



## РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИТЕ ПУБЛИКАЦИИ

на ас. д-р Никола Драгомиров Гайдаров  
катедра „Икономика на туризма“

факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС

Кандидат в конкурс за заемане на академичната длъжност “главен асистент” по професионално направление **3.8. Икономика, научна специалност „Икономика и управление (туроператорска и агентска дейност)”** “,обявен в ДВ, брой 2/07.01.2022 г.



## **ABSTRACTS OF SCIENTIFIC ARTICLES AND CONFERENCE PAPERS**

Of Assist. Prof. Nikola Dragomirov Gaydarov, Ph.D.

Tourism Economics Department

Economics of Infrastructure Faculty, UNWE

A candidate for the academic position Chief Assistant Professor in professional field **3.8. Economics, Scientific Specialty “Economics and management (tour operator and agency activities)”**, published in State Gazette, Issue 2 on 07.01.2022

Sofia, 2022

## **I. Статии и студии, публикувани в научни списания, реферирани и индексирани в другеждународни бази данни с научна информация**

**1.1. Ianeva, M., Gaydarov, N., “Specialization of Tourist Offering by Modeling a Package Tour for Gambling Tourism”, „Научни трудове”, 2019 г., том 1, брой 1, стр. 125-143, ISSN: 0861-9344**

**Summary:** The importance of the issues subject of this study is determined by the fact that Bulgarian tourism is looking for new forms of diversification of the tourism. The aim of the article is to explore and prove basic steps that correspond to the achieved contributions (results), such as: analysis of good practices in casino tourism, methodological framework for research of specialized sites for gambling tourism identified through determined criteria and evaluation indicators, modeling of a specialized gambling product of an Inbound Tour Operator (ITO) based on survey results.

In order to achieve the objectives and tasks the following research methods have also been used: overview of theoretical research, review of materials from international and European organizations, review of company surveys, empirical research.

Other contributions (results) - the model is aimed at assisting the work of tourist managers in identifying and improving the parameters in the selection of suppliers as well as the implementation of good practices in the package tour.

At present, the possibilities for diversification of the product offering of the tour operators are not sufficiently explored in Bulgaria, according to the basic and complementary specialization of the tourist regions and the opportunities for development of all-year-round forms of tourism.

**Key words:** experience economy, specialized tourist product, casino tourism, and bundled product of a tour operator

**JEL:** L83, L21, O26

### **Специализация на туристическото предлагане чрез моделиране на туристически пакет за хазартен туризъм**

**Резюме:** Предметът на това изследване се определя от факта, че българският туризъм търси нови форми за диверсификация. Целта на статията е да проучи и докаже основните стъпки, които съответстват на постигнатите приноси (резултати), като: анализ на добрите практики в казино туризма, методологична рамка за изследване на специализирани обекти за хазартен туризъм, идентифицирани чрез определени критерии и индикатори за оценка, моделиране на специализиран хазартен продукт на Входящ туроператор (ИТО) въз основа на резултатите от анкетата. За постигане на целите и задачите са използвани и следните методи на изследване:

преглед на теоретичните изследвания, преглед на материали от международни и европейски организации, преглед на фирмени проучвания, емпирични изследвания.

Други приноси (резултати) - моделът е насочен към подпомагане на работата на туристическите мениджъри при идентифициране и подобряване на параметрите при избора на доставчици, както и прилагането на добри практики в пакетната обиколка.

Към момента в България не са достатъчно проучени възможностите за диверсификация на продуктовото предлагане на туроператорите, съобразно основната и допълваща специализация на туристическите райони и възможностите за развитие на целогодишни форми на туризъм.

**Ключови думи:** икономика на изживяванията, специализиран туристически продукт, казино туризъм и пакетен продукт на туроператор

## 1.2. Гайдаров, Н., "Икономиката на изживяванията по време на круизна туристическа програма", „Диалог“, 2021 г., брой 2, стр. 41-51, ISSN: 1311-9206

**Резюме:** В настоящата научна статия намират място въпросите, свързани с развитието на икономиката на изживяванията, особеностите на круизната туристическа програма и анализиране на изживяванията при круизите в условия на устойчив растеж на туристическия бизнес. В условията на устойчив пазар (преди настъпване на COVID-19 кризата) е констатирана дълготрайна тенденция, според която вниманието на бизнеса се фокусира върху привличането на все повече туристи, желаещи да се качат на борда на круизен кораб, благодарение на широкия асортимент от предлагане на туристическия продукт. Описани са особеностите и предимствата на круизните казина, които са в основата туристът да ги избира за основен обект за изживяване по време на своята круизна туристическа програма. Като ограничение на настоящото изследване се поставя периодът, касаещ срива на туристическия пазар във всичките му форми, като по мнение на автора след приключване на здравната криза, круизният продукт на изживяванията ще възстанови интереса на потребителите към този вид продукт.

**Ключови думи:** икономика на изживяванията, круизна туристическа програма, туристически агенции, казино, круизни компании

**JEL:** L83

### **The economy of experiences during a cruise tourist program**

**Summary:** In the present scientific article the issues related to the development of the economy of experiences, the peculiarities of the cruise tourist program and the analysis of the experiences during the cruises in conditions of sustainable growth of the tourist business are found. In the conditions of

a sustainable market (before the COVID-19 crisis) a long-term trend was found according to which the attention of the business is focused on attracting more and more tourists wishing to board a cruise ship, thanks to the wide range of tourist offerings product. The peculiarities and advantages of the cruise casinos are described as the basis for the tourist to choose them as the main object for experience during their cruise tourist program. The limitation of the present study is the period concerning the collapse of the tourist market in all its forms, and in the author's opinion, after the end of the health crisis the major product of the experiences will restore the interest of consumers to this kind of product.

**Key words:** experience economics, cruise travel program, travel agencies, casino, cruise companies

**1.3. Гайдаров, Н., „Влияние на Covid-19 върху авиокомпаниите и международния туризъм”, „Научни трудове”, 2021 г., том 5, ISSN: 0861-9344**

**Резюме:** Коронавирусът промени много дейности и сектори, но едва ли другаде те са толкова ускорени, видими и преки, колкото в туристическата индустрия. Ограниченията за пътуване във връзка със здравната криза нанесоха тежки щети на туризма, който има важен принос за всяка икономика. Към април 2020 г. авиоиндустрията отчита 80% спад в полетите в сравнение със същия период през 2019 г. В зависимост от продължителността на кризата, разгледаните възможности показват, че потенциалният спад варира между 60-80% в международната туристическа икономика през 2021 г. Основната цел в настоящата разработка е да се проучи негативното въздействие на COVID-19 върху авиокомпаниите и международния туризъм. В научното изследване се прилагат редица общовалидни научни методи – наблюдение, анализ, синтез, аналогия, сравнение и други. Резултатите от научното изследване са изведените специфични мерки за развитието на туризма, свързани със здравни протоколи за безопасно пътуване, информационни приложения за посетители, кампании за насърчаване на вътрешния туризъм и план за възстановяване на туризма в дестинациите, чрез насърчаване на иновациите и инвестициите.

**Ключови думи:** COVID-19, въздушен транспорт, международен туризъм

**JEL:** L83

**Impact of COVID-19 over airlines and international tourism**

**Summary:** Coronavirus has changed many activities and sectors, but nowhere else are they as accelerated, visible and direct as in the tourism industry. Travel restrictions due to the health crisis have severely damaged tourism, which has made an important contribution to any economy. As of April

2020, the aviation industry reports an 80% decline in flights compared to the same period in 2019. Depending on the duration of the crisis, the considered possibilities show that the potential decline varies between 60-80% in the international tourism economy in 2021. The aim of this study is to examine the negative impact of COVID-19 on airlines and international tourism. A number of universally valid scientific methods are applied in scientific research – observation, analysis, synthesis, analogy, comparison and others. The result of the research is the specific measures for the development of tourism, related to health protocols for safe travel, information applications for visitors, campaigns to promote domestic tourism and a plan to restore tourism in destinations by promoting innovation and investment.

**Key words:** COVID-19, air transport, international tourism

**II. Доклади, публикувани в сборници от научни конференции, проведени в чужбина или в България, ако са организирани от международни научни или професионални организации**

**2.1. Gaydarov, N., Georgieva, R., “Women Entrepreneurs in Some Specialized Types of Tourism in Bulgaria – The Case of Mice and Casino Industry”, “PROCEEDINGS OF AVID-ARC 2020 XIV INTERNATIONAL CONFERENCE ON WOMEN LEADERSHIP AND EMPOWERMENT”, “Avid College”, 2020 г., стр. 203-216, ISBN: 978-1-7338929-3-3**

**Summary:** The current paper explores the possibilities of professional growth in some cases of women entrepreneurs in the tourism sector of Bulgaria. Examined are the best practices of women entrepreneurs and managers of travel agencies, applying sustainable growth policies. Reviewed is also the product supplement of these agencies, related to the opportunities for product expansion. The aim of the study is to propose opportunities for product diversification by offering innovative touristic products and combining specialized types of tourism by some of the leading travel agencies in Bulgaria, managed by women entrepreneurs. The relevance of the topic is determined by the tendency of fast growing women-managed tourism enterprises and on the other hand – the need of satisfying consumers’ attitude of the modern tourist, by offering new, combined touristic product.

**Key words:** women entrepreneurs, tourism industry, MICE tourism, casino tourism

**Женско предприемачество при някои специализирани видове туризъм в България – казусът с деловия туризъм и казино индустрията**

**Резюме:** Настоящата статия изследва възможностите за професионално израстване в някои случаи на жени предприемачи в туристическия сектор на България. Разгледани са най-добрите практики на жени предприемачи и мениджъри на туристически агенции, прилагащи политики за устойчив растеж. Прегледана е и продуктовата добавка на тези агенции, свързана с възможностите за разширяване на продукта. Целта на изследването е да предложи възможности за продуктова диверсификация чрез предлагане на иновативни туристически продукти и комбиниране на специализирани видове туризъм от някои от водещите туристически агенции в България, управлявани от жени предприемачи. Актуалността на темата се определя от тенденцията на бързо развиващи се туристически предприятия, управлявани от жени, и от друга страна – необходимостта от задоволяване на потребителското отношение на съвременния турист, чрез предлагане на нов, комбиниран туристически продукт.

**Ключови думи:** жени предприемачи, туристическа индустрия, MICE туризъм, казино туризъм

- 2.2. Gaydarov, N., Misheva, M., “**Stimulating the development of experience products in order to make destinations sustainable**”, “Proceedings of 3<sup>rd</sup> International Conference on Research in Management”, “Diamond Scientific Publishing”, 2021 г., ISBN: 978-609-485-209-1

**Summary:** This article makes an analysis of the sustainability of tourist destinations, considering the characteristics of tourist destinations and, consequently, of the tourist products that comprise it. Returning to the discussion on the sustainable development of tourist destinations, it addresses the need for the joint participation of experience economy in the context of cruise tourism and the role of gambling tourism as part of the sustainability of destinations.

**Key words:** tourism, experience economy, development, destinations

**Стимулиране развитието на продукти по изживявания с цел устойчивост на дестинациите**

**Резюме:** Настоящата статия прави анализ на устойчивостта на туристическите дестинации, като се отчитат характеристиките на туристическите дестинации и съответно на туристическите продукти, които я включват. Връщайки се към дискусията за устойчивото развитие на туристическите дестинации, тя разглежда необходимостта от съвместно участие на икономиката на опита в контекста на круизния туризъм и ролята на хазартния туризъм като част от устойчивостта на дестинациите.

**Ключови думи:** туризъм, икономика на преживяванията, развитие, дестинации



**3.1. Гайдаров, Н., „Маркетингови взаимодействия между казино индустрията и туроператорския бизнес”, „Инфраструктура § Комуникации", 2015 г., година 5, кн. 10, стр. 344-347, ISSN: 1314-0930**

**Резюме:** В настоящата статия се проучва развитието на игралната индустрия в някои страни, моделите на организация и управление и ефектите от развитието ѝ за туристическите дестинации. Тази основа ще послужи за доразвиване на тезата за възможните маркетингови взаимодействия между казино индустрията и туроператорския бизнес, както и за факторите, които трябва да се вземат в предвид, при анализ на това взаимодействие.

**Ключови думи:** маркетингови взаимодействия, игрална индустрия, специализирани туристически продукти, туроператорски бизнес

### **Marketing interactions between the casino industry and the tour operator business**

**Summary:** This article examines the development of the gaming industry in some countries, the models of organization and management and the effects of its development on tourist destinations. This basis will serve to further develop the thesis of possible marketing interactions between the casino industry and the tour operator business, as well as the factors that must be taken into account when analyzing this interaction.

**Key words:** marketing interactions, gaming industry, specialized tourist products, tour operator business

**3.2. Гайдаров, Н., „Ефективно управление на взаимодействието между казино индустрията и туроператорския бизнес”, „Стратегически визии: Ефективно управление за икономически, организационни и социални трансформации (Иновации – Институтции – Бизнес)”, „Нов български университет”, 2016 г., стр. 438-446, ISBN: 978-954-535-949-1**

**Резюме:** В настоящата статия се проучва развитието на игралната индустрия в контекста на икономиката на изживяванията, моделите на организация и управление и ефектите от развитието ѝ за туристическите дестинации. Тази основа ще послужи за доразвиване на тезата за възможностите за ефективно управление на взаимодействието между казино индустрията и туроператорския бизнес, както и за факторите, които трябва да се вземат в предвид, при анализ на това взаимодействие.

**Ключови думи:** ефективно управление, икономика на изживяванията, игрална индустрия, специализирани туристически продукти, туроператорски бизнес

## **Effective management of the relationship between the casino industry and tour operators' business**

**Abstract:** The paper discusses the development of the gambling and casino industry in the overall framework of Experience economy, the underlying organizational and behavioral models and the impact of the industry on tourism related business models and attractiveness of tourist locations. The findings of the research will serve to monitor and assess in greater detail the possibilities for effective management of the relationship between the casino industry and tour operators' businesses, as well as the key factors that bring about this relationship.

**Key words:** effective management, experience economy, gaming industry, gambling industry, specialized tourism segments, tour operators' business

**3.3.** Гайдаров, Н., Портарска, В., „Нискотарифните авиокомпаниии – основен елемент за мобилността в туризма”, „Мобилност за един свързан свят”, Издателски комплекс - УНСС, 2017 г., стр. 90-95, ISBN: 978-954-644-941-2

**Резюме:** Докладът има за цел да изложи тясното коопериране между туристическите агенции и нискотарифните авиокомпаниии. Несъмнено тази връзка е в основата както на мобилността в туристическия сектор, така и на икономическото развитие на дестинациите. Като основен сегмент в туризма, авиотранспортът несъмнено е интересен за разглеждане и изводите, които са направени в доклада, могат да допринесат за поддържане, но и за подобряване както на туризма като цяло, така и на по-голямата удовлетвореност на туристите, чиите потребителски изисквания се увеличават с всеки изминал ден.

**Ключови думи:** мобилност, авиотранспорт, нискотарифни компаниии, туроператорски агенции

**Summary:** The report aims to highlight the close cooperation between travel agencies and low-cost airlines. Undoubtedly, this connection is the basis of both mobility in the tourism sector and the economic development of destinations. As a major segment in tourism, air transport is undoubtedly interesting to consider and the conclusions drawn in the report can contribute to maintaining but also improving both tourism in general and the greater satisfaction of tourists whose consumer requirements increase with each passing day.

**Key words:** mobility, air transport, low cost companies, tour operators

**3.4.** Янева, М., Гайдаров, Н., „Новите нюанси на съвременната наука и развитието на

к

р

**Резюме:** Актуалността на изследваната проблематика се обуславя от множество процеси, които през последните години се активизират в общественото пространство, както в Европа свързани с нейните приоритети в развитието, така и в България. Различни организации споделят потребността от търсене на нови форми за развитие на бизнеса, които да кореспондират със стратегическите приоритети на държавите. От гледна точка на новите потребности на съвременния човек и търсенето на нови форми на изживявания се налага необходимостта за създаване на нови бизнес продукти, които да осигуряват конкурентоспособност и адекватно развитието на обществото през 21-ви век. Обект на проучване в настоящата статия е креативният туризъм, а предмет на изследване е икономиката на изживяванията, която го създава. Тезата застъпена в изложението е, че развитието на креативните продукти на туроператорите са фактор за увеличаване на конкурентоспособността им. Тезата, която се доказва е свързана с изпълнението на целта, а именно че икономиката на изживяванията създава креативни продукти, които осигуряват конкурентоспособност на местния бизнес, както и на туристическите дестинации. Задачите, които доказват целта са свързани с проучване на икономика на изживяванията и развитието на дестинациите; отчитане на стратегическите приоритети за развитие на креативната конкурентоспособност в туризма и анализиране на креативния туризъм в икономиката на изживяванията.

**Ключови думи:** икономика на изживяванията, креативен туризъм, конкурентоспособност, туристически дестинации, туроператорски продукти

”

**The new shades of contemporary science and the development of creative tourism**

§

**Key words:** economics of experiences, creative tourism, competitiveness, tourist destinations, tour operator products

е

**3.5. Yaneva, M., Gaidarov, N., “Economics of Experiences and its Role for the Development of**

€

н

б

**Key words:** economics, experiences, development

h

in

**Икономика на изживяванията и нейната роля за развитието на креативния туризъм**

и

у

у

**Резюме:** Обект на изследване в тази статия е творческият туризъм, а предмет е икономиката на преживяванията, която го създава. Изложената в изложението теза доказва развитието на креативни продукти пред туроператорите като фактор за повишаване на тяхната конкурентоспособност. Доказаната теза е свързана с изпълнението на целта, а именно икономиката на преживяванията да развива креативни продукти, които осигуряват конкурентоспособност на местния бизнес и туристическите дестинации. Задачите, доказващи целта, са свързани с изследвания на икономиката на преживяванията и развитието на дестинациите, като се вземат предвид стратегическите приоритети за развитие на творческата конкурентоспособност в туризма и анализирането на креативния туризъм като част от икономиката на преживяванията.

**Ключови думи:** икономика, изживяване, развитие

Гайдаров, Н., Портарска, В., „Нискотарифните авиокомпаниии – ключов фактор за развитието на съвременния туризъм”, „Многообразието на туризма в научното познание”,

”

С

**Резюме:** Докладът има за цел да изложи тясното коопериране между туристическите агенции и нискотарифните авиокомпаниии. Несъмнено тази връзка е в основата както на мобилността в туристическия сектор, така и на икономическото развитие на дестинациите. Като основен сегмент в туризма, авиотранспортът несъмнено е интересен за разглеждане и изводите, които са направени в доклада, могат да допринесат за поддържане, но и за подобряване както на туризма като цяло, така и на по-голямата удовлетвореност на туристите, чиите потребителски изисквания се увеличават с всеки изминал ден.

**Ключови думи:** мобилност, авиотранспорт, нискотарифни компаниии, туроператорски агенции

о

**Summary:** The report aims to highlight the close co-operation between travel agencies and low-cost airlines. Undoubtedly, this connection is the basis of both mobility in the tourism sector and the economic development of destinations. As a major segment in tourism, air transport is undoubtedly interesting to consider and the conclusions drawn in the report can contribute to maintaining but also improving both tourism in general and the greater satisfaction of tourists whose consumer requirements increase with each passing day.

**Key words:** mobility, air transport, low cost companies, tour operators

т

В.7. Янева, М., Гайдаров, Н., „Специализация, трансформация и устойчивост в туризма”,

о

р

ч

„Предизвикателствата на новата технологична трансформация”, Авангард Прима, 2018 г., стр.

**Резюме:** Специализацията в туризма е неразделна част от неговата устойчивост, особено във времена на технологични трансформации. Различните специализирани видове туризъм също не са изключение от общите тенденции на пазара и от необходимостта за тяхната трансформация свързана не само с технологиите, но от там и с новите потребителски очаквания. Технологичните трансформации обуславят и промени в начина и формите на изживяванията на туристите. В резултат на променящите се тенденции туризмът може да бъде определен като системата от опит. Тези промени водят до изменения в дейността на туроператорите и се превръщат в предпоставка за специализацията в продуктовото им предлагане.

**Ключови думи:** специализация, трансформация, устойчивост, туризъм

### **Specialization, transformation and sustainability in tourism**

**Summary:** Specialization in tourism is an integral part of its sustainability, especially in times of technological transformation. The various specialized types of tourism are also no exception to the general market trends and the need for their transformation related not only to technology, but hence to new consumer expectations. Technological transformations also determine changes in the way and forms of tourists' experiences. As a result of changing trends, tourism can be defined as a system of experience. These changes lead to changes in the activities of tour operators and become a prerequisite for specialization in their product offering.

**Key words:** specialization, transformation, sustainability, tourism

**3.8.** Гайдаров, Н., „Анализ на добрите практики в казино туризма”, „Многообразието на туризма в научното познание”, „Студентско научно творчество”, 2019 г., стр. 77-88, ISSN: 1314-4480

**Резюме:** Настоящият доклад проучва и анализира добрите практики в казино туризма. В тази връзка се изследва спецификата на търсенето и предлагането в тази област, както и водещите хазартни дестинации в света, топ казино хотелите с цел разработване на модел, приложим за предлагане от българските туристически агенции по отношение на хазартния продукт, както и обособяване на подобни курортни комплекси.

**Ключови думи:** добри практики, казино туризъм, туроператори

### **Analysis of good practices in casino tourism**

**Summary:** This report examines and analyzes good practices in casino tourism. In this regard, the specifics of supply and demand in this area, as well as the leading gambling destinations in the world, top casino hotels in order to develop a model applicable to the supply of Bulgarian travel agencies in terms of gambling, as well as the establishment of such resorts.

**Key words:** good practices, casino tourism, tour operators

**3.9.** Гайдаров, Н., Георгиева, Р., „Специализирани продукти на туроператорите по делови и хазартен туризъм”, „Туризмът в новото хилядолетие – състояние и перспективи”, Академично издателство „Ценов” Свищов, 2019 г., стр. 98-107, ISBN: 978-954-23-1764-7

**Резюме:** Изследваната проблематика третира въпросите, свързани с диверсифициране на туристическото предлагане от гл.т. на номенклатурата на програмите на туристическите агенции, осигуряващи целогодишна заетост на туристическата база у нас. Съвременният потребител очаква да получи продукт, който удовлетворява комбинирането на няколко потребителски мотива за предприемане на пътуване. Актуалността на проблематиката се обуславя от изследването на добрите практики и предлагането на продукти, комбиниращи деловия туризъм с хазартния туризъм. Конструира се обща методологична рамка с инструментариум за изследване и оценка на подобни обекти в България.

**Ключови думи:** делови туризъм, казино индустрия, хазартен туризъм, комбиниран туристически пакет

### **Specialized products of tour operators in MICE and gambling tourism**

**Summary:** The researched issues address the issues related to the diversification of the tourist offer from the main point of the nomenclature of the programs of the travel agencies, providing year-round employment of the tourist base in our country. The modern consumer expects to receive a product that satisfies the combination of several consumer motives for taking a trip. The topicality of the issue is determined by the study of good practices and the offering of products combining business tourism with gambling tourism. A common methodological framework with tools for research and evaluation of similar sites in Bulgaria is being constructed.

**Key words:** business tourism, casino industry, gambling tourism, combined tourist package

**3.10.** Гайдаров, Н., Цанкова, П., „Изживяванията по време на круизна програма”, „Туризмът – отвъд очакванията”, Издателски комплекс – УНСС, 2020 г., стр. 309-320, ISBN: 978-619-232-296-0

**Резюме:** Изживяванията по време на круизна програма са един от продуктите наситени от

новите потребности за развлечения и изживявания по време на престой на борда на кораба, които отчитат повишен ръст на потребление през последните години от развитието на туризма. Този интерес е обусловен, както от промените в изискванията на съвременния потребител, така и от високото качество по отношение на предлагането в круизната индустрия. Настоящият доклад разглежда круизния продукт като един от най-конкурентоспособните на световния туристически пазар, имайки предвид възможностите за изживявания на туристите по време на круизна туристическа програма. Глобалната круизна индустрия генерира приблизително 38 милиарда долара годишно от пътнически разходи и е най-бързо растящият сектор в туристическия бизнес. Освен това тя е утвърдена като един от най-интензивните сектори в света, с все по-невероятни съвременни плавателни съдове.

**Ключови думи:** икономика на изживяванията, казино индустрия, круизна програма, специализирани продукти, круизни компании

### **Experiences during the cruise program**

**Abstract:** Experiences during the cruise program are one of the products saturated with new leisure and on boarding needs that have seen increased consumption in recent years along with tourism development. This interest is conditioned by both the changes in the requirements of the modern consumer on one side and the high quality in terms of supply in the cruise industry on the other. This report examines the cruise product as one of the most competitive in the global tourism market, which gives numerous experience opportunities for tourists during the cruise tourism program. The global cruise industry generates about \$ 38 billion annually from passengers only and it is the fastest growing sector in the travel business. In addition, it has established itself as one of the most intensive sectors in the world, with incredible modern crafts.

**Key words:** experience economics, casino industry, cruise program, specialized products, cruise companies

**3.11.** Янева, М., Гайдаров, Н., „Специализираният продукт на изживяванията за развитието на туристическите райони”, „Туризм и свързаност”, Издателство „Наука и икономика” – ИУ Варна, 2020г., стр. 554-562, ISBN: 978-954-21-1052-1

**Резюме:** Настоящото изследване има за цел да анализира теоретичните концепции и характеристики на преживяванията в градския туризм за отдых. Подобно изследване подпомага развитието на новосъздадени туристически зони в България. Те допринасят за подобряване на вътрешното и външно управление на дестинацията, осъществявано от Организациите за управление на туристическите зони.

**Ключови думи:** туристическо зонирание, тематични зони, специализирани продукти, икономика на преживяванията, градски рекреационен туризъм на преживявания

**JEL:** L83

### **The specialized product of experiences for the development of tourist areas**

**Abstract:** The present study aims to analyze the theoretical concepts and characteristics of recreational urban tourism experiences. Such research supports the development of newly created tourist areas in Bulgaria. They contribute to the improvement of the internal and external management of the destination, carried out by the Organizations for Management of Tourist Areas.

**Keywords:** tourist zoning, thematic areas, specialized products, experience economics, urban recreational tourism of experiences.