

**University of Agribusiness and Rural Development
Bulgaria**

Proceedings
of the International Scientific and Practical Conference
“Bulgaria of Regions”

Plovdiv, 2023

Proceedings of the International Scientific and Practical Conference

BULGARIA OF REGIONS'2023

Conference topic'2023

Innovations for Sustainable Regional Development

26-27 October 2023

University of Agribusiness and Rural Development

Plovdiv, Bulgaria

Сборник доклади от Международна научно-практическа конференция

БЪЛГАРИЯ НА РЕГИОНИТЕ'2023

Тема на конференцията 2023

„Иновации за регионална устойчивост“

26-27 октомври 2023, Пловдив

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите

Proceedings of the International Scientific and Practical Conference

BULGARIA OF REGIONS‘2023

© Academic Publishing House „Talent”, Plovdiv, 2023
University of Agribusiness and Rural Development, Bulgaria

Сборник доклади от Международна научно-практическа конференция

БЪЛГАРИЯ НА РЕГИОНИТЕ‘2023

© Академично издателство „Талант”, Пловдив, 2023
Висше училище по агробизнес и развитие на регионите, Пловдив

<http://science.uard.bg/>

ISSN 2815-5262 (on-line)

Научен комитет на конференцията Conference Scientific Committee

Доц. д-р Светла Димитрова – председател	Assoc. Prof. Svetla Dimitrova, PhD – Chairmen
Доц. д-р Екатерина Арабска	Assoc. Prof. Ekaterina Arabska, PhD
Проф. д.н. Георги Георгиев	Prof. Georgi Georgiev, DSn
Проф. д.н. Божидар Хаджиев	Prof. Bojidar Hadziev, DSn
Проф. д.н. Пенчо Пенчев	Prof. Pencho Penchev, DSn
Проф. д-р Марияна Иванова	Prof. Mariana Ivanova, PhD
Проф. д-р Мариана Асенова	Prof. Mariana Asenova, PhD
Проф. д-р Събин Събев	Prof. Sabin Sabev, PhD
Проф. д-р Златка Григорова	Prof. Zlatka Grigorova, PhD
Проф. д-р Пламен Лаков	Prof. Plamen Lakov, PhD
Проф. д-р Красимир Левков	Prof. Krasimir Levkov, PhD
Проф. д-р Георги Йорданов	Prof. Georgi Yordanov, PhD
Доц. д-р Александър Давчев	Assoc. Prof. Aleksandar Davchev, PhD
Доц. д-р Бисер Кръстев	Assoc. Prof. Biser Krastev, PhD
Доц. д-р Георги Георгиев	Assoc. Prof. Georgi Georgiev, PhD
Доц. д-р Ангел Саров	Assoc. Prof. Angel Sarov, PhD
Доц. д-р Красимир Асенов	Assoc. Prof. Krasimir Asenov, PhD
Доц. д-р Ивайло Дагнев	Assoc. Prof. Ivaylo Dagnev, PhD
Доц. д-р Наталия Стоянова	Assoc. Prof. Nataliya Stoyanova, PhD
Доц. д-р Валентина Маринова	Assoc. Prof. Valentina Marinova, PhD
Доц. д-р Деян Хаджийски	Assoc. Prof. Deyan Hadziyski, PhD
Доц. д-р Димитър Якимов	Assoc. Prof. Dimitar Yakimov, PhD

Организационен комитет на конференцията Conference Organizing Committee

Доц. д-р Александър Давчев – председател	Assoc. Prof. Aleksandar Davchev, PhD – Chairmen
Ас. д-р Делян Плачков	Assist. Prof. Delyan Plachkov, PhD
Ас. Васко Василев	Assist. Prof. Vasko Vasilev
Ас. Иванка Георгиева	Assist. Prof. Ivanka Georgieva
Ас. Михаела Костадинова	Assist. Prof. Mihaela Kostadinova
Преп. Владислава Георгиева	Assist. Prof. Vladislava Georgieva

Редактори на сборника
Proceedings' Editors

Проф. д-р Пламен Лаков

Prof. Plamen Lakov, PhD

Проф. д-р Огняна Стоичкова

Prof. Ogniana Stoichkova, PhD

Проф. д-р Красимир Левков

Prof. Krasimir Levkov, PhD

Доц. д-р Александър Давчев

Assoc. Prof. Aleksandar Davchev, PhD

Рецензенти на сборника
Proceedings' Reviewers

Доц. д-р Наталия Стоянова

Assoc. Prof. Nataliya Stoyanova, PhD

Доц. д-р Александър Давчев

Assoc. Prof. Aleksandar Davchev, PhD

Съдържание Contents

ПЛЕНАРЕН ДОКЛАД PLENARY SESSION

ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ ЧРЕЗ ИНОВАЦИИ ЗА РЕГИОНАЛНА УСТОЙЧИВОСТ	18
Божидар Хаджиев <i>Висше училище по агробизнес и развитие на регионите</i>	
ECONOMIC GROWTH THROUGH INNOVATION FOR REGIONAL SUSTAINABILITY	
Bojidar Hadziev <i>University of Agribusiness and Rural Development</i>	
СЕКЦИЯ 1: РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ, ИНВЕСТИЦИИ И РИСК	
SECTION 1: REGIONAL DEVELOPMENT, INVESTMENT AND RISK	
FLUCTUATIONS OF THE AGROCLIMATIC CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF VITICULTURE IN A CERTAIN VITICULTURAL REGION ON THE BASIS OF LAND DATA	38
Plamen Lakov <i>University of Agribusiness and Rural Development</i>	
MARKET RISK ASSESSMENT IN THE COMMON AGRICULTURAL POLICY OF THE EUROPEAN UNION: IMPLICATIONS AND RECOMMENDATIONS.....	57
Delyan Plachkov <i>University of Agribusiness and Rural Development</i>	
ДЪРЖАВНОСТЕН УПАДЪК И РЕФОРМАТОРСКИ ИДЕИ В РЕГИОНАЛНОТО РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРИЯ	65
Камен Петров <i>Университет за национално и световно стопанство</i>	
STATE DECLINE AND REFORMIST IDEAS IN REGIONAL DEVELOPMENT IN BULGARIA	
Kamen Petrov <i>University of National and World Economy</i>	
УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА ДОГОВОРНИТЕ ОТНОШЕНИЯ ПРИ ПРЕДОСТАВЯНЕ НА АГРОЕКОЛОГИЧНИ ОБЩЕСТВЕНИ БЛАГА В ЗЕМЕДЕЛИЕТО – АНКЕТА СРЕД СТЕЙКХОЛДЪРНИТЕ ЛИДЕР И	

ПОДХОДА WOMR	79
Ангел Саров, Валентина Маринова <i>Висше училище по агробизнес и развитие на регионите</i>	
IMPROVING CONTRACTUAL RELATIONSHIPS IN THE DELIVERY OF AGRO-ENVIRONMENTAL PUBLIC GOODS IN AGRICULTURE – STAKEHOLDER SURVEY LEADER AND THE WOMR APPROACH	
Angel Sarov, Valentina Marinova <i>University of Agribusiness and Rural Development</i>	
АНАЛИЗ НА РАЗВИТИЕТО НА ПОДХОДА ЛИДЕР ЗА ПЕРИОДА 2014-2020 В Р БЪЛГАРИЯ	88
Валентина Маринова <i>Висше училище по агробизнес и развитие на регионите</i>	
ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF THE LEADER APPROACH FOR THE PERIOD 2014-2020 IN R BULGARIA	
Valentina Marinova <i>University of Agribusiness and Rural Development</i>	
СЪВРЕМЕННИ ИЗМЕРЕНИЯ НА РЕГИОНАЛНОТО РАЗВИТИЕ НА Р. БЪЛГАРИЯ	104
Тихомир Личев <i>Стопанска академия „Д. А. Ценов“</i>	
MODERN DIMENSIONS OF THE REGIONAL DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF BULGARIA	
Tihomir Lichev <i>Academy of Economics „D. A. Tsenov“</i>	
ON SOME ASPECTS OF THE MONETARY IMPROVEMENT OF ANTI-DEFLATIONARY REGULATION IN BULGARIA	112
Petar Plamenov Petkov <i>University of Agribusiness and Rural Development</i>	
A BRIEF STATEMENT ON THE REDUCTION OF THE PROCYCLICALITY OF BULGARIA'S EXTERNAL DEBT AS A FISCAL ANTI-CRISIS MEASURE	121
Petar Plamenov Petkov <i>University of Agribusiness and Rural Development</i>	
ЕВРОПЕЙСКИЯТ АГРОБИЗНЕС И БЪЛГАРСКИТЕ РЕАЛНОСТИ	130
Веселин Бояджиєв, Нели Веселинова <i>СУ “Св. Кл. Охридски“</i>	
EUROPEAN AGRIBUSINESS AND BULGARIAN REALITIES	
Veselin Boyadziev, Neli Veselinova	

Sofia University „St. Kliment Ohridski”

**СЕКЦИЯ 2: БИЗНЕС МОДЕЛИ, ЗЕЛЕНА ИКОНОМИКА, УСТОЙЧИВО
РАЗВИТИЕ И ИНОВАЦИИ**

**SECTION 2: BUSINESS MODELS, GREEN ECONOMY, SUSTAINABLE
DEVELOPMENT AND INNOVATION**

**НОВИ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕС В СЕЛСКИТЕ
РАЙОНИ, ВЪЗ ОСНОВА НА МИГРАЦИОННИТЕ ПРОЦЕСИ ПО
ПРИМЕРА НА ПЛОВДИВСКАТА АГЛОМЕРАЦИЯ 136**

Александър Давчев, Стефан Петков

Висше училище по агробизнес развитие на регионите

**NEW OPPORTUNITIES FOR ENTREPRENEURSHIP IN RURAL AREAS,
BASED ON MIGRATION PROCESSES ON THE EXAMPLE OF THE
CITY AGGLOMERATION**

Alexander Davchev, Stefan Petkov

University of Agribusiness and Rural Development

**ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА ПРЕД ФИНАНСОВАТА ГРАМОТНОСТ В
УСЛОВИЯ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА ПАЗАРИТЕ НА ФИНАНСОВИ
ПРОДУКТИ И УСЛУГИ 145**

Иванка Данева

Нов български университет

**THE CHALLENGES TO FINANCIAL LITERACY IN THE DIGITALIZED
MARKETS OF FINANCIAL PRODUCTS AND SERVICES**

Ivanka Daneva

New Bulgarian University

**E-COMMERCE MARKETING OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN
BULGARIA 155**

Natalia Stoyanova

University of Agribusiness and Rural Development

**DIGITALIZATION AND DEVELOPMENT OF DIGITAL QUALITY OF
LIFE IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA 161**

ТОАСА Zinovia, COLESNICOVA Vlada

Academy of Economic Studies of Moldova

ИНТЕГРИРАНО УПРАВЛЕНИЕ НА ВРЕДИТЕЛИТЕ 167

Теодора Илиева

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите

Анна Карова

Аграрен университет

INTEGRATED PEST MANAGEMENT

Teodora Ilieva

University of Agribusiness and Rural Development

Anna Karova

Agricultural University

ВЛИЯНИЕТО НА ESG ФАКТОРИ ПРИ ОПРЕДЕЛЯНЕТО

СПРАВЕДЛИВАТА СТОЙНОСТ НА КОМПАНИИТЕ

172

Стефани Андреева

Нов български университет

**THE IMPACT OF ESG FACTORS IN DETERMINING THE FAIR VALUE
OF COMPANIES**

Stefani Andreeva

New Bulgarian University

СЕКЦИЯ 3: ЗАПЛАХИ И ВЪЗМОЖНОСТИ НА ГЛОБАЛИЗАЦИЯТА

SECTION 3: THREATS AND OPPORTUNITIES OF GLOBALIZATION

НЕКОНВЕНЦИОНАЛНИЯТ ТЕРОРИЗЪМ КАТО СРЕДСТВО ЗА

ЗАПЛАХА И ПОСТИГАНЕ НА ПОЛИТИЧЕСКИ ЦЕЛИ

180

Мирослав Мирчев

Военна академия „Г. Раковски“

**THE UNCONVENTIONAL TERRORISM AS A MEANS OF THREAT AND
ACHIEVEMENT OF POLITICAL GOALS**

Miroslav Mirchev

Rakovski National Defense College

ШИРОКОМАЩАБНИ ИНФОРМАЦИОННИ СИСТЕМИ В ОБЛАСТТА

НА СВОБОДАТА, СИГУРНОСТТА И ПРАВОСЪДИЕТО

192

Стефчо Банков, Ангел Калайджиев

Югозападен университет „Неофит Рилски“

**LARGE-SCALE INFORMATION SYSTEMS IN THE AREA OF
FREEDOM, SECURITY AND JUSTICE**

Stefcho Bankov, Angel Kalaydzhiev

South-West University “Neofit Rilski”

МОДЕЛИ ЗА ПРЕДОТВРАТЯВАНЕ НА ЗАПЛАХИ ЗА СИГУРНОСТТА

В УСЛОВИЯТА НА ГЛОБАЛИЗАЦИЯТА ПРИ ПРИЛАГАНЕ НА

СИСТЕМАТА „ХАВАЛА“ С ЦЕЛ ПРАНЕ НА ПАРИ И ДРУГИ

ПРЕСТЪПЛЕНИЯ

202

Стефчо Банков, Ангел Калайджиев

Югозападен университет „Неофит Рилски“

MODELS FOR THE PREVENTION OF SECURITY THREATS IN THE

**CONTEXT OF GLOBALISATION IN THE APPLICATION OF THE
HAWALA SYSTEM FOR MONEY LAUNDERING AND OTHER CRIMES**

Stefcho Bankov, Angel Kalaydzhiev
South-West University "Neofit Rilski"

**СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА КОРУПЦИОННИЯ РИСК В
МИНИСТЕРСТВО НА ВЪТРЕШНИТЕ РАБОТИ КАТО ЧАСТ ОТ
СЕКТОР СИГУРНОСТ**

212

Стефчо Банков, Ангел Калайджиев
Югозападен университет „Неофит Рилски“

**STRATEGIC CORRUPTION RISK MANAGEMENT IN THE MINISTRY
OF INTERIOR AS PART OF THE SECURITY SECTOR**

Stefcho Bankov, Angel Kalaydzhiev
South-West University "Neofit Rilski"

**ГЛОБАЛИЗАЦИЯ НА СЪВРЕМЕННИТЕ МЕЖДУНАРОДНИ
ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ**

224

Цветан Илиев
Висше училище по агробизнес и развитие на регионите

**GLOBALIZATION OF MODERN INTERNATIONAL ECONOMIC
RELATIONS**

Tsvetan Iliev
University of Agribusiness and Rural Development

THREATS AND OPPORTUNITIES OF GLOBALIZATION

234

Genad Shavadze
Caucasus International University, Georgia
Sonia Chechelashvili
St. Tbel of the Patriarchate of Georgia Abuserisdze University

**СЕКЦИЯ 4: ИКОНОМИКА, РЕГИОНАЛНИ СТРАТЕГИИ И МЕНИДЖМЪНТ
SECTION 4: ECONOMICS, REGIONAL STRATEGIES AND MANAGEMENT**

**ОТНОСНО НЯКОИ ХРОНОЛОГИЧНИ И ПРОСТРАНСТВЕНИ
АСПЕКТИ НА ДАНЪЧНОТО ОБЛАГАНЕ ЗА ПЕРИОДА ОТ
ДРЕВНОСТТА ДО СРЕДАТА НА XX ВЕК**

242

Весела Ангелова
Висше училище по агробизнес и развитие на регионите

**ON SOME CHRONOLOGICAL AND SPATIAL ASPECTS OF TAXATION
FOR THE PERIOD FROM ANCIENT TO THE MIDDLE OF THE 20TH
CENTURY**

Vesela Angelova
University of Agribusiness and Rural Development

**НЯКОИ ФАКТОРИ ЗА УСПЕХ ПРИ ПРИЛОЖЕНИЕТО НА
РЕИНЖЕНЕРИНГ В БОЛНИЧНИТЕ ЗВЕДЕНИЯ 255**

Петя Чанкова

Университет по хранителни технологии

**SOME SUCCESS FACTORS IN IMPLEMENTING RE-ENGINEERING IN
HOSPITALS**

Petya Chankova

University of Food Technology

**„ЗЕЛЕНИТЕ“ КРЕДИТИ – ПЛАХ ОТГОВОР НА ИЗИСКВАНИЯТА НА
ЕВРОПЕЙСКАТА КОМИСИЯ ЗА НАСЪРЧАВАНЕ НА
УСТОЙЧИВИТЕ ИНВЕСТИЦИИ ИЛИ БЪДЕЩЕ ЗА РЕАЛЕН ПРЕХОД
КЪМ „ЗЕЛЕНА“ И ДИГИТАЛНА ИКОНОМИКА? 265**

Мариана Асенова

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите

**„GREEN” CREDITS – A TIMID RESPONSE TO THE REQUIREMENTS
OF THE EUROPEAN COMMISSION TO ENCOURAGE SUSTAINABLE
INVESTMENTS OR A FUTURE FOR A REAL TRANSITION TO A
„GREEN” AND DIGITAL ECONOMY?**

Mariana Assenova

University of Agribusiness and Rural Development

**СЕКЦИЯ 5: КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ, ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И
ПОТЕНЦИАЛ ЗА РАСТЕЖ
SECTION 5: COMPETITIVENESS, ENTREPRENEURSHIP AND GROWTH
POTENTIAL**

**ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ПОРТФЕЛНОГО АНАЛИЗА БКГ ДЛЯ
УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ 276**

**THE BCG PORTFOLIO ANALYSIS FOR MANAGING THE
ASSORTMENT OF A MANUFACTURING ENTERPRISE**

Oleg IONCU, Feodosie PITUSCAN

Trade Co-operative University of Moldova

Лариса Шавга

Trade Co-operative University of Moldova, „Dunarea de Jos University of Galati”, Romania

**СЕКЦИЯ 6: ОБРАЗОВАНИЕ, ЗАЕТОСТ И СОЦИАЛНО ВКЛЮЧВАНЕ
SECTION 6: EDUCATION, EMPLOYMENT AND SOCIAL INCLUSION**

РЕАЛИЗИРАНЕ НА СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКИ ПОЛИТИКИ

ЧРЕЗ ФИНАНСИРАНИТЕ ОТ МОН НАЦИОНАЛНИ ПРОГРАМИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ОБРАЗОВАНИЕТО	288
Драгомира Банкова <i>Югозападен университет „Неофит Рилски“</i>	
IMPLEMENTATION OF SOCIO-ECONOMIC POLICIES THROUGH MON FUNDED NATIONAL PROGRAMS FOR EDUCATION DEVELOPMENT	
Dragomira Bankova <i>Southwestern University “Neofit Rolski”</i>	
АДАПТАЦИЯ НА УЧЕНИКА КЪМ ОБРАЗОВАТЕЛНАТА СРЕДА ПРИ ПРЕМИНАВАНЕ В СЛЕДВАЩ ЕТАП НА ОБРАЗОВАНИЕ	300
Драгомира Банкова <i>Югозападен университет „Неофит Рилски“</i>	
ADAPTATION OF THE STUDENT TO THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT WHEN TRANSITIONING TO THE NEXT STAGE OF EDUCATION	
Dragomira Bankova <i>Southwestern University “Neofit Rolski”</i>	
АНГЛИЙСКИ ЗА АКАДЕМИЧНИ ЦЕЛИ: НОВИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА	309
Ивайло Дагнев <i>Висше училище по агробизнес и развитие на регионите</i>	
ENGLISH FOR ACADEMIC PURPOSES: NEW CHALLENGES	
Ivaylo Dagnev <i>University of Agribusiness and Rural Development</i>	
ВАРИАНТ НА ДИЗАЙНЕРСКО РЕШЕНИЕ ЗА АДАПТИРАНЕ НА РАМКАТА НА ОБРАЗОВАТЕЛЕН ДИЗАЙН ICARE В УСЛОВИЯ НА ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ НА БЪДЕЩИ УЧИТЕЛИ ПО ХИМИЯ	327
Христивелина Жечева <i>Университет „Проф. д-р Асен Златаров“</i>	
A DESIGN SOLUTION FOR ADAPTING THE ICARE EDUCATIONAL DESIGN FRAMEWORK IN A DISTANCE EDUCATION SETTING FOR FUTURE CHEMISTRY TEACHERS	
Hristivelina Zhecheva <i>University „Prof. Dr. Assen Zlatarov“</i>	
ФОРМИРАНЕ НА КОМПЕТЕНТНОСТИ НА СТУДЕНТИТЕ-БЪДЕЩИ УЧИТЕЛИ ПО ХИМИЯ ЗА ПРОЕКТИРАНЕ НА УЧЕБНИ СИСТЕМИ С ПРИЛАГАНЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛЕН МОДЕЛ ТРСК	337
Христивелина Жечева	

Университет „Проф. д-р Асен Златаров“

**FORMATION OF COMPETENCES OF STUDENTS-FUTURE TEACHERS
OF CHEMISTRY FOR THE DESIGN OF LEARNING SYSTEMS WITH
THE APPLICATION OF THE TPCK EDUCATIONAL MODEL**

Hristivelina Zhecheva

University „Prof. Dr. Assen Zlatarov“

**УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА УМЕНИЯТА НА БЪДЕЩИТЕ
ПЕДАГОГИЧЕСКИ СПЕЦИАЛИСТИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ НА
ОБУЧЕНИЕ ПО ПРИРОДНИ НАУКИ С ПРИЛАГАНЕ НА
ОБРАЗОВАТЕЛЕН МОДЕЛ KIRKPATRICK 345**

Христивелина Жечева

Университет „Проф. д-р Асен Златаров“

**ENHANCING THE SKILLS OF FUTURE EDUCATORS TO ASSESS
SCIENCE LEARNING USING THE KIRKPATRICK EDUCATIONAL
MODEL**

Hristivelina Zhecheva

University „Prof. Dr. Assen Zlatarov“

**СЕКЦИЯ 7: ЧОВЕШКИ КАПИТАЛ, СОЦИАЛНО И КУЛТУРНО РАЗВИТИЕ
SECTION 7: HUMAN CAPITAL, SOCIAL AND CULTURAL DEVELOPMENT**

**АНКЕТНО ИЗСЛЕДВАНЕ НА РЕПРОДУКТИВНИТЕ НАГЛАСИ НА
МЛАДИТЕ ХОРА В БЪЛГАРИЯ (ПЪРВИЧНИ РЕЗУЛТАТИ) 354**

Красимир Левков, Велико Великов

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите

**SURVEY STUDY OF THE REPRODUCTIVE ATTITUDES OF YOUNG
PEOPLE IN BULGARIA (PRIMARY RESULTS)**

Krasimir Levkov, Veliko Velikov

University of Agribusiness and Rural Development

MANAGEMENT OF REGIONAL CULTURE PROJECTS 362

Tamriko Meskhia

Batumi Art State University

REGIONAL MANAGEMENT OF CULTURE IN GEORGIA 365

Ermile Meskhia

Batumi Art State University

ОПИТ ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА АЗ-КОНЦЕПЦИЯ НА РЪКОВОДИТЕЛЯ .. 370

Деян Хаджийски

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите

AN ATTEMPT TO EXPLORE THE SELF-CONCEPT OF THE MANAGER

Deyan Hadzhiyski
University of Agribusiness and Rural Development

**РЕГИОНАЛЕН ПОДХОД КЪМ ИЗУЧАВАНЕТО НА БЪЛГАРСКАТА
ПСИХОЛОГИЯ 376**

Марияна Няголова
Великотърновски университет „Св. Св. Кирил и Методий”
Николина Йорданова
Община Садово

**A REGIONAL APPROACH TO THE STUDY OF THE BULGARIAN
PSYCHOLOGY’S HISTORY**

Mariyana Nyagolova
St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo
Nikolina Iordanova
Sadovo Municipality

**СЕКЦИЯ 8: ЗДРАВЕ, СПОРТ, ТУРИЗЪМ И МЕДИЦИНА
SECTION 8: HEALTH, SPORTS, TOURISM AND MEDICINE**

**THE MAIN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF WINE TOURISM IN
THE REPUBLIC OF MOLDOVA 389**

Colesnicova Tatiana, Iatisin Tatiana
Academy of Economic Studies of Moldova

**ТУРИСТИЧЕСКА ВАЛОРИЗАЦИЯ НА КРЕПОСТИТЕ В
ПОГРАНИЧНИТЕ РАЙОНИ НА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЯ 396**
**TOURIST VALORIZATION OF THE FORTRESSES IN THE BORDER
REGIONS OF NORTH MACEDONIA**

Emilija Todorovic
SUGS Lazar Tanev, Skopje – North Macedonia
Yasmina Andreeva
St. Kliment Ohridski University of Sofia
Dejan Metodijeski, Oliver Filiposki
University Goce Delcev Stip, North Macedonia

**СЪВРЕМЕННИ МЕТОДИ ЗА ЛЕЧЕНИЕ НА РЕЦИДИВИРАЩ
ПОСТПУЛМОНЕКТОМИЧЕН ПЛЕВРАЛЕН ЕМПИЕМ 412**

Господин Пейков
УМБАЛ „Света Марина”

**MODERN METHODS OF TREATMENT OF RECURRENT
POSTPULMONECTOMY PLEURAL EMPYEMA**

Gospodin Peykov
University Hospital St. Marina

АУФГУС – МОДЕРНИЯТ ПОЛЪХ В КЛАСИЧЕСКОТО СПА 418

Александър Давчев <i>Висше училище по агробизнес развитие на регионите</i> AUFGUS – THE MODERN TOUCH IN THE CLASSIC SPA Alexander Davchev <i>University of Agribusiness and Rural Development</i>	
THE MAIN FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF AGRITOURISM IN THE MOUNTAIN AND FOOTHILL REGIONS OF AZERBAIJAN	423
Chingiz Salman Aliyev, Novruz Amirkhan Guliyev, Tural Mahmud Salifov, D.S. Mammadov <i>Azerbaijan Tourism and Management University</i>	
“ДЕФИЛЕ ВИНО И ГУРМЕ” – ДЕМОГРАФСКА ПАЛИТРА НА ФЕСТИВАЛА	429
Златка Григорова <i>Висше училище по агробизнес и развитие на регионите</i> Юлия Джабарова <i>ПУ „Паусий Хилендарски”</i>	
„DEFILE WINE AND GOURMET” - DEMOGRAPHIC PALETTE OF THE FESTIVAL	
Zlatka Grigorova <i>University of Agribusiness and Rural Development</i> Yulia Jabarova <i>Paisii Hilendarski University of Plovdiv</i>	
ИНИЦИАТИВА ЗА ИНТЕЛИГЕНТНИ УМЕНИЯ В ТУРИЗМА. ДОКЛАД ЗА АНАЛИЗ НА НУЖДИТЕ	438
SMART TOURISM SKILLS INITIATIVE. NEEDS ANALYSIS REPORT	
Velizar Petrov <i>Висше училище по агробизнес и развитие на регионите</i> Aleksandar Tonkov <i>Агенция за регионално развитие с Бизнес център за подпомагане на малки и средни предприятия – Пловдив</i> Piotr Źółtowski, Piotr Kociszewski <i>Institute of Sports Development and Education, Полша</i> Radoslav Vician, Sara Megumi Vician <i>E-code, Словакия</i> Max A. E. Rossberg, Iryna Shchoka <i>European Wilderness Society, Австрия</i> Tina H. Zakonjšek, Sara Mavrič, Peter Bakonyi <i>New Tourism Institute, Словения</i> Vanda Marakova <i>Matej Bel University in Banska Bystrica, Словакия</i> Tatjana Pivac, Miroslav Vujicic	

University of Novi Sad, Србија

**СЪЗДАВАНЕ НА СИСТЕМА ЗА РИСК МЕНИДЖМЪНТ В
БЪЛГАРСКО БОЛНИЧНО ЗАВЕДЕНИЕ 459**

Георги П. Георгиев

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите

**IMPLEMENTATION OF A RISK MANAGEMENT SYSTEM IN A
BULGARIAN HOSPITAL**

Georgi P. Georgiev

University of Agribusiness and Rural Development

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 разпознаваемостта 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 голяма 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.

Заключение

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