

## РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИ ТРУДОВЕ

на

гл. ас. Десислава Илиева, доктор

представени за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност “Доцент”

в професионално направление: 7.6. СПОРТ, обявен в ДВ, бр. 96

от 11.11.2025 г., стр. 232

Група А	Показател 1
---------	-------------

### МАРКЕТИНГ НА СПОРТА ЗА ВСИЧКИ,

*Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, с научен ръководител проф. Бисер Цолов, ДН*

Дисертационният труд е разработен в обем от 202 стандартни страници. Съдържа 4 взаимосвързани глави, 72 фигури, 23 таблици и 3 приложения. Библиографията включва 197 литературни, документални и интернет източника, от които на кирилица 113 и на латиница 84.

Научният труд изследва маркетинга като съвременен управленски подход за усъвършенстване на системата „спорт за всички“ (ССВ) в България в условията на динамично променяща се социално-икономическа среда. Изследването разглежда спорта за всички като фундаментална подсистема на националната система за физическо възпитание и спорт, с ключово значение за общественото здраве, социалната интеграция, качеството на живот и благополучието на обществото.

Акцент се поставя върху тревожните тенденции на физическия инактивитет, хиподинамията и свързаните с тях здравни рискове – затлъстяване, сърдечно-съдови заболявания, диабет, психически разстройства, стрес и намалена продължителност на живота. Данните от Евробарометър и СЗО показват, че България заема водещо място в ЕС по физическа неактивност, което има сериозни демографски, здравни и икономически последици. Справянето с подобни предизвикателства изисква интегрирана политика, стратегическо партньорство между държавни, обществени и международни организации и създаването на устойчиви управленски модели.

Ето защо, литературният обзор анализира политиката и стратегията на Европейския съюз в областта на спорта за всички, като са представени основни международни документи и европейски инициативи. Те утвърждават физическата активност като основно човешко право и ключов инструмент за обществено здраве,

социална интеграция, образование и култура. Подчертава се, че въпреки стремежа към обща европейска политика, отделните държави членки прилагат специфични национални модели, съобразени с техните социални, културни и икономически особености.

Направен е също сравнителен преглед на добри практики в управлението на спорта за всички в различни европейски държави като Германия, Австрия, Холандия, Норвегия, Испания, Швейцария и Обединеното кралство. Очертани са два основни типа спортни политики – ориентирани към спорта за всички със силен социален ангажимент на държавата и политики с приоритет върху елитния спорт. В практиката като най-успешен и използван се прилага комбиниран подход.

Разгледана е ролята на международните спортни организации в развитието на спорта за всички. Централно място заема Международната асоциация спорт за всички (TAFISA), призната от МОК, ООН, ЮНЕСКО и СЗО, чиято мисия е утвърждаването на физическата активност като основно човешко право. На национално ниво са проучени стратегическите цели, структурата и функциите на Българска асоциация спорт за всички (БАСВ).

В последната част от обзора се разглежда ролята и значението на маркетинга като управленски инструмент в системата на спорта за всички в теоретичен, методологичен и приложен аспект. Необходимостта от интегриран, социално-ориентиран маркетингов подход, който да съчетава икономическата ефективност с реализирането на социалните функции на спорта, утвърждава единен принцип на управление. Представен е модел, който обединява традиционния маркетинг, маркетинга на взаимоотношенията, социалния и мрежовия маркетинг, корпоративната социална отговорност и маркетинга на нуждите. Той е приложим на национално, регионално и институционално ниво и цели устойчиво развитие на ССВ чрез балансиране на пазарните механизми със социалните функции на спорта.

Научният проблем е формулиран върху основа на установеното противоречие между нарастващата обществена значимост на спорта за всички и липсата на цялостен, научнообоснован и интегриран маркетингов подход при управлението на системата на национално, регионално и местно ниво. В тази връзка е изведена хипотеза, че прилагането на комплекс от маркетингови концепции, съобразени със социалния характер на спорта за всички, ще допринесе за по-ефективно управление, по-добро удовлетворяване на спортологичните потребности на населението и устойчивото развитие на ССВ.

Основната цел на дисертационния труд е научното обосноваване и разработване на модел за усъвършенстване управлението на системата на спорта за всички, чрез комплексно приложение на маркетинга като управленски подход. За постигането ѝ са формулирани задачи, насочени към: теоретико-методологичен анализ на спорта за всички и неговото управление; изследване на вътрешната и външната среда на ССВ; идентифициране на ключови фактори, проблеми, възможности и заплахи за развитието ѝ; анализ на национални и международни добри практики; както и разработване на приложим управленски модел.

Обект на изследването е системата на спорта за всички в България, а предмет – маркетингът като управленски инструмент за нейното развитие и усъвършенстване. Областта на изследването обхваща социалните, икономическите и управленските аспекти на спорта за всички в съвременните условия.

Методологичната рамка на изследването се основава на системен и интердисциплинарен подход. Приложен е комплекс от научноизследователски методи, включващи: теоретичен и сравнителен анализ на специализирана литература и нормативни документи; анкетни проучвания сред потребители на спортни услуги; експертна оценка с участието на специалисти от държавни, общински, обществени и неправителствени спортни организации; SWOT и PEST анализ за изследване на вътрешната и външната среда на ССВ; наблюдение с маркетингова насоченост; изследване на отделни случаи (Case study) на национално и международно ниво; моделиране; както и математико-статистическа обработка на данните.

Резултатите от изследването показват, че въпреки стратегическото значение на спорта за всички като социално движение, насочено към подобряване на общественото здраве и качеството на живот, системата функционира при наличие на редица структурни и управленски дефицити. Сред основните проблеми се открояват недостатъчното и неефективно управление на вътрешната среда на ССВ, липсата на координация между държавни, общински, обществени и частни субекти, ограниченото прилагане на съвременни маркетингови инструменти и слабата ориентация към реалните спортологични интереси и потребности на населението. Анализът разкрива още дефицити в материалната база, информационното осигуряване и мотивацията за системна двигателна активност, както и липса на устойчиви навици за спорт от ранна детска възраст.

Емпиричните данни от експертните оценки показват, че при реализирането на спортни събития се наблюдава консервативен управленски модел, характеризиращ се с

повторяемост и ниска степен на иновативност. Това ограничава ефективността на спортните инициативи и тяхното въздействие върху различните целеви групи. SWOT и PEST анализите допълват тази констатация, като очертават значителен потенциал за развитие на ССВ, обусловен от европейските политики, възможностите за финансиране и нарастващата обществена значимост на здравословния начин на живот, но същевременно подчертават наличието на сериозни заплахи, свързани с демографски процеси, социално-икономически неравенства и институционална фрагментация.

На тази основа в дисертационния труд са формулирани обобщени научни изводи, според които спортът за всички следва да се разглежда като самостоятелна, фундаментална и интегративна социална система. Нейното ефективно управление изисква комплексно и синхронизирано взаимодействие между всички субекти на различните управленски нива. Подчертава се необходимостта от едновременно прилагане на социално ориентирани маркетингови концепции, които да осигурят задълбочено изучаване на потребностите, сегментиране на целевите групи и адекватно планиране на спортните продукти и услуги.

Изводите от изследването потвърждават първоначално формулираната хипотеза, че маркетингът представлява ефективен управленски подход за усъвършенстване на системата на спорта за всички, като създава условия за повишаване на социалната интеграция, устойчивостта и обществената значимост на физическото възпитание и спорта.

Въз основа на направения анализ са формулирани научно обосновани препоръки за практиката, адресирани към основните управленски субекти в ССВ. Сред тях водещо място заема необходимостта от разработване и прилагане на съвременна национална стратегия за развитие на спорта за всички, основана на междусекторно партньорство и съгласуване на политики между държавни, общински, обществени и частни структури. Препоръчва се реализацията на целеви програми, съобразени със специфичните социално-икономически условия и потребностите на различните групи от населението, както и изграждане на административен и експертен капацитет за качествено усвояване на национални и европейски финансови ресурси.

Дисертационният труд очертава цялостна концептуална рамка за модернизиране управлението на спорта за всички в България. Той представлява значим научен принос с ясно изразена приложна стойност, насочена към развитието на системата на спорта за всички и превръщането ѝ в реален инструмент за социална политика в полза на обществото.

## **MARKETING OF SPORT FOR ALL**

***Doctoral thesis for the award of an educational and scientific degree "Doctor", with  
scientific supervisor Prof. Biser Tzolov, DN***

The dissertation is 202 standard pages long. It contains 4 interrelated chapters, 72 figures, 23 tables and 3 appendices. The bibliography includes 197 literary, documentary and Internet sources, of which 113 are in Cyrillic and 84 are in Latin.

The scientific work examines marketing as a contemporary management approach for improving the "sport for all" (SAS) system in Bulgaria in a dynamically changing socio-economic environment. The study considers sport for all as a fundamental subsystem of the national physical education and sport system, with key importance for public health, social integration, quality of life and the well-being of society.

Emphasis is placed on the alarming trends of physical inactivity, hypodynamia and the associated health risks – obesity, cardiovascular disease, diabetes, mental disorders, stress and reduced life expectancy. Data from Eurobarometer and the WHO show that Bulgaria ranks first in the EU in terms of physical inactivity, which has serious demographic, health and economic consequences. Addressing such challenges requires integrated policies, strategic partnerships between government, public and international organisations, and the creation of sustainable management models.

Therefore, this literature review analyses the European Union's policy and strategy in the field of sport for all, presenting key international documents and European initiatives. These establish physical activity as a fundamental human right and a key tool for public health, social integration, education and culture. It is emphasised that, despite the desire for a common European policy, individual Member States apply specific national models tailored to their social, cultural and economic characteristics.

A comparative review of good practices in the management of sport for all in various European countries such as Germany, Austria, the Netherlands, Norway, Spain, Switzerland and the United Kingdom is also provided. Two main types of sports policies are outlined: those oriented towards sport for all with a strong social commitment on the part of the state, and those prioritising elite sport. In practice, a combined approach is the most successful and widely used.

The role of international sports organisations in the development of sport for all is examined. A central place is occupied by the International Sport for All Association (TAFISA), recognised by the IOC, the UN, UNESCO and the WHO, whose mission is to promote

physical activity as a fundamental human right. At the national level, the strategic goals, structure and functions of the Bulgarian Association for Sport for All (BSFA) are examined.

The last part of the review examines the role and importance of marketing as a management tool in the system of sport for all in theoretical, methodological and applied terms. The need for an integrated, socially oriented marketing approach that combines economic efficiency with the realisation of the social functions of sport establishes a unified management principle. A model is presented that combines traditional marketing, relationship marketing, social and network marketing, corporate social responsibility and needs-based marketing. It is applicable at national, regional and institutional level and aims at the sustainable development of SAS by balancing market mechanisms with the social functions of sport.

The scientific problem is formulated on the basis of the established contradiction between the growing social significance of sport for all and the lack of a comprehensive, scientifically based and integrated marketing approach to the management of the system at national, regional and local level. In this regard, a hypothesis has been put forward that the application of a set of marketing concepts, consistent with the social nature of sport for all, will contribute to more effective management, better satisfaction of the sporting needs of the population and the sustainable development of the SAS.

The main objective of the dissertation is to scientifically substantiate and develop a model for improving the management of the sport for all system through the comprehensive application of marketing as a management approach. To achieve this, tasks have been formulated aimed at: theoretical and methodological analysis of sport for all and its management; researching the internal and external environment of SAS; identifying key factors, problems, opportunities and threats to its development; analysing national and international good practices; and developing an applicable management model.

The object of the study is the system of sport for all in Bulgaria, and the subject is marketing as a management tool for its development and improvement. The scope of the study covers the social, economic and management aspects of sport for all in contemporary conditions.

The methodological framework of the study is based on a systematic and interdisciplinary approach. A set of research methods has been applied, including: theoretical and comparative analysis of specialised literature and regulatory documents; surveys among users of sports services; expert assessment with the participation of specialists from state, municipal, public and non-governmental sports organisations; SWOT and PEST analysis to examine the internal and external environment of the SAS; marketing-oriented observation; case studies at national and international level; modelling; and mathematical and statistical data processing.

The results of the study show that despite the strategic importance of sport for everyone as a social movement aimed at improving public health and quality of life, the system operates with a number of structural and managerial deficits. Among the main problems are the insufficient and ineffective management of the internal environment of the SAS, the lack of coordination between state, municipal, public and private entities, the limited application of modern marketing tools and the weak orientation towards the real sports interests and needs of the population. The analysis also reveals deficits in the material base, information provision and motivation for systematic physical activity, as well as a lack of sustainable sports habits from early childhood.

Empirical data from expert assessments show that the implementation of sporting events follows a conservative management model, characterised by repetitiveness and a low degree of innovation. This limits the effectiveness of sports initiatives and their impact on different target groups. SWOT and PEST analyses complement this finding by outlining significant potential for the development of the SAS, driven by European policies, funding opportunities and the growing public importance of healthy lifestyles, but at the same time highlight the existence of serious threats related to demographic processes, socio-economic inequalities and institutional fragmentation.

On this basis, the dissertation formulates general scientific conclusions, according to which sport for all should be viewed as an independent, fundamental and integrative social system. Its effective management requires complex and synchronised interaction between all actors at different levels of management. The need for the simultaneous application of socially oriented marketing concepts is emphasised, which would ensure in-depth study of needs, segmentation of target groups and adequate planning of sports products and services.

The conclusions of the study confirm the initial hypothesis that marketing is an effective management approach for improving the system of sport for all, creating conditions for increasing social integration, sustainability and the public significance of physical education and sport.

Based on the analysis, scientifically substantiated recommendations for practice have been formulated, addressed to the main management entities in the SAS. Among them, the need to develop and implement a modern national strategy for the development of sport for all, based on cross-sectoral partnership and policy coordination between state, municipal, public and private structures, occupies a leading place. It is recommended that targeted programmes be implemented, tailored to the specific socio-economic conditions and needs of different population groups, and that administrative and expert capacity be built for the effective

absorption of national and European financial resources.

The dissertation outlines a comprehensive conceptual framework for modernising the management of sport for all in Bulgaria. It represents a significant scientific contribution with clear practical value, aimed at developing the system of sport for all and transforming it into a real instrument of social policy for the benefit of society.



<i>Група В</i>	<i>Показател 3</i>
----------------	--------------------

## **МЕНИДЖМЪНТ НА СПОРТА ЗА ВСИЧКИ. ПОЛИТИКИ И ПРАКТИКИ,**

### *Хабилизационен труд – монография*

Монографията прави задълбочен анализ на управлението на спорта за всички като съвременен социален феномен с ключово значение за общественото здраве, социалното включване и устойчивото развитие на обществото. Основен акцент е поставен върху държавните политики, стратегическите приоритети и добрите управленски практики в областта на спорта за всички, разгледани в контекста на европейския модел на спорта.

Монографията представлява научен труд с обем от 136 стандартни страници, разработен в три глави, съдържащи 30 фигури и таблици. Библиографията включва 184 литературни и документални източника на кирилица и на латиница, както и интернет сайта.

Концепцията за развитието на спорта за всички предполага тя да се разглежда като социално ориентирана система, основана на принципите на равен достъп, липса на дискриминация, доброволно участие и насърчаване на активния начин на живот без ограничение във възраст, пол, социален или здравен статус. На практика обаче реализирането на тази визия се сблъсква с множество предизвикателства. Задълбочаването на социалните проблеми води до незадоволство на националните, обществените и индивидуалните потребности, засягащи сферата на спорта за всички. Управлението и е изправено пред редица трудности, свързани с комерсиализацията на спорта, социалните неравенства, демографските промени и необходимостта от устойчиво ресурсно осигуряване.

В първата част на монографията се анализират същността, мястото и социалните функции на спорта за всички в съвременното общество, като се извеждат основните тенденции в неговото управление. Разгледани са ключови международни и европейски документи и стратегически рамки, които формират политиките в областта, включително Бялата книга за спорта, Работния план на ЕС за спорта и Европейския модел на спорта. Фокусът е върху децентрализирания характер на Европейския управленски модел, ролята на спортните клубове и значението на междусекторното партньорство между публични институции, гражданско общество и неправителствени организации.

Втора глава прави сравнителен анализ на политики и добри практики в управлението на спорта за всички в страните – членки на Европейския съюз (към момента 27). Изследването използва собствена методологична рамка, основана на препоръките на Европейската комисия в направленията здраве, спорт, образование, транспорт, мониторинг и национални насоки за двигателна активност. Чрез научно-изследователските методи на контент анализ, Case study и моделиране са идентифицирани държавни политики и приоритети, както и програми и инициативи, реализирани в различни европейски страни, които допринасят за повишаване на физическата активност, социалната ангажираност и здравословния начин на живот на населението.

Представеният анализ на актуални политики в областта на спорта за всички и извеждането на добри практики, дава възможност да се открият насоки и препоръки, които да служат като основа за развитие и в подкрепа на единна политика на международно и национално ниво. Наред с това, биха послужили като приложими модели за адаптация в други национални и местни структури. Анализът откроява общи принципи в управлението на спорта за всички – целева насоченост към конкретни социални групи, ефективно ресурсно управление, системен мониторинг и устойчивост на политиките, имайки предвид специфичните национални особености.

Добрият опит в Европа, съществуващите резерви и стратегическите действия поставят основа, върху която са изведени специфичните аспекти на мениджмънта в областта на спорта за всички в Р. България.

В заключителната част на монографията се извеждат насоки и препоръки за усъвършенстване на управлението на спорта за всички, включително необходимостта от иновативни управленски подходи, дигитализация, устойчиво финансиране и по-активно включване на гражданското общество. Подчертава се значението на спорта за всички като инструмент за реализиране на социални, здравни, икономически и екологични ползи и като стратегически ресурс за развитие на съвременното общество.

Необходимо е да се подчертае, че посоченият труд засяга единствено мениджмънта на спорта за всички на ниво държавни политики, приоритети и насоки за действие и не претендира за пълен обхват на управление на цялостната система на спорта за всички, предвид нейната огромна социална значимост.

Монографията има ценен научно-приложен принос в областта на мениджмънта на спорта за всички и може да бъде използвана от изследователи, преподаватели, спортни мениджъри, експерти в публичната администрация и всички заинтересовани от

развитието и управлението на спорта както на национално, така и на международно ниво.

## **SPORTS MANAGEMENT FOR ALL. POLICIES AND PRACTICES**

### ***Habilitation thesis – monograph***

The monograph provides an in-depth analysis of the management of sport for all as a contemporary social phenomenon of key importance for public health, social inclusion and sustainable development of society. The main focus is on government policies, strategic priorities and good management practices in the field of sport for all, examined in the context of the European model of sport.

The monograph is a scientific work comprising 136 standard pages, divided into three chapters and containing 30 figures and tables. The bibliography includes 184 literary and documentary sources in Cyrillic and Latin script, as well as websites.

The concept of developing sport for all implies that it should be viewed as a socially oriented system based on the principles of equal access, non-discrimination, voluntary participation and the promotion of an active lifestyle without restrictions on age, gender, social or health status. In practice, however, the implementation of this vision faces many challenges. The deepening of social problems leads to dissatisfaction with national, public and individual needs in the field of sport for all. Management is faced with a number of difficulties related to the commercialisation of sport, social inequalities, demographic changes and the need for sustainable resource provision.

The first part of the monograph analyses the essence, place and social functions of sport for all in contemporary society, highlighting the main trends in its management. Key international and European documents and strategic frameworks that shape policies in this area are examined, including the White Paper on Sport, the EU Work Plan for Sport and the European Model of Sport. The focus is on the decentralised nature of the European governance model, the role of sports clubs and the importance of cross-sectoral partnerships between public institutions, civil society and non-governmental organisations.

The second chapter provides a comparative analysis of policies and good practices in the governance of sport for all in the Member States of the European Union (currently 27). The study uses its own methodological framework based on the recommendations of the European Commission in the areas of health, sport, education, transport, monitoring and national

guidelines for physical activity. Through the scientific research methods of content analysis, case studies and modelling, national policies and priorities have been identified, as well as programmes and initiatives implemented in various European countries that contribute to increasing physical activity, social engagement and healthy lifestyles among the population.

The presented analysis of current policies in the field of sport for all and the identification of good practices make it possible to highlight guidelines and recommendations that can serve as a basis for the development and support of a unified policy at international and national level. In addition, they could serve as applicable models for adaptation in other national and local structures. The analysis highlights common principles in the management of sport for all – targeting specific social groups, effective resource management, systematic monitoring and policy sustainability, taking into account specific national characteristics.

Good practices in Europe, existing reserves and strategic actions provide a basis on which the specific aspects of management in the field of sport for all in the Republic of Bulgaria are outlined.

The concluding part of the monograph sets out guidelines and recommendations for improving the management of sport for all, including the need for innovative management approaches, digitalisation, sustainable financing and more active involvement of civil society. The importance of sport for all as a tool for achieving social, health, economic and environmental benefits and as a strategic resource for the development of modern society is emphasised.

It should be noted that this work only addresses the management of sport for all at the level of state policies, priorities and guidelines for action and does not claim to cover the entire management of the overall system of sport for all, given its enormous social significance.

The monograph makes a valuable scientific and practical contribution to the field of sports management for all and can be used by researchers, teachers, sports managers, experts in public administration and anyone interested in the development and management of sport at both national and international level.

<i>Група Г</i>	<i>Показател 7</i>
<i>Публикации и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация</i>	

## **RELATIONSHIP MARKETING APPLIED IN THE SPORT FOR ALL SYSTEM**

**Georgi Draganov, Desislava Ilieva**

### **Introduction**

The application of Traditional business marketing in a market economy is a priority. At the same time, typical social fields (education, sports, healthcare, culture, arts, etc.) are forced to operate in the same conditions. This often leads to a conceptual clash between the market (striving for the accumulation of capital and profits) and the social (striving for personal and spiritual development and building a society) in their activities. Therefore, the Traditional marketing fails to service the sport on its own and it should function in symbiosis with other marketing concepts.

### **The aim**

The aim of this thesis is to present the role and importance of Relationship marketing for sport for all development in symbiosis with other marketing concepts.

### **Methodology**

The field of study is sports marketing, and the subject is the application of Relationship marketing in the Sport for All System. The following methods were used for the realization of the research: theoretical analysis of the application of individual marketing concepts in the sports system, monitoring included (direct participation of researchers in processes for applying individual marketing concepts in the Bulgarian Sport for All Association (BSfAA) activities) and Case study (analysis of the application of Relationship marketing in particular key situations for BSfAA - building partnerships, forming an organizational environment and culture and organizing sports events).

### **The results**

The analytical part of the study explores the applicability of relationship marketing within the “Sport for All” system as a response to the limitations of traditional marketing approaches. Due to the social orientation of the system, the authors argue that management practices must focus on long-term relationships, user engagement and shared values rather than on short-term transactions and product promotion. The analysis highlights the transition from a product-centered to a consumer-centered marketing paradigm, emphasizing service

quality, trust and sustained participation. Five levels of relationships between providers and users of sport services are identified, illustrating the progressive development from basic service delivery to partnership-based interaction. This relational framework is presented as a key mechanism for fostering stable sport-related interests and long-term involvement in physical activity. Additionally, the study introduces the concept of “marketing of needs” as an extension of relationship marketing, aimed at shaping values and attitudes that encourage regular participation in sport. The analysis also underscores the importance of network-based relationships among institutional actors, positioning inter-organizational cooperation as a critical factor for effective management and sustainability of the “Sport for All” system.

### **Conclusion**

The findings demonstrate that relationship marketing, complemented by the marketing of needs, provides an appropriate framework for building sustainable participation, trust and long-term engagement. Effective management of the system requires the development of partnership networks, inter-institutional cooperation and value-based communication. The study emphasizes that integrating these marketing concepts is essential for the sustainable development of “Sport for All” and for achieving its broader social objectives.

***Keywords:** sport, sport for all, marketing*

## **МАРКЕТИНГЪТ, ОСНОВАН НА ОТНОШЕНИЯ, ПРИЛОЖЕН В СИСТЕМАТА НА СПОРТА ЗА ВСИЧКИ**

**Георги Драганов, Десислава Илиева**

### **Въведение**

Прилагането на традиционния бизнес маркетинг в условията на пазарна икономика представлява водещ приоритет. В същото време типични социални сфери като образованието, спорта, здравеопазването, културата и изкуствата са принудени да функционират в същата икономическа среда. Това често води до концептуален сблъсък между пазарната логика, насочена към натрупване на капитал и реализиране на печалба, и социалното разбиране, ориентирано към личностно и духовно развитие и изграждане на общество. Поради това традиционният маркетинг не е в състояние самостоятелно да обслужва спорта и следва да функционира в симбиоза с други маркетингови концепции.

## **Цел**

Целта на настоящото изследване е да се представи ролята и значението на маркетинга, основан на отношения, за развитието на спорта за всички в симбиоза с други маркетингови концепции.

## **Методика**

Област на изследването е спортният маркетинг, а предмет – приложението на маркетинга, основан на отношения, в системата на спорта за всички. За реализиране на изследването са използвани следните методи: теоретичен анализ на приложението на отделни маркетингови концепции в спортната система; включено наблюдение; както и методът „изследване на отделни случаи“ (Case study), чрез който се анализира приложението на маркетинга в ключови ситуации за Българска асоциация спорт за всички, свързани с изграждането на партньорства, формирането на организационна среда и култура и организирането на спортни събития.

## **Резултати**

Анализът на статията изследва приложимостта на маркетинга, основан на взаимоотношения в системата на спорта за всички като отговор на ограниченията на традиционните маркетингови подходи. Поради социалната ориентация на системата се аргументира необходимостта управленските практики да бъдат насочени към изграждане на дългосрочни взаимоотношения, ангажираност на потребителите и споделени ценности, а не към краткосрочни сделки и продуктова промоция. Анализът подчертава прехода от продуктово ориентиран към потребителски ориентиран маркетингов модел, с акцент върху качеството на услугите, доверието и устойчивото участие. Идентифицирани са пет нива на взаимоотношения между доставчиците и потребителите на спортни услуги, които илюстрират постепенното развитие от базово предоставяне на услуги към партньорски взаимодействия. Тази рамка се разглежда като ключов механизъм за формиране на устойчиви спортни интереси и дългосрочно участие в двигателна активност. Допълнително е въведена концепцията за „маркетинг на потребностите“ като развитие на маркетинга, основан на отношения, насочен към формиране на ценности и нагласи, стимулиращи редовното практикуване на спорт. Анализът акцентира и върху значението на мрежовите взаимоотношения между институционалните субекти, като междуорганизационното сътрудничество се определя за ключов фактор на ефективното управление и устойчивостта на системата.

## **Заклучение**

Резултатите от изследването показват, че маркетингът, основан на отношения, допълнен от маркетинга на потребностите, предоставя добра рамка за изграждане на устойчиво участие, доверие и дългосрочна ангажираност. Ефективното управление на системата изисква развитие на партньорски мрежи, междуинституционално сътрудничество и комуникация, основана на ценности. Проучването подчертава, че интегрирането на тези маркетингови концепции е съществено условие за устойчивото развитие на „Спорт за всички“ и за постигането на неговите по-широки социални цели.

***Ключови думи:*** спорт, спорт за всички, маркетинг



# **IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON SPORTS CLUBS DEVELOPMENT**

**Desislava Ilieva**

## **Introduction**

The rapid development of social media has significantly transformed communication, marketing and interaction within the sports sector. Sports clubs, particularly those operating in the field of sport for all, increasingly rely on social networks as essential tools for promoting activities, engaging members and supporters, and enhancing organizational development. Understanding the influence of social media on sports clubs is therefore crucial for effective management and sustainable growth.

## **The Aim**

The aim of the study is to examine and analyze the impact of social media on the development of sports clubs operating in the field of sport for all, with a focus on communication effectiveness, audience engagement and organizational benefits.

## **Methodology**

The research was conducted among 140 respondents, including individuals practicing sports, members and supporters of sport for all clubs affiliated with the Bulgarian Sport for All Federation, who actively use social media. An online marketing questionnaire with closed-ended questions was applied. The methodology also included observation of sports clubs' activities, Internet-based survey methods, analysis of specialized scientific literature, and mathematical-statistical data processing.

## **The Results**

The results indicate a high level of engagement of sports club members and supporters with social media platforms, particularly Instagram and Facebook, which are the primary sources of information due to the lack of official club websites. Social media content in the form of videos, images, and information about training schedules and events is most preferred. The findings show that social networks significantly influence users' perceptions, club popularity, fan attraction and, to a considerable extent, decision-making when choosing a sports club. Respondents also report positive organizational changes following increased social media activity, including greater interest, new members and enhanced visibility. At the same time, challenges such as negative comments, excessive information and fake profiles are identified.

## **Conclusion**

The study confirms that social media represent a powerful and indispensable tool for the

development of sport for all clubs. When applied strategically and consistently, social networks enhance communication, strengthen community engagement, improve club image and contribute to social and economic sustainability. Effective management of social media requires a balanced approach that maximizes benefits while addressing potential risks and negative effects.

**Keywords:** *social media; sport for all; sports clubs; digital marketing; sport management; communication*

## **ВЛИЯНИЕ НА СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ ВЪРХУ РАЗВИТИЕТО НА СПОРТЕН КЛУБ**

**Десислава Илиева**

### **Въведение**

Бързото развитие на социалните медии значително трансформира процесите на комуникация, маркетинг и взаимодействие в спортния сектор. Спортните клубове, особено тези, функциониращи в областта на спорта за всички, все по-често използват социалните мрежи като основен инструмент за популяризиране на дейността си, привличане на членове и фенове и подпомагане на своето развитие. В този смисъл разбирането за въздействието на социалните мрежи върху спортните клубове е от съществено значение за ефективното управление и успешното им развитие.

### **Цел**

Целта на проучването е да се изследва и анализира влиянието на социалните медии върху развитието на спортни клубове, работещи в областта на спорта за всички, с акцент върху ефективността на комуникацията, ангажираността на феновете и организационните ползи.

### **Методика**

Изследването е проведено сред 140 респонденти – практикуващи спорт, членове и доброволци в спортни клубове за всички, членуващи в Българската федерация спорт за всички, които активно използват социални мрежи. Приложен е онлайн маркетингов въпросник със затворени въпроси. Методиката включва още наблюдение на дейността на спортните клубове, интернет-базирани анкетни методи, анализ на специализирана научна литература и математико-статистическа обработка на данните.

## Резултати

Резултатите показват висока степен на ангажираност на членовете и доброволците в спортните клубове със социалните мрежи. Платформите Instagram и Facebook се утвърждават като основни източници на информация, поради липсата на официални интернет страници на клубовете. Най-предпочитаното съдържание са видеа, изображения и информация за тренировъчни програми и спортни събития. Установено е, че социалните мрежи оказват значително влияние върху възприятията на потребителите, популярността на клубовете, привличането на фенове и в значителна степен върху процеса на избор на спортен клуб. Респондентите отчитат и положителни организационни промени, вследствие на активното присъствие в социалните мрежи, включително повишен интерес, привличане на нови членове и подобрена публична разпознаваемост. Наред с това са идентифицирани и определени недостатъци като негативни коментари, информационно пренасящане и фалшиви профили.

## Заклучение

Изследването потвърждава, че социалните медии представляват мощен и незаменим инструмент за развитието на спортните клубове за всички. При стратегическо и последователно приложение социалните мрежи подобряват комуникацията, засилват ангажираността на обществото, подобряват имиджа на клубовете и допринасят за тяхната социална и икономическа устойчивост. Ефективното управление на социалните мрежи изисква балансиран подход, който засилва ползите и същевременно свежда до минимум потенциалните рискове и негативни ефекти.

***Ключови думи:** социални мрежи; спорт за всички; спортни клубове; дигитален маркетинг; спортен мениджмънт; комуникация*

# **INFLUENCE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE ON THE PROFESSIONAL FULFILMENT OF STUDENTS SPECIALIZING IN SPORT MANAGEMENT**

**Desislava Ilieva, Todor Marinov**

## **Introduction**

The increasing complexity of contemporary sport organizations and the growing demands for professional competence highlight the importance of non-cognitive skills in sport management. Emotional intelligence is increasingly recognized as a key factor influencing leadership effectiveness, decision-making, interpersonal relations and professional fulfillment in the sport sector.

## **The Aim**

The aim of the study is to determine the level of emotional intelligence among students specializing in Sport Management as a prerequisite for their professional fulfillment.

## **Methodology**

The study involved 63 participants, including first-year students, fourth-year students and graduates pursuing a career in Sport Management at the National Sports Academy “Vassil Levski”. The Bulgarian-adapted version of the Schutte Self-Report Emotional Intelligence Test (SSEIT), consisting of 33 items rated on a five-point Likert scale, was applied. Data were processed using descriptive statistics and Mann–Whitney U-test to identify statistically significant differences between groups.

## **The Results**

The results reveal that emotional intelligence and its structural components increase significantly throughout the educational process and are highest among professionally realized graduates. Fourth-year students demonstrate significantly higher emotional intelligence compared to first-year students, particularly in self-control, perception of emotions and non-verbal emotional expression. Graduates show the highest levels of emotional intelligence, motivation, optimism and empathy, indicating the positive influence of both education and professional practice. No significant gender differences were identified in overall emotional intelligence levels.

## **Conclusion**

Emotional intelligence is a crucial determinant of professional fulfillment in sport management. Higher levels of emotional intelligence contribute to effective emotional regulation, improved decision-making, leadership performance and successful adaptation in professional environments. The findings support the integration of emotional intelligence

development within sport management education as a key factor for sustainable professional success.

**Keywords:** *Emotional intelligence, Sport management, Professional fulfilment, students, leadership*

## **ВЛИЯНИЕ НА ЕМОЦИОНАЛНАТА ИНТЕЛИГЕНТНОСТ ВЪРХУ ПРОФЕСИОНАЛНАТА РЕАЛИЗАЦИЯ НА СТУДЕНТИТЕ, СПЕЦИАЛИСТИ ПО СПОРТЕН МЕНИДЖМЪНТ**

**Десислава Илиева, Тодор Маринов**

### **Въведение**

Нарастващите нужди на съвременните спортни организации и повишените изисквания към професионалната компетентност подчертават значението на некогнитивните умения в спортния мениджмънт. Емоционалната интелигентност все по-често се разглежда като ключов фактор, оказващ влияние върху ефективността на лидерството, вземането на решения, междуличностните отношения и професионалната реализация в спортния сектор.

### **Цел**

Целта на изследването е да се установи нивото на емоционална интелигентност при студенти, обучаващи се в специалност „Спортен мениджмънт“, като предпоставка за тяхната бъдеща професионална реализация.

### **Методика**

В изследването участват 63 лица – студенти в първи курс, студенти в четвърти курс и дипломирани специалисти, реализирали се професионално в практиката, изучавали спортен мениджмънт в Национална спортна академия „Васил Левски“. Приложена е българската адаптация на въпросника за самооценка на емоционалната интелигентност на Schutte (SSEIT), включващ 33 твърдения, оценявани по петстепенна Ликертова скала. Данните са обработени чрез описателна статистика и U-критерий на Ман–Уитни за установяване на статистически значими различия между групите.

### **Резултати**

Резултатите показват, че нивото на емоционална интелигентност и нейните

структурни компоненти нарастват значително в хода на обучението и достигат най-високи стойности при професионално реализираните специалисти. Студентите от четвърти курс демонстрират значително по-висока емоционална интелигентност в сравнение със студентите в първи курс, особено по показателите самоконтрол, възприемане на емоциите и невербално емоционално изразяване. Най-високи стойности на емоционална интелигентност, мотивация, оптимизъм и емпатия се наблюдават при дипломираните специалисти, което свидетелства за положителното влияние както на образователния процес, така и на професионалната практика. Не са установени съществени различия по пол в общото ниво на емоционална интелигентност.

### **Заклучение**

Емоционалната интелигентност се утвърждава като съществен фактор за професионалната реализация в областта на спортния мениджмънт. По-високите нива на емоционална интелигентност допринасят за по-ефективно емоционално саморегулиране, подобро вземане на решения, по-добри лидерски умения и успешна адаптация в професионалната среда. Получените резултати подкрепят необходимостта от целенасочено интегриране на развитието на емоционалната интелигентност в обучението по спортен мениджмънт като ключов фактор за устойчива професионална реализация.

***Ключови думи:** емоционална интелигентност; спортен мениджмънт; професионална реализация; студенти; лидерство*

# **BUILDING A BUSINESS MODEL FOR THE MANAGEMENT OF THE BULGARIAN MINI FOOTBALL ASSOCIATION (BASED ON GLOBAL EXPERIENCE)**

**Desislava Ilieva, Milko Dimitrov**

## **Introduction**

This report examines the possibilities for developing a successful business model for the management of the Bulgarian Minifootball Association (BMFA) by analyzing successful global practices in administering similar sports organizations.

**The aim** of the study is to identify key elements from international experience that can be adapted and applied in the Bulgarian context to enhance organizational effectiveness, financial sustainability, and the promotion of minifootball in the country.

Using **methods** to analyze the existing business model, case studies from international minifootball organizations, and analysis of specific conditions in Bulgaria, the study identifies the key elements of a successful business model. The approaches include organizational structure, revenue generation strategies, models for competitive activity development, marketing and communication strategies, as well as good governance and control practices.

**The results** indicate that integrating innovations in the management of BMFA and engaging with local communities is essential for the growth of minifootball. Building a management business model will focus on optimizing the organizational structure, developing innovative funding strategies, improving the quality of competitions, expanding the fan base, and increasing public interest in minifootball in Bulgaria.

**In conclusion**, the study would contribute to the strategic development of BMFA and its transformation into a leading and sustainable national sports organization.

**Keywords:** *management, business, sports, minifootball*

## **ИЗГРАЖДАНЕ НА БИЗНЕС МОДЕЛ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА БЪЛГАРСКА АСОЦИАЦИЯ ПО МИНИФУТБОЛ (ПО ПРИМЕРА НА СВЕТОВНИЯ ОПИТ)**

**Десислава Илиева, Милко Димитров**

## **Въведение**

Докладът разглежда възможностите за разработване на успешен бизнес модел за управлението на Българската асоциация по минифутбол (БАМФ) чрез анализ на

утвърдени международни практики в администрирането на сходни спортни организации.

**Целта** на изследването е да се идентифицират ключови елементи от международния опит, които могат да бъдат адаптирани и приложени в българския контекст с оглед повишаване на организационната ефективност, финансовата устойчивост и популяризирането на минифутбола в страната.

В изследването са използвани **методи** за анализ на съществуващия бизнес модел, Case study на международни организации по минифутбол и анализ на специфичните условия в България. В резултат са очертани основните елементи на успешен бизнес модел, включващи организационна структура, стратегии за генериране на приходи, модели за развитие на състезателната дейност, маркетингови и комуникационни стратегии, както и практики за добро управление и контрол.

**Резултатите** показват, че интегрирането на иновативни управленски подходи и активното ангажиране на местните общини са от съществено значение за развитието на минифутбола. Изграждането на управленски бизнес модел следва да бъде насочено към оптимизиране на организационната структура, разработване на иновативни стратегии за финансиране, подобряване качеството на състезанията, разширяване на фенската база и повишаване на обществения интерес към минифутбола в България.

**В заключение**, изследването допринася за стратегическото развитие на БАМФ и нейното утвърждаване като водеща и устойчива национална спортна организация.

**Ключови думи:** *управление, бизнес, спорт, минифутбол*



<i>Група Г</i>	<i>Показател 8</i>
----------------	--------------------

*Публикации и доклади, публикувани в нереферираны списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове*

## **IMPLEMENTATION OF NATIONAL YOUTH POLICIES BY MEANS OF A PROGRAM-PROJECT APPROACH**

**Desislava Ilieva**

### **Introduction**

The Council of Europe aims to promote high-quality and effective youth policies at local, national, and European levels, considering political, economic, and cultural differences among member states. The primary goal is to enable young people, aged 15 to 29, to become active citizens, develop autonomy, express ideas responsibly, and embrace values such as democracy, human rights, social justice, and solidarity. In Bulgaria, the National Youth Strategy 2021–2030 defines young people as capable, committed, and empowered, aiming to support their full development and engagement in societal progress. The strategy prioritizes non-formal education, employment support, youth participation, youth work, European belonging, healthy lifestyles, and creativity, funded through national and municipal programs and EU projects. The National Youth Program operationalizes these policies locally and is managed by the Ministry of Youth and Sports.

### **The Aim**

The research aims to examine and present the role of program-project activities in implementing state youth policy in Bulgaria. Specifically, it focuses on how legislative acts, programs, and projects contribute to activating and empowering young people in line with national and European youth policy objectives.

### **Methodology**

The study employs in-depth structural content analysis and case study methodology. The object of research includes legislative acts, national programs, and implemented projects, while the subject focuses on their impact on youth development. Data from three National Youth Programs (2013–2020) were analyzed, including project financing, target groups, services provided, and participation levels.

### **Results**

Between 2013 and 2020, the National Youth Program funded 454 projects with a total budget of BGN 7,917,003, reaching 813,653 young people and providing 60,650 services. Projects focused on youth information consulting centers, national initiatives, youth volunteering, and

the development of youth work. In 2017, the National Program for the Implementation of Youth Activities addressed risky behaviors and addictions, funding 184 projects with BGN 7,861,187 and involving 747,283 young people. Services included seminars, training, campaigns, discussion forums, sports events, and activities promoting healthy lifestyles and socially responsible behavior. These programs increased access to services, promoted inclusion, and strengthened youth engagement across Bulgaria.

### **Conclusion**

Program-project activities play a crucial role in implementing youth policies in Bulgaria, aligning national initiatives with European priorities. They provide young people with opportunities for personal development, civic engagement, and social inclusion. Continuous assessment and updates based on data and trends are essential for ensuring sustainable and effective youth policies.

**Keywords:** *Youth policy, Bulgaria, National Youth Program, youth engagement, social inclusion, program-project approach, youth development, European youth strategy*

## **РЕАЛИЗИРАНЕ НА НАЦИОНАЛНИ МЛАДЕЖКИ ПОЛИТИКИ ЧРЕЗ ПРОГРАМНО-ПРОЕКТЕН ПОДХОД**

**Десислава Илиева**

### **Въведение**

Съветът на Европа има за цел да насърчава качествени и ефективни младежки политики на местно, национално и европейско ниво, като отчита политическите, икономическите и културните различия между държавите членки. Основната цел е да се даде възможност на младите хора на възраст 15–29 години да бъдат активни граждани, да развиват автономност, да изразяват идеите си отговорно и да възприемат ценности като демокрация, човешки права, социална справедливост и солидарност. В България Националната младежка стратегия 2021–2030 определя младите хора като способни, ангажирани и овластени, с цел подпомагане на пълното им развитие и участие в обществения напредък. Стратегията поставя приоритети като неформално образование, подкрепа за заетост, участие на младите хора, развитие на младежката работа, европейска принадлежност, здравословен начин на живот и креативност, финансирани чрез национални и общински програми и проекти на ЕС. Националната

младежка програма реализира тези политики на местно ниво и се управлява от Министерството на младежта и спорта.

### **Цел на изследването**

Целта на проучването е да се изследва и представи ролята на програмно-проектната дейност за прилагане на държавната младежка политика в България, като се разгледа как законодателни актове, програми и проекти допринасят за активизирането и овластяването на младите хора в съответствие с националните и европейските приоритети в областта на младежта.

### **Методология**

Изследването използва задълбочен структурен контент анализ и изследване на отделни случаи. Обект на изследване са законодателни актове, национални програми и реализирани проекти, а предмет – тяхното въздействие върху развитието на младите хора. Анализирани са данни от три Национални младежки програми (2013–2020), включително финансиране на проекти, целеви групи, предоставени услуги и степен на участие.

### **Резултати**

През периода 2013–2020 г. Националната младежка програма финансира 454 проекта с общ бюджет 7 917 003 лв., достигайки 813 653 млади хора и предоставяйки 60 650 услуги. Проектите са насочени към младежки информационно-консултантски центрове, национални инициативи, доброволчество и развитие на младежката работа. През 2017 г. Националната програма за реализиране на младежки дейности се фокусира върху рисковото поведение и зависимости, като финансира 184 проекта с общ бюджет 7 861 187 лв. и обхваща 747 283 млади хора. Предоставените услуги включват семинари, обучения, кампании, дискуссионни форуми, спортни събития и дейности за насърчаване на здравословен начин на живот и социално отговорно поведение. Тези програми увеличават достъпа до услуги, насърчават социалното включване и укрепват ангажираността на младите хора в България.

### **Заклучение**

Програмно-проектната дейност играе ключова роля в прилагането на младежките политики в България, като синхронизира националните инициативи с европейските приоритети. Тя осигурява възможности за личностно развитие, гражданска активност и социално включване на младите хора. Необходим е постоянен анализ и актуализация на данните за проследяване на въздействието и за гарантиране на устойчивост и ефективност на младежката политика.

**Ключови думи:** *Младежка политика, България, Национална младежка програма, ангажираност на младежите, социално включване, програмно-проектен подход, развитие на младите хора, европейска младежка стратегия*

# **EXPERT ASSESSMENT OF THE STATUS AND THE DEVELOPMENT OF THE “SPORT FOR ALL” SYSTEM IN THE REPUBLIC OF BULGARIA**

**Desislava Ilieva**

## **Introduction**

The contemporary development of sport as a social phenomenon places increasing emphasis on the system “Sport for All” as a key instrument for improving public health, social inclusion and quality of life. In the Republic of Bulgaria, despite the formally declared importance of this system, its management and development face a number of structural, organizational and policy-related challenges, which necessitate a scientifically grounded analysis based on expert knowledge and experience.

## **The aim**

The aim of the study is to assess the current status and development prospects of the “Sport for All” system in the Republic of Bulgaria through expert evaluation, with a focus on identifying key problems, priorities and opportunities for improving its management and policy implementation.

## **Methodology**

The research is based on an expert survey conducted among 153 specialists representing state, municipal, public and private organizations involved in sport management and development. A marketing-oriented questionnaire was applied to collect data on experts’ professional characteristics, participation in sport policies, programs and events, and their assessment of the social functions and management effectiveness of the “Sport for All” system. The collected data were processed using quantitative statistical methods, including relative frequency analysis and ranking procedures.

## **The results**

The results reveal a significant expert potential within the “Sport for All” system, which is not fully utilized in practice. Experts identify substantial discrepancies between declared national policies and their actual implementation, particularly regarding funding priorities favoring elite sport over mass sport. Health improvement, promotion of an active lifestyle and enhancement of physical capacity are ranked as the most important social functions of “Sport for All”. Insufficient coordination between institutions, limited strategic planning and inadequate resource allocation are highlighted as major obstacles to sustainable development.

## **Conclusion**

The study confirms the need for a scientifically grounded, marketing-oriented management approach to the “Sport for All” system in Bulgaria. Strengthening interinstitutional cooperation, improving strategic planning and ensuring more effective use of human and financial resources are identified as essential prerequisites for its sustainable development. The findings support the necessity of reorienting national sport policies toward a stronger social focus and long-term public benefits.

## **Keywords**

*Sport for All; sport management; expert assessment; sport policy; marketing approach; Bulgaria*

# **ЕКСПЕРТНА ОЦЕНКА НА СЪСТОЯНИЕТО И РАЗВИТИЕТО НА СИСТЕМАТА НА СПОРТА ЗА ВСИЧКИ В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ**

**Десислава Илиева**

## **Въведение**

Съвременното развитие на спорта като социален феномен поставя все по-голям акцент върху системата „Спорт за всички“ като ключов инструмент за подобряване на общественото здраве, социалната интеграция и качеството на живот. В Република България, въпреки официално декларираната значимост на тази система, нейното управление и развитие са изправени пред редица структурни, организационни и политически предизвикателства, които налагат провеждането на научнообоснован анализ, основан на експертно знание и професионален опит.

## **Цел**

Целта на изследването е да се оцени състоянието и перспективите за развитие на системата „Спорт за всички“ в Република България чрез експертна оценка, с фокус върху идентифициране на основните проблеми, приоритети и възможности за усъвършенстване на нейното управление и прилаганите спортни политики.

## **Методика**

Изследването се основава на експертно анкетно проучване, проведено сред 153 специалисти, представляващи държавни, общински, обществени и частни организации, ангажирани с управлението и развитието на спорта. Приложен е въпросник с

маркетингова насоченост за събиране на данни относно професионалния профил на експертите, тяхното участие в спортни политики, програми и събития, както и оценката им за социалните функции и ефективността на управлението на системата „Спорт за всички“. Получените данни са обработени чрез количествени статистически методи, включително анализ на относителния дял и ранжиране на показатели.

## **Резултати**

Резултатите от изследването показват наличие на значителен експертен потенциал в системата „Спорт за всички“, който не се използва пълноценно в практиката. Установени са съществени разминавания между приетите национални политики и реалното им прилагане, като основен проблем се откроява приоритетното финансиране на елитния спорт за сметка на масовия спорт. Подобряването на здравето, насърчаването на активния начин на живот и повишаването на физическата дееспособност са определени като водещи социални функции на „Спорт за всички“. Сред основните затруднения се посочват недостатъчната координация между институциите, ограниченото стратегическо планиране и неефективното разпределение на ресурсите.

## **Заклучение**

Изследването потвърждава необходимостта от прилагане на научнообоснован, маркетингово ориентиран подход в управлението на системата „Спорт за всички“ в България. Усъвършенстването на междуинституционалното взаимодействие, стратегическото планиране и по-ефективното използване на кадровите и финансовите ресурси са определени като ключови предпоставки за устойчивото ѝ развитие. Резултатите подкрепят необходимостта от преориентиране на националната спортна политика към по-силен социален фокус и дългосрочни обществени ползи.

***Ключови думи:** спорт за всички; управление на спорта; експертна оценка; спортна политика; маркетингов подход; България*

# **SIGNIFICANCE AND SOCIAL FUNCTIONS OF SPORT FOR ALL IN THE CONTEMPORARY SOCIETY**

**Desislava Ilieva, Ventsislav Gavrilov, Vanya Tzolova**

## **Introduction**

In the context of contemporary society, characterized by dynamic social, economic, and demographic changes, sport has become a significant social phenomenon with a crucial role in promoting public health and social well-being. The increasing prevalence of sedentary lifestyles and insufficient physical activity has led to serious health and social challenges, which highlight the growing importance of sport for all as a tool for prevention, social cohesion, and sustainable development.

## **The Aim**

The aim of the study is to identify and analyze the social functions of sport for all in contemporary society through a structural and content-based analysis, and to outline key directions for effective management and development of sport in accordance with current societal needs and trends.

## **Methodology**

The research is based on an analysis of official national and international documents, statistical data, policy frameworks, and scientific publications related to physical activity, health status, and social development. The object of the study includes the health condition and physical activity levels of various socio-demographic groups, while the subject focuses on the social functions of sport for all within modern societal conditions.

## **The Results**

The findings reveal a significant decline in physical activity levels among the population, particularly in Bulgaria, which ranks among the European countries with the lowest levels of sport participation. The lack of physical activity is strongly associated with increased prevalence of chronic diseases, reduced quality of life, and growing social and economic burdens. The analysis highlights sport as an effective means of health promotion, disease prevention, social inclusion, and improvement of physical and psychological well-being. The results also emphasize the need for targeted public policies and sustainable strategies to stimulate participation in sport and physical activity across all age groups.

## **Conclusion**

Sport for all represents a key social mechanism for improving public health and addressing major societal challenges. Its development requires coordinated efforts among governmental



institutions, local authorities, and civil society. Establishing comprehensive national strategies that ensure accessibility, adaptability, and social engagement in sport is essential for enhancing population health, social cohesion, and overall quality of life.

***Keywords:** sport for all, physical activity, public health, social functions of sport, quality of life*

## **ЗНАЧЕНИЕ И СОЦИАЛНИ ФУНКЦИИ НА СПОРТА ЗА ВСИЧКИ В СЪВРЕМЕННОТО ОБЩЕСТВО**

**Десислава Илиева, Венцислав Гаврилов, Ваня Цолова**

### **Въведение**

В условията на съвременното общество, характеризиращо се с динамични социални, икономически и демографски промени, спортът се утвърждава като значим социален феномен с ключова роля за общественото здраве и качеството на живот. Нарастващата физическа неактивност, заседналият начин на живот и свързаните с тях здравни рискове налагат преосмисляне на значението на спорта за всички като инструмент за социална интеграция, превенция и устойчиво развитие.

### **Цел**

Целта на изследването е чрез структурно-съдържателен анализ да се разкрият социалните функции на спорта за всички в съвременното общество и да се очертаят насоки за ефективно управление на този сектор в съответствие с актуалните потребности и интереси на населението.

### **Методология**

Изследването се основава на анализ на официални национални и международни документи, статистически данни, стратегически политики и научни публикации, свързани с физическата активност, здравния статус и социалното развитие. Обект на изследване са съществуващите тенденции в здравето и физическата активност на различни социално-демографски групи, а предмет – социалните функции на спорта за всички в контекста на съвременните обществени предизвикателства.

### **Резултати**

Резултатите показват тревожна тенденция към намалена физическа активност сред населението, особено в България, която се нарежда сред страните с най-ниски

нива на спортна активност в Европейския съюз. Установена е връзка между ниската двигателна активност и повишения риск от хронични заболявания, социална изолация и влошено качество на живот. Анализът подчертава значението на спорта като средство за превенция, социална интеграция, подобряване на физическото и психичното здраве и повишаване на обществената продуктивност. Данните подкрепят необходимостта от целенасочени политики и устойчиви програми за насърчаване на физическата активност сред всички възрастови групи.

### **Заключение**

Спортът за всички представлява ключов фактор за подобряване на общественото здраве и за справяне с редица социални и икономически предизвикателства. Неговото развитие изисква координирани усилия от страна на държавните институции, местната власт и неправителствения сектор. Изграждането на национална стратегия за спорт за всички, основана на достъпност, адаптивност и социална ангажираност, е предпоставка за устойчиво обществено развитие и повишаване качеството на живот на населението.

***Ключови думи:** спорт за всички, физическа активност, обществено здраве, социални функции на спорта, качество на живот*

**ПРОУЧВАНЕ НА АСПЕКТИ В МЕНИДЖМЪНТА НА СПОРТНО СЪБИТИЕ**  
**/по примера на „Тенис на маса фест“, част от инициативата София – Европейска**  
**столица на спорта 2018/**

**Десислава Илиева, Джансу Исмаил**

**Въведение**

София е определена за Европейска столица на спорта през 2018 г. от ACES Еуроге, като целта на инициативата е да популяризира активен начин на живот, развитие на спортни политики и инфраструктура, както и да акцентира върху спорта за всички. Организирането и управлението на спортни събития се разглежда като част от стратегическия мениджмънт на спорта в свободното време, с ключова роля за социалното включване и формирането на положителни нагласи към спорта сред различни целеви групи.

**Цел на изследването**

Целта на настоящото изследване е да проучи качествените елементи на спортното събитие „Тенис на маса фест“, част от инициативата София – Европейска столица на спорта 2018, както и удовлетвореността на участниците и тяхното отношение към активен спорт за здраве и физическо развитие.

**Методология**

Обект на изследването са участниците във „Тенис на маса фест“, проведен на 24 април 2016 г. в зала „Дианабад“, София. Данните са събрани чрез анкетна карта с 17 показателя, обхващаща удовлетвореността, мотивацията за участие, източниците на информация и нагласите към бъдещи спортни прояви. От близо 120 присъстващи 100 души са включени в изследването.

**Резултати**

Проучването показва равнопоставеност между половете, с преобладаващо участие на лица до 18 години (66% ученици). Основните мотиви за участие са любовта към спорта (68%), желание за ефективно оползотворяване на свободното време (55%) и възможността за безплатно участие (46%). Удовлетвореността от събитието е висока – 69% от анкетираните са доволни, 80% биха участвали отново, а 61% биха препоръчали събитието на други. Въпреки това, почти половината участници (47%) са неинформирани за останалите дейности по инициативата, като се наблюдава

необходимост от подобряване на комуникацията и разнообразяване на спортния календар.

### **Заклучение**

Инициативата София – Европейска столица на спорта 2018 се възприема положително и насърчава активен начин на живот. Управлението на спортни събития е ключов фактор за удовлетвореността на участниците и социалното включване. За подобряване на ефективността се препоръчват по-добра информираност, разнообразие в спортните активности, привличане на повече партньори и засилена рекламна дейност. Включването на студенти по спортен мениджмънт и партньорството с НСА „Васил Левски“ укрепва организационния капацитет и качеството на събитията.

***Ключови думи:** мениджмънт, спортни събития, София – Европейска столица на спорта 2018, удовлетвореност на участниците, активен начин на живот, организация на събития*

## **RESEARCHING ASPECTS IN THE MANAGEMENT OF SPORTS EVENTS**

**/Following the example of "Tennis Fest" part of the initiative Sofia - European Capital of Sport 2018/**

**Desislava Ilieva  
Dzhansu Samir Ismail**

### **Introduction**

Sofia was designated as the European Capital of Sport in 2018 by ACES Europe, recognizing the city as a model for promoting sports for all as a tool to improve healthy lifestyles, social integration, and education. The initiative aimed to popularize active living, develop sports policies, and enhance infrastructure through quality facilities, programs, and physical activities. Emphasis was placed on the concept of sports for all and the broader social significance of sports. The organization and management of sports events play a critical role in fostering social interaction, engagement, and the implementation of strategic objectives in sports management.

### **The Aim**

The study aims to examine the quality of a specific sports event, “Table Tennis Fest,” part of

the Sofia – European Capital of Sport 2018 initiative, focusing on participant satisfaction and attitudes toward engaging in sports for health and physical development.

### **Methodology**

The research targeted individuals of all ages who participated in the event held on April 24, 2016, at Dianabad Hall in Sofia. Data were collected using a questionnaire consisting of 17 indicators, assessing participants' satisfaction and their perceptions regarding sports events. Out of approximately 120 attendees, 100 were surveyed. Analyses included demographic characteristics, sources of information, motivations for participation, and feedback on event organization.

### **Results**

The sample showed a balanced gender distribution, with a significant presence of participants under 18, reflecting the event's focus on youth. Most participants (66%) were students, with others being employed (32%) or university students (2%). Internet was the primary source of information about the initiative, followed by friends and media. Participants displayed high levels of satisfaction, with 80% indicating they would attend similar future events and 61% willing to recommend the initiative to others. Key motivations included a love for sports, effective use of free time, and the opportunity to participate for free. Despite positive responses, 47% of respondents reported limited awareness of the broader activities under the Sofia – European Capital of Sport 2018 program, highlighting gaps in communication and promotion. Participants suggested increasing the variety of sports activities, improving communication with institutions, and enhancing event advertising.

### **Conclusion**

The initiative "Sofia – European Capital of Sport 2018" is positively perceived, promoting sports for all and encouraging active lifestyles. Effective management of sports events is essential to ensure participant satisfaction and engagement. Identified areas for improvement include better information dissemination, diversifying the sports calendar, and expanding partnerships. Collaboration with students and the National Sports Academy strengthened organizational capacity and ensured quality implementation of the events.

**Keywords:** *Sports management, sports events, Sofia – European Capital of Sport 2018, participant satisfaction, active lifestyle, event organization*

# **ПРОУЧВАНЕ НА ДОБРОВОЛЧЕСТВОТО ПРИ ОРГАНИЗИРАНЕ И ПРОВЕЖДАНЕ НА СПОРТНИ СЪБИТИЯ**

**Георги Драганов, Десислава Илиева**

## **Въведение**

Доброволческият труд играе ключова роля за социалното, икономическото и културното развитие на обществата и е основен компонент в спортните организации в Европа. В България обаче доброволчеството все още не е напълно осъзнато, като процентът на активно включените лица е под 10%. Доброволческата дейност в спорта спомага за формиране на човешки и социален капитал, обучение, интеграция и социална отговорност, както и за постигане на стратегически цели на ЕС като социално приобщаване, развитие на умения и гражданска принадлежност.

## **Цел**

Целта на изследването е да се проучи включването и дейността на доброволци при организирането и провеждането на спортни събития в България, в рамките на проект „Популяризиране и развитие на доброволчеството в спорта“. Основни аспекти са привличането, обучението, мотивацията, „възмездността“ на доброволците и ползите за спортните организации.

## **Методология**

Проучването обхваща 163 доброволци, участващи в 10 спортни събития през 2015–2016 г. (например „Зимно предизвикателство“, „Международен фитнес фестивал“, „Футбол с кауза“ и др.). Събраните данни са чрез анкетна карта с 16 показателя и допълнителни експертно-аналитични методи – „Мозъчна атака“, „Игра по сценарий“ и „Банка на идеи“. Анализът включва социално-демографски профил, мотивация, подготовка и участие на доброволците, както и оценка на организационните практики и модели за обучение.

## **Резултати**

Повечето доброволци са млади хора на възраст 16–27 години (90%), с преобладаващо мъжко участие (71%) и голям дял на студенти по Спортен мениджмънт (49%). Доброволците оценяват положително предварителната подготовка, инструктажите и разпределението на задачите, като същевременно изразяват нужда от повече организационни срещи (94%) и навременна информация. Основните мотиви за участие са интерес към спорта, придобиване на умения, социални контакти и гражданска отговорност. Значима част от тях подкрепя идеята за създаване на

специализирана интернет платформа за управление на доброволческата дейност (64%). Проучването подчертава важноста на обучението на доброволци чрез три типа: общо, специализирано и целенасочено, с водеща роля на НСА „Васил Левски“.

### **Заклучение**

Доброволството в спорта се изгражда като култура на участие чрез дългосрочни партньорства и ефективна организация. Мотивираното включване на доброволци се базира върху нематериални ползи като придобиване на знания и умения, социални контакти, гражданска отговорност и лично удовлетворение. Резултатите подчертават необходимостта от професионално управление, обучение и специализирани платформи за доброволци, които да улеснят организацията на спортни събития и развитието на доброволството в България.

***Ключови думи:** доброволчество, спорт, мениджмънт на спортни събития, мотивация, обучение, спортни организации*

## **RESEARCH OF VOLUNTEERING IN THE ORGANIZATION OF SPORTS EVENTS**

### **Georgi Draganov, Desislava Ilieva**

#### **Introduction**

Voluntary work plays a key role in the social, economic, and cultural development of societies and is a fundamental component of sports organizations in Europe. In Bulgaria, however, volunteering is still not fully established, with less than 10% of the population actively involved. Voluntary activities in sports contribute to the development of human and social capital, education, integration, and social responsibility, as well as to achieving strategic EU goals such as social inclusion, skills development, and civic engagement.

#### **The aim**

The aim of the study is to examine the involvement and activities of volunteers in organizing and conducting sports events in Bulgaria within the project "Promotion and Development of Volunteering in Sports." Key aspects include recruitment, training, motivation, “compensation” of volunteers, and the benefits of volunteering for sports organizations.

#### **Methodology**

The study included 163 volunteers participating in 10 sports events between 2015 and 2016 (e.g., “Winter Challenge,” “International Fitness Festival,” “Football with a Cause,” etc.). Data were collected through a survey with 16 indicators and supplemented by expert-

analytical methods, including “Brainstorming,” “Scenario Games,” and “Idea Bank.” The analysis covered socio-demographic profiles, motivations, preparation, and volunteer participation, as well as evaluation of organizational practices and training models.

### **The results**

Most volunteers were young people aged 16–27 (90%), predominantly male (71%), with a large proportion of students in Sports Management (49%). Volunteers rated preparatory work, briefings, and task allocation positively but expressed the need for more organizational meetings (94%) and timely information. Main motivations included interest in sports, acquiring skills, social contacts, and civic responsibility. A significant share supported the creation of a specialized online platform for volunteer management (64%). The study highlights the importance of volunteer training through three types: general, specialized, and targeted, with the leading role of the National Sports Academy “Vasil Levski.”

### **Conclusion**

Volunteering in sports is built as a culture of participation through long-term partnerships and effective organization. Volunteer engagement is motivated by non-material benefits such as gaining knowledge and skills, social contacts, civic responsibility, and personal satisfaction. The results emphasize the need for professional management, training, and specialized platforms for volunteers to facilitate sports event organization and the development of volunteering in Bulgaria.

**Keywords:** *volunteering, sports, sports event management, motivation, training, sports organizations*