St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo
Faculty of Economics

НОВИ ТЕНДЕНЦИИ В ГЛОБАЛНИЯ ТУРИЗЪМ: НЕСТАНДАРТНИ ДЕСТИНАЦИИ, ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ И АВТЕНТИЧНИ ПРЕЖИВЯВАНИЯ

NEW TRENDS IN GLOBAL TOURISM: OFF-THE-BEATEN-PATH DESTINATIONS, ARTIFICIAL INTELLIGENCE, AND AUTHENTIC EXPERIENCES

Соня Алексиева
Sonya Alexieva

Асоциация за реклама и комуникации в туризма (АРКТ)
Association for Advertising and Communication in Tourism (AACT)

Abstract: New trends in global tourism are encouraging travellers to choose experiences focused on culture and adventure. According to forecasts and studies of consumer behaviour, the deepening of these trends is changing travel choices and styles, vacation planning, and the ways to combine work and leisure. They are at the basis of sustainable tourism, aimed at experience-oriented travel, eco exploration, special events, or personalized itineraries.

In the context of a changing socio-economic reality and dramatic political crises, tourists are increasingly avoiding overtourism, urban overcrowding, and traditional destinations. The trends are toward active holidays, "cooler" vacations, and experiences that provide knowledge and emotional enrichment. These include the so-called "slow" travel; nocturnal tourism (noctourism); escapes into nature (with an emphasis on digital detox), as well as quiet places for seclusion away from noise pollution. There is also a rise in nostalgic/romantic tourism and cultural experiences, in addition to tourism-promoting festivals and music tours along the routes of global stars.

Artificial intelligence (AI), which is transforming every aspect of tourism services today, is a key player in the industry, optimizing processes and applications with a focus on the economic, social, and ethical challenges in the sector. However, new trends also include increasingly popular (and sought-after) opportunities for meeting, connecting, and communicating with real people in real life, away from the digital world and screens.

Keywords: destinations; new trends; slow tourism; authenticity; artificial intelligence; experiences.
JEL: L 83, Z 10

ВЪВЕДЕНИЕ

Промените в туристическата индустрия, прогнозите, проучванията и данните от изследванията на потребителското поведение днес, представят все повече нови тенденции, които влияят на развитието на дестинациите и преживяванията на туристите. Устойчивото и отговорното туристическо потребление на съвременните потребители – като антипод на негативните последици от „масовия" туризъм, е в основата на търсения баланс между нарастващото търсене на спокоен ритъм на персонализираното преживяване и природосъобразен начин на живот в рамките на пътуването/ваканцията. В условията на променящите се дестинации и туристически пазари, все по-видими са проблемите във време на реални климатични промени и свръхтуризъм – с пикови

температури, недостъпни природа и плажове, летни пожари, негостоприемни и претъпкани градове и др.

Светът на туристите вече е друг с положителните перспективи за индустрията, но и с несигурността, произтичаща от геополитически рискове и продължаващи конфликти. Сред многобройните политически, икономически и социални причини са и очакваните за индустрията промени: внимание към нови, неизвестни, но по-спокойни дестинации; нарастващ интерес към вътрешнорегионалния туризъм; по-чести пътувания, далеч от лукса, независимо от бюджетните ограничения. Разликите в предпочитанията и поведението на туристите днес (вкл. на поколенията Y и Z) генерират нови решения и нестандартни маршрути с цел персонализирани и ексклузивни преживявания на все по-неизвестни, нестандартни и екзотични места с акцент върху „бавния“ туризъм.

Как новите тенденции в глобалния туризъм променят избора и начина на пътуване, планиране на ваканциите с комбинация между работа и удоволствие? Целта на настоящата публикация е да представи, изследва и оцени някои от тези тенденции в контекста на променящите се предпочитания на потребителите и предлаганите конкурентни туристически продукти. Позитивните послания и интегрираните решения в различни проекти на дестинациите (и в условията на кризи), са в основата на устойчивия туризъм с цел преживяване, еко открития, специални събития или персонализирани маршрути. В динамичното време на приложимост на изкуствения интелект (AI) и уникалните технологии в индустрията, е важно – макар от практико-приложна гледна точка, да се подчертае обогатяването на чисто приключенския наратив с все по-нови перспективи.

ФОКУС ВЪРХУ АВТЕНТИЧНИТЕ ПРЕЖИВЯВАНИЯ

Промяната на света и на туризма с категорично завръщане към тенденциите на растеж преди пандемията, се доказва с нарастването на международните пътувания през 2025 г. Статистиките и изводите от първия Световен туристически барометър за годината, публикуван от Световната туристическа организация посочват 1,52 млрд. международни туристи, регистрирани по целия свят, което е с близо 60 млн. повече от предишната 2024 г. (ръст с 4%). От една страна, тези числа отразяват, по-близо до средното увеличение от 5% годишно между 2009 и 2019 г. като резултатите са обусловени от силно търсене, стабилни резултати от големи пазари и продължаващото възстановяване на дестинациите в Азия и Тихия океан.

От друга страна, подобрените въздушна свързаност и визови облекчения, също подкрепят международните пътувания през 2025 г., въпреки високата инфлация в туристическите услуги и несигурността от геополитическото напрежение. В направените изводи обаче, се декларира съществуващата несигурност, произтичаща от геополитическите рискове, задълбочаващите се световни конфликти и екстремните метеорологични явления не само в Европа, които рефлектират върху решенията и доверието на пътуващите хора[1]. В първите месеци на 2026 г. туризмът е в още по-тежка криза поради следващите военните действия, трудното възстановяване на полетите до голяма част от засегнатите в момента дестинации в Близкия изток и др., които увеличават опасенията за стабилизирането им и възстановяване на авиотрафика. Туризмът е под ударите на поскъпване на услугите заради скока на петрола, промяна в маршрутите, смяна в избора на дестинации заради конфликта и не на последно място – под заплаха от подценяване на потенциалните бъдещи рискове в индустрията.

Анализите, прогнозите и данните от водещи световни туристически компании още през есента на 2025 г. обобщават годишните тенденции в пътуванията, които посочват промените в туристическата индустрия, подпомагат дестинациите и очакванията на потребителите. Изненадват ги нови термини, нестандартни маршрути и непознати региони в т.нар. „година на тихите бягства“, когато туристите се завръщат към по-бавно и по-целенасочено пътуване.

---

[1] Виж по-подробно на: International tourist arrivals up 4% in 2025 reflecting strong travel demand around the world – In – https://www.untourism.int/news/international-tourist-arrivals-up-4-in-2025-reflecting-strong-travel-demand-around-the-world (проверен 26.03.2026).

Сред водещите тенденции за 2026 г.[2] са *пътища вместо писти* – туристите избират да се наслаждават на пътуванията с кола, заради привлекателността на откритията път, но много от тях и заради по-ниската цена на шофирането до дестинацията. Друга тенденция, която завладява желанията/очакванията на хората е *тишина над всичко* и тя доминира навсякъде в търсене на: повече спокойствие, комфорт и тишина в опит за бягство от стреса и напрежението в съвременния живот и работа, вкл. и агресивното дигитално всекидневие. В опит за откъсване от натоварването в програмирания свят, потребителите заплащат за тишина, например в дигитални детокс кабини или за стаи в пълен мрак. След първите непознати преди години, ваканции за дигиталната детоксификация, години по-късно днес потребителите избират тишината над всичко като антидот на преумората от социалните мрежи, екраните и синдрома на професионалното/емоционалното прегаряне бърнаут (burnout).

През 2026 г. е времето за личните ваканции и специализираните турове – *персонализирано вместо универсално*, тенденцията, която стимулира пътуване далеч от унифицираните и традиционни за всички туристи резервации. Съобразени със специфични житейски етапи или ситуации в човешкия живот, те насърчават туристическата индустрия да предлага хипериндивидуалност и персонализиране на пътуването. То е свързано с времето на личен „преход“, натоварен с емоционално или психическо преживяване (раздяла, скръб, развод, оздравяване, преместване, пенсиониране и др.). Персонализираните пътувания могат да осигурят позитивно преживяване и „терапия“ в някои от най-трудните етапи в човешкия живот. В тази голяма ниша туристическата индустрия има богата практика и изключителен опит, но оценява все повече разширяване на специфичните персонализирани пътувания и при организиране на турове за хоби интереси, спорт, арт терапия и др.

Пример за това през последните години е скокът в броя на туристите, посещаващи цъфналите вишни в Япония. Благодарение и на социалните мрежи вековната японска традиция ханами се превръща в viral за пътуване, статии, снимки и видео. Този избор обаче, води до значителен свръхтуризъм в емблематични паркове и места по време на цъфтежа близо до планината Фуджи (до повече от 10 000 туристи за ден) като пагодата Чурейто (Chureito Pagoda). През февруари тази година, притокът на туристи в град Фуджийошида (Fujiyoshida), довежда до хронични задръствания, опасения за безопасност, замърсяване и др. и принуждава японските власти да отменят 10-годишния фестивал на цъфналите вишни[3], поради неуправляемия наплив от посетители.

Новите тенденции в глобалния туризъм насърчават все повече избора на туристите с фокус върху културата и приключенията. Според изследването на потребителското поведение, задълбочаването на тези тенденции водят към по-малко известни дестинации. Нарастването на литературните пътувания – едни от най-популярните тенденции са познати като *култура пред хедонизъм.* Десетки програми в градовете, хотелите и морските комплекси включват/предлагат тематични престои, читателски срещи, запознаване с автори или редки издания.

Експертите определят забележителния възход на литературния туризъм като новите дестинации на „новите туристически пътувания по известни книги“[4]. След утвърждаването на музикалните и кулинарните фестивали в туризма, е времето на литературните фестивали – следващото културно поклонение. Те привличат любителите на книгите с авторски четения, дискусии с панели, поредици илюстрирани томове за разглеждане като приключения около дестинацията на всеки фестивал.

---

[2] **Hall, L.** Seven travel trends that will define 2026 – https://www.bbc.com/travel/article/20251201-seven-travel-trends-that-will-define-2026 (проверен 12.04.2026).

[3] Японски град отмени фестивала на цъфналите вишни заради лошото поведение на туристи –https://www.economic.bg/bg/a/view/japonski-grad-otmeni-festivala-na-cyfnalite-vishni-zaradi-loshoto-povedenie-naturisti (проверен 26.03.2026).

[4] Виж по-подробно за литературните пътувания: Novel Destinations: The Remarkable Rise of Literary Tourism – Book Festivals Are The New Cultural Pilgrimage – https://iamlostandfound.com/novel-destinations-rise-of-literary-tourism/ (проверен 12.04.2026).

Още една близка тенденция, но сред най-известните и най-бързо развиващите в индустрията е *set-jetting* (пътуване, вдъхновено филмите и телевизията), запознава с реалните локации, атмосферата и природата на известни филмови продукции. Тези пътувания с основно привличане – преживяванията от екрана в реалността, създават нова туристическа индустрия с топ дестинации в милиардния глобален пазар на филмовия туризъм. „Лорънс от Арабия“, „Изгубени в превода“ „Евита“, „Джурасик парк“, „Мисията невъзможна: Престъпна нация“, „Батман“, „Дневникът на Бриджит Джоунс“, „Хари Потър и стаята на тайните“, „Игра на тронове“, „Аватар“, „Емили в Париж“, „Белият лотос“, „Аладин“, са сред лентите на стотици филмови локации, които популяризира екранния туризъм. Неговата възходяща тенденция е категорична по популярност и печалби: 81% от пътуващите от поколението Z и милениалите планират почивките си въз основа на това, което са видели на екрана, очакванията са до 2028 г. екранният туризъм да струва 110,79 млрд. долара[5].

„БАВНИ ПЪТУВАНИЯ“, АКТИВНИ ВАКАНЦИИ И НОЩЕН ТУРИЗЪМ

Все по-актуалната тема за „бавните пътувания“ включва нови тенденции, които променят или надграждат представите за динамиката на съвременните туристически ваканции/почивки. Към тях експертите по пътувания добавят още *доверие пред избора*, формирана от пренатоварване в работната среда и скоростта на дигиталния свят, както и от напрегнатия личен житейски график. Нарастващата умора от вземане на решения и когнитивното претоварване от избор на постоянни микрорешения (в офиса и у дома), изкушава потребителите да търсят своите бягства в проверени/сигурни дестинации и да се доверява на спокойни и релаксиращи почивки. Елиминирането на допълнителния стрес от планиране, организация, резервации и др., за предстояща ваканция/почивка е възможно с професионалната помощ на индустрията, която предлага и изненадва с нестандартни и сигурни решения. Сред новите инициативи са различни опции за мистериозни пътувания в непозната посока, морски круизи с неизвестен маршрут, настаняване в неочакван регион извън луксозните комплекси и др. Традиционното пътуване с цел отстъпва пред нови открития и нестандартни дестинации, далеч от рутинните почивки и познатите културни обиколки.

Туристите приемат тенденциите от отказване от алкохола по време на път до *приоритизиране на човешкия интелект* пред изкуствения интелект, както и „бавните пътувания“, които включват романтика по време на ваканция, носталгичен туризъм, дигитален детокс или туризъм за сън. Все по-търсена във време на глобални катаклизми, политически кризи и климатични промени е тенденцията за *успокоение* – почивки, изцяло фокусирани върху създаването на усещане за спокойствие. Като контрапункт на шумовото и светлинното замърсяване, на пренаселените градове и транспортните блокади, туристите избират „тихите бягства“. Много дестинации предлагат изолирани места на морските крайбрежия, кабини без технологии, специално проектирани комплекси за общуване с природата с откъсване от стреса, напрежението и технологиите. Тази тенденция включва и *„алтернативни дестинации“*, където популярни туристически локации се заменят с по-неизвестни и по-тихи, но също красиви и интересни, извън стереотипната почивка и традиционните маршрути.

В резултат на трансформациите в съвременния туризъм другият фокус от възможности за развитие все привлекателния „бавен туризъм“ (slow tourism) или „бавно пътуване“ (slow travel). Това позабравено направление се възприема като осмислена нагласа за самостоятелен избор и алтернатива на масовите стандартни туристически пътувания. В контекста на известната философия бавен живот (slow life) още от 1986 г. се декларират конкретните ефекти и ползи за човека, здравето и възстановяването му; подчертава се значението на урбанистичния модел бавен град (cittaslow); допълва се бавното хранене (slow food) – движението на Карло Петрини[6]. Така ва-

[5] Top 10 Set Jetting Destinations for 2026 – https://thetravelexpert.ie/travel-expert-article/top-10-set-jetting-destinations-around-the-world/ (проверен 12.04.2026).

[6] Карло Петрини е основател на движението Slow Food, носител на престижната награда „Шампион на Земята“ от Програмата на ООН за опазване на околната среда (UNEP); автор е на книгата „Хубаво, чисто, справедливо“ (2005 г.), издадена в България, когато посещава страната през 2016 г. (изд. „Жанет 45“,

канциите, пътуванията, рекреацията и др., като част от „бавното пътуване“ , пишат историята на концепцията „бавен туризъм“, следвани през годините от „бавни“ образование, изкуство, технологии и др.

Какво обединява все по-категоричните почитатели на този вид туризъм: избор/начин на спокойна и осмислена ваканция; здравословен и полезен режим с включване на местни продукти и храни; самостоятелно планиране на пътуванията и транспорта; персонализиране на интереси и занимания сред автентична среда и чиста природа; акцентиране върху дигитален детокс и срещи/комуникации с реални хора, встрани от дигиталния свят и екраните. Именно интегрирането на ключовите елементи във философията на „бавния“ туризъм са в основата на избора на туристите, които искат да пътуват в реален и спокоен, а не в постоянно и в дигиталния свят, сами да програмират спокойни и непознати маршрути, да избират транспорт, настаняване, посещения и храна, практикуване на хоби интереси, различни от стереотипите и стреса на традиционните дестинации.

Нарастващите очаквания за промени и новите тенденции, както от страна на потребителите, така и от местните общности, „изискват замяна на масовия и оценяване на „бавния туризъм“ с надежда за промяна на индустрията от новите технологии, но с разумни политики за опазване на природното наследство, биологичното разнообразие и съхраняване на традициите на местните общности“ (Алексиева, 2024, 119). Според изследователите, едно туристическо преживяване „може да се нарече „бавен туризъм“, само ако удовлетворява шест измерения, както от гледна точка на търсенето, така и на предлагането. Това са: времето, бавността, другостта, автентичността, устойчивостта и емоцията“ (Zago, 2011, 11).

Голямата промяна в изискванията към индивидуалните програми, еко средата и общността домакин, са пряко свързани с идентичността на дестинациите. Дефинирането на „бавния туризъм“ като съвременна концепция включва „създаване на алтернативни форми на туризъм и хармонично развитие на дестинацията, основана на етични ценности, пълноценни и индивидуално осмислени туристически пътувания, лишени от стреса и динамиката на масовия туризъм, в естествена, уникална и автентична среда“ (Казанджиева, Луканова, 2019, 89).

В противовес с „масовия туризъм“ и забързания ритъм на пътуванията и начина на живот, „бавният туризъм“ преоткрива един спокоен и естествен ход на времето, в който хармонизира откритията, находките и срещите по пътя към наследството и културата, традициите и локалната общност. Като нова форма на устойчиво развитие, той разширява възможностите за интегриране на пътуващите хора в различни от масовите пътувания, среда, взаимоотношения и очаквания. Проучването на „бавния туризъм“ се фокусира върху посланията и мобилността на потребителите и в контекста на отношението им към природните и туристическите ресурси. „Концепцията „бавен туризъм“ се базира основно на осъзната, смислена, ценностна ориентация за туристическо преживяване от индивидите, на ново културно равнище, за разлика от мащабно изразеното имитационно поведение при масовия туризъм“. Но „бавният турист“ се отличава с изразена индивидуалност на поведението в избраната дестинация, насочва се към развлечения и преживявания, оригинални за посетеното място, които ще му осигурят едновременно физическо, емоционално и духовно-познавателно удовлетворение“ (Ракаджийска, 2019, 28).

Проучвайки историята и практиките на „бавното пътуване“ в посочената публикация, авторите цитират и една по-изчерпателна характеристика: „…благодарение на бавния туризъм се генерират нови бизнеси, като занаятчийски и местни пазари; музейни пространства; информационни срещи и размяна на места; трансформацията на местните продукти; разширяване на посещенията на места, които са по-малко известни на широката публика; и възстановяването на местния начин на живот и социална култура“ (Кръстева, Алексова, 2024, 123). И добавят конкретен съвет: „Осигурете достатъчно време на пътуващия да установи по-дълбока връзка с околната среда, различните местоположения и хората, които срещат по време на пътуването“.

преводач Елица Попова) – виж повече на: https://slowfood-bg.com/ – официален сайт на движението за бавна храна в България.

В условията на променящата се икономическа и социална реалност, както и на драматичните политически кризи, туристите избягват все по-категорично опасните или традиционните дестинации, свръхтуризма, почивките на принципа all inclusive и пренаселеността на големите градове. Тенденциите в индустрията са към: активните почивки в еко среда, все „по-хладните“ ваканции, преживяванията, които носят познания и емоции. Именно „бавните“ пътувания включват: нощен туризъм (ноктуризъм); бягство сред природата (с акцент върху дигиталния детокс), както и спокойни места за уединение извън шумовите замърсявания.

Новите тенденции в глобалния туризъм насърчават избора на туристите с фокус върху културата и приключенията. Според прогнозите и изследването на потребителското поведение, задълбочаването на тези тенденции променят избора и начина на пътуване, планирането на ваканциите и комбинацията между работа и удоволствие. Те са в основата на устойчивия туризъм с цел преживяване, еко открития, специални събития или персонализирани маршрути.

„Бавният туризъм“ не изключва активните ваканции, където откривателството, културните предизвикателства и нощните пътешествия навсякъде в природата са все по-популярни. В условията на променящата се икономическа и социална реалност, както и на драматичните политически кризи, туристите избягват все по-категорично традиционните дестинации, свръхтуризма, почивките на принципа all inclusive и пренаселеността на градовете. От друга страна, съвременните туристи във „все по-голяма степен свързват устойчивото пътуване с автентично изживяване. Те предпочитат хотели, които са сертифицирани като зелени, участват в програми за устойчив туризъм и имплементират добри практики за опазване на природните ресурси и климата.“ (Александрова, 2023, 201).

Тенденциите в индустрията са към: активните почивки в еко среда, все „по-хладните“ ваканции, преживяванията, които носят познания и емоции. Сред тях са т.нар. „бавни“ пътувания; нощен туризъм (ноктуризъм); бягство сред природата (с акцент върху дигиталния детокс), както и спокойни места за уединение извън шумовите замърсявания. Сред най-привлекателните е именно нощния туризъм – на път към „дестинациите с по-тъмно небе“, където се търсят звездни „карти“, полярни сияния, лунни затъмнения и изненадите на света, които могат да се видят само през нощта.

Сред една от търсените книги на National Geographic и Disney Publishing за 2024 г. е „100 нощи от живота: Най-големите приключения на света след залез слънце“[7] на Стефани Вермилон. Във фокуса на нощния туризъм са нощните пътувания/посещения на музеи (например, нощни обиколки в двореца Топкапъ в Истанбул или нощна обиколка на Колизеума в Рим); наблюдения на северното сияние; релаксираща нощи под звездите на енергично парти с музика на живо; наблюдение на диви животни по време на нощно сафари; потапяне в горещ извор под северното сияние на Исландия; уроци по небесна навигация; пешеходен туризъм на лунна светлина в национален парк; участие в китайския Лунен фестивал в средата на есента; спане под звездите в пустинята Сахара и др. „Бавните пътувания“ не са нито непознати, нито забравени, но днес отново се завръщат като новата философия на туризма.

Промяната в избора на транспорт при пътуване, съобразяването с ограниченията с цел защита на крехките екосистеми и по-добър контрол на потоците от посетители, допълва голямата тема за възхода на *носталгичния/романтичния туризъм* през призмата на „бавния туризъм“. В много дестинации железопътният транспорт не е алтернативен вид транспорт: той може да бъде определящият начин за влизане, осигуряващ достъп, като същевременно подкрепя дългосрочното опазване на природните ресурси.

Един от примерите за това е политиката на платформата за резервации на билети Rail Europe. Например, с влак могат да се посетят френския национален парк Каланки (The Calanques National Park – Bouches-du-Rhône), австрийския национален парк „Висок Тауерн“ (Austria’s Hohe Tauern National Park); националният парк Саксонска Швейцария в Германия (Germany’s Saxon

[7] 100 Nights of a Lifetime: The World‘s Ultimate Adventures after Dark by Stephanie Vermillion – https://www.betterworldbooks.com/product/detail/100-nights-of-a-lifetime-the-world-s-ultimate-adventures-after-dark-9781426223372/new (проверен 12.04.2026).

Switzerland National Park); да се пътува по Ретийската железница (Rhaetian Railway), включена в списъка на ЮНЕСКО[8] или да се избере бавния комфорт на Bernina Express, който свързва Швейцария и Италия.

ОТ ДАНИЯ ДО КИТАЙ – ТУРИСТИ СЪС „ЗАНИМАНИЯ, ЩАДЯЩИ КЛИМАТА“ И АКТЬОРИ ОТ ДРЕВНОСТТА

Един от успешните европейски примери за това как новите тенденции в глобалния туризъм променят негативните последици от „масовия туризъм“ е Копенхаген. Под обсадата на свръхтуризма, градът (с около 1 млн. жители) е посетен през 2024 г. от 12 млн. туристи. През 2024 г. туристическата организация Wonderful Copenhagen започва иновативен пилотен четириседмичен проект – „Копенпей“ (CopenPay), с цел да подтикне туристите към „занимания, щадящи климата“. Целта е посетителите на града да вземат съзнателни зелени решения[9] и да се превърне туризма от екологична беда в сила за положителна промяна. Две години по-късно над 100 дестинации по света са се свързали с Wonderful Copenhagen, за да попитат как толкова успешно работи програмата – без огромен бюджет и без сложна технологична платформа.

Туристите в датската столица се включват в серия необичайни инициативи: вадене на боклук, плаващ по каналите на града, посещения на музеите с велосипед или доброволна работа в някоя градска градина. В първата година се предлага възможност посетителите да получат достъп до местни преживявания, като се включат в екологични действия: могат да спечелят безплатна разходка с лодка, като съберат боклуци в пристанището; да имат достъп до музейна работилница или отстъпки за музеи, като пристигнат с велосипед; да получат безплатна вегетарианска храна; да вземат влак до Копенхаген вместо самолет; да останат по-дълго в дестинацията и др“[10]. Според експертите, CopenPay е ясен успех в насърчаването на отговорното пътуване и създаване на взаимодействие между местните жители и гостите на града.

По време на четириседмичната програма през 2024 г. участват над 5000 души, наемите на велосипеди са увеличени и са събрани 1200 кг отпадъци. През 2025 г. програмата е по-амбициозна и по-продължителна и се стимулират по-малко полети и по-дълги престои. Сред новите важни допълнения за туристите са: пътуващите, пристигащи с влак или електрически автомобил, вече ще бъдат възнаграждавани, както и тези, които остават в града четири или повече нощи. CopenPay мотивира успешно 70% от участващите туристи да възприемат устойчиви практики във всекидневието си и да поддържат тези екологични навици у дома. Посланието на проекта е в обещаващите следващи резултати – увеличение на наема на велосипеди с 59% и удовлетвореност на участниците от 98%.

„Програмата CopenPay на Копенхаген може би е един от най-ярките примери за това как дестинациите могат да променят туристическото си поведение, без да отблъскват посетителите. Предпоставката е проста: туристите, които правят избор с ниско въздействие (като каране на велосипед, ползване на обществен транспорт или ползване на места за настаняване с екологичен сертификат), печелят точки. Но силата на CopenPay не е в точките. Тя е в това, което системата оценява“[11]. Извън туристическата визия на града с по-широките му цели в областта на климата, „…това е и силен пример за междусекторно сътрудничество. Местният бизнес и културните институции са активни участници в програмата, като предлагат реални преживявания (не отстъпки, а покани) въз основа на избора на туристите…“[12].

[8] Виж по-подробно на: From an alpine paradise to hidden creeks: Four of Europe’s national parks you can reach by train – https://www.euronews.com/travel/2026/05/01/from-an-alpine-paradise-to-hidden-creeks-four-of-europes-national-parks-you-can-reach-by-t (проверен 12.04.2026).

[9] European Cities Embrace Copenhagen’s CopenPay to Encourage Sustainable Tourism – https://transition-pathways.europa.eu/tourism/news/european-cities-embrace-copenhagens-copenpay-encourage-sustainable-tourism (проверен 26.03.2026).

[10] Виж по-подробно на: https://www.visitcopenhagen.com/copenpay (проверен 26.03.2026).

[11] CopenPay – съзнателен туризъм без принуда – https://thexperts.bg/article/copenpay-sznatelen-turizm-bez-prinuda (проверен 26.03.2026).

[12] Пак там.

От една страна, постиженията на програмата привличат глобален интерес, като градове в Европа, Азия и Северна Америка по целия свят искат да възпроизведат нейния успех. От друга – CopenPay се превръща в символ на по-широко движение към отговорен туризъм – където преживяванията се печелят не само с пари, но и със значим принос към местната околна среда и общност. Туризмът днес вече не е просто посещение на известни места и разглеждане на забележителности, все повече хора предпочитат да се включат реално в живота на общността, да преживеят културата и да участват в предизвикателствата на устойчивия туризъм.

Вниманието и грижите, които Китай отделя на културния туризъм са част от инвестициите в икономиката на преживяванията. Дългогодишните традиции в опазване на историята, наследството и вековната китайска култура, привлича милиони туристи от страната и чужбина. На второ място в света след Италия, днес Китай има 59 обекта в Списъка на ЮНЕСКО като сред първите (от 1979 г.) са Забраненият град в Пекин, Великата китайска стена, планината Тайшан, пещерите Могао и др. Китайската Нова година (Пролетния фестивал) е официално вписан през 2024 г. в контекста на социалните практики на китайския народ при честването на традиционната Нова година и като признание за празника като символ на китайската култура, обединяващ семейството и общността.

Отношението към културния туризъм и неговата постоянна подкрепа, ангажира все повече участието на самите посетители в традиционните фестивали, представления и уникални празници. Така например, в провинция Хънан и Джъдзян, имерсивните представления насърчават трансформацията на индустрията за културен туризъм от икономика, базирана на продажби на билети, към икономика, базирана на преживявания.

В туристическата зона на планината Уаншуейшан в град Кайфън (Kaifeng), провинция Хънан, хората, облечени в театрални костюми не са актьори, а туристи, подбрани на място. Често актьорите са „водачи“ на туристите в различни игри, сцени или състезания по бойни изкуства, като дори се впускат в древната история, за да изиграят своите роли – ключ за потапяне на посетителите в сюжета на красивите сцени.

„Чрез участието си в интерактивни дейности туристите могат да спечелят и „сребърни билети“ за пазаруване в живописната зона и да се потопят в живота на древните градове. В живописната зона се редуват различни представления на живо като в живописната зона има над 2000 души, които изнасят повече от 3000 представления дневно, повечето от които включват интерактивни елементи за посетителите“[13]. Нововъзникващите тенденции в туризма показват, че днес престоят по време на почивките се удължава (средно с два дни), което е от полза за местните икономики. Увеличаването на мащабните културни и спортни събития, вкл. организирането на уникални фестивали, музикални турнета (феномена Тейлър Суифт) и специални събития, са в основата на привлекателните имиджови дестинации.

ОТ ИЗКУСТВЕНИЯ ИНТЕЛЕКТ (AI) ДО РЕАЛНИ ХОРА В РЕАЛНИЯ ЖИВОТ

Необратимите промени във време на нарастваща дигитализация на туристическата индустрия, активизират задължителните технологични изисквания към нея в контекста на приемане и адаптиране към една нова реалност. Именно изкуственият интелект (AI), трансформиращ днес всеки аспект на туристическите услуги, е ключов играч в индустрията, оптимизирайки процесите/приложенията с фокус върху икономическите, социалните и етичните предизвикателства в бизнеса.

Дигиталната трансформация в туризма подпомага цифровия и зелен преход в контекста на прилаганите проекти/инициативи в подкрепа на устойчивия туризъм. Все повече са инициираните и реализирани програми в световната индустрия като примери за успешни устойчиви практики, свързани с намаляване на въглеродните емисии и потреблението на вода и енергия, използването на възобновяеми енергийни източници, разработване на програми за рециклиране, привличане на клиентите/гостите към каузите на отговорното хотелиерство и кръговата икономика в туризма (Алексиева, 2024, 114).

[13] Икономиката на преживяванията доведе до появата на нови начини за наслада от културния туризъм – https://bulgarian.cri.cn/2026/03/25/ARTI1774401261053728 (проверен 14.04.2026).

Особен е фокусът върху ключовата тема, свързана с тенденцията *поколение изкуствен интелект пред администрацията*. Той е вплетен повече от всякога в политиката на туристическата индустрия и в реалния туристически бизнес. В пътуванията през 2026 г. все по-голям брой пътешественици вече използват генеративен изкуствен интелект за планиране и резервации. С интегрирането на инструменти като ChatGPT от големите играчи в индустрията, все по-малко хора сами планират почивката си и все повече административен персонал напуска туристическите офиси.

От една страна, улесненията и пестенето на време са в основата на избраните решения от AI и специализирани сайтове при планиране на бъдещи пътувания/ваканции. Но от друга – ключовият въпрос за доверието към новите технологии (не само в туризма), включва усложнения, дезинформация, откровени измами и фалшиви препоръки. Знаят ли потребителите, когато планират пътуване кога и как да дадат приоритет на генеративния изкуствен интелект? Ще приемат ли напълно изчезването на човешкия фактор и липсата на персонално отношение, ще им бъдат ли достатъчни само виртуалните преживявания, независимо от ефекта от цифровизацията за туристическия сектор?

Нарастващото използване на AI от планирането на пътуванията до летищата (отказ от хартиените етикети), хотелиерството и ресторантьорството (хотелски легла, задвижвани от AI, които следят жизнените показатели), специалните събития (AI анализира предпочитанията на туристите, за да персонализира преживяването) и др., надгражда изключителното значение на дигитализацията. Но провокира следващата тенденция за индустрията и нейните потребители – как да се справим с *„дигиталното“ прегаряне*?

Експертите посочват все по-голямо увеличение на този вид прегаряне, което засяга, както професионалните, така и житейските връзки във всекидневието на хората. Дигиталното откъсване е ключово за здравето на работното място и туризма, който създава емоциите при пътуването и е от изключително значение за физическото и психичното здраве. Все повече европейски компании поставят въпросите за отказване от интернет по време на ваканциите, за прекъсването на цифровата връзка като задължително трудово право, както и за реални мерки за предотвратяване на хиперсвързаността.

Като неотменна и натоварваща част от всекидневния начин на живот, социалните мрежи, AI, дигиталните устройства и др. ускоряват комуникацията и използването на информацията. Умората от технологиите и обсебването от интернет обаче, въвеждат нови термини – дигитален детокс, дигитална амнезия, дигитална дрога. Обратният ефект на технологиите върху живота на хората и обсебването от цифровите технологии е сигналът за изграждане на здравословни дигитални навици – вкл. в създаване на зони, дни, уикенди, и пътувания без технологии.

Сред важните и за туристическата индустрия текстове е един от първите ключови европейски документи – Законодателният акт за изкуствения интелект (AI), насочен към хармонизиране на правилата относно AI. С този акт Европа изтъква „значението на надеждността, прозрачността и отчетността при работата с новите технологии“[14], навярно и по-големите очаквания на туристическата индустрия за стимулирането на европейските иновации, вкл. и контролирането на изкуствения интелект.

Навярно сред категоричните изводи за съвременните потребители, когато избират своите дестинации е, че ваканциите са ключов инструмент за дигиталните хора в опитите им да балансират работата с личния живот, прегарянето – с преживяванията. Именно бавните пътувания, смяната на обстановката/средата и работата от различни локации, са в основата на свободата да пътуваш и да общуваш „на живо“. Новите тенденции включват все по-актуалните (и търсени) запознанства, срещи и комуникации *с реални хора в реалния живот*, встрани от дигиталния свят и екраните.

---

[14] Законодателен акт за изкуствения интелект (ИИ): Съветът дава окончателно зелена светлина на първите световни правила относно ИИ – официален сайт на ЕС: https://www.consilium.europa.eu/bg/press/press-releases/2024/05/21/artificial-intelligence-ai-act-council-gives-final-green-light-to-the-first-worldwide-rules-on-ai/ (проверен 26.03.2025).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Векове наред пътуванията са подвластни на мечтите и надеждите на хората в очакване на нови открития и преживявания. От срещите с романтиката и носталгията, с икономиката до културата, с природата и красотата, те надграждат човешките познания и мироглед, обогатяват ума и предизвикват сърцето. Свободата е в избора на посоката и пътя, в срещите с миналото, традициите и празниците. Няма промяна в очакванията, с които новите тенденции в туризма днес, насърчават позитивния избор на туристите: фокусът е върху културата, познанията и приключенията. Но съществуват все повече проблеми и кризи, с които отчуждението, скоростта и технологиите днес, увеличават негативния ореол на индустрията.

„Наистина ли искаме да пътуваме, или само да пристигнем? Една нестандартна книга ни призовава да се замислим за истинската причина да пътуваме и за това какво се е случило с доброто старо пътешестване…“, този въпрос обобщава философията на писателя Дан Кийрън, автор на известната книга „Изкуството да пътуваш бавно“. Неговите преживявания и открития формулират истината за бавния път: „…Винаги пътувам по най-бавния възможен начин, защото това придава на пътуването и посещаваните места далеч по-дълбок смисъл, отколкото ако човек прелети над океана по най-краткия път към дестинацията си, макар че това е далеч по-ефективно. А за мен е и особено, че бавното пътуване променя начина, по който разумът ми възприема света“ (Кийрън, 2014, 21).

Според прогнозите и изследването на потребителското поведение, задълбочаването на новите тенденции променят избора и начина на пътуване, планирането на ваканциите и комбинацията между работа и удоволствие. Те са в основата на устойчивия туризъм с цел преживяване, еко открития, специални събития или персонализирани маршрути. Навярно връщането на „бавното пътуване“ дава повече шансове за срещи с природата и хората, за истински приключения и открития и за вглеждането на човек вътре в себе си, където е свободен, където не бърза и винаги има време да види нощното небе.

REFERENCES

Alexandrova, E. 2023. Digitalization as a factor for sustainable development of hotels specializing in offering family holidays – In: *Collection of Papers "Sustainable Development – Circular Economy, Critical Infrastructures, Green Transition"*, XVIII International Scientific Conference – International Business School, Sofia: IBS Press, 2023, pp. 200–208 (in Bulgarian).

Alexieva, S. 2024. The green and digital transition in tourism – a chance to change mass tourism towards sustainable tourism and responsible travel – In: *Collection of Papers "Green and digital transition – challenges and opportunities for tourism development",* 17th Black tourism forum – Varna Chamber of Tourism, Varna : Publishing House FIL, 2024, pp. 107–117 (in Bulgarian).

Rakadzhiyska, S. 2023. Slow tourism – possible product niche for connoisseurs – In: *Scientific conference tourism today – rethinking opportunities and models of development dedicated to the 60th anniversary of the founding of College of Tourism at University of Economics – Varna* Conference proceedings – Science and Economics Publishing House, Varna: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ue-varna.bg/uploads/filemanager/303/publishing-complex/2023/Savremenniat-tourism-60years-College-2023.pdf , pp. 23–39 (in Bulgarian).

Kazandzhieva, V., Lukanova G. 2016. Advantages of the concept of slow tourism in the context of the transformations in tourism –In: Agricultural University – Plovdiv, *Scientific Works*, vol. LX, book 1, 2016– viewed 10 April 2026 – chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://nauchnitrudove.au-plovdiv.bg/wp-content/uploads/2019/06/sw_11_01_2016.pdf pp 85–92 (in Bulgarian).

Kieran, D. 2014. The Art of Traveling Slowly (translator Kamen Velchev), Sofia, Ciela Publ.

Krasteva, N., Alexova, D. 2024. "Slow tourism" – a trend in the development of sustainable business or a disguised form of emigration – In: *Economic growth, business perspectives, market positioning in time of crisis* – Conference: XIX International Scientific Conference of the International Business School, Sofia, Publ. IBS, pp. 113–135 (in Bulgarian).

Liste, A. 10 Travel Media Trends Shaping 2026 – viewed 5 April 2026 – https://www.lemongrassmarketing.com/insights/10-travel-media-trends-2026

Hall, L. Seven travel trends that will define 2026 – viewed 12 April 2026 https://www.bbc.com/travel/article/20251201-seven-travel-trends-that-will-define-2026

Zago M. (ed.) 2011. Research study on Slow Tourism international trends and innovations –Guidelines for the Slow Tourism (Research report of the cross-border cooperation Italy-Slovenia 2007–2013) – viewed 26 March 2026 – chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.enicbcmed.eu/sites/default/files/2020-09/CHAPTER%201%20-%20Conceptualization%20&%20Trends%20on%20Sustainable%20&%20ST.pdf

Artificial intelligence (AI) act: Council gives final green light to the first worldwide rules on AI – viewed 26 March 2026 https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2024/05/21/artificial-intelligence-ai-act-council-gives-final-green-light-to-the-first-worldwide-rules-on-ai/

International tourist arrivals up 4% in 2025 reflecting strong travel demand around the world – In – https://www.untourism.int/news/international-tourist-arrivals-up-4-in-2025-reflecting-strong-travel-demand-around-the-world

CopenPay – Conscious tourism without coercion – viewed 26 March 2026 https://thexperts.bg/article/copenpay-sznatelen-turizm-bez-prinuda

From an alpine paradise to hidden creeks: Four of Europe's national parks you can reach by train – viewed 12 April 2026 https://www.euronews.com/travel/2026/05/01/from-an-alpine-paradise-to-hidden-creeks-four-of-europes-national-parks-you-can-reach-by-t

European Cities Embrace Copenhagen's CopenPay to Encourage Sustainable Tourism – viewed 26 March 2026 – https://transition-pathways.europa.eu/tourism/news/european-cities-embrace-copenhagens-copenpay-encourage-sustainable-tourism

Novel Destinations: The Remarkable Rise of Literary Tourism – Book Festivals Are The New Cultural Pilgrimage – viewed 12 April 2026 – https://iamlostandfound.com/novel-destinations-rise-of-literary-tourism/

Rewarding train travel and longer stays: CopenPay's back for bigger impact in 2025 – viewed 5 April 2026 – https://destinationthink.com/blog/rewarding-train-travel-and-longer-stays-copenpays-back-for-bigger-impact-in-2025/

The experience economy has led to new ways to enjoy cultural tourism – viewed 14 April 2026 – https://bulgarian.cri.cn/2026/03/25/ARTI1774401261053728 –

Top 10 Set Jetting Destinations for 2026 – viewed 12 April 2026 https://thetravelexpert.ie/travel-expert-article/top-10-set-jetting-destinations-around-the-world/

Japanese city cancels cherry blossom festival due to bad behavior of tourists – viewed 26 March 2026 – https://www.economic.bg/bg/a/view/japonski-grad-otmeni-festivala-na-cyfnalite-vishni-zaradi-loshoto-povedenie-na-turisti –

100 Nights of a Lifetime: The World's Ultimate Adventures after Dark by Stephanie Vermillion – viewed 12 April 2026 – https://www.betterworldbooks.com/product/detail/100-nights-of-a-lifetime-the-world-s-ultimate-adventures-after-dark-9781426223372/new

Slow Food in Bulgaria – https://slowfood-bg.com/

Visit Copenhagen – https://www.visitcopenhagen.com/copenpay

За контакти:
Соня Алексиева, доцент, д-р на социологическите науки
Асоциация за реклама и комуникации в туризма (АРКТ)
Ел. поща: pr@pr-bg.eu