

ТУРИСТИЧЕСКА ВАЛОРИЗАЦИЯ НА КРЕПОСТИТЕ В ПОГРАНИЧНИТЕ РАЙОНИ НА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЯ

Emilija Todorovic

SUGS Lazar Tanev, Skopje – North Macedonia

Yasmina Andreeva

St. Kliment Ohridski University of Sofia – Bulgaria

Dejan Metodijeski, Oliver Filiposki

University Goce Delcev Stip, North Macedonia

Културното наследство е основа за развитието на културния туризъм и туризма като цяло, допринася за привлекателността и разпознаемостта на дестинацията и представлява мотив за посещение. Този документ е фокусиран върху връзката между културното наследство и туризма, с акцент върху крепостите като част от това наследство, докато е даден пример за туристическа валоризация на крепости в граничните региони на Северна Македония. Валоризацията има за цел да разбере текущата ситуация и потенциала за формиране на качествен автентичен туристически продукт, който да бъде успешно рекламиран на пазара. Северна Македония изобилства от голям брой крепости, които датират от древни времена и всяка от тях има своя история и културно значение. За целите на статията бяха проведени офисни и теренни проучвания, като бяха приложени различни методи и техники за събиране на данни. Туристическата валоризация на крепостите е направена по количествено-качествен метод, който е модифициран и съставен от показатели, които дават ясна и обективна представа за текущото състояние на крепостите като потенциален продукт за културен туризъм. По този начин се откриват слабостите в управлението на крепостите и се дават насоки за бъдещи инвестиционни начинания.

Получените резултати могат да се използват за създаване на краткосрочни и дългосрочни планове за бъдещо развитие на туризма. Всичко това ще спомогне за създаването на туристически продукт, който ще бъде атрактивен за туристите и ще допринесе за обогатяване на туристическата оферта в пограничните райони на страната, изграждане на трансгранично сътрудничество и местно икономическо развитие.

Ключови думи: културно наследство, туризъм, валоризация на туризма, крепости.

TOURIST VALORIZATION OF THE FORTRESSES IN THE BORDER REGIONS OF NORTH MACEDONIA

Abstract

Cultural heritage represents the basis for the development of cultural tourism and tourism in general, contributes to the attractiveness and recognition of the destination and represents a motive for visiting. This paper is focused on the connection between cultural heritage and tourism, with an emphasis on fortresses as part of that heritage, while an example of tourism valorization of fortresses in the border regions of North Macedonia is given. Valorization aims at understanding the

current situation and the potential for forming a quality authentic tourist product that will be successfully promoted on the market. North Macedonia abounds with a large number of fortresses that date back to ancient times, and each of them has its own history and cultural significance. For the purposes of the paper, office and field researches were carried out, while different methods and techniques of data collection were applied. The tourist valorization of the fortresses is made according to a quantitative-qualitative method that is modified and composed of indicators that give a clear and objective picture of the current state of the fortresses as a potential cultural tourism product. In doing so, the weaknesses in the management of the fortresses are detected and guidelines for future investment undertakings are given. The obtained results can be used to create short-term and long-term plans for future tourism development. All of this will help in creating a tourist product that will be attractive to tourists and will contribute to enriching the tourist offer in the border regions of the country, building cross-border cooperation and local economic development.

Keywords: cultural heritage, tourism, tourism valorization, fortresses.

Културният потенциал на една дестинация се измерва с качеството на притежаваните от нея културни ценности. За да бъдат предлагани на пазара и да задоволят нуждите на туристите, първо е необходимо да се създадат културни забележителности, които заедно с др. фактори на околната среда, ще съставляват продуктът на културния туризъм. Културните забележителности представляват културни ресурси, които привличат туристи със своите атрибути и представляват основата за развитието на туризма в дадена дестинация (Slunjski, 2020). Културното наследство като ресурс за развитие на туризма е много повече от натрупване на материални и нематериални културни ценности, които трябва да бъдат защитени и запазени (Петкович, 2019). Следвайки туристическите тенденции и насоки, продиктувани от търсенето, е необходимо да се създаде атрактивен културен продукт като комбинация от културно наследство, с различни характеристики, дейности на управлението на културните ценности и туристическата индустрия. Само такъв продукт може да бъде стимул за развитието на туризма и икономиката в дадена дестинация и да допринесе за устойчивото ѝ развитие. Носителите на туристическата политика в дестинацията решават каква комбинация от културни забележителности ще предлагат, към кого ще насочат продукта и как ще става предлагането му. Новите перспективи в създаването на културни забележителности са свързани с: пространството, тоест концентрацията на елементи от културното наследство и групиране, обединяване на творчески дейности на едно място, област или регион; оценка на капацитета на културните дейности, които могат да предизвикат икономически и социокултурни промени; свързване на културните ресурси със социалния капитал и използването им като оръжие за социална интеграция, възможност за развитие на бизнеса и устойчиво развитие като цяло (Richards, 2014). Културните забележителности могат сами по себе си да бъдат продукт, който ще бъде пуснат на туристическия пазар, което зависи преди всичко от нивото на автентичност и атрактивност, но те също могат да бъдат комбинирани, създавайки комплексни културни забележителности: културни пейзажи, културни комплекси и културни маршрути (Richards, 2011). Така или иначе, една културна забележителност ще бъде успешен културно-туристически продукт само ако има качество и атрактивност, достатъчни за привличане на туристи, както и управлявана на ниво, което ще носи икономическа полза и опазване на

културното наследство. Според McKercher и du Cros (2002) критериите за създаване на успешен културен туристически продукт се основават на оценка на културния ресурс, която ще определи: туристическия потенциал, по-широк контекст на културния ресурс, въпроси, свързани с принадлежността и собствеността, както и въпроси на заинтересованите страни: оценка на туристическия потенциал, който включва пазарен потенциал и устойчивост на културния ресурс; по-широк контекст на културната атракция: правен и политически контекст, природа на културния ресурс като културно наследство, туристическа атрактивност, позицията му на пазара и влиянието на местната общност, разбиране на културния актив в неговата среда; въпроси, свързани със собственост, място и културно пространство: материални културни ресурси, нематериално културно наследство, текущо и потенциално използване и ползватели; въпроси и консултации със заинтересованите страни: идентифициране и консултации със заинтересовани страни и хора, умения и финансови ресурси. Модификацията на културните ресурси във функцията на туризма има няколко предизвикателства. Те са свързани с предоставянето на услуги, но също така и със специфични изисквания, като създаване на усещане за място и осигуряване на автентичност (Петкович, 2019). Приемането на това предизвикателство представлява трудна и усърдна работа по управление на културните ресурси и усилията за създаване на продукт, който да задоволи нуждите на потребителите, да ги изпълни емоционално и да им осигури незабравимо изживяване. В процеса на трансформация и модифициране на културните ресурси за туристическа експлоатация, управлението среща пречки и проблеми, свързани със: собствеността и мястото, където се намира културният ресурс, социално-икономическия профил на посетителите, потока на доходите, комуникацията с потенциални посетители, сътрудничеството и маркетинга, опита, интерпретацията и автентичността (McKercher & du Cros, 2002). Въпреки че са изправени пред редица препятствия и предизвикателства, мениджърите на културните ресурси, както и другите заинтересовани страни, е необходимо да реализират трансформацията и модифицирането на културните ресурси, защото това е единственият начин едновременно да се защитят ресурсите и да се осигури устойчиво развитие, да се натрупат средства за местно и социално развитие и да се укрепи идентичността и имиджа на общността.

Туристическа валоризация

Туристическата валоризация е една от най-важните теми в теориите за туризма. Това е професионална методическа процедура, която всъщност представлява оценка на туристическата привлекателност на всички явления, обекти и пространства, които освен всичко останало имат способността да бъдат атрактивни, интересни за туристите и чрез тях да задоволяват техните потребности. Предпоставки за туристическа валоризация са: обектът да притежава атрактивност, уникалност, да е забележителен, да има специфична естетическа стойност, както и други характеристики, които да привличат туристи. Туристическата валоризация е основата, на която трябва да се определи кой ресурс е приемлив за туристите, какъв вид туризъм трябва да се развива в региона, какви стандарти да се прилагат при подреждането, йерархично подреждайки необходимите инвестиции. Определянето на пазарната стойност на природното и културното богатство на даден регион е от голямо значение за развитието на туризма и предлагането на продуктите на пазара. В допълнение, валоризацията на туризма играе основна роля за успешното следване на принципите на устойчиво развитие и оптимално използване на ресурсите. Ако се зададе въпрос кой е най-

добрият начин за опазване на културното наследство от прекомерна експлоатация, разбира се отговорът ще се намери в неговото валоризиране и пласиране на пазара. Това се дължи преди всичко на факта, че устойчивият туризъм се стреми да установи баланс между икономическата полза, която общността извлича от културното наследство като туристически продукт и защитата му от прекомерно потребление. Именно поради това McKerger (2001) твърди, че културният туризъм е този, който може да бъде основният двигател на устойчивото развитие на общността. Туристическата валоризация на културното наследство представлява оценка на неговата стойност от различни аспекти и определяне на възможностите за внедряването му в туристическата оферта на дестинацията, независимо дали той ще се предлага на пазара като отделен туристически продукт или в рамките на друг продукт на дестинацията. В този процес на внедряване е много важно продуктите на културния туризъм да не „излизат“ извън културния контекст на местната общност, защото в този случай те ще имат относително кратка продължителност (Petrić, 2009). Въпросът за туристическата валоризация на културното наследство винаги е съпътстван от дискусии и сблъсъци между представители на културния сектор (художници, археолози, историци и др.) и представители на икономиката и туризма, които произтичат преди всичко от различния начин на възприемане на културата. Първите считат, че културните стоки са безценни поради тяхното културно и историческо влияние, а другите, че могат да бъдат оценени (валоризирани) според потребителското търсене, трансформирани и модифицирани като туристически продукт, който би се използвал за търговски цели (Петкович, 2019).). Решението, което може да примири противоположните възгледи, се крие в принципите на устойчивото развитие, които изискват част от печалбите от туризма да се използват за опазване и поддръжка на културните ценности, за подкрепа и насърчаване на изкуството и артистите, както и за други културни дейности на местната общност. Факт е, че унищожаването на културното наследство се увеличава с нарастващото развитие на културния туризъм, най-вече поради увеличаването на броя на туристите/посетителите и тяхното неадекватно поведение. Поради тези причини, при валоризацията трябва да се обърне специално внимание на планираното развитие на културния туризъм от страна на носителите на туристическата политика на всички нива, като се спазват насоките и указанията на експертите в областта на културата. Прецизната оценка на здравината/размера на културната ценност ще даде надеждни насоки за оптималното ѝ потребление, като по този начин ще се избегне прекомерната комерсиализация и експлоатация. От друга страна, не бива да се пренебрегва негативното влияние на неадекватното/вандалско поведение на туристите и местното население, което може да нанесе сериозни щети на културното наследство, поради което са необходими действия за обучение и подходящо опазване на обектите. Включването на културното наследство в туристическата оферта, освен че осигурява икономически ползи за туристическата индустрия и предлага възможност за опазване и възстановяване на наследството, допринася и за развитието на местната общност и малкия бизнес, създава условия за развитие на други алтернативни форми на туризъм, увеличава възможностите за заетост. С една дума, всичко това може да бъде генератор не само на местно, но и на национално развитие. С валоризацията местното население ще осъзнае ролята си в управлението на културното наследство и ще изгради положително отношение към него като туристически продукт, което е важен сегмент в неговото пазарно пласиране.

Основна трудност в процеса на валоризация на туризма е липсата на универсална методология, поради което изследователите използват различни качествени и количествени методи с числени, описателни и графични изследвания. При това се използват различни инструменти за събиране на данни и измервателни скали, комбинират се различни показатели или методите се адаптират към обекта на изследване. Количествено – качественият метод е сравнителен метод, който използва качествени и количествени параметри, за да изрази туристическата стойност. С този метод се оценяват стойностите на определени свойства на културната ценност, т.е. извършва се анализ на следните показатели: туристическо-географско положение, положение спрямо трафик комуникации и достъпност; художествена стойност: естетически качества, монументалност, рядкост на предмета; културно-историческо значение на обекта: история на обекта, възможност за провеждане на прояви, представления и др.; среда: чистота, опазване, разнообразие; атрактивност и разпознаваемост: атрактивност за туристите, степен на посещаемост; устройство и оборудване на пространството: степен на изграденост на основните и допълнителни туристически съоръжения: наличие на информационни табели, кътове за почивка, кошове, фонтани и др.; включване в туристическото богатство, т.е. оценка на туристическите стойности на допълващите мотиви на дестинацията. Методът на Световната организация по туризъм предлага подобни показатели, като ги разделя на вътрешни и външни. Вътрешните фактори се разделят на два вида: показатели, които се отнасят до степента на използване на туристическия ресурс: урбанизация, инфраструктура, оборудване и туристически услуги, и присъщи показатели на туристическия ресурс, които по същество съвпадат с характеристиките на самия ресурс и които формират основата на неговите туристически ценности. Външни фактори са: достъпност на ресурса, специфика на туристическия ресурс, близост до други центрове и значимост на ресурса. Най-използваният метод при валоризацията на културни ценности е методът на Hilary du Cros, според който процесът на валоризация се основава на оценката на подпоказателите от сектора на туризма и сектора за управление на културните ценности, както и оценка на размера на обекта за приемане на посетители.

Крепостите в граничните райони на Северна Македония

Старите градове са неизчерпаем източник на доказателства за живота на хората през вековете, тъй като те са представлявали най-високо ниво на организиран живот в онези времена. В тях се намирала държавната, гражданска и военна администрация и те са били синоним на самата държава (Mikulčić, 1996). Освен такива големи градове е имало и по-малки градове-крепости, които се наричали стражници, гранични крепости, беги и др. Общото за всички тях е, че са били защитени от стени или укрепления, чиито останки остават добре видими и до днес. Археологическите данни сочат, че през 5-ти и 6-ти век се наблюдават новости, които се различават от творчеството от предходните векове. През късноантичния период започва превръщането на ранноантичния град в късноантичен кастрон. Те са били големи военни крепости, седалища на военна, гражданска и църковна власт (Нацев, 2019). Според същия автор, късноантичната фортификационна зидария е била с високо качество и затова са запазени голям брой укрепления, от които днес може да се проследи и проучи късноантичната фортификационна архитектура, включваща отбранителни стени, кули и порти. Качественото изграждане на крепостите от 6 век допринася за това през следващите 5-6 века да не се строят нови укрепления. Затова до 12-13

век античните крепости са били използвани, евентуално реновирани и пригодени за нови военни екипажи или стражи. Доказателство за това твърдение дава Микулчич (1996), който в своите проучвания регистрира около 70 късноантични крепости, върху които са открити средновековни подвижни находки, но не и средновековни зидарски намеси.

За целите на това изследване са взети предвид граничните райони между Северна Македония и България, като македонската страна включва следните райони за планиране: Източен, Югоизточен и Североизточен. В Източния регион най-важните крепости са Винишкото Кале и Щипската крепост Исар. В Югоизточния район най-важните крепости са Цареви кули в Струмица, след това Исар кале или Маркова кула и Градище - Банско. В Североизточния район най-значимото находище е Градище – с. Пчиня, Долно Градище - Кочани и Градище - с. Градец. Винишкото кале се намира югозападно от град Винаца, на хълм с неправилна форма, издължен в посока югоизток-северозапад, на надморска височина около 400 метра. Според археологически находки то е находище, което се развива непрекъснато от късния неолит до средновековието. Неолитът е представен от множество артефакти: каменни инструменти като брадви, фрагменти от керамични съдове, както и останки от стени на колиби (Guštin & Krstevski, 2012). Най-автентичният обект от средновековния период на Винишкото кале е некропол от 10-11 век, където са открити находки от бронзови маркировки, накити и бронзови гривни. Некрополът е имал около 120 - 130 гроба. Най-значимите археологически находки от Винишкото кале със сигурност са теракотените икони, които по своето съдържание и форма представляват световна рядкост в областта на раннохристиянската археология. Тези икони са от периода на прехода от късната античност към ранното средновековие. Крепостта Исар (или местността Хисар) е 150-метров хълм, разположен в западната част на град Щип. Заобиколен е от стръмни склонове, от западната страна от коритото на река Брегалница, а от южната страна от коритото на река Отиня. Позицията и височината позволяват видимост и контрол на входа и изхода от града. Стратегическата позиция на Хисар е забелязана от римляните. Мястото на Астибос е археологически потвърдено от множество каменни паметници от 2-ри до 6-ти век. От тези векове произлиза голям тунел, просечен през гранитни скали, от върха на Хисар до западното подножие на нивото на Брегалница. В източното подножие на Хисар са регистрирани останки от раннохристиянска базилика с капители от 6 век. Крепостта, която се вижда днес, датира от 14 век (Mikulčić, 1996). Цареви кули се издига от южната страна на град Струмица, на средна надморска височина от около 450 метра. Крепостта има овална основа и се простира на 230 метра в посока изток-запад и 80 метра в посока север-юг. От северозападната и югоизточната страна тя се спуска стръмно чак до подножието на рекичките Коритниче и Св.Илийски порой, като е напълно недостъпна от тези страни. От източната страна има склон, който е малко по-достъпен и който свързва платото Цареви кули с подножието, на което е разположен град Струмица. От югозападната страна с малък наклон се свързва с т.нар Южен хълм, който продължава в хълмистата местност и се слива с местността Чам чифлик. Според Ružak (2015) най-старите пластове живот в Цареви кули датират от първата половина на V хил. пр. Хр., или по-скоро от халколита – медната епоха. Средновековната крепост е построена през епохата на Комнините, някъде към края на 11 или началото на 12 век и е имала няколко предназначения. Крепостта е била заобиколена от укрепления, които са били подсилени с кули и са представлявали своеобразен защитен и наблюдателен център. Според проучванията в централната част се намира най-голямата

сграда - отбранителна кула - Пирг, в непосредствена близост до която има останки от по-малка сграда под формата на малка цистерна. Един от най-важните сегменти от средновековното укрепление на Цареви кули е крепостният вал, който е опасвал крепостта и е имал отбранителни кули на определени места. Исар кула, известна още като Маркова кула или само Кула, се намира на 1,8 км северозападно от град Валандово на хълм, който доминира над околностите, където можете да видите останки от отбранителен вал и фрагменти от керамични съдове, питоси, строителен материал и монети. Според археологическите проучвания, най-старите останки датират от ранната античност, когато се е образувало селище с акропол. Местността Градище е регионална крепост, разположена в южната част на Банско, Струмишко. В подножието извира термална вода, използвана от древността. За това говорят намерените стотици древни монети, хвърлени в извора за лечение. Около връх Градище е изградена стена, която по начина на строеж датира от 4 век, с основна реконструкция през 6 век. Местността Градище се намира по течението на река Пчиня в Бислимския пролом и е късноантичен и ранновизантийски замък. Според археологическите проучвания, това укрепление датира от 4-6 век и се състои от акропол или горна част на обекта и долен град или предградие. Освен частично запазените крепостни стени са открити и основи на сгради, църква, две кули и останки от стълби (Георгиев, 1989). От движимото наследство, открито на обекта, най-забележителни са: желязна фибула от типа на късноантичните „кръстовидни“ фибули от IV-VI в., бронзова катарамата от източнотически тип, чиито представители са широко разпространени на Балканите при края на 5-тия и първата половина на 6-ти век и специфична желязна катарамата от коланна кесия, един от малкото екземпляри, които идват от източните готи и са от периода 5-7 век. Долно Градище е археологически обект под формата на крепост, разположен на 6 км северно от град Кочани, на хълма с изглед към изкуствения язовир Гратче. Хълмът има плоско плато, върху което са разположени видимите останки от укреплението. Оградената площ е с неправилна форма, която следва конфигурацията на терена. Археологическият обект Градище представлява късноантичен замък и важен контролен пункт, където се пресичат два важни пътни артерии от древността: пътя Хераклея-Стоби-Пауталия и пътя Скупи-Пауталия. Намира се на 8 км северозападно от Крива паланка, в непосредствена близост до село Градец. Намира се в особено значимо сакрално пространство, до църквата „Св. Никола“ от 19 век, северно от Градище, където в скалата е изсечен килийният скит на отшелника Свети Йоаким Осоговски, което допълнително увеличава сложността и атрактивността на обекта.

Материали и методи

На територията на днешна Северна Македония много цивилизации и култури са пребивавали в продължение на хиляди години, оставяйки след себе си материални следи. Всеки, стъпил на тази земя, се стреми да завладее всичко, което е притежавал предшественикът му и да остави следи от своето съществуване. Това означава, че всяка крепост или местност крие множество културни пластове, най-старите от които имат своите корени в праисторията. За нуждите на това изследване е извършена туристическа валоризация на част от крепостите, т.е. от всеки район за планиране е избрана по една крепост, а именно: Източен район – Винишко кале; Югоизточен район - Цареви кули и Североизточен район - Градище (с. Пчиня). Крепостите са избрани по субективната преценка на авторите, което не означава, че останалите, разположени на македонска земя, са с по-малка културна и туристическа стойност. Те също заслужават внимание и нужда от

туристическа валоризация в някои бъдещи изследвания. Вторичните данни бяха събрани от съществуващата литература и други писмени и електронни материали по предмета на изследването чрез кабинетно проучване. Проучването беше насочено към събиране на данни за крепостите като археологическа и туристическа атракция, рекламната дейност и дейността на културните институции и други държавни органи. С теренното проучване е установено актуалното състояние на крепостите и е извършена оценка по предварително зададени показатели. Туристическата валоризация се основава на модифициран качествено-количествен метод, тъй като модификацията позволява използването на широк набор от показатели, които ще дадат истинската картина на текущото състояние и потенциала на валоризирания обект и в същото време ще позволят извършването на сравнителен анализ със същите или подобни обекти в дестинацията и извън нея. След анализа на голям брой индикатори, използвани в различни методи за туристическа валоризация, за целите на тази статия авторите използват модел за туристическа валоризация, базиран на количествено-качествената методология (Todorović, 2021).

Резултати и дискусия

По предварително избрания метод за валоризация на туризма се оценява стойността на показателите, които определят културната и туристическата значимост на културната ценност и сектора за управление на същата. Културната значимост на обекта се определя въз основа на следните показатели: археологическа стойност, историческа стойност, научна стойност, рядкост на ценността и допълване с други културни ресурси в дестинацията. Туристическата значимост се определя въз основа на следните показатели: транспорт от мястото на излъчване и достъпност, обстановка, привлекателност и разпознаваемост, туристическа инфраструктура и обслужващи съоръжения, близост до други културни и природни забележителности. Управлението на културната ценност се определя въз основа на следните показатели: план за управление, мониторинг и поддръжка, състояние на ремонта, рекламни дейности и инвестиционен потенциал. Всички показатели се оценяват в диапазон от 1 до 5 (1 – недостатъчно, 2 – задоволително, 3 – добро, 4 – много добро и 5 – отлично). Сумата от получените стойности за всеки индикатор се разделя на броя на индикаторите и се получава средна оценка, която ще покаже стойността или потенциала на културния ресурс и неговата значимост. Същевременно културната ценност може да влезе в една от следните групи: 1 - 2 задоволително качество, местно туристическо значение; 2 - 3 добро качество, регионално туристическо значение; 3 - 4 много добро качество, национално туристическо значение; 4 - 5 отлично качество, международно туристическо значение. Въз основа на зададения модел на валоризация на туризма, в посочените таблици по-долу в текста е дадена оценката на индикаторите, които определят културната значимост на крепостите, тяхната туристическата значимост, оценката на индикаторите от сектора на управлението на културните ценности и обща стойност на всички показатели, определящи степента на туристическа значимост на обекта.

Табела 1. Оценка на индикаторите, които определят културното значение на Виношко Кале

Индикатори	Оценка
Археологическа стойност	4,8
Културно-историческа стойност	4,5
Научна стойност	4,3
Рядкост на културната ценност	4,1
Компатибилност с други културни ресурси во околността	3,2
Средна стойност	4,2

Табела 2. Оценка на индикаторите, които определят туристическото значение на Виношко Кале

Индикатори	Оценка
Транспорт и достъпност	4,2
Обстановка	3,7
Привлекателност и разпознаваемост	4,0
Туристическа инфраструктура и обслужващи преимущества	2,0
Близост с други културни и природни забележителности	3,2
Средна стойност	3,4

Табела 3. Оценка на индикаторите от сектора на управление с културната ценност на Виношко кале

Индикатори	Оценка
План за управление	2,1
Мониторинг и поддръжка	2,2
Състояние на репарация	2,8
Промоционални активности	4,0
Потенциал за инвестиции	4,1
Средна стойност	3,0

Табела 4. Обща стойност на индикаторите на Виношко Кале

Индикатори	Оценка
Културно значение	4,2
Туристическо значение	3,4
Управление с културната ценност	3,0
Средна стойност	3,5

Средната оценка за културно значение на Виношкото кале е 4,2, което означава, че това находище има висока археологическа, културно-историческа и научна стойност. Най-значимите археологически находки от Виношко кале със сигурност са теракотените икони, които по своето съдържание и форма представляват световна рядкост в областта на раннохристиянската археология. Стойността на показателите, определящи туристическото значение на Виношко кале е 3,4. Обектът е с добър достъп и се намира точно над град Виноца, но почти няма друга туристическа инфраструктура: информационни табели, указателни табели, пейки и др. В близост до селото, тоест в града, има заведения за хранене, развлечение и отдих, както и природни и културни туристически дадености. Стойността на показателите, определящи сектора за управление на културни ценности, е 3,0, което е сравнително ниска оценка за културна ценност с висок културен и добър туристически потенциал. В неофициалните интервюта с експертите беше установено, че Виношко кале е под юрисдикцията на община Виноца и Центъра за консервация на НУ, а движимото наследство се намира в Музея на теракотата, разположен в града. Относно предприетите досега промоционални дейности, въпреки че самата крепост няма собствен сайт, нейната история и подробно описание на теракотените икони можете да намерите на сайта на Музея на теракотата, а теракотените икони са били изложени в редица на музеи по света.

Табела 5. Оценка на индикаторите, които определят културното значение на Цареви Кули

Индикатори	Оценка
Археологическа стойност	4,9
Културно-историческа стойност	4,6
Научна стойност	4,6
Рядкост на културната ценност	3,6
Компатибилност с другите културни ресурси в околността	3,1
Средна стойност	4,1

Табела 6. Оценка на индикаторите, които определят туристическото значение на Цареви Кули

Индикатори	Оценка
Транспорт и достъпност	4,1
Обстановка	3,9
Привлекателност и разпознаваемост	3,6
Туристическа инфраструктура и обслужващи преимущества	2,1
Близост до други културни и природни забележителности	3,8
Средна стойност	3,5

Табела 7. Оценка на индикаторите от сектора за управление на културната ценност на Цареви Кули

Индикатори	Оценка
План за управление	3,4
Мониторинг и поддръжка	3,2
Състояние на репарация	2,9
Промоционални активности	3,3
Потенциал за инвестиции	4,0
Средна стойност	3,6

Табела 8. Обща стойност на индикаторите на Цареви Кули

Индикатори	Оценка
Културно значение	4,1
Туристическо значение	3,5
Управление на културната ценност	3,3
Средна стойност	3,6

Индикаторите, които определят културното значение на Струмишката крепост – Цареви кули, са със средна оценка 4,1, което се дължи на високата археологическа стойност на обекта, както и на богатата му история. Непрекъснатите научни изследвания показват, че това е изключително важно културно наследство, което в себе си съхранява голямо част от историята, като многобройното движимо наследство е изложено в музея Струмица. Стойността на показателите, определящи туристическото значение на Цареви кули е 3,5. Находището е с добър достъп и се намира точно над град Струмица, но атмосферата е нарушена от образа на недостатъчна подредба и опазване. В и около местността няма друга туристическа инфраструктура: информационни табели, указателни табели, пейки и др. В близост до населеното място, т.е. в града, има заведения за хранене, развлечения и отдих, както и природни и културни туристически дадености. Стойността на показателите, определящи сектора за управление на културното наследство е 3,3. Като потенциал за инвестиция, местността е оценена с 4, но със скромни дейности по отношение на популяризирането му от туристическа гледна точка. В неофициалните интервюта с експертите беше установено, че Царевите кули са под юрисдикцията на НУ Институт за защита на паметниците на културата и музей - Струмица, който осигурява редовен мониторинг на състоянието на обекта всяка година. Общата стойност на всички показатели за туристическата валоризация на Цареви кули в Струмица е 3,6, което означава, че е с много добро качество – национално туристическо значение.

Табела 9. Оценка на индикаторите, които определят културното значение на Градище

Индикатори	Оценка
Археологическа стойност	3,8
Културно-историческа стойност	3,7
Научна стойност	3,6
Рядкост на културната ценност	3,1
Компатибилност с останалите културни ресурси во околността	3,1
Средна стойност	2,8

Табела 10. Оценка на индикаторите, които одределят туристическото значение на Градище

Индикатори	Оценка
Транспорт и достъпност	2,9
Обстановка	2,3
Привлекателност и разпознаваемост	2,1
Туристическа инфраструктура и обслужващи преимущества	1,3
Близост до други културни и природни забележителности	3,4
Средна стойност	2,4

Табела 11. Оценка на индикаторите от сектора на управление с културната ценност на Градище

Индикатори	Оценка
План за управление	2,3
Мониторинг и поддръжка	1,5
Състояние на репарация	2,1
Промоционални активности	1,9
Потенциал за инвестиции	3,8
Средна стойност	2,3

Табела 12. Обща стойност на индикаторите на Градище

Индикатори	Оценка
Културно значение	2,8
Туристическо значение	2,4
Управление со културната ценност	2,3
Средна стойност	2,5

Показателите, които определят културното значение на местността Градище, която се намира в с. Пчиня са със среден резултат 2,8. Това означава, че има добра археологическа,

културно-историческа и научна стойност. Това е находище, което датира някъде от 4-6 век, а първите разкопки започнаха миналата година, когато бяха открити основите на сгради, църква, две кули и останки от стълби. Стойността на показателите, определящи туристическата значимост на Градище е 2,4, което се дължи на факта, че до местността се стига по планинска пътека и липсва туристическа инфраструктура. Настаняване и изхранване посетителите могат да получат в заведенията за обществено хранене в град Куманово, който се намира на разстояние 14 км. Въпреки че в близост до местността има голям брой природни и културни туристически ресурси, тя все още е по-малко разпознаваем ресурс за туристите. Стойността на показателите, определящи сектора за управление на културното наследство е 2,5. Като потенциал за инвестиции, находището е с оценка 3.8, но със скромни дейности по отношение на популяризирането му от туристическа гледна точка и липса на конкретен план за управление, мониторинг и поддръжка. Това се дължи преди всичко на факта, че наскоро започнаха археологически разкопки и е необходимо време за популяризиране на това културно наследство. В неофициалните интервюта с експертите беше установено, че Градище е под юрисдикцията на Центъра за консервация на НУ, а движимите обекти са изложени в музея в Куманово. Общата стойност на всички показатели за туристическата валоризация на обект Градище в с. Пчиня – Куманово е 2,5, което означава, че е с добро качество – регионално туристическо значение. По-нататък е представен сравнителен анализ на получените резултати с цел съпоставяне на средните стойности на показателите, по които се извършва туристическата валоризация на крепостите и класирането на крепостите според общата стойност на показатели. Сравнителният анализ ще помогне за определяне на показателите, на които трябва да се обърне повече внимание в плановете за развитие и инвестиции, ще се определят слабостите в управлението на културните активи и пълномощията на различните носители на туристическата политика, туристическия потенциал на крепостите, ще се възприемат приоритетните инвестиционни начинания и др.

Табела 13. Сравнителен анализ на получените резултати

	Културно значение	Туристическо значение	Управление на културната ценност	Средна стойност
Винишко Кале	4,2	3,4	3,0	3,5
Цареви Кули	4,1	3,5	3,3	3,6
Градище	2,8	2,4	2,3	2,5

От таблицата може да се заключи, че крепостта Цареви кули е с най-висока средна стойност на показателите - 3,6, следвана от Винишко кале с 3,5, което означава много добро качество, национално туристическо значение. Местността Градище е със средна оценка 2,5, което означава добро качество, регионално туристическо значение. Класацията отразява текущото състояние на ресурсите като туристически потенциал и по никакъв начин не означава, че определени крепости са с приоритет в инвестиционните и развойните плановете на създателите на туристическата политика в страната, а показва, че определени крепости

имат по-голямо туристическо значение от други. Анализът на общата стойност на индикаторите и техните индивидуални стойности дава насока за индикаторите, в които трябва да се инвестира в бъдеще, на кои сектори трябва да се обърне повече внимание, коя крепост се нуждае от по-големи, а коя от по-малки инвестиционни интервенции за същата да бъде част от един завършен качествен културен туристически продукт.

Заклучение

Голям брой изследвания и проучвания са посветени на връзката между културното наследство и туризма, преди всичко поради факта, че опазването на наследството и предаването му на бъдещите поколения зависи от непрекъснатото прилагане на качествени стратегии за валоризация, реставрация, консервация и подходящо управление в посока на неговото устойчиво развитие. Експлоатацията и комерсиализацията на културното наследство изискват определено ниво на адаптация, което често предизвиква сблъсък между институциите за защита и управление на културното наследство и туристическата индустрия. Нагласите за опазване на културните ценности в непроменен вид постоянно се противопоставят на инициативите за туристическа валоризация на културното наследство, тоест потенциала на миналото, в полза на местното население и развитието на регионалната икономика в настоящето. Факт е, че рискът от унищожаване на културното наследство или неравномерна и необратима промяна на първоначалната му форма за търговски цели е реален и постоянно присъстващ, което несъмнено налага необходимостта от повишаване на осведомеността за промените, причинени от туризма, сред всички заинтересовани страни в експлоатацията на културното наследство. Следвайки туристическите тенденции и насоки, продиктувани от търсенето, е необходимо да се създаде атрактивен културен продукт, който да е комбинация от културно наследство с различни характеристики, дейности по управление на културните ценности и туристическата индустрия. Само такъв продукт може да бъде стимул за развитието на туризма и икономиката в дестинацията и да допринесе за устойчивото ѝ развитие. Носителите на туристическата политика в дестинацията решават каква комбинация от културни забележителности ще предлагат, към кого ще насочат продукта и как ще го пласират. Ако се постави въпросът кой е най-добрият начин за опазване на културното наследство от прекомерна експлоатация, разбира се отговорът ще се търси в неговото туристическо валоризиране и пласиране на пазара. Това се дължи преди всичко на факта, че устойчивият туризъм се стреми да установи баланс между икономическата полза, която общността има от културното наследство като туристически продукт и защитата му от прекомерно потребление. Именно, поради това културният туризъм е този, който може да бъде основен двигател на устойчивото развитие на общността. Осъзнавайки потенциала за развитие на културния туризъм, който Северна Македония има в изобилие, ние трябва да осъзнаем ефектите, които произтичат от неговото развитие. Положителните ефекти се отнасят до привличане на търсене с по-висока платежоспособност и нарастващо потребление, удължаване на туристическия сезон, запазване на културните ценности и идентичност, съживяване на градската среда, допълнителни приходи за културните институции, допълнителна заетост, подобряване на имиджа на дестинация чрез обогатяване на туристическата оферта и разбира се, подобряване качеството на живот на местното население. В същото време трябва да се полагат грижи за оптималното използване на културните ресурси, така че да не бъдат повредени и да не се намали привлекателността им, което ще доведе до спад в търсенето. Ако говорим за крепостите като интегриран

туристически продукт, то те трябва да се разглеждат като част от по-тясната или по-широката туристическа дестинация и може да се заключи, че успешното разполагане ще зависи както от техните частични характеристики, така и от много други елементи в дестинацията и позицията, която тя заема на световната туристическа карта. Всички региони на Северна Македония имат задоволителна туристическа и пътна инфраструктура, както и голям природен и културен потенциал. Остава само да създадем автентично и качествено съдържание, което да привлича потенциални туристи. Така например, културен маршрут може да бъде поставен през крепостите на страната или определен регион; културен маршрут през крепостите и други обекти от определен период от време; културен маршрут през крепостите и посещение на музеите, където са изложени откритите в тях експонати и др. Всичко това, в комбинация с природни блага, разнообразни качествени туристически услуги, иновативни промоционални дейности и добре организиран мениджмънт е гаранция за привличане на потенциални туристи и успешно пласиране на продукта на пазара. Общото заключение е, че крепостите притежават атрибути, които са привлекателни за посетителите, което се дължи преди всичко на автентичността на сградите, богатата история и красивата обстановка. Всичко казано до тук води до заключението, че със сигурност може да се създаде един автентичен и разпознаваем туристически продукт, който да бъде магнит за туристите. Но не само обектът или мястото могат да се считат за туристически продукт. Допълнителните услуги значително влияят върху качеството му: заведения и услуги за хранене, културно и туристическо съдържание, инфраструктура, хигиена и др. Ето защо е необходимо да се предприемат мерки за стратегическо планиране на непрекъснатото обновяване и поддръжка на съоръженията, тоест установяване на редовен мониторинг и контрол на качеството, който своевременно да установява недостатъците и да предприема мерки за отстраняването им. Всичко това, допълнено от управление на качеството, подкрепено от държавни институции на всички нива, но и от други заинтересовани страни, ще допринесе за развитието на качествен туристически продукт, с който страната да се конкурира на туристическия пазар и да се превърне в разпознаваемо място за посещение. Освен това, не трябва да се забравя необходимостта от цялостно проучване на туристическия пазар. Това ще даде данни за нуждите и мотивите на потенциалните туристи, техните нагласи и мисли, което от своя страна ще улесни процеса на създаване на туристически продукти. По този начин, същите ще бъдат разпознаваеми, автентични, привлекателни и ще задоволят нуждите и търсенето на туристите.

Използвана литература:

1. Guštin, M., Krstevski, C. (2012). Ranosrednjovekovni nalazi s nalazišta Viničko Kale u Makedoniji, Dani Sjepana Gunjače 2: Zbornik radova, Split: Muzej hrvatskih arheoloških spomenika, 379-393
2. McKercer, B. (2001). Sustainable Tourism Development-Guiding Principles for Planning and Management, Presentation to the National seminar on Sustainable tourism development, Bishkek, Kyrgistan
3. McKercer, B., du Cros, H. (2002). Cultural tourism, The Partnership between Tourism and Heritage Management. Haworth Hospitality Press: New York
4. Petković, S. (2019). Menadžment kulturnih resursa u turizmu, Univerzitet Singidumun, Beograd, 6

5. Petrić, L. (2009). Komercijalizacija kulture i kulturne baštine u turizmu ruralnih područja - primjer Zabiokovlja, Zbornik radova s 3. znanstveno stručnog skupa „Zavičajna baština-komparativna prednost i temeljnica održivog razvoja Zabiokovlja”, Split, Književni krug
6. Richards, G. (2011) Cultural tourism trends in Europe: a context for the development of Cultural Routes. In: Khovanova-Rubicondo, K. (ed.) Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness. Strasbourg: Council of Europe Publishing, pp. 21-39
7. Slunjski, R. (2020). Touristic and geographic approach to the valorisation of cultural heritage, Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta u Zagrebu
8. Георгиев, З. (1989). Градиште, с. Пчиња – доцноантички и византиски кастел, Macedoniae Acta Archaeologica 10, Скопје
9. Јершић, М. (1985). Туристичка географија, Филозофски факултет, Љубљана, 195
10. Микулчиќ, И. (1996). Средновековни градови и тврдини во Македонија, Македонска академија на науките и уметностите, Скопје
11. Нацев, Т. (2019). Античка архитектура, Универзитет Гоце Делчев, Штип
12. Рујак, З. (2015). Системот на одбранбени фортификации во Потбеласичкиот и Струмичкиот регион од времето на Самоиловите војни (10-11век), Самоилова држава во историската, воено-политичката, духовната и културната традиција на Македонија, Завод за заштита на спомениците на културата и Музеј, Струмица, 161-180,
13. Годоровиќ, Е. (2021). Туристичка валоризација на тврдините во Република Северна Македонија, Факултет за туризам и бизнис логистика, Штип