

ТУРИСТИЧКА ВАЛОРИЗАЦИЈА НА ТЕТОВСКО КАЛЕ

Емилија Тодоровиќ

наставник, СУГС „Лазар Танев“ - Скопје, emilijatod@yahoo.com

Апстракт

Културното наследство како основа за развој на културниот туризам и туризмот воопшто се два меѓусебно поврзани комплексни поими. Културното наследство од една страна придонесува за атрактивност и препознатливост на дестинацијата и мотив за посета на истата, а туризмот пак, од друга страна, придонесува за валоризација и промоција на наследството, градење идентитет на дестинацијата, општествен и економски развој. Во овој труд се потенцира поврзаноста помеѓу културното наследство и туризмот, со акцент на тврдините како дел од тоа наследство. И даден е пример за туристичка валоризација на Тетовската тврдина. Валоризацијата има за цел согледување на моменталната состојба и потенцијалот за формирање квалитетен автентичен туристички производ кој успешно ќе се промовира на пазарот. Република Северна Македонија изобилува со голем број тврдини и крепости кои водат корени уште од античко време, а секоја од нив има сопствена историја и културно значење. Како

Во текот на истражувањето вршени се кабинетски и теренски истражувања, при што се применети различни методи и техники на собирање податоци. Туристичката валоризација на Тетовско Кале е направена според квантитативно - квалитативен метод кој е модифициран и составен од индикатори кои даваат јасна и објективна слика за моменталната состојба на тврдината како потенцијален културен туристички производ. Притоа ќе се детектираат и слабостите во менаџирањето со тврдината и ќе се добијат насоки за идни инвестициски зафати. Добиените резултати може да се користат за креирање краткорочни и долгорочни планови за иден туристички развој.

Клучни зборови: *културно наследство, туризам, туристичка валоризација, тврдини*

Вовед

Културниот потенцијал на една дестинација се мери со квалитетот на културните добра кои истата ги поседува, но за тие да се пласираат на пазарот и да одговорат на потребите на туристите потребно е најпрво да се креираат култури атракции кои заедно со останатите фактори од окружувањето ќе го сочинат културниот туристички производ. Културните атракции претставуваат културни ресурси кои со своите атрибути ги привлекуваат туристите и претставуваат основа за развој на туризмот во дестинацијата.¹ Од друга страна пак, културен туристички производ претставува збир на специфични материјални и нематеријални вредности, како и доживувањата на посетителите, кои се резултат на осмислена презентација и валоризација на културните ресурси на одредена туристичка дестинација. За културниот производ важат сите карактеристики и особености кои ги има општиот туристички производ, што значи дека при неговото интегрирање треба да се води сметка за атрактивноста и автентичноста на производот, условите за престој во дестинацијата и другите услуги кои посетителите може да ги консумираат и секако, можноста за пристап до производот.

Културното наследство како ресурс за развој на туризмот е многу повеќе од акумулација на материјални и нематеријални културно добра кои треба да се заштитат и зачуваат.² Следејќи ги туристичките трендови и правците кои ги диктира побарувачката, потребно е креирање атрактивен културен производ како комбинација на културно наследство со различни карактеристики, активности на менаџментот на културните добра и туристичката индустрија.

¹ Slunjski, R. (2020). Touristic and geographic approach to the valorisation of cultural heritage, Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta u Zagrebu

² Petković, S. (2019). Menadžment kulturnih resursa u turizmu, Univerzitet Singidumun, Beograd, 6

Само таков производ може да биде поттикнувач на развојот на туризмот и стопанството во дестинацијата и да придонесе за одржливиот развој. Носителите на туристичката политика во дестинацијата одлучуваат каква комбинација на културно атракции ќе пласира на пазарот, кому ќе го намени производот и како истиот ќе го пласира. Новите перспективи во креирањето на културните атракции се поврзани со:³ простор, односно концентрацијата на елементите на културното наследство и групирање, здружување на креативните активности во едно место, област или регион; проценка на капацитетот на културните активности кои можат да предизвикаат економски и социо-културни промени; поврзување на културните ресурси со општествениот капитал и нивна употреба како оружје за општествена интеграција, можност за развој на бизнисот и одржливиот развој.

Културните атракции може сами по себе да бидат производ кој ќе биде пласиран на туристичкиот пазар што пред сè зависи од нивото на автохтоност и привлечност, но може и да се комбинираат при што се создаваат сложени културни атракции: културни пејзажи, културни комплекси и културни рути.⁴ Во секој случај, културната атракција ќе биде успешен културен туристички производ само доколку располага со квалитет и атрактивност доволни да ги привлечат туристите, како и менаџиран на ниво кое ќе донесе економска корист и заштита на културното наследство. Критериумите за креирање успешен културен туристички производ се засноваат на проценка на културниот ресурс, со која ќе се утврдат: туристичкиот потенцијал, поширокиот контекст на културниот ресурс, прашањата поврзани со припадноста и сопственоста и прашањата на заинтересираните страни;⁵ проценка на туристичкиот потенцијал, која вклучува пазарен потенцијал и робустност на културниот ресурс; поширок контекст на културната атракција: правен и политички контекст, природа на културниот ресурс како културно наследство, туристичката атрактивност на ресурсот, неговата позиција на пазарот и влијанието на локалната заедница, разбирање на културното добро во неговото окружување; прашања поврзани со имотот, местото и културниот простор: материјални културни ресурси, нематеријално културно наследство, сегашна и потенцијална употреба и корисници; прашања на заинтересираните страни и консултации: идентификација на заинтересираните страни и консултации и луѓе, вештини и финансиски средства.

Модификацијата на културните ресурси во функција на туризмот има повеќе предизвици, особено оние кои се поврзани со давање услуги, но и оние кои се однесуваат на специфичните барања, како што се создавање чувство за местото и обезбедување автентичност.⁶ Прифаќањето на овој предизвик претставува тешка и макотрпна работа на менаџментот на културниот ресурс во напорите да создаде производ кој ќе ги задоволи потребите на потрошувачите, емотивно ќе ги исполни и ќе им пружи незаборавно доживување. Во процесот на трансформација и модификација на културните ресурси за туристичка експлоатација, менаџментот се среќава со пречки и проблеми поврзани со:⁷ сопственост и место каде се наоѓа културниот ресурс, општествено – економски профил на посетителите, тек на приходите, комуникација со потенцијалните посетители, соработка и маркетинг, искуство, интерпретација и автентичност. Иако соочени со голем број пречки и предизвици, менаџерите на културните ресурси и останатите заинтересирани страни, неопходно е да ја реализираат трансформацијата и модификацијата на културните ресурси затоа што тоа е единствениот начин истовремено да се

³ Richards, G. (2014). *Tourism trends: The convergence of culture and tourism*

⁴ Richards, G. (2011). *Tourism trends: Tourism, culture and cultural routes*, at https://www.academia.edu/1473475/Tourism_trends_Tourism_culture_and_cultural_routes

⁵ McKercher, B., du Cros, H. (2002). *Cultural tourism, The Partnership between Tourism and Heritage Management*. Haworth Hospitality Press: New York, преземено од Petković, S. (2019). *Menadžment kulturnih resursa u turizmu*, Univerzitet Singidumun, Beograd

⁶ Petković, S. (2019). *Menadžment kulturnih resursa u turizmu*, Univerzitet Singidumun, Beograd, 6

⁷ McKercher, B., du Cros, H. (2002). *Cultural tourism, The Partnership between Tourism and Heritage Management*. Haworth Hospitality Press: New York, преземено од Petković, S. (2019). *Menadžment kulturnih resursa u turizmu*, Univerzitet Singidumun, Beograd, 83-84

заштитат ресурсите и да се обезбеди одржлив развој, да се акумулираат средства за локален и општествен развој и да јакне идентитетот и имиџот на заедницата.

Туристичка валоризација

Прашањето што значи вредност и вреднување е многу комплексно, затоа што секоја од заинтересираните страни има свој одговор кој е потполно легитимен. Туристичката валоризација сигурно е една од најзначајните теми во теориите за туризмот. Оваа стручно методолошка постапка која всушност претставува проценка на туристичката атрактивност на сите појави, објекти и простори кои имаат, покрај останатите и својство да се атрактивни, интересни за туристите и да преку нив ги задоволуваат своите потреби. Значи, предуслов за туристичка валоризација е објектот да поседува атрактивност, уникатност, знаменитост, специфична естетска вредност и други карактеристики со кои ќе ги привлечат туристите.

Туристичката валоризација е основа врз која се утврдува кој ресурс е прифатлив за туристите, кој вид туризам треба да се развива во регионот, кои стандарди треба да се применат во уредувањето, хиерархиски да се подредат потребните инвестиции. Со еден збор, да се утврди правецот во кој централната и локалната власт треба да ја насочува туристичката политика, како и плановите кои туристичките субјекти треба да ги спроведат. Утврдувањето на пазарната вредност на природното и културното богатство на еден регион има огромна важност за развој на туризмот и пласирање на производите на пазарот. Покрај тоа, туристичката валоризација игра голема улога во успешното следење на принципите на одржлив развој и оптимално користење на ресурсите.

Според Светската туристичка организација, туристичката валоризација претставува утврдување или проценка на вредноста на туристичката атрактивност, односно проценка на атрактивноста на сите појави, објекти и простор кои имаат, покрај останатите карактеристики и својство да се атрактивни (привлечни) за туристите и преку нив туристите да можат да ги задоволат своите потреби. Не треба да се заборава дека туристичката валоризација треба да почива на принципите на одржливиот развој, односно сочувување на ресурсите од претерана експлоатација, со што ќе им се овозможи на идните генерации нивно користење и збогатување. Туристичката валоризација претставува дел од туристичката политика на земјата, што значи дека треба да биде застапена во развојната стратегија на туризмот, како и во целите на туристичката политика. Од тоа произлегува и фактот дека туристичката валоризација бара координација и усогласување на носителите на туристичката политика на сите нивоа.

Туристичка валоризација е едно од најважните и најсложените прашања во туристичката теорија и практика. Подразбира квалитативна и квантитативна оценка на вредностите на туристичките ресурси и претставува најзначајна фаза во планирањето на просторниот развој на туризмот. Ресурсите кои ќе се оценат како највредни може да очекуваат најголема побарувачка и заслужуваат приоритет во планирањето на развојот на туризмот во дестинацијата. Кога станува збор за вредност на туристичките ресурси, треба да се разликува употребна и пазарна вредност. Употребната вредност е поврзана со атрактивните мотиви, односно за некој од атрибутите (рекреативни, естетски, знаменити, куриозитетни) кои може да ја задоволат туристичката потреба. Но, самата употребна вредност на туристичкиот ресурс сама по себе не е доволна, туку потребни се одредени активности (инвестиции во инфраструктура, промоција и сл.) за да може да се искористи или запознае атрактивното дејство на ресурсот и да се формира туристичка понуда, како пазарен облик на туристичката вредност на ресурсите. Значи, за да може атрактивните својства на мотивот да добијат пазарна вредност, неопходно е да се спроведе туристичка валоризација. Или, со туристичка валоризација се потенцираат оние мотиви кои можат економски да се искористат, односно кои може да се третираат како стопански туристички објекти.

Доколку се постави прашање кој е најдобриот начин да се сочува културното наследство од претерано експлоатирање, секако дека одговорот ќе се најде во негова валоризација и пласман

на пазарот. Тоа е пред сè поради фактот дека одржливиот туризам настојува да воспостави рамнотежа помеѓу економската корист која заедницата ја има од културното наследство како туристички производ и неговата заштита од претерано консумирање. Токму поради тоа McKercer тврди дека културниот туризам е тој кој може да биде главен поттикнувач на одржливиот развој на заедницата.⁸ Туристичката валоризација на културното наследство претставува проценка на неговата вредност од различни аспекти и утврдување на можностите за негова имплементација во туристичката понуда на дестинацијата, без оглед дали ќе биде како пласиран како посебен туристички производ или пак во рамките на друг производ на дестинацијата, што покрај другото, во голема мера зависи од неговата автохтоност и атрактивност. Во тој процес на имплементација многу е важно културните туристички производи да не „излегуваат“ надвор од културолошкиот контекст на локалната заедница, затоа што во тој случај ќе имаат релативно краток рок на траење.⁹

Со туристичка валоризација културното наследство има можност да биде конкурентно на туристичкиот пазар и да привлекува голем број посетители. Факт е дека дестинацијата отсекогаш ги привлекувала туристите со својата единствена атмосфера, културно историските споменици, традиционални фестивали и манифестации и други културно настани, без разлика дали културниот мотив преовладува во одлуката за патување.¹⁰ Со тоа културните атрактивности стануваат сè позначајни критериуми во оценката на квалитетот и степенот на развиеност на туризмот во една дестинација, а според истражувањата на Smith, во најголем број од туристичките патувања во светот, културата се јавува како директна и/или индиректна содржина.¹¹

Прашањето на туристичка валоризација на културното наследство секогаш е пратено со дискусии и судири меѓу претставниците на културниот сектор (уметници, археолози, историчари итн.) и претставниците на економиката и туризмот, кои произлегуваат првенствено од различниот начин на перцепција на културните вредности на ресурсите. Првите сметаат дека културните добра се непроценливи поради нивното културно и историско влијание, а од другите дека истите може да се проценат (валоризираат) според побарувачката на потрошувачите, трансформирани и модифицирани како туристички производ кој би се користел во комерцијални цели.¹² Решението кое може да ги приближи спротивставените ставови лежи во принципите на одржливиот развој, кои налагаат дел од профитот од туризмот да се искористи за конзервација, зачувување и одржување на културното добро, за поддршка и поттик на уметноста и уметниците, како и за други културно активности на локалната заедница.

Културно историското наследство претставува можност туристите да се запознаат со историјата и културата на еден народ низ вековите, истовремено да влијае врз локалниот и општествениот економски развој. Не смее да се занемари и улогата на културата во градењето на идентитетот и имиџот на дестинацијата, што е доволна причина вклучување на сите заинтересирани страни во што поквалитетна туристичка валоризација на целокупното културно наследство.

Факт е дека уништувањето на културното наследство се зголемува со зголемениот развој на културниот туризам, пред сè поради зголемувањето на бројот на туристи/посетители и нивното несоодветно однесување. Од тие причини при валоризацијата посебно треба да се обрне внимание на планско развивање на културниот туризам од стана на носителите на туристичката

⁸ McKercer, B. (2001). Sustainable Tourism Development-Guiding Principles for Planning and Management, Presentation to the National seminar on Sustainable tourism development, Bishkek, Kyrgistan

⁹ 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 održivo razvoja Zabiokovlja", Split, Književni krug

¹⁰ Sigala, M., Leslie, D. (2006). International Cultural Tourism, London, Elsevier

¹¹ Smith, M. (2003). Issues in Cultural Tourism, New York, Routledge

¹² Petković, S. (2019). Menadžment kulturnih resursa u turizmu, Univerzitet Singidumun, Beograd, 6

политика на сите нивоа, притоа почитувајќи ги насоките и упатствата на експертите од областа на културата. Прецизната проценка на робусност/големината на културното добро ќе даде сигурни насоки за негово оптимално конзумирање со што ќе се избегне негова претерана комерцијализација и експлоатација. Од друга страна, не смее да се занемари и негативното влијание на несоодветното/вандалско однесување на туристите и локалното население кое може да предизвика сериозни штети на културното наследство, поради што неопходни се акции за едукација и соодветна чуварска заштита на локалитетите.

Вклучувањето на културното наследство во туристичката понуда освен што обезбедува економски придобивки за туристичката индустрија и нуди можности за зачувување и обновување на наследството, придонесува и за развој на локалната заедница и малите бизниси, создава услови за развој и на други алтернативни туристички форми, ги зголемува можностите за вработување, односно, со еден збор, може да биде генератор на локалниот и националниот развој. Со валоризацијата, локалното население ќе стане свесно за својата улога во управувањето со културното наследство и ќе развие позитивен однос кон него како туристички производ, што е важен сегмент во неговиот пласман на пазарот.

Методи на туристичка валоризација

Голема тешкотија во процесот на туристичка валоризација претставува недостатокот на универзална методологија, поради што истражувачите користат различни квалитативни и квантитативни методи со нумерички, дескриптивни и графички истражувања. Притоа се користат различни инструменти за собирање на податоци и скали за мерење, се комбинираат различни индикатори или пак, методите се прилагодуваат кон предметот на истражување. Истражувачите во процесот на туристичка валоризација користат податоци за ставовите на експертите, учесниците во туристичкото стопанство, туристите и сл., или самите изработуваат индикатори за проценка на вредностите. Досегашните утврдени методи на туристичка валоризација може да се класифицираат во две категории, во зависност од бројот на елементите кои се вреднуваат: делумни (парцијални) и потполни.¹³

Делумните модели (методи) се базираат на една група фактори и се однесуваат на одредени културно-географски фактори, (испитување на културните вредности на просторот), природно-географски (испитување на природните погодности за рекреација), компонентите на туристичката супраструктура и инфраструктура (вреднување на туристичката опременост) итн. Потполните модели (методи) пак, опфаќаат вреднување на сите компоненти, иако во праксата речиси е невозможно спроведување на потполно вреднување на сите фактори кои се значајни за процесот на туристичка валоризација. Во туристичката пракса најчесто се применуваат комбинирани квантитативно-квалитативни и компаративни методи кои авторите ги прилагодуваат во зависност од објектот на вреднување, со цел да се добие објективна и јасна слика за моменталната вредност на ресурсот кој е предмет на валоризација.

Квантитативно – квалитативниот метод е компаративен метод кој користи квалитативни и квантитативни изрази со кои се искажува туристичката вредност. Со овој метод се врши проценка на вредностите на одредени особини на културното добро, односно се врши анализа на следните индикатори: туристичко – географска положба, односно положба во однос на емитивните места, положба во однос на сообраќајните комуникации и пристапност; уметничка вредност: естетски квалитети, монументалноста, раритетност на објектот; културно историско значење на објектот: историја на објектот, можност за одржување манифестации, приредби и сл.; амбиент: уреденост, сочуваност, разноличност; атрактивност и препознатливост: привлечност за туристите, степен на посетеност; уреденост и опременост на просторот: ниво на изграденост на туристичките основни и дополнителни објекти: постоење информативни табли, одморалишта, корпи, чешми и др.; вклопеност во туристичкото богатство, односно проценка на

¹³ Јершић, М. (1985). Туристичка географија, Филозофски факултет, Љубљана, 195

туристичките вредности на комплементарните мотиви на дестинацијата. Распонот на оценка кај сите индикатори е од 1 до 5 (1 - недоволен квалитет, не е за туристичка активација, 2 - задоволителен квалитет, локално туристичко значење, 3 - добар квалитет, регионално значење, 4 - многу добар квалитет, национално значење, 5 - одличен квалитет, меѓународно значење).

Методот на Светската туристичка организација нуди слични индикатори, со тоа што ги дели ма интерни и екстерни. Интерните фактори се делат на два вида: индикатори кои се однесуваат на степенот на искористеност на туристичкиот ресурс: урбанизација, инфраструктура, опрема и туристички услуги и инхерентни индикатори на туристичкиот ресурс кои во суштина коинцидираат со карактеристиките на самиот ресурс и кои ја чинат основата на неговите туристички вредности. Екстерни фактори се: пристапност на ресурсот, специфичност на туристичкиот ресурс, близина на емитивните центри и важност на ресурсот. Во праксата за оценка на интерните и екстерните фактори најчесто се користи методот на бодување, по скала од 0-3 или 0-5, но се јавуваат и поголеми распони од 0-8, 0-10 или пак, 0-12. За да се добие вкупната вредност на анализираниот ресурс прво се собираат сите интерни фактори, а потоа и сите екстерни фактори. На крај зборот на интерните фактори се множи со збирот на екстерните фактори. После извршената валоризација и квантификација на сите поединечни ресурси и елементи на туристичкиот потенцијал на одреден простор, можно е да се утврди и вкупниот туристички потенцијал на земјата или регионот. Тој се добива така што се собираат утврдените вредности на сите ресурси и елементи.

Најмногу експлоатиран метод во валоризацијата на културните добра е методот на Hilary du Cros, според кој процесот на валоризација се заснова на проценка на субиндикаторите од туристичкиот сектор и секторот за управување со културните добра, како и проценка на големината/робусноста објектот да прими посетители. Туристичкиот сектор се составен од пазарна атрактивност на културните добра и фактори кои се значајни при креирање на туристичкиот производ. Субиндикаторите се оценуваат со бодови од 0 до 5, а поединечните индикатори може да имаат помал распон на бодови. После тоа се собираат бодовите на индикаторите и се одредува нивото на атрактивност: малку атрактивно, средно атрактивно или високо атрактивно за развој на туризмот. Секторот на менаџмент на културните добра се оценува преку културната вредност и големината на културното добро и може да се има мала културна вредност, средна вредност и висока вредност.

Тетовско Кале како дел од културното наследство

Тетовското Кале претставува значаен археолошки локалитет кој се наоѓа на врвот на Балтепе¹⁴, 2 км северозападно од градот Тетово. Локацијата му е на помала карпеста височинка со стрмни страни што се издига над десниот брег на реката Пена. На врвот има зарамнето плато наведнато кон југ, со форма на триаголник со димензии од 180 x 130 m и површина од околу 1 хектар. Тетовското Кале претставува фортификациска целина со девет кули и две порти (Тетовска порта и Лавчанска порта), наречени според местото од каде се пристапува до калето. Според историските и археолошките податоци, калето започнало да се гради за време на слабеење на османлиската власт од страна на Реџеп-паша во 1796 година, а го продолжил Абдурахман-паша во 1820 година која во Балтепе живеел во периодот од 1831 до 1843 година. После неговото заминување, тврдината била ограбена и уништена. Абази¹⁵, во својот труд наведува неколку пишани податоци во кои се споменува Тетовското Кале. Така, во Косовското салнаме или Хронолошки годишник од 1895 се наоѓа скица од калето изработена од патописецот Гризебах од 1839 година, а податоци се споменуваат и во еповите на кипарскиот патописец Ашк Кензи, кој на двапати го посетил Тетово во 1825-26 и во 1860 година. Тој ги опишува објектите кои се наоѓаат во внатрешниот дел на Калето и аристократскиот начин на кој е пречекан од пашата:

¹⁴ Балтепе во превод значи Меден рид

¹⁵ Абази, Љ. (2016). Тетовско Кале, Најзначајните вредности од областа на културното и природното наследство на Република Македонија, Скопје

„...од чешмата до бањите сè е изработено на супериорен начин, базените, сарајот и куќата на Абдурахман-паша. Гробовите каде се закопани евлиите... Иако многу прошетав, не видов поубава градба од таа на Абдураман-паша..., Големата порта..., Објектот обиколен со два реда камења..., Во средишниот дел се наоѓа бунар и базен за вода...“. Овој опис е доволен да се разбере раскошноста на ова градба во минатото и животот во неа.

Според Абази, тврдината се простирала на површина од 108 илјади квадратни метри, а сидови биле изградени од бигор камен, дебели од 3 до 5 метри и на некои места високи преку 10 метри. Во калето имало 2 монументални порти, 2 помали порти, 9 кули, објекти и кујна за војската, набљудувачници, како и 2 сараи, каде престојувал пашата. Истиот автор пишува и за легендите поврзани со Калето, кои велат дека во тоа време имало три тунели кои воделе од Калето и кои служеле за евакуација. Едниот бил во правец на соседното село Лавце, вториот одел кон реката Пена, а за третиот завршувал во градот кај што сега се наоѓа старото медицинско училиште.¹⁶ Реџеп-паша освен што ја започнал изградбата на Калето, тој ги изградил и Шарената џамија и Арабати Баба текето во Тетово кои претставуваат исклучително културно наследство во тој регион. Овој владетел има заслуги и за развојот на христијанската заедница на неговите имоти. Тој му дозволил на Кирил Пејчиновиќ да го возобнови Лешочкиот манастир кој тогаш бил запустен. Со неговото возобновување манастирот ќе стане најзначаен културен и просветителски центар на христијаните од овој крај ни и пошироко. Во знак на благодарност кон пашата, во манастирот и денес се наоѓа единствениот зачуван портрет на Реџеп-паша и на неговиот син Абдураман-паша.

Денес, до главната Тетовска порта, веднаш до влезот на калето се наоѓаат објектите трпезарија и кујна, а десно од неа (на југоисточниот дел на калето) се наоѓа објектот Сарај. Исто така, зачувани се остатоци од Северниот бедем кој се наоѓа источно од Лавчанската порта, Двојниот објект кој се наоѓа на едно од вештачките возвишенија и Лавчанската порта која се наоѓа надвор од северните бедеми. Објектите Трпезарија и Кујна се наоѓаат северно од Сарајот. Влезот се наоѓа на источната страна на трпезаријата, а оттаму се влегува во друга просторија – кујната. Јужната челна страна има 6 правоаголни отвори со сводови, а на покривот централниот дел има голем отвор за оцак и 4 странични овални отвори кои служеле за вентилација. Објектот Сарај се наоѓа десно од главната Тетовска порта. Има еден голем отвор кој служел за влез и 4 други отвори кои служеле за осветлување. Овој објект е доста зачуван бидејќи на него во 1967 година била извршена конзервација и бил наменет да работи како кафеана, но истиот е повторно оштетен во воениот конфликт од 2001 година. Сарајот од внатрешната страна бил малтерисан, а подната подлога е од кршен камен, залиен со малтер.¹⁷ Со истражувачките работи биле опфатени сите помошни простории на Сарајот, при што се откриле и нови простории. Една од нив е просторијата со полукружен свод, од источната страна се откри голем отвор, а од западната мала ниша.¹⁸ Северниот бедем се наоѓа источно од Лавчанската порта. Во него се откриени три нови простории и пиластри со правоаголна форма градени во техника сувосид, односно без употреба на малтер. Двојниот објект се наоѓа на едно до вештачките возвишенија, а при археолошките ископувања откриени се две засебни простории со посебни влезови. Во овие објекти се појавува малтерен слој на фасадите, сликан со темносива боја и украсен со праволиниски декорации, односно геометриски мотиви. Од движни наоди откриени се сосема мал број фрагменти од садова керамика, претежно украсена со зелена боја и висок сјај, како и фрагмент од луле.

Првите археолошки истражувања на Тетовското Кале, биле направени во 1967 година, но без прецизна стратификација на објектот. Од 2008 до 2012 година се реализираше проектот за заштита на влезната партија на тврдината, односно негова конзервација, реставрација, санација и реконструкција од страна на Национален конзерваторски центар. Пристапноста до Калето е

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Абази, Љ. (2016). Тетовско Кале, Најзначајните вредности од областа на културното и природното наследство на Република Македонија, Скопје

¹⁸ Ibid.

овозможена преку асфалтен пат кој минува низ градот и води до Тетовската порта и од селото Лавче, кој води до Лавчанската порта. Во локалитетот постои паркинг, а влезница за посетители не се наплатува.

Материјали и методи

На територијата на Македонија, десетина илјади години се менувале многу цивилизации и култури кои зад себе оставале материјални траги. Секој еден кој стапнал на ова тло, сакал да освои се што поседувал претходникот и да остави траги од своето постоење. Тоа резултира со фактот дека секоја една тврдина или локалитет во себе крие повеќе културни слоеви, од кои најстарите влечат корени уште од праисторијата. За потребите на трудот избрана е Тетовската тврдина како културно наследство кои располага со потенцијал да биде дел од културната туристичка понуда на земјата. Со кабинетско истражување беа собрани секундарни податоци од постојната литература и други пишани и електронски материјали за предметот на истражување. Истражувањата беа насочени кон прибирање податоци за тврдината како археолошка и туристичка атрактивност, промотивните активности и активностите на културните институции и другите државни органи. Со теренското истражување се утврди моменталната состојба на тврдината и се изврши оценување врз основа на претходно поставени индикатори. Туристичката валоризација е направена врз основа на модифициран квалитативно-квантитативен метод, бидејќи модификацијата овозможува користење на широк дијапазон на индикатори кои ќе ја дадат вистинската слика за моменталната состојба и потенцијалот на објектот кој се валоризира и истовремено ќе овозможи вршење компаративна анализа со исти или слични објекти во дестинацијата и пошироко. После направената анализа на голем број индикатори користени во различни методи на туристичка валоризација, за потребите на овој труд, авторот креираше модел за туристичка валоризација базиран на квантитативно – квалитативната методологија.

Резултати

Според однапред избраниот метод на туристичка валоризација, се врши оценување на вредноста на индикаторите кои го одредуваат културното и туристичкото значење на културното добро и секторот за управување на културното добро. Притоа културното значење на објектот се одредува врз основа на следните индикатори: археолошка вредност, историска вредност, научна вредност, реткост на културното добро и комплементарност со другите културни ресурси во дестинацијата; туристичкото значење се одредува врз основа на следните индикатори: транспорт од емитивното место и пристапност, амбиент, атрактивност и препознатливост, туристичка инфраструктура и услужни погодности и близина на други културни и природни атракции; управувањето со културното добро се одредува врз основа на следните индикатори: план за управување, мониторинг и одржување, состојба на репарација, промотивни активности и потенцијал за инвестиции. Сите индикатори се оценуваат во распон од 1 до 5 (1 - недоволно, 2 - задоволително, 3 - добро, 4 - многу добро и 5 - одлично). Збирот на добиените вредности за секој индикатор се дели на бројот на индикатори и се добива просечна оценка која ќе покаже колкава е вредноста односно потенцијалот на културниот ресурс и неговото значење. Притоа културното добро може да влезе во една од следните групи: 1 - 2 задоволителен квалитет, локално туристичко значење; 2 - 3 добар квалитет, регионално туристичко значење; 3 - 4 многу добар квалитет, национално туристичко значење; 4 - 5 одличен квалитет, меѓународно туристичко значење. Исто така, според вкупниот збир на добиените оценки, културното добро може да биде со ниско ниво на туристички потенцијал (0-25); средно ниво (25-50) и високо ниво (50-75).

Врз основа на поставениот модел на туристичка валоризација и извршеното оценување на индикаторите во табелите 1, 2 3 и 4 прикажани се оценките на индикаторите кои го одредуваат културното значење на тврдината, туристичкото значење на тврдината, дадена е оценка на индикаторите од секторот на управување со културното добро и вкупната вредност на сите индикатори кои го утврдуваат нивото на туристичко значење на објектот.

Табела 11. Оценка на индикаторите кои го одредуваат културното значење на Тетовско Кале
 Table 1. Evaluation of indicators that determine cultural significance of Tetovo Fortress

Индикатори	Оценка
Археолошка вредност	3
Културно историска вредност	4
Научна вредност	3
Реткост на културното добро	5
Комплементарност со другите културни ресурси во околината	4
Просечна вредност	3,8

Табела 2. Оценка на индикаторите кои го одредуваат туристичкото значење на Тетовско Кале
 Table 2. Evaluation of the indicators that determine the tourist significance of Tetovo Fortress

Индикатори	Оценка
Транспорт и пристапност	4
Амбиент	2
Атрактивност и препознатливост	3
Туристичка инфраструктура и услужни погодности	2
Близина на други културни и природни атракции	4
Просечна вредност	3,0

Табела 3. Оценка на индикаторите од секторот на управување со културното добро на Тетовско Кале

Table 3. Evaluation of indicators from the cultural goods management sector of Tetovo Fortress

Индикатори	Оценка
План за управување	2
Мониторинг и одржување	1
Состојба на репарација	3
Промотивни активности	2
Потенцијал за инвестиции	4
Просечна вредност	2,4

Табела 4. Вкупна вредност на индикаторите на Тетовско Кале

Table 4. Total value of indicators of Tetovo Fortress

Индикатори	Оценка
Културно значење	3,8
Туристичко значење	3,0
Управување со културното добро	2,4
Просечна вредност	3,1

Индикаторите кои го одредуваат културното значење на Тетовско Кале имаат просечна оценка 3,8 што значи многу добра археолошка, културно историска и научна вредност. Станува збор за ретко културно добро, единствена зачувана тврдина која потекнува од крајот на 18 и почетокот на 19 век, комплементарно е со останатите културни ресурси во околината. Културното значење на локалитетот е надополнет со можноста за организирање настани и манифестации за привлекување домашни и странски посетители.

Вредноста на индикаторите кои го одредуваат туристичкото значење на Тетовското Кале е 3. Пристапноста до калето е овозможена преку асфалтен пат кој минува низ градот и води до Тетовската порта и од селото Лавче, кој води до Лавчанската порта, но истиот иако е асфалтиран има значајни оштетувања. На самиот локалитет нема информативни табли, патокази, одморалишта и друга инфраструктура. Во градот туристите може да користат услуги за сместување и исхрана, а во близината има природни и културни знаменитости кои се привлечни за туристите. Иако од калето се пружа прекрасен поглед кон градот и местото изобилува до прекрасни пејзажи, амбиентот го нарушува неуреденоста и знаците на запуштеност.

Вредноста на индикаторите кои го одредуваат секторот на управување со културното добро изнесува 2,4. Како потенцијал за инвестиции локалитетот е оценет со оценка 4, но со 1 и 2 за непостоење план за управување, мониторинг и одржување на објектот. Промотивните активности се минимални и сведени на локално ниво. Што се однесува до состојбата на репарација, според информациите од експертите, освен во периодот од 2008-2012 година кога се одвивале археолошки истражувања и конзервација, други активности немало.

Вкупната вредност на сите индикатори за туристичката валоризација на Тетовското Кале е 3,1 што значи дека има добар квалитет - регионално туристичко значење.

Дискусија и заклучок

Глобализацијата како процес кој продира во сите сфери на човековото живеење, несомнено влијае врз туризмот како масовна општествена појава и создава голема можност за негов развој. Конкретно, влијанијата на глобализацијата врз туризмот се однесуваат на: зголемување на потенцијалната туристичка потрошувачка за различни дестинации, што допринесува целиот свет да постане потенцијално туристичко одредиште; зголемување и зајакнување на конкуренцијата; намалување на бројот на малите и средни претпријатија во однос на големи туристички, угостителски и превозни корпорации; нагласени иновации, специјализации и поголем квалитет на производите и услугите; појава на сè поспецифични барања на потрошувачите и сл. Како одговор на промените кои настануваат на туристичкиот пазар, се наметнува потреба за развој на алтернативни видови туризам кои ќе ги задоволат хетерогените барања на туристите. Овие специфични видови туризам влијаат врз целокупното стопанство на дестинацијата преку: овозможување валоризација на природните и културните добра со што истите добиваат економска корист; поттикнување стопанско движење и создавање пазар за локални производи кои во спротивно не би можеле да излезат на пазарот; развој на различни стопански дејности; можност за зголемување на приходите на локално и државно ниво итн.

Светската туристичка организација постојано ги следи промените на туристичкиот пазар и туристичките трендови во светот и врши голем број истражувања со цел согледување на социјалните, политичките, економските, еколошките и технолошките фактори кои го обликувале туризмот во минатото и се очекува да влијаат на неговиот раст во иднина. Податоците добиени од истражувањето имаат за цел да им помогнат на сите заинтересирани страни во разбирање на промените и трендовите во туризмот и формирање соодветни политики и стратегии за континуиран и одржлив развој, како и максимална искористеност на можностите во туристичкиот сектор. Според извршените истражувања најмногу се истакнуваат пет мега трендови во туризмот: еко - туризам, културен туризам, тематски туризам, авантуристички туризам и крстарења, што значи дека доаѓа до модификација на старите и создавање нови барања на туристите за уште „невидени“ дестинации и „непознати“ туристички производи. Според направените истражувања во 2018 година, околу 40% од меѓународните туристички патувања вклучуваат некој облик на културен туризам, а се предвидува дека во иднина овој процент ќе расте за 15% годишно. Исто така, истражувањата покажале дека дури 90% од земјите членки на Светската туристичка организација, одговориле дека културниот туризам има специфично место во нивната туристичката политика, а 84% дека културниот туризам има значајно место во нивниот маркетинг план за развој на туризмот.

Голем број истражувања и студии се посветени на релацијата културно наследство - туризам, пред сè поради фактот дека зачувувањето на наследството и предавањето на идните генерации зависи од континуирана имплементација на квалитетни стратегии за валоризација, реставрација, конзервација и соодветно менаџирање во правец на негов одржлив развој. Експлоатацијата и комерцијализацијата на културното наследство бараат одредено ниво на адаптација, која често пати предизвикува судир помеѓу институциите за заштита и менаџмент на културното наследство и туристичката индустрија. Тоа секогаш треба да се земе во предвид при планирање и управување со културното наследство, како и почитување низа критериуми и законски рамки. Ставовите кои го фаворизираат зачувувањето на културните добра во непроменлив облик постојано се противат на иницијативите за туристичка валоризација на културното наследство, односно потенцијалот на минатото, во корист на локалното население и развој на регионалната економија во сегашноста. Факт е дека ризикот од уништување на културното наследство или нерамномерно и неповратно менување на првобитниот облик во комерцијални цели е реален и постојано присутен, што несомнено налага потреба од подигнување на свеста за промените кои ги предизвикува туризмот кај сите чинители во експлоатацијата на културното наследство.

Следејќи ги туристичките трендови и правците кои ги диктира побарувачката, потребно е креирање атрактивен културен производ кој е комбинација на културно наследство со различни карактеристики, активности на менаџментот на културните добра и туристичката индустрија. Само таков производ може да биде поттикнувач на развојот на туризмот и стопанството во дестинацијата и да придонесе за одржливиот развој. Носителите на туристичката политика во дестинацијата одлучуваат каква комбинација на културно атракции ќе пласира на пазарот, кому ќе го намени производот и како истиот ќе го пласира.

Доколку се постави прашањето кој е најдобриот начин да се сочува културното наследство од претерано експлоатирање, секако дека одговорот ќе се најде во негова туристичка валоризација и пласман на пазарот. Тоа пред сè е поради фактот дека одржливиот туризам настојува да воспостави рамнотежа помеѓу економската корист која заедницата ја има од културното наследство како туристички производ и неговата заштита од претерано консумирање. Токму поради тоа културниот туризам е тој кој може да биде главен поттикнувач на одржливиот развој на заедницата.

Согледувајќи го потенцијалот за развој на културен туризам кој Република Северна Македонија го има во изобилство, треба да ги согледаме ефектите кои произлегуваат од неговиот развој. Позитивните ефекти се однесуваат на привлекување на побарувачката со поголема платежна моќ и зголемување на потрошувачката, продолжување на туристичката сезона, зачувување на културните вредности и идентитет, ревитализација на градските средини, дополнителни приходи за културните институции, дополнителни вработувања, подобрување на имиџот на дестинацијата со збогатување на туристичката понуда и секако, подобрување на квалитетот на животот на локалното население. Притоа треба да се води сметка за оптимална експлоатација на културните ресурси, за да не дојде до нивно оштетување и намалување на атрактивноста, што ќе предизвика и пад на побарувачката.

Конкретно, од изведената туристичка валоризација на Тетовското Кале може да се констатира во однос на индикаторите кои го одредуваат културното значење, тврдината поседува добра археолошка, културно историска и научна вредност. Станува збор за ретко културно добро, единствена зачувана тврдина која потекнува од крајот на 18 и почетокот на 19 век, комплементарно е со останатите културни ресурси во околината. Но, бидејќи самиот производ за да биде туристички не е доволно да има само високо културно значење, неопходно е испитување и на неговата вредност од туристички аспект. Токму од индикаторите кои го одредуваат туристичкото значење може да се заклучи дека иако пристапноста до калето е овозможена преку асфалтен пат, истиот иако е асфалтиран има значајни оштетувања. На самиот

локалитет нема информативни табли, патокази, одморалишта и друга инфраструктура. Во градот туристите може да користат услуги за сместување и исхрана, а во близината има природни и културни знаменитости кои се привлечни за туристите. Иако од калето се пружа прекрасен поглед кон градот и местото изобилува до прекрасни пејзажи, амбиентот го нарушува неуреденоста и знаците на запустеност. Сето ова укажува на недостаток на туристичка инфраструктура и услужни погодности што претставува еден од најважните фактори во креирањето квалитетен производ, што треба да биде аларм за локалната и централната власт кои учествуваат во креирање на туристичката политика. Исто така, неопходно е креирање иновативни културни содржини и интересни „приказни“ кои ќе ги привлечат туристите да ја посетат тврдината, организирање културни манифестации и други настани, 3Д презентации на историски настани, музејски поставки на движно наследство од тврдината, предавања, трибини и едукации, креативни работилници итн. За да може туристичкиот производ успешно да се пласира и продава на пазарот, важна улога има континуираното унапредување на неговиот квалитет и промоцијата, односно севкупното управување. Во таа насока извршена е проценка на секторот за управување со тврдините, односно индикаторите со кој истиот се оценува. Добиените резултати укажуваат дека секторот за управување е најниско оценет во однос на останатите индикатори. Имено, неговата просечна вредност укажува на добар квалитет, а ниските оценки првенствено се однесуваат на непостоење конкретни развојни стратегии, краткорочни и долгорочни инвестициски планови во кои се наведени сите потребни активности поврзани со тврдината, подобрување на нејзиното културно или туристичко значење, континуиран мониторинг и одржување и сл. Истото се однесува и на промотивните активности кои се еден од најважните елементи за успешен пласман на туристичкиот производ на пазарот, каде е неопходна квалитетна стратегија и акциски планови во чија реализација ќе бидат вклучени сите заинтересирано страни на локално и национално ниво.

Вкупната вредност на сите индикатори за туристичката валоризација на Тетовското Кале е 3,1 што значи дека се наоѓа на самата граница помеѓу добар и многу добар квалитет – регионално, односно национално туристичко значење. Но, за таа цел, неопходен е сериозен пристап и планирање на сите чекори во развивање и пласман на квалитетен културен туристички производ. Генерален е заклучокот дека тврдината располагаат со атрибути кои се привлечни за посетителите, што пред сè се должи на автентичноста на градбите, богатата историја и прекрасниот амбиент. Доколку на сето тоа се надоврзат потенцијалите кои ги нуди за организирање на различни настани и манифестации со сигурност дека може се креира автентичен и препознатлив туристички производ кој ќе претставува магнет за туристите. Но, за туристички производ не може да се смета само објектот или местото. Дополнителните услуги во голема мера влијаат врз неговиот квалитет: угостителски објекти и услуги, културни и туристички содржини, инфраструктура, хигиена и др. Затоа е потребно преземање мерки за стратешко планирање на континуираното обновување и одржување на објектите, односно воспоставување редовен мониторинг и контрола на квалитет, со што навремено ќе се утврдат недостатоците и ќе се преземат мерки за нивно елиминирање. Сето ова надополнето со квалитетен менаџмент поддржан од државните институции на сите нивоа, но и од останатите заинтересирани страни ќе придонесе за развој на квалитетен туристички производ со кој земјата може да конкурира на пазарот и да стане препознатливо место за посета. Покрај тоа, не смее да се заборава на потребата од сеопфатни истражувања на туристичкиот пазар, со што ќе се добијат податоци за потребите и мотивите на потенцијалните туристи, нивните ставови и размислувања, со што ќе се олесни процесот на создавање туристички производи кои ќе бидат препознатливи, автентични и атрактивни и ќе ги задоволат потребите и барањата на туристите.

Истражувањата и анализите направени во трудот се само мал чекор во напорите за туристичка валоризација на сите тврдини во земјата кои поседуваат одреден туристички и културно – историски потенцијал, со што ќе се добие целосна слика за тврдините како потенцијал за развој на културниот туризам. Несомнено дека за развиен културен туризам потребно е вршење туристичка валоризација на севкупното културно наследство во земјата, со цел развивање

интегриран културен туристички производи со кој Република Северна Македонија како туристичка дестинација ќе биде конкурентна на пазарот. Целата е подигнување на свеста на сите субјекти на туристичкиот пазар и носители на туристичката политика на сите нивоа за заедничко делување во креирањето автентични и иновативни културни туристички производи кои ќе ја позиционираат земјата високо на светската туристичката мапа.

Референци

1. McKercher, B. (2001). Sustainable Tourism Development-Guiding Principles for Planning and Management, Presentation to the National seminar on Sustainable tourism development, Bishkek, Kyrgistan
2. McKercher, B., du Cros, H. (2002). Cultural tourism, The Partnership between Tourism and Heritage Management. Haworth Hospitality Press: New York, презенено од Petković, S. (2019). Menadžment kulturnih resursa u turizmu, Univerzitet Singidumun, Beograd, 83-84
3. Petković, S. (2019). Menadžment kulturnih resursa u turizmu, Univerzitet Singidumun, Beograd, 6
4. 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
5. Richards, G. (2011). Tourism trends: Tourism, culture and cultural routes, at https://www.academia.edu/1473475/Tourism_trends_Tourism_culture_and_cultural_routes
6. Richards, G. (2014). Tourism trends:The convergence of culture and tourism
7. Sigala, M., Leslie, D. (2006). International Cultural Tourism, London, Elsevier
8. Slunjski, R. (2020). Touristic and geographic approach to the valorisation of cultural heritage, Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta u Zagrebu
9. Smith, M. (2003). Issues in Cultural Tourism, New York, Routledge
10. Абази, Љ. (2016). Тетовско Кале, Најзначајните вредности од областа на културното и природното наследство на Република Македонија, Скопје
11. Јершић, М. (1985). Туристичка географија, Филозофски факултет, Љубљана, 195