1 to 5, how beneficial can a soccer camp like this be for a child's soccer development?"*

<b>Answer</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
Rather not	2	2.4
Comparatively	11	12.9
Rather yes	24	28.2
Yes	47	55.3
Total respondents	84	98.8

Over 80% of parents found camps helpful (55.3%) and somewhat helpful (28.2%) for a child's soccer development as well. This is a high rating for camps, and by parents who want their children to become professional footballers, as shown by the results of question 13 in the parent survey.

**Question 13** - answer the question "From 1 to 5, how much would you like your child to become a professional soccer player? - If: 1 - no, 2 - rather no, 3 - fairly, 4 - rather yes, 5 - yes;"

*Table 36 - Answers to the question "From 1 to 5, how much would you like your child to become a professional soccer player?"*

<b>Answer</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
No	6	7.1
Rather not	2	2.4
Comparatively	15	17.6
Rather yes	26	30.6
Yes	35	41.2
Total respondents	84	98.8

More than 40% (41.2) answered with a definite yes to the question "How much would you like your child to become a professional football player?" and another 30% answered with a rather yes to the same question. These results show that the camps are attended by children who are serious about football and have ambitions to play professional football.

From the results it can be judged that parents are interested in their children's football development. These parents are in most cases familiar with the details of football in the junior schools and could appreciate a proper training process, which in turn would reinforce their positive opinion and appreciation of the camps.

**Question 21** - answer "On a scale of 1 to 5, how likely are you to send your child to audition for a larger club if: 1 - never, 2 - almost never, 3 - sometimes, 4 - often, 5 - always;"

*Table 44 - Responses to the question "On a scale of 1 to 5, how likely are you to send your child to audition for a larger club?"*

Answer	Frequency	Percentage
Never	2	2.4
Almost never	3	3.5
Sometimes	11	12.9
Often	21	24.7
Always	47	55.3
Total respondents	84	98.8

80% of parents would send their child to a bigger club (often-24.7%, always-55.3%). For coaches, these percentages were significantly lower at 58.3% (often-20.8%, always-37.5%).

The conclusions that can be drawn from comparing the opinions of parents and coaches is that both groups generally feel that the larger club with

its greater resources, better facilities, more competitive environment and possibly having a closed campus represents a better environment for developing talented players. And while 80% of parents would send their child to a tryout at such a club, only 58% of coaches are willing to do so.

However, this data is a prerequisite for clubs to consider more seriously organising camping to attract talented children and this is likely to happen on many levels, as if the grandes in Europe do camping all over the world, the Bulgarian grandes can do camping at national level, the big regional clubs at district level and the municipal clubs at municipality level. In this way it will be ensured that children from all localities are selected, including the smaller ones.

### **3. Football Camp Management Model**

Figure 8 presents a model for managing a football camp in partnership with a Global Brand type football club. The model is based on the concept of value co-creation (Vargo & Lusch, 2004) (Vargo, 2008), with the organisers positioned at the top of the graphic, who by integrating their resources provide the camps as a platform for value creation, and the users of the service - children, parents, local and regional clubs - at the bottom, who by integrating their resources into the camps are able to contribute to value creation.

In the middle of the model is positioned the camp as a platform for creating useful value for stakeholders, together with all the benefits and connections (the value network) it provides and makes between the organisers on the one hand and the users on the other.

#### **1. Main organizer**

The main organiser of a football camp is a local organisation, which can be either an NGO (football club or other non-governmental organisation) or a commercial company. Based on the research conducted, it is noticeable

that in the case of camps organised in Bulgaria in partnership with a foreign club, the local organisation is of both types - the Future through Sport Association organises the Inter Academy Camp and Dominant Sport Group Ltd. is the organiser of the Milan Junior Camp.

In most camps in partnership with an overseas club, the local organisation is responsible for the event's marketing and sales processes, administration and finance, and also for attracting sponsors and partners.

When it comes to selection camps or performance camps, the organiser is also responsible for the sport and technical management part. As it is in the BFS selection camps.

## 2. Football Club - Global Brand

Another participant in the organizational process is the football club of the Global Brand type, providing mainly the rights for the event (brand), as well as the sports and technical support - methodology and coaches.

Other smaller contributions are also included, such as advertising on club channels, promotional materials, organizational materials as well as prizes and club souvenirs.

The football club that provides the brand receives its image and financial benefits as well as the opportunity to develop its brand in a foreign market. The campaign could lead to the opening of an academy or a collaboration with local football clubs to provide other services. In addition, the camp provides an opportunity for the club's fans to have a closer contact and to strengthen their affiliations.

At the same time, the event manages to create new fans among the youngest participants, where club affiliations are not yet strongly entrenched (Nikolov, 2022).



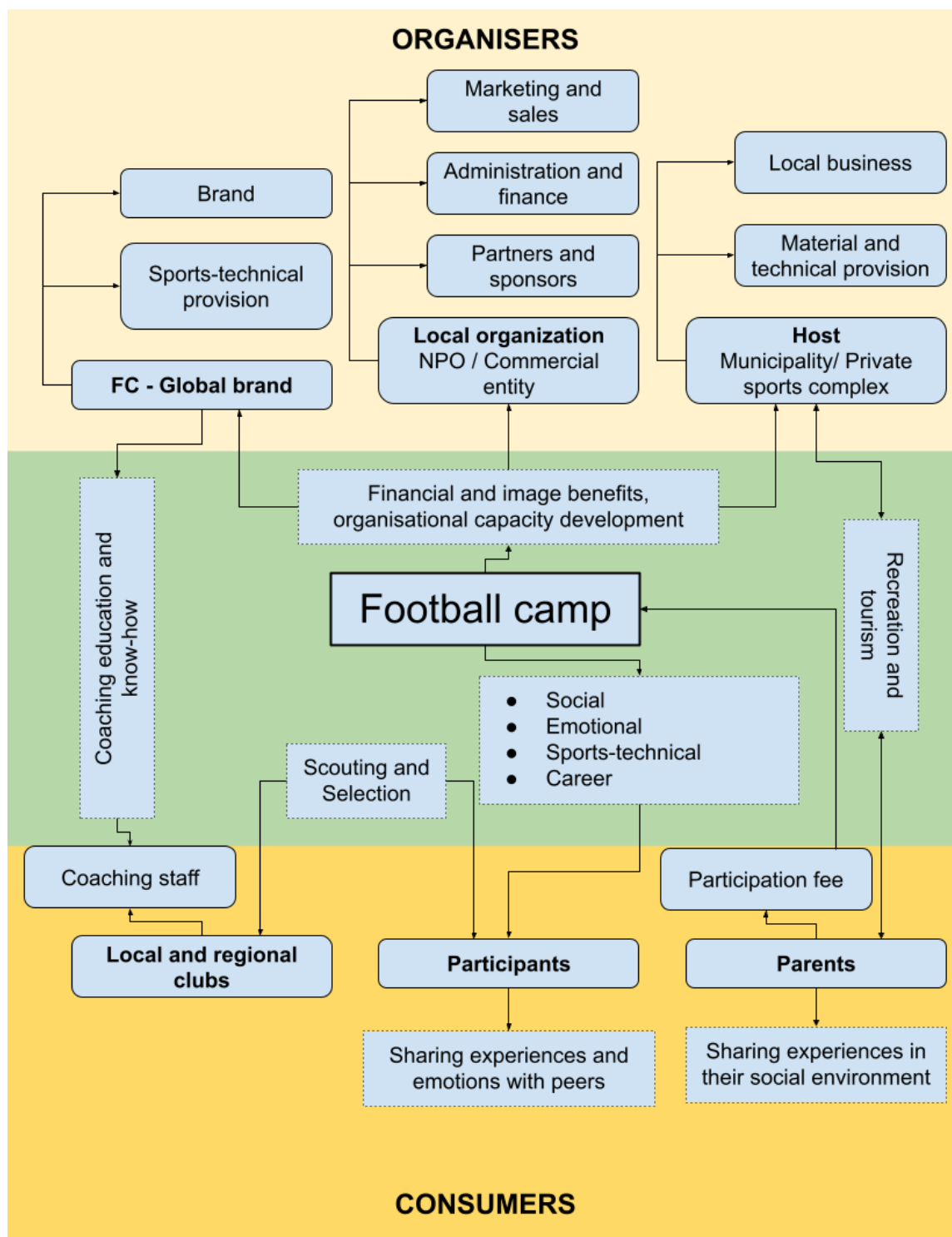


Figure 8 - Model for football camp management in partnership with Global Brand FC

### 3. Host the event

The host of the event is another important entity in the organization of the camps. This can be a municipality, such as the municipalities of Byala, Dryanovo, Panagyurishte, Nessebar, Stara Zagora, etc., hosts of the Inter

Academy Camp, Milan Junior Camp, Juventus Junior Camp, respectively, as well as private sports facilities, such as the Tsarsko Selo Complex, host of the first Milan Junior Camp, and FCBescola (Inter Academy Camp, 2021) (Milan Academy Junior Camp, 2021).

The host primarily secures the sports complex where the camp takes place, but at the same time contributes with other important organizational activities, such as medical support, safety and security, promoting the event to regional and local businesses (Nikolov, 2022).

The host of the event also manages to obtain its long-term benefits by developing recreation and tourism. As already noted, in many cases in Bulgaria, the municipality is among the subjects of the event organization, mainly due to the fact that the sports facility where the camp is held is municipal. The camps are a municipal event, which nevertheless attracts participants from other municipalities and localities. According to the Future through Sport Association, children from 13 districts of Bulgaria as well as those from Germany, Russia and France have participated in the Inter Academy Camp 2021. The camps are usually organized in resort locations, which is a prerequisite for developing tourism of the host municipality. Many of the parents accompany their children during the event and, in turn, with

#### 4. Participants

Participants are the main users of the service. Organisers influence their physical and emotional needs, seeking to meet their requirements and expectations. Satisfaction with participation is a prerequisite for repeat participation. Children share their experiences, feelings and emotions with their parents and friends. It is essential that the participants leave the camps with positive emotions as this is a prerequisite for them to share the experience with their friends, this will generate the interest in the event of other children who will want to participate in the next edition. The more

participants from past editions and those who are attracted without advertising, the more the event is successful, meets the expectations of the participants and is recommended to other children and parents. Recommendation is one of the main factors in the event's establishment and development. Respectively, it also means less advertising costs and the possibility of increasing the price of participation (Nikolov, 2022).

## 5. Parents

Parents are the main source of revenue as they pay the monetary value for their children's participation. Organisers influence parents through the marketing strategy and techniques they use to gain their trust and attract them as users of the service.

Subsequently and as the camp itself progresses, their satisfaction and impressions of the level of organisation through personal observation and/or feedback from the child is key to repeat participation in the event. Parents who attend the training also experience the event, gain insight into the organisation and experience emotions together with the participants. They can also recommend the event to their friends, which leads to a broadening of the brand's reach.

## 6. Local and regional clubs

Local and regional clubs are part of the indirect participants in the camps. They play a significant role in the implementation of the event in two main areas.

Firstly, a large number of the child participants in the camps are part of these clubs, i.e. the clubs indirectly provide the participants in the camps. These children receive an additional training that enhances their soccer skills - a finding based on a questionnaire with parents, according to which more than 80% of the parents respondents rated the participation in the camps as

useful (58.8%) and rather useful (22.4%) for their child in the soccer aspect as well.

Secondly, the Bulgarian coaches participating in the camps again come from the local clubs. They in turn gain and exchange experience with the head coaches in the event. At the same time, in some of the football camps organised in Bulgaria under the brand of foreign clubs, training meetings are organised between the coaches from the foreign club and Bulgarian coaches (Nikolov, 2022) (Inter Akademi Kamp, 2021).

In summary, the clubs are the beneficiaries of the implemented camps through their children and youth as well as their coaches who participate in the camps. At the same time, they can carry out talent scouting of children to be subsequently selected.

## 7. Partners

### a. Hotel accommodation

On the basis of the information gathered, it is clear that the camps bring together participants from different locations, which implies organization of their accommodation. The camp nature of the event makes the hotel part an essential part of the group of partners. Good hotel accommodation and food stands out as one of the main factors for the satisfaction of the participants. This element of organization is of major importance for the parents of the participants (Nikolov, 2022). All camps implemented in partnership with foreign football clubs offer accommodation in the promoted participation packages (Inter Academy Camp, 2021) (Milan Academy Junior Camp, 2021).

### b. Other partners

These are all other organizations that contribute in some way to the better organization and image of the event. As a sporting event, the camps

also elicit the interest and support of businesses. Despite the small nature of the event, it has its strengths in the process of finding sponsors and partners.

When considering camps that are organized under the auspices of a global brand type club, sponsors and partners could be:

1. Companies that are official sponsors of the club
2. Companies that want to associate themselves with the event brand
3. Local businesses and organizations

## 8. Media

### **Application of the model according to the camp concept**

The application of this model can be realized in several main conceptual directions. Table 45 presents a matrix including the main classifications, criteria and characteristics of football camps. The matrix can be used by organisations interested in implementing this type of event. The table presents a visual representation of eleven criteria by which the main types of camps are similar and different and can be useful for both selecting a concept for organising a football camp and creating a new type of camp combining characteristics and features from the different concepts presented.

Along with the matrix, Nufer's conceptual model (Nufer, 2002) presented in chapter one, section 4 can be used.

Table 45 - Football camps matrix

<b>Concept</b>	<b>Camps in partnership with FC - Global Brand* (IAC, MJC etc.*)</b>	<b>Selection camp type casting** (BFU, RTC, FCV**)</b>	<b>Performance camp (FiveStar etc. ***)</b>
<b>Organizers</b>	Two or several	One or several	One or several
<b>Brand</b>	External brand	Own brand	Own brand
<b>Main objective</b>	Grassroots	Selection	Development
<b>Sports complex</b>	Private/ Municipal/ Club	Private/ Municipal	Private/ Municipal
<b>Coaches</b>	Clubs	Selected (external)	Selected (external)
<b>Selecion of participants</b>	On a free basis	Selected	Selected / Free
<b>Age range of participants</b>	Wide	Narrow	Wide / Narrow
<b>Level of marketing</b>	High	Low	Medium / High
<b>Sponsors</b>	Yes	No	Yes
<b>Fee revenue</b>	Yes	No	Yes

\* Inter Academy Camp, Milan Junior Camp, FCB Escola и др.

\*\* BFS Regional Selection Camps; Regional Talent Camps in England;

\*\*\* Five Star Basketball Camp; Stage Bosquier etc.

## **CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS**

### **1. Conclusions**

The following conclusions can be drawn from the research and analysis, which are directed towards the objectives of the study:

1. The conceptual value co-creation framework corresponds well with the organization and conduct of football camps. It is clear from the research that all described actors (stakeholders) contribute to the construction and successful implementation of this type of product by integrating their resources.

2. The studies of literature sources and foreign experience in conducting football camps reveal as the main characteristics and best practices their conduct under the guidance of highly qualified coaches; the inclusion of participants in heterogeneous squads and the building of new social relationships; the high degree of involvement in the daily life of the athletes, both in their sports-preparatory activities on and off the field. Possible forms of organisation include:

- Collaboration with clubs that are global brands, which contributes to positioning in new markets, to attract more interest and a larger number of participants from lower ages.

- Own-brand campaigns of national or regional football associations, unions or clubs to select players where the age range of participants is more specific and limited.

- Own-branded campaigns to enhance the skills and qualities of players, organised by one or more organisations, often for commercial purposes.

3. Children and youth schools in Bulgaria do not have enough good facilities (closed campuses, fields, facilities, tools), which leads to the more difficult development and realization of football talents. In addition, coaches in schools in Bulgaria are less prepared than those abroad, a view supported in the questionnaire with coaches.

From the research done, described in detail in chapter three, it is clear that there is not a position in the clubs that deals only with scouting. At the same time, in most of the clubs there is no specific method of selection, relying on the children themselves wanting to become part of the school and anyone willing is accepted.

However, it should be noted that in our country there are separate initiatives of football camps in cooperation with clubs - global brand, the most active years were 2018-2019, in which four camps were held per year.

On the other hand, the BFS also runs selection camps under a programme that dates back to 2013 and has been updated over the years. The program is aimed at implementing a centralized methodology of preparation, training and development of talents in which camps occupy an essential role.

4. Viewed through the lens of sporting events, camps achieve their social effects by creating better social contacts and aiding the process of developing social and emotional cohesion among children. Summer camps viewed in the context of after-school activities can show several of the characteristics of positive youth development programs. This development consists of improving their social skills, increasing motivation through positive empathy, and also improving their soccer qualities given a good



training program and a highly qualified coaching staff. The camps put the children in a very favourable situation, which is similar to being part of a foreign academy.

5. On the basis of all the research done and the experience gained in running football camps, a model is proposed that reflects the main actors and organisations involved and the interactions between them. The football camp is a setting for specific interactions that arise from the event itself as a programme and organisation, and indirectly as side activities and interactions between different key groups of people and organisations.

## **2. Recommendations**

The recommendations that have been made are based on the research and conclusions drawn:

1. The Bulgarian football clubs should organize a camp-type casting, through which to select talent, following the example of clubs in Western Europe. The Bulgarian grand clubs can do camps at the national level, the big regional clubs at the district level and the municipal clubs at the municipality level. In this way, selection of children from all localities, including smaller ones, will be ensured. This will to some extent compensate for the underdeveloped scouting unit in most clubs and reach a larger number of players. At the same time, smaller clubs can send their talents to the tryouts of bigger clubs to help their development.

2. Organisations interested in hosting this type of event should use the proposed model for football camps management by signing contracts for the use of the brand of one of the world's football greats, which will improve the opportunities for increasing publicity and interest in the event.

It is recommended that an approach that aims at better stakeholder interaction, in line with the conceptual framework of co-creation of value, is implemented, which would lead to greater satisfaction of all participants and the successful implementation of events of this type. Additionally, this could also contribute to greater interest from sponsors as well as greater bargaining power in negotiating the facilities, accommodation and other resources required to host the event.

3. The Bulgarian Football Union to use the research and analysis done in the work to optimize the organization of national selection football camps, in which to carry out training according to a national methodology, as well as to collect information about the country's talent. This will build a database of information on a large number of talented children to be monitored and assisted in their development. This will help to reduce the number of lost talents, which in turn will raise the level of football in Bulgaria.

### **3. Contributions of the scientific work**

1. The main characteristics and peculiarities of the main aspects of talent identification and development in sport are outlined.

2. Created and described in detail a theoretical model of the management of football camps for talent development.

3. The results of the research and analysis will help to implement more such events, and to better identify and develop football talent.