



The Project is funded
by the European Union

Project title: "A culture heritage-friendly tourism in
cross-border region Bulgaria-Macedoonia"
Ref: CB006.2.23.044



ПЛАН ЗА КОМУНИКАЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА НА ЗАЕДНИЧКОТО ТОЛКУВАЊЕ И КОРИСТЕЊЕ НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО

CB006.2.23.044

ТУРИЗАМ КОЈ ПРИДОНЕСУВА ЗА
КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО ВО
ПРЕКУГРАНИЧНИОТ
РЕГИОН БУГАРИЈА - МАКЕДОНИЈА

Interreg – IPA CBC
Bulgaria – the former Yugoslav Republic of Macedonia
Programme 2014 – 2020 with CCI Number 2014TC16I5CB006

Договор бр.:
PD-02-29-165



This project is co-financed by the European Union
through the Interreg – IPA CBC Programme
Bulgaria - The former Yugoslav Republic of Macedonia

Проектот е имплементиран од:
Фондација за развој на мали и средни претпријатија
во партнерство со Кустендилска трговско – индустриска комора





The Project is funded
by the European Union

Project title: "A culture heritage-friendly tourism in
cross-border region Bulgaria-Macedoonia"
Ref: CB006.2.23.044



ПЛАН ЗА КОМУНИКАЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА НА ЗАЕДНИЧКОТО ТОЛКУВАЊЕ И КОРИСТЕЊЕ НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО

**Заеднички да го толкуваме културното
наследство за да ја изградиме нашата иднина**

План за комуникација е изработен од страна на: Балкан Девелопмент Солутионс БДС ДОО Скопје

Interreg - IPA CBC
  **CCI 2014TC16I5CB006**



Проектот е финансиран
од Европската Унија

Проектот е имплементиран од:
Фондација за развој на мали и средни претпријатија
во партнерство со Кустендилска трговско – индустриска комора



СОДРЖИНА

1	ВОВЕД	3
2	ДЕФИНИЦИИ	4
3	ЦЕЛИ И ПОРАКИ НА ПЛАНОТ ЗА КОМУНИКАЦИЈА.....	5
4	ВАЛОРИЗАЦИЈА НА КУЛТУРНИТЕ РЕСУРСИ И ПОВРЗУВАЊЕ НА ЗАСЕГНАТИТЕ СТРАНИ ЗА КУЛТУРЕН ТУРИЗАМ.....	7
5	ЗАСЕГНАТИ СТРАНИ	10
5.1	Внатрешни целни групи - поврзани со спроведувањето на стратегијат.....	10
5.2	Надворешни целни групи – поврзани со промовирање на програмата	11
5.3	Предводници (Форранери - Forerunners)	12
5.4	Носители на Планот за комуникација.....	13
6	ПРИНЦИПИ НА ПЛАНОТ ЗА КОМУНИКАЦИЈА	14
6.1	Принцип на транспарентност	14
6.2	Принцип на координација.....	14
6.3	Принцип на одговорност.....	14
7	КАНАЛИ НА КОМУНИКАЦИЈА	15
8	АКТИВНОСТИ ЗА ОСТВАРУВАЊЕ НА ОПШТАТА КОМУНИКАЦИСКА ЦЕЛ	19
9	АКТИВНОСТИ ЗА ОСТВАРУВАЊЕ НА СПЕЦИФИЧНИТЕ КОМУНИКАЦИСКА ЦЕЛИ	26
9.1	Воспоставување на комуникација за промовирање на улогата на културното наследство за одржлив развој	26
9.2	Воспоставување на комуникација за размена на иновативни технологии и политики за промовирање на наследството	30
9.3	Воспоставување на комуникација за промовирање и приближување на наследството до бизнисот.....	32
10	ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА И ИНДИКАТОРИ ЗА МОНИТОРИНГ	36
10.1	Имплементација	36
10.2	Мониторинг	37
11	ПРИЛОЗИ	40

1 ВОВЕД

Планот за комуникација се фокусира на соработката и на елементите и начините за промоција на заедничко туристичко толкување и употреба на културното наследство при имплементацијата на *Прекуграничната Стратегија за создавање на средина за развој на туризам, со поддршка за заштита на културното наследство* (во понатамошниот текст *Стратегија*) која се однесува на два прекугранични региони: административната област Кустендил во Република Бугарија и Североисточниот плански регион во Република Северна Македонија, кои во себе ги вклучуваат териториите на 15 општини.

Планот за комуникација го покрива целокупниот период на имплементација на Стратегијата.

Целта е преку него на одредените целни групи да им се укаже за вредноста и влијанието на Стратегијата како и на активностите кои можат и треба да се преземат за нејзина успешна имплементација, како и да се пронајдат елементите и начините на поврзување/комуникација помеѓу клучните чинители за одржување и развој на културното наследство.

Еден од предусловите за успешна и квалитетна реализација и имплементација на стратегијата е информирањето на сите, како на страните одговорни за развој, така и на сите заинтересирани страни за вредностите и активностите во чија реализација треба да се поврзани сите клучни чинители, преку идентификување на нови модели на реални, применливи активности во културното наследство во туристичкиот сектор, но и преземање на активности за промена на делувањето како на локалното население така и на идните посетители.

Поради тоа, овој документ е развиен да го помогне заедничко туристичко толкување и употреба на начините за користење на наследството за целите на туризмот, а сето тоа преку веќе утврдени наоди и насоки дадени во Стратегијата, во која препорачаниот интервенциски модел за развој на културниот туризам во прекуграничниот регион е примена на принципите на толкување на наследството на сите нови услуги и производи засновани на култура.

Документот е развиван во согласност со спецификите на целните групи за да се постигне баланс помеѓу интересите, мислењата и очекувањата во однос на културното наследство.

Планот за комуникација предлага конкретни мерки/активности кои пред сè ќе овозможат непречена комуникација помеѓу засегнатите страни, која ќе овозможи постигнување на стратешките цели преку систематска, упорна и координирана работа за реализација на целите и активностите на Стратегијата.

2 ДЕФИНИЦИИ

Дефинициите и терминологијата која се користи во Планот за комуникација се со исто значење како и во Стратегијата:

Туризам – според Светската туристичка организација, туризмот значи „активности за луѓе за време на нивниот престој во места надвор од постојаното место на живеење во период покус од една година, поврзани со забава, работа или други цели“.

Културен туризам – пошироката и најпозната дефиниција на овој поим е „туризам чијашто цел е да се види/посети/запознае/комуницира со културното наследство на одредено туристичко место“.

Наследство – од тесното (персонализирано) значење што може да се најде во признати меѓународни речници и воглавно значи „имот што може да се прима од и предава на други“, наследство за поголеми групи луѓе може да се сфати како материјални и нематеријални вредности што сме ги добиле од претходните генерации и/или се вредни за предавање на следните генерации. Се разбира, користењето на самиот збор вредност веќе значи дека сфаќањето на заедничко наследство нема да биде исто за различни членови на дадена група луѓе. Овде, меѓутоа, времето делува како коректив и природно ги одбира вредностите со поголемо значење. Сето ова доаѓа под услов самата човекова активност да не оштетува или уништува локации или објекти на наследство.

Културно наследство – во горната дефиниција ќе го додадеме дообјаснувањето дека зборуваме за вредности на материјална или нематеријална човекова култура.

Туристички производ – комбинација од сите основни (сместување, кетеринг, транспорт) и додатни (можности за слободно време, искуства, атракции) туристички услуги во дадено место. Кога акцентот е на услуги засновани врз културно наследство, можеме да зборуваме за производ на културно-туристички производ или производ на културен туризам.

Одржлив туризам – во последно време, овој поим често се користи погрешно со оглед на тоа дека е модерен и дава извесна додадена вредност на документи, планови, стратегии, проекти итн. Во својата наједноставна дефиниција, значи туризам којшто не ги оштетува своите ресурси (особено природното и културно наследство), истовремено донесувајќи економски придобивки за локални заедници.

„Објекти“ на културно наследство се сите неподвижни локации (цркви, праисториски населби), подвижни објекти (пронајдоци од археолошки ископувања, изложени во музеј) и нематеријално наследство (народни песни и танци).

Толкување на наследството е превод на фактички информации за наследството на јазик што е интересен и разбирлив за јавноста. Ова значи дека толкувачот не ја учи јавноста и не ја информира за некоја локација, туку испорачува пораки за вредноста на таа локација, забавувајќи ја јавноста.

3 ЦЕЛИ И ПОРАКИ НА ПЛАНОТ ЗА КОМУНИКАЦИЈА

Планот за комуникација е во функција на „Прекуграничната Стратегија за создавање на средина за развој на туризам, со поддршка за заштита на културното наследство“.

Комуникацискиот план претставува алатка за промоција и препознавање на придобивките од подобрувањето на предусловите за развој на туризам засновани врз културното наследство во прекуграничниот регион (административна област Ќустендил од страната на Република Бугарија и Североисточниот плански регион од страната на Република Северна Македонија), помеѓу локалните самоуправи и туристичкиот бизнис сектор и другите засегнати страни.

Потенцијалите кои се создаваат преку крирањето на културно –туристички производи и нивната искористеност можна е само преку плански и координиран пристап при развивањето на културно-туристички производи од стана на сите засегнати страни во регионот.

При дефинирањето на целите на Планот за комуникација, се тргна од општата и специфичните стратешки цели на Стратегијата и ставот дека од развојот на културно – туристички производи и иницијативи повеќестрана корист треба да имаат како туристичкиот сектор, така и секторот на културата, но и целокупната заедница во прекуграничниот регион.

Исто така Стратегијата препорачува нов иновативен модел¹ за развој на културниот туризам во прекуграничниот регион преку примена на принципите на толкување на наследството на сите нови услуги и производи засновани на култура.

За почеток, добро е да се искористи постојната побарувачка и да се пристапи кон подигнување на степенот на задоволство на туристите и посетителите од понудата на осмислените културно туристички производи преку збогатување на производот со примена на принципите на толкување на наследството, со што би се поттикнала желбата за осознавање на нови содржини и за подолго останување на дестинацијата, со што би се зголемила и нивната потрошувачка, а истовремено би се проширил гласот за дестинација богата со културни активности.

Следејќи го погоре наведеното, се одредени следните цели на Планот за комуникација:

ОПШТА КОМУНИКАЦИСКА ЦЕЛ - Подигнување на свеста на засегнатите страни и јавноста за значењето и можностите кои ги отвара регионалното поврзување и вмрежување врз основа на развивање на заеднички регион за културен туризам како бенифит за сите.

¹ “Стратешки модел за интервенција за развојот на културниот туризам во прекуграничниот регион “, дел од Стратегијата

ПОСЕБНИ КОМУНИКАЦИСКИ ЦЕЛИ

- 1) Воспоставување на комуникација за промовирање на улогата на културното наследство за одржлив развој;
- 2) Воспоставување на комуникација за размена на иновативни технологии и политики за промовирање на наследството, што ја стимулира регионалната соработка и интеракција; и
- 3) Воспоставување на комуникација за промовирање и приближување на наследството до бизнисот

Главната порака на планот за комуникација е:

Заеднички да го толкуваме културното наследство за да ја изградиме нашата иднина

4 ВАЛОРИЗАЦИЈА НА КУЛТУРНИТЕ РЕСУРСИ И ПОВРЗУВАЊЕ НА ЗАСЕГНАТИТЕ СТРАНИ ЗА КУЛТУРЕН ТУРИЗАМ

За да може Планот за комуникација да предложи елементи и начини за комуникација за заедничко туристичко толкување и употреба на културното наследство при имплементацијата на Стратегијата, треба да се согледаат можностите за локален развој во прекуграничниот регион преку валоризација на културни ресурси и поврзување на соодветните сектори на туристичко – културниот бизнис, како и постоечките негативни страни и ризици кои имаат влијание врз динамиката на развојот.

Можностите можат да послужат као почетни основни чекори за развивање на средина за искористување на културните ресурси, а посочувањето на слабите страни и ризиците за развој на културните ресурси можат, доколку истите правилно се разберат и континуирано се надминуваат и намалуваат, да придонесат кон забрзување на развојот.

Стратегијата подетално ги анализира можности за валоризација на културните ресурси и поврзувањето на сродните бизнис-сектори на туристичка култура во пограничниот регион.

Улогата на Планот за комуникација е да обезбеди комуникација помеѓу засегнатите страни во искористувањето на можностите, надминувањето на слабостите и намалување на ризиците.

Подолу во табелите се дава еден систематизиран преглед на наодите од Стратегијата, значајни за развојот на Планот за комуникација:

Табела 4-1: Позитивни страни за валоризација на културното наследство

	Позитивни страни
1	Постоење и развивање на стратегии и политики за локален развој
2	Увидена потребата од соработка и умрежување
3	Согледана важноста на човечките ресурси за развојот на културниот туризам, како и важноста на професионалната квалификација, подготвеноста, соработката и умрежувањето
4	Разбрана потребата за што е можно поцелосно истражување и документирање на сите видови објекти на наследство
5	Проценета и забележена потребата за одржување, правилно изложување, обезбедување пристап и обезбедување соодветни информации за посетителите
6	Земени во предвид трендовите на модерниот туризам, како и побарувачката за интегрирани туристички производи
7	Посветено внимание на активностите за маркетинг и промоција, особено со осврт на модерните аспекти као интернет портали и социјални мрежи

Табела 4-2: Слаби страни за валоризација на културното наследство

	Слаби страни
1	Постоење на слаби интерсекторски врски. Општините се носители на стратешките визии за развој и ја имаат моќта да создаваат услови во коишто бизнисот би можел да функционира, но не е нивна функција да развиваат бизнис како туризам
2	Голем број од добро испланираните активности и мерки остануваат само на хартија, т.е. планските и стратешки документи имаат само својство на препорака
3	Бизнисите, вклучувајќи ги потенцијалните снабдувачи на услуги меѓу локалните заедници, честопати ги занемаруваат стратегиите и политиките за локален развој; не ја согледуваат „големата слика“
4	Не користење на достапни фондови за заштита на објектите од културата, преку проекти за прекугранична или друга соработка,
5	Не постоење на утврдени начини за привлекување на туристите во регионот поради што туристичките посети остануваат на ниско ниво
6	Лоша состојба на одреден дел од објектите која поради недоволна грижа е доведена до степен на неможност за уредување и пакување како туристички производ
7	Недоволно практично имплементирање на соработката и умрежувањето помеѓу засегнатите страни или нивно реализирање според потреба

Табела 4-3: Ризици за успешна валоризација на културното наследство

	Ризици за успешна валоризација на наследството
1	Ризици од аспект на надворешната средина
2	Институционално занемарување на објектите Занемарување на потребата за зачувување одредени објекти на културно наследство во име на компетентните државни тела и во Република Бугарија и во Република Северна Македонија. Лошата состојба на некои објекти значајни за културата во целниот регион е токму поради такво институционално занемарување
3	Постоење на монопол врз управувањето на културното наследство коешто поставува ограничувања пред валоризацијата – на пример неможноста на отворање приватни музеи во Република Бугарија
4	Комплицирани административни процедури за управување со музејски активности и др. културни активности
5	Вандализмот како ризик, во сите свои облици. Овде зборуваме за ограбување и уништување неподвижни културни и историски локации; хулигански дела против добропозната посетителска инфраструктура; трансформација на примероци на неопипливо наследство до ниво на масовна култура итн.
6	Надворешен притисок за одржлив развој на туризмот во регионот, кој како ризик се појавува кога постојат големи економски интереси кон ресурсите на дадени локални заедници, без грижа за овие заедници или за нивното природно или културно наследство
7	Развој на неодржлив туризам кој се заканува на локалните ресурси, а понекогаш и на животниот стил на локалните заедници

Како што може да се види резултатите од анализата на културното наследство на целиот регион содржани во Стратегијата, се ориентирани кон проценка на потенцијалите и можностите за развој на одржлив туризам, што е есенцијално кога се работи за културен туризам.

Од погоре наведеното, јасно се гледа дека во суштина Планот за комуникација треба да биде во основа на разработување на идејата за креирање на регион кој ќе содржи заеднички програми за развој на културниот туризам.

Она со што се располага во моментот е организациски покриено и се однесува само на одредена локална средина.

Можности има многу, исто како и предизвици. Доколку истите се земат како солидна основа за креирање на понатамошните активности, но пред сè надминувајќи се секој себеси и реално утврдувајќи приоритети за почеток на развојот, а при тоа користејќи се со алатки како што е користење на „најдобри практики“, можно е, во не така далечна иднина да се сведочи за солидно заштитено културно наследство спремно за презентација пред регионалната, европската и светската јавност, како место доволно вредно да ја пренеси приказната за развојот и културата на одредена популација која културно се издигнувала на една релативно меѓусебе поврзана територија, а притоа успешно зачувувајќи ја својата посебност и вредност.

5 ЗАСЕГНАТИ СТРАНИ

Планот за комуникација има за цел да ги дефинира чекорите за комуникација помеѓу клучните засегнати страни и нивната улога и одговорност при реализацијата на активностите предвидени со Стратегијата, како и временската рамка за реализација на овие чекори.

Како што ни е познато еден од најголемите предизвици на секој стратешки документ е неговата реализација.

Како да се спречи овој документ да стане само уште еден нереализиран список со желби?

Пред се важно е да се создадат предуслови за постигнување на поставените цели.

Она на што е потребно прво да се работи е мобилизирање и организирање на релевантните општествени фактори надлежни за грижата и развојот на локалните заедници и нивно поврзување со оние кои се одговорни за развојот на туризмот во регионот.

Поради тоа засегатите страни може да се поделат на две целни групи, и тоа:

- 1) **Внатешни целни групи**
- 2) **Надворешни целни групи**

Подолу е образложена и потребата од ваквиот вид на поделба на целните групи со цел да се разграничи и утврди одговорноста на секоја од нив, но и пристапот во комуникацијата.

5.1 Внатрешни целни групи - поврзани со спроведувањето на стратегијат

5.1.1 *Јавен и граѓански сектор*

Во оваа група на засегнати страни се опфатени оние кои би ја имале една од главните улоги за спроведување на стратегијата, а со самото тоа се и најзначајни за Планот за комуникација, а тоа се локалните власти.

Со стратегијата се опфатени териториите на 15 општини и тоа:

- Во Република Бугарија девет (9) општини: Бобов Дол, Бобошево, Дупница, Кочериново, Кустендил, Невестино, Рила, Сепарева Бања, Трекљано.
- Во Република Северна Македонија шест (6) општини: Крива Паланка, Кратово, Ранковце, Куманово, Липково и Старо Нагоричане.

Иако истите како што е наведено не се одговорни за развојот на туризмот, одговорни се за креирање на локалниот развој. Со оглед на тоа што организациски се веќе добро поставени, а на регионално ниво постои и веќе воспоставена соработка помеѓу двете

земји, сметаме дека истите би биле првичниот линк кој може да се искористи за креирање на понатамошните чекори за имплементација на Стратегијата.

Понатаму во оваа група спаѓаат и надлежните институции за одржување и зачувување на културното наследство и увидување на можностите од заштита и превенција на истото.

Тука се и образовните институции, културните институции, музеи, театри, библиотеки, културните домови како и здравствените институции кои ќе стануваат се побитен дел од равојот на туристичките понуди.

Во групата се и невладините организации кои и тоа како можат да одиграат важна улога при поврзувањето на прекуграничниот регион преку проекти за промоција на културниот туризам и културата воопшто и религиозните организации и во Република Бугарија и во Република Северна Македонија со оглед на припадноста на одреден дел од објектите – црквите, манастирите и џамиите- кои и тоа како се значајни за развојот на културниот туризам во овој регион.

5.1.2 Економски и социјални партнери

Оваа целна група има важна улога на посредник помеѓу институциите кои ќе ја спроведуваат стратегијата. Претставувјќи ги потенцијалните корисници како и корисниците, овие партнери претставуваат потенцијални промотори на целокупниот процес. Со цел да се обезбеди нивно вклучување во кампањата за подигнување на свеста на јавноста, се предвидува да се организираат низа на посебни состаноци и работилници/тркалезни маси.

Во групата на економски и социјални партнери ќе ги споменеме:

- Бизнис секторот (туристички агенции, хотелски, угостителски и др.сместувачки капацитети, занаетчии, производители, дистрибутери, такси служби, рента кар служби и др. заинтересирани чинители).
- социјални партнери (здруженија на работодавачи, сендикални организации, туристички кластери, бизнис кластери, независни театарски и актерски групи, културно - уметнички друштва и слично).

5.2 Надворешни целни групи – поврзани со промовирање на програмата

5.2.1 Медиуми

Со оглед на фактот што оваа целна група ќе има големо влијание на сите останати целни групи, напорите од самиот почеток ќе бидат насочени кон воспоставување на позитивна врска со медиумите со цел да се обезбеди поддршка на идеите за развивање на културниот туризам како една од гранките за развој на прекуграничниот регион, но и пошироко информирање на јавноста.

5.2.2 Општата јавност

Поддршката од јавноста при реализирање на активностите насочени кон развој на културниот туризам и тоа како е значајна алка при крирањето на туристичка дестинација.

Подигнувањето на свеста на локалното население за важноста на културата и нејзиното преточување во туристички производ, и тоа како придонесува за успешна реализација на зацртаните програми.

Кампањите за подигање на свеста на пошироката јавност за значењето на културниот туризам може да придонесе активна вклученост на индивидуални партнери при реализацијата на програмите и проектите.

5.2.3 Посетителите

Комуникацијата со посетителите², било туристи³, било излетници⁴, е клучна за развојот на културниот туризам

5.3 Предводници (Форранери - Forerunners)

Бидејќи се смета дека најголемиот дел од засегнатите страни се исконтактирани при креирањето на Стратегијата, и дека од нивна страна е увидена потребата од соработка и вмрежување, сметаме дека минималните услови за реализација се задоволени.

Сепак за спроведување на дефинираните цели, потребно е многу повеќе од тоа, во услови кога се уште не постои формално тело за поврзување и координирање.

Како прво, потребно е ЛИДЕРСТВО и проактивност на клучните засегнати страни, во случајов туристичките бизниси, Североисточниот регион во Република Северна Македонија, регионот Кустендил во Република Бугарија, петнаесете општини во прекуграничниот регион и културните институции кои функционираат во него.

Веднаш потоа, клучна улога играат и медиумите, образовните институции, религиозните институции, здравствениот сектор, невладиниот сектор и останатите бизниси непосредно поврзани со развојот на туризмот воопшто.

Сепак, клучниот двигател се луѓето, мотивирани и упорни поединци со визија и посветеност, подготвени за учење и соработка, поврзување и надминување на тесните интереси, односно препознавање на личниот интерес во општиот интерес, но и подготвени за жртвување и трпеливост во очекување на резултатите.

² **Посетител** – термин кој се однесува на секое лице кое од кои било причини, освен да врши дејност, посетува странска земја (или кое било друго место во земјата, што не е негово место на постојано живеење). Според Светската туристичка организација, посетителите можат да бидат туристи и излетници.

³ **Турист** - посетител кој остварува најмалку едно ноќевање во угостителски или во друг објект за ноќевање надвор од неговото постојано место на живеење

⁴ **Излетници** – посетители (домашни или странски) кои во местото што го посетуваат не користат ноќевање т.е. не преноќиле (еднодневни посетители)

Но секако, ова со ништо не ја исклучува и одговорноста и потенцијалот приватниот сектор да биде креатор на позитивни промени, уште повеќе бидејќи се смета дека идеални услови за развој се создаваат тогаш кога сите сектори, и јавниот и приватниот, како и невладиниот сектор со заеднички напори ќе се насочат према одредена развојна цел. Но, праксата покажува дека ова нема да се случи само од себе.

Поради тоа, ако се очекува успешна имплементација на развојните документи, потребни се луѓе-**предводници** во секој од овие сектори, или барем во некои од нив, кои ќе создадат една критична маса потребна за почеток. Секогаш има потреба од иницијална група или јадро на човечки капацитети за да се поттикнат промени и трансформација.

5.4 Носители на Планот за комуникација

Со оглед дека во пограничниот регион не постои заедничко Тело за управување со дестинацијата, нити пак локални или регионални Организации за управување со дестинациите, како главни носители можат да се јават засегнатите страни – предводници.

За почеток може да се идентификува една неформална група на засегнати страни, но предлог е понатаму да се идентификува/формира Тело за комуникација кое ќе ја има улогата на координатор и промотор на мерките и постигнатите резултати од секоја поединечна акција, а напоредно да се идентификува/формира и таканаречено Оперативно тело за културен туризам, кое ќе претставува тело за покренување на важни туристички проекти согласно стратегијата за културен туризам.

Исто така, овој План за комуникација може да биде користен од сите засегнати страни, кои имаат интерес за спроведување на Прекуграничната Стратегија за создавање на средина за развој на туризам, со поддршка за заштита на културното наследство.

6 ПРИНЦИПИ НА ПЛАНОТ ЗА КОМУНИКАЦИЈА

Планот за комуникација е базиран на следните принципи:

6.1 Принцип на транспарентност

Согласно начелото на транспарентност информациите за состојбата која постои, одлуките и начинот на работење, потребно е да бидат достапни, видливи и разбирливи за сите засегнати страни кои ќе бидат вклучени во процесот на развој на културниот туризам.

Танспарентноста е таа која што треба да ги натера страните да се соочат со вистинската состојба на терен и да станат поодговорни, односно истата е неопходна да овозможи принципот на одговорност да биде подеднакво прифатен од сите засегнати страни.

6.2 Принцип на координација

Сите активности кои треба да се преземат за успешна реализација на планот за комуникација треба да се координирани или усогласени, по можност во еден центар.

Координирањето означува процес на интегрирање на активностите и целите на поодделните засегнати страни заради поефикасно постигнување на целите на планот за комуникација.

6.3 Принцип на одговорност

Секоја од засегнатите страни вклучена во спроведувањето на активностите за реализација на планот за комуникација потребно е да биде одговорна за постапките на назначените лица за координација и спроведување на активностите, со јасно преземање на одговорноста за сите постапки, како на самите вклучени лица, така и на самите раководители/ менаџери за успешноста или неуспешноста на спроведувањето на зададените задачи.

Секоја од засегнатите страни има своја одговорност со цел успешно спроведување на активностите и истата не може да се делегира или префрла на одговорност на другите засегнати страни.

7 КАНАЛИ НА КОМУНИКАЦИЈА

Планот за комуникација подразбира користење на различни канали на комуникација за постигнување на целите на Планот и Стратегијата:

1) Класичен разговор - Комуникација „еден на еден“

Најчестата „еден-на-еден“ комуникација се уште се смета за еден од најефикасните начини за доставување квалитетна порака.

Сите заинтересирани страни може лично да ги побараат потребните информации и истите да ги добијат преку директна комуникација со назначените лица за комуникација.

Во класичната „еден на еден“ комуникација, каде што комуникацијата е со ограничен број на луѓе кои меѓусебе комуницираат, или се состои во комуникација при посета на настани, предавања, семинари и слично, постои можност за многу квалитетен пренос на информациите, како и истовремено прибирање на повратни информации.

2) Телефонски разговор (Viber, Whatsup, Skype, Messenger ...) - има ефекти слични на оние на класичен разговор.

Ваквиот начин на комуникација се состои во брзо и широко пренесување на информации на сите заинтересирани страни. Истиот станува сè поважен канал на комуникација поради доминацијата на комуникацијата преку Интернет.

Посебно погоден начин на брза и видлива промоција и размена на информации и мислења.

3) Е-пошта: Многу ефикасен канал за комуникација „еден -на-еден“.

Овој канал на комуникација е погоден за директна комуникација со оглед на можноста за пренесување на информациите во официјална е-пошта на одредени партнери и е ефикасен начин за масовно пренесување на содржини.

Не е добар за користење како техника за промовирање со оглед на тоа што најчесто таквиот вид на пораки преку овој комуникациски канал, некаде дури и над 95% од сите испратени пораки, се СПАМ.

Како што одминува времето, станува сè потешко да се испраќа е-пошта на повеќе адреси за е-пошта, токму поради проблемот со филтрирање на СПАМ-пороките.

4) Класични медиуми:

Денес, класичните медиуми сè уште имаат своја важност, но за секој поединечен медиум посебно (индивидуална ТВ станица, индивидуално списание, радиостаница и слично).

При користењето на овие канали секогаш е добро претходно да се измери колкава е конкретна корист од ваквиот начин на комуникација со одредена целна група и пораката која што се сака да се пренесе, со оглед на тоа што помладите генерации многу малку ги користат овие медиуми за добивање на информации, при постоење на отворени канали за комуникација преку Интернет медиумите.

5) Интернет медиуми: Различни веб-страници за класични медиуми или самостојни мрежни медиуми кои произведуваат свои содржини или пренесуваат други медиумски содржини исто така може да се користат како канали за комуникација.

Но и овде, исто како и во случајот со класичните медиуми, неопходно е претходно да се измери колкава е конкретната корист која може да се добие преку употребата на различните техники за промоција преку конкретен медиум.

6) Интернет-платформи (вклучително и социјални медиуми):

Интернет-платформите се услуги кои не создаваат своја содржина како (онлајн) медиуми. Тие користат содржина генерирана од корисник (UGC) и имаат за цел да постигнат одреден квалитет на корисничко искуство при користење на вакви канали на комуникација.

Најпознатите мрежни платформи се Гугл, Фејсбук и други социјални медиуми, кои во светот се меѓу најпосетуваните веб-страници.

Онлајн платформите моментално се јавуваат како најважни канали на комуникација за комерцијална употреба на техники за промоција во контекст на постигнување на деловните цели на компаниите.

7) Користење на веб-страници:

Креирањето на заедничка веб-страница или користењето на веќе поточките веб-страници на поврзаните партнери се смета како успешен начин за пренос на информации и промоција.

Една или повеќе веб-страници во сопственост на вклучените партнери или поседувањето на сметки за социјални медиуми, контролирани од истите, вклучително и разни видови на комерцијални медиуми што може да се генерираат (на пр. Блог), исто така може да претставуваат корисен канал за комуникација.

Сепак во овој случај интернет-страниците на засегнатите партнери е најважниот канал за комуникација на истите и треба да биде централно место за „собирање“ на ефектите од различните (он-лајн) техники за промоција преку која истите би се споделувале како со партнерите, така и со целните групи и јавноста заинтересирана за дознавање на информации поврзани со нивните активности. Веб страници на партнерите се:

www.rcku.org.mk/cultural-heritage/

www.cci-kn.org/index.php/en/culture-tourism

Веб страниците е потребно редовно да се надополнуваат се со цел пренесување на најновите информации.

8) Социјални медиуми

Дел од партнерите доколку немаат ќе отворат своја страница на Facebook, а дел од нив и свој блог. Тие ќе бидат искористени за промовирање на Стратегијата и на активностите опфатени со неа. Доколку се појави потреба, можно е да се отворат Твитер и други сметки на социјалните мрежи.

9) Флаери/Летоци/ Брошури/Постери

Креирањето и печатењето на флаери/летоци/брошури/постери се лесен начин за давање на најнеопходните информации на потенцијалните партнери и на општата јавност.

Преку нив ќе се обезбедат основните информации за достапните програми кои даваат поддршка на развојот на културниот туризам, добиените проекти, информираат за временска рамка, предвидени мерки, крајни корисници, за суми на поддршка, информации за контакт и други релевантни информации.

Флаерите/летоците/брошурите/постерите може да се дистрибуираат веднаш штом ќе бидат познати сите детали за конкретната програма.

Истите би се подготвувале и би се делеле на разни настани, саеми, преку институциите итн.

10) Прес – конференции

Прес-конференциите се наменети за претставниците на печатените медиуми, радио и телевизиите.

Нивната главна цел е на новинарите да им се обезбедат важни информации во врска со процесот на поврзување на регионите во заеднички програми на дејствување, за начините на комуникација и претставување, за намерите за заедничко претставување, за промовирање на одредени одлуки, програми, за објавување на јавни повици и слично.

Покрај редовни прес-конференции, (поврзани со одредени важни датуми или настани), во одредени случаи може да се случи поради пренесување на важни информации да се одржат и вонредни прес – конференции.

Целта е преку медиумите да се споделат информации за важноста на Стратегијата за развој на културниот туризам и за преземените акции за нејзино спроведување, како и доближување на целокупниот процес до заинтересираните страни, потенцијалните партнери, до широката јавност, се со цел да се обезбеди што е можно поголема поддршка за спроведување на истата.

11) Семинари и работилници за вработените во институциите од културата, вработените во институциите задолжени за давање на советодавни услуги поврзани со областите култура и туризам.

Целта е подготовка на сите вработени во овие институции за сите сегменти од спроведувањето на Стратегијата

Истите би биле едуцирани за начините на комуникација при меѓусебно поврзување, начините за размена и пренос на информации, објавување на информации, за постоење на конкретни програми за поддршка на развојот на културниот туризам и начините за обезбедување на средства за поддршка преку истите и за пренесување на информации до потенцијални корисници.

Исто би биле задолжени и за делење на промотивни материјали преку своите канцеларии и би биле достапни за давање на информации на потенцијални корисници.

Воедно би претставувале и линк за добивање повратни информации од потенцијалните корисници, а се со цел зајакнување на конкретни кампањи кои би се воделе во склоп на активностите за промоција.

12) Презентации на саеми, настани, итн.

Презентацијата на заедничките клутурно – туристички производи добиени како резултат на заедничко дејствување на страните вклучени во развојот на културниот туризам, би претставувал важен дел од промотивната кампања на регионот како туристичка дестинација со развиен културно-туристички производ.

Темата на презентацијата, како и нејзината форма (општи или детални информации) се утврдуваат во зависност од видот на настаните, учесниците, посетителите, итн.

8 АКТИВНОСТИ ЗА ОСТВАРУВАЊЕ НА ОПШТАТА КОМУНИКАЦИСКА ЦЕЛ

Општа комуникациска цел на Планот за комуникација е подигнување на свеста на јавноста за значењето и можностите кои ги отвара регионалното поврзување и вмрежување на база на развивање на заеднички регион за културен туризам како бенифит за сите.

Потребно е засегнатите страни заеднички да пристапат кон толкувањето на културното наследство

За реализирање на Општата комуникациска цел, засегнатите страни поодделно или неформалното Тело за комуникација (НТК) во почетокот, а потоа Телото за координација за развој и промоција на културниот туризам (ТКРПКТ), во соработка со сите заинтересирани страни треба да работат на:

- 1) Обезбедување на позитивна перцепција за културниот туризам по пат на медиумска покриеност;
- 2) Подигање на свеста на улогата и придонесот на културениот туризам во севкупниот развој на прекуграничниот регион;
- 3) Зголемување на информирањето и вклучување на посебни целни групи;
- 4) Комуникација преку традиционалните начини на комуникација (директна комуникација, лифлети, брошури и сл.) или новите начини на комуникација (е-пораки, интернет линкови, социјални мрежи и сл.), преку кои се обезбедува пристап до информации поврзани со културниот туризам;
- 5) Избор на лица кои ќе работат на информирање и комуникација
- 6) Давање на општи информации и контакт за вклучените страни во имплементацијата на стратегијата со цел привлекување на нови партнери
- 7) Обезбедување на информации за примери за добра пракса и поттикнување на користење на истите;
- 8) Пружање на точни и јасни информации на потенцијални корисници за можности за финансирање на проекти во рамки на европски фондови и други фондови кои покриваат активности поврзани со културниот туризам;
- 9) Обезбедување на имплементација на соодветни мерки во насока на исполнување на барања во однос на информирањето и комуникацијата согласно прописите на ЕУ;
- 10) Континуирано подобрување на мерките за информирање и комуникација темелено на повратни информации добиени преку истражувања или директно од корисници.

На почетокот, Неформалното тело за комуникација би ја преземало улогата на координатор и „центар“ за информирање.

И останатите засегнати страни за развој на културниот туризам, секоја во рамките на своите надлежности би се вклучила во комуникацијата и информирањето на засегнатите страни, преку различни канали за информирање кои им се на располагање, преку што би се создала база на нови партнери, но и база на „потенцијални туристи“.

Врз основа на погоренаведеното, за остварување на основната комуникациска цел на Планот за комуникација се предвидени следните мерки:

Организирање на информативни настани

Со цел да се задржи високиот степен на информирање и комуникација, а со цел да се поттикне континуиран дијалог на сите засегнати страни, неформалното тело за комуникација во соработка со засегнатите страни на почеток, а потоа Телото за координација за развој и промоција на културниот туризам во текот на целата календарска година би организирале низа на информативни настани (конференции, семинари, работилници, инфо – денови, округли маси, панели, свечености, саеми и слично). Овие активности можат да бидат иницирани и организирани и од секоја од засегнатите страни поодделно.

Наведените активности би биле со цел запознавање, информирање и едукација на општата јавност и на останатите целни групи за придобивките на културниот туризам и презентирање на фондови за развој и можностите и начините за користење на истите.

Активност	Организирање на информативни настани
Целна група	Општата јавност, бизнис сектор, донесувачи на одлуки, медиуми, пренесувачи на информации, корисници и можни партнери
Индикативна временска рамка	континуирано
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на настани, број на учесници
Надлежен за спроведување	– Неформалното тело за комуникација (НТК) во соработка со заинтересирани страни/ Телото за координација за развој и промоција на културниот туризам (ТКРПКТ) – Засегнатите страни поодделно

Креирање на веб страници или користење на веќе креирани страници од засегнатите страни

Во денешно време на поврзување преку е-уреди, веб страниците претставуваат главен извор на информирање и средства за директна комуникација помеѓу заинтересираните страни.

До моментот на креирање на веб страница на Телото за координација за развој и промоција на културниот туризам, веќе активните страници на партнерите може да се искористат за пренесување на информациите од заеднички интерес. На истите редовно би се објавувале значајни информации за веќе одржани настани и резултатите од истите, информации за можностите, начините за пријавување и учество на

информативните настани, информации за донесени одлуки од страна на надлежните институции поврзани со можности за користење на средства за развој, насоки и мерки за развој, документи важни за бизнис заедницата и слично.

Активност	Креирање на веб страници или користење на веќе креирани страници од засегнатите чинители
Целна група	Корисниците и нивните партнери, општата јавност, пренесувачи на информации, бизнис сектор, донесувачи на одлуки, можни корисници
Индикативна временска рамка	Континуирано
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на објави
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

Изработка и дистрибуција на информативни и промотивни материјали

Информативните материјали се непоходни за успешно ширење на целните пораки и ја имаат важната улога во комуникацијата со целните групи.

За да на успешен начин се претстават активностите, проектите и настаните кои имаат за цел промоција на можностите за развој на културниот туризам, особено е важно да се стави акцент на креирањето на информативните и промотивните материјали.

Информативните материјали вклучуваат прирачници, брошури, постери, резиме на добри практики, летоци и сл.

Промотивните материјали вклучуваат папки, нотеси, пенкала, маици, бецови, платнени вреќички, чадори, преносни медиуми со вметнати информации, банери и слично.

Дистрибуцијата на материјалите би се вршела во рамки на информативните настани.

Активност	Изработка и дистрибуција на информативни и промотивни материјали
Целна група	Корисниците и нивните партнери, општата јавност, пренесувачи на информации, бизнис сектор, донесувачи на одлуки, можни корисници
Индикативна временска рамка	Континуирано
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на изработени материјали
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

Спроведување на медиумски и информативни кампањи

Спроведувањето на медиумските и информативните кампањи, платеното огласување на локалните, регионалните и националните телевизии и радија, локалните, регионалните и националните печатени медиуми и на интернет порталите би се вршело со цел подигање на свеста за важноста, можностите и придонесот на културниот туризам врз развојот на прекуграничниот регион.

Во рамки на активностите за огласување може да се креираат ТВ и радио огласи кои би се прикажувале на локалните, регионалните и националните телевизии и радија.

Во печатените медиуми од национален, регионален и локален карактер исто така би биле претставувани и промовирани информативни содржини и материјали.

За интернет порталите би се подготвиле интернет банери.

Огласувањето и информирањето преку печатените и електронските медиуми претставува важен дел од пренесувањето на пораките до општата јавност, а опфаќа креирање, изработка и продукција на ТВ спотови, огласи, информативни натписи, прес конференции, работилници за медиумите и слично.

Секоја од засегнатите страни може да спроведува и поединечни медиумски кампањи во рамките на своите надлежности и интереси.

Активност	Спроведување на медиумски и информативни кампањи
Целна група	Корисниците и нивните партнери, општата јавност, пренесувачи на информации, бизнис сектор, донесувачи на одлуки, можни корисници
Индикативна временска рамка	Континуирано
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на кампањи, број на огласи
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

Спроведување на истражувања, анализи и евалуација

Неформалното тело заедно со засегнатите страни со намера да се постигне подобро планирање и спроведување на комуникациските активности, во рамки на можностите би спроведувало истражувања, анализи и евалуации на истите.

Неформалното тело за комуникација, а покасно Телото за координација за развој и промоција на културниот туризам би спроведувале евалуација на резултатите на спроведените мерки и активности за информирање и комуникација.

Добиените резултати би се користеле за утврдување на ефикасноста на активностите и на самите алатки за оптимизација на активностите за идните временски периоди.

Резултатите би биле достапни на веб страниците кои би се креирале или на веќе креираните од засегнатите чинители.

Испитувањата на јавноста би биле за теми поврзани со планирањето на комуникациските активности, со цел да се дојде до што е можно повеќе потребни информации за развивање на што подобра комуникација со различните целни групи.

Тоа би се вршело со цел да се припремат што е можно поквалитетни прашања за евалуација, да се утврди методологијата и предметот на истражувањето.

Секоја од засегнатите страни може да ги спроведува овие активности во рамките на своите надлежности и интереси.

Активност	Спроведување на истражувања, анализи и евалуација
Целна група	Корисниците и нивните партнери, општата јавност, пренесувачи на информации, бизнис сектор, донесувачи на одлуки, можни корисници
Индикативна временска рамка	Еднаш годишно
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на спроведени истражувања, анализи и евалуации, број на објавени резултати на спроведени истражувања, анализи и евалуации
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

Споделување на информациите поврзани со резултатите од евалуациите

Неформалното тело за комуникација односно Телото за координација за развој и промоција на културниот туризам би требало да го обезбеди споделувањето на информациите поврзани со резултатите од евалуациите, со цел истите да бидат видливи и достапни на едно место со што би се подигнало и нивото на користење на информациите од страна на сите вклучени страни.

За таа цел, овие информации би се објавувале на веб страната на Телото за координација за развој и промоција на културниот туризам, односно во прво време на некоја од веб страните на некоја од вклучените засегнати страни за која би се договориле членовите на неформалното тело за комуникација.

Комуникациските алатки кои би се користеле за споделување на информациите поврзани со резултатите од евалуациите, можат да опфатат: објави на веб страните на останатите засегнати страни, натписи во билтени, објави во печатени медиуми, презентации на јавни настани и слично.

Секоја од засегнатите страни може да ги спроведува овие активности во рамките на своите надлежности и интереси.

Активност	Споделување на информациите поврзани со резултатите од евалуациите
Целна група	Корисниците и нивните партнери, општата јавност, пренесувачи на информации, бизнис сектор, донесувачи на одлуки, можни корисници
Индикативна временска рамка	Континуирано (по потреба)
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на објави, број на настани
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

Собирање на повратни информации за успешноста од спроведените мерки за промоција и видливост

Неформалното тело за комуникација односно Телото за координација за развој и промоција на културниот туризам би требало континуирано да ги следи резултатите од спроведените мерки за информирање и комуникација со следење на бројот и квалитетот на објавените натписи во печатените и електронските медиуми, како на локално ниво, така и на национално ниво во двете земји.

Следењето и прибирањето на информациите ќе претставува основа за евалуацијата односно проценката на постигнатите резултати од спроведувањето на комуникациските активности.

Секоја од засегнатите страни може да ги спроведува овие активности во рамките на своите надлежности и интереси.

Активност	Собирање на повратни информации за успешноста од спроведените мерки за промоција и видливост
Целна група	општата јавност, пренесувачи на информации, бизнис сектор, донесувачи на одлуки, медиумите
Индикативна временска рамка	Континуирано
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на статии, број на медиумски објави
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

Користење на социјалните мрежи (WhatsApp, Instagram, Twiter, Facebook и слично)

Неформалното тело за комуникација би требало да отвори кориснички профил на некоја од социјалните мрежи со цел да се воспостави нов начин на комуникација со целните групи.

Социјалните мрежи како мошне динамични и лесно достапни алатки за комуникација, би требало да овозможат едноставно и квалитетно поврзување со целните групи. Исто така, истите би придонеле да преку минимални вложувања бидат пренесени клучните пораки до општата јавност и до останатите целни групи.

Телото би требало да изготви и Акциски план за користење на социјалните мрежи и насоки за членовите во состав на истото за користењето на мрежите, а се со цел да после воспоставувањето на функционалост на новите канали за комуникација се обезбеди динамична присутност на социјалните мрежи.

Секоја од засегнатите страни може да ги спроведува овие активности во рамките на своите надлежности и интереси.

Активност	Користење на социјалните мрежи (WhatsApp, Instagram, Twiter, Facebook и слично)
Целна група	општата јавност, пренесувачи на информации, бизнис сектор, донесувачи на одлуки, медиумите
Индикативна временска рамка	Континуирано
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на објави, број на пријатели на социјалните мрежи
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

Учество во комуникациските активности на телото за комуникација/координација

Со цел успешност во претставувањето и подигање на важноста на воспоставеното тело за комуникација/координација потребно е вклучување на сите засегнати страни во спроведувањето на активностите.

Нивното учество би дало поголемо значење на сите активности кои би се имплементирале, а воедно и би го прошириле кругот на чинители кои се во можност да споделуваат информации.

Активност	Учество во комуникациските активности на телото за комуникација/координација
Целна група	општата јавност, пренесувачи на информации, бизнис сектор, донесувачи на одлуки, медиумите
Индикативна временска рамка	Континуирано (по потреба)
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на настани
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

9 АКТИВНОСТИ ЗА ОСТВАРУВАЊЕ НА СПЕЦИФИЧНИТЕ КОМУНИКАЦИСКА ЦЕЛИ

За остварување на специфичните комуникациски цели се предвидени мерки кои поодделно се однесуваат за секоја специфична цел, а истовремено се надополнети од активностите за постигнување на општата комуникациска цел.

9.1 Воспоставување на комуникација за промовирање на улогата на културното наследство за одржлив развој

За постигнување на оваа специфична цел се идентификувани следните мерки кои се во согласност со Стратегијата:

- 1) Поврзување на заинтересираните страни и утврдување на клучни чинители за промовирање
- 1) Зголемување на степенот на свесност за културниот туризам
- 2) Развивање човечки ресурси за одржлив туризам во регионот
- 3) Зголемување на свесноста на посетителите
- 4) Изработка на упатства/ стратегии/ планови

9.1.1 Поврзување на засегнатите страни и утврдување на клучни чинители за промовирање

Поврзувањето на засегнатите страни и утврдувањето на клучните чинители одговорни за промовирањето на одржливиот развој е прв чекор- активност. Активностите од оваа мерка ги надополнуваат мерките предвидени за постигнување на општата цел на комуникацискиот план. Види Прилози *Табела 11-1 Поврзување на засегнатите страни и утврдување на клучни чинители за промовирање*

9.1.2 Зголемување на степенот на свесност за културниот туризам

Зголемувањето на степенот на свесноста за културниот туризам кај можните корисници од прекуграничните региони, како на локално така и на национално ниво, пред се за важноста, можностите и пристапите до одредени фондови отворени за локален и регионален развој преку развивањето на културниот туризам, може да се реализира преку следните активности.

9.1.2.1 Организирање на информативни работилници

Овие активности пред сè би биле наменети покрај за општо подигнување на свеста на посетителите на работилниците за важноста и можностите кои преку развивањето на културниот туризам би се постигнале и би значеле добробит за целокупниот прекуграничен регион, така и за целно тематско вмрежување и едукација на можни партнери.

Информативните работилници би се одржувале или со учество на сите целни групи, или тематски за определена целна група, а при тоа водејќи сметка на регионалната димензија на настанот, како и на местата каде ќе се одржуваат истите.

Вакви работилници би се организирале и за информирање и привлекување на партнери за конкретни проекти разработени од страна на Оперативното тело за културен туризам.

Активност	Организирање на информативни работилници
Целна група	Можни корисници и партнери
Индикативна временска рамка	Континуирано
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на работилници, број на учесници
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

9.1.2.2 Спроведување на јавни советувања за заинтересираната јавност

Јавните советувања со заинтересираната јавност би биле еднодневни или повеќедневни настани на кои би се вршело советување за конкретни програми и начини за аплицирање и обезбедување на финансиски средства од истите. Советувањата би биле насочени од тоа како да одредена идеја да се преточи во проектен предлог и како да се пронајде вистинската програма на која би се аплицирало со истиот, при тоа следејќи ги пропишаните чекори за аплицирање.

Овие советувања исто така може да се искористат и за создавање на предуслови за донесување / ревидирање на клучни одлуки донесени од националните, регионалните или локалните авторитети за развојот на културниот туризам. Како комуникациска алатка, ваквите јавни советувања со заинтересираната јавност би претставувале транспарентен и јасен вид на двосмерна комуникација со граѓаните, а воедно со тоа ќе се укаже и на високиот степен на отвореност на властите во процесот на донесување на одлуки.

Ваквите советувања би можело да се организираат и како е-советувања.

Активност	Спроведување на јавни советувања за заинтересираната јавност
Целна група	Можни корисници, пренесувачи на информации, бизнис заедницата, носители на одлуки
Индикативна временска рамка	континуирано
Извор на	Локални, национални и ЕУ средства

финансирање	
Индикатор	Број на одржани јавни советувања, број на одржани е-советувања
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

9.1.3 Развивање човечки ресурси за одржлив туризам во регионот

Комуникацијата и одржливиот развој не можат да се постигнат без соодветни човечки ресурси кај засегнатите страни. Имајќи ги во предвид негативните демографски трендови не само во пограничниот регион туку и во целост во двете земји, оваа мерка се издвојува како најприоритетна. Мерка која може да обезбеди реализација и на Планот за комуникација и на Стратегијата. Види Прилози Табела 11-2 *Развивање човечки ресурси за одржлив туризам во регионот*.

9.1.4 Зголемување на свесноста на посетителите

Зголемувањето на свесноста на посетителите за одржливиот развој на културното наследство и поддршка за нивно активно вклучување во процесите за одржлив развој на културното наследство во регионот. Комуникацијата со посетителите е клучниот извор на информации во процесот на креирањето на туристичките производи.

9.1.4.1 Организација и одржување на работилници и други активности поврзани со јакнење на свеста на посетителите

Со овие работилници би биле опфатени посетителите кои би се анимирале да посетуваат работилници или би сакале да бидат опфатени со други активности преку кои би добивале информации и поддршка за нивно вклучување за постигнување на одржлив развој.

Активност	Организација и одржување на работилници и други активности поврзани со јакнење на свеста на посетителите
Целна група	Корисници и нивни
Индикативна временска рамка	континуирано
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на одржани јавни настани, број на одржани е-советувања
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

9.1.5 Изработка на упатства/ стратегии/планови

Јасно утврдените правила за постапување во одредена ситуација би придонеле за непречено пренесување на информациите и прибирање на повратни информации и

мислења кои понатаму би биле користени како основа и насоки за преземање на понатамошни чекори за комуникација или за подобрување на веќе утврдените.

Потребно е подигање на свеста и меѓусебното информирање за потребата од интегрирање на развојот на одржливиот туризам заснован врз културното наследство на пограничниот регион во сите плански и стратешки документи во однос на територијата

Ова е од посебно значење за одржливиот развој на културното наследство.

Истите е потребно континуирано да се следат и по потреба надградуваат или менуваат, со што во целина би се унапредил целокупниот процес на комуникација.

Овде посебно треба да се потенцира дека меѓусебното разбирање и имплементацијата во голема мерка зависат од начинот на комуникација помеѓу засегнатите страни, нешта кои треба да се преточат во соодветните документи.

Активност	Изработка на упатства/ стратегии/планови
Целна група	Сите засегнати страни
Индикативна временска рамка	Континуирано (по потреба)
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на изготвени документи
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

9.2 Воспоставување на комуникација за размена на иновативни технологии и политики за промовирање на наследството

Комуникација за размена на иновативни технологии и политики за промовирање на наследството, што ја стимулира регионалната соработка и интеракција е клучна доколку се сака да се постигнат целите на Стратегијата. Ова пред се поради недоволната спремност на засегнатите страни и недостаток на искуство поврзано со толкувањето на наследството, како иновативен модел предложен во стратегијата.

Мерките за постигнување на оваа цел треба да обезбедат заедничко туристичко толкување и користење на културното наследство во прекуграничниот регион.

За постигнување на оваа специфична цел се идентификувани следните мерки кои се во согласност со Стратегијата:

- 1) Правење научни истражувања и организирање на информации за културното наследство на регионот
- 2) Мапирање на регионот
- 3) Развој на толковни културно-туристички производи и услуги

9.2.1 *Правење научни истражувања и организирање на информации за културно наследство на регионот*

Научните истражувања и организирањето на информациите за културното наследство во пограничниот регион се значаен предуслов во планирањето и промоцијата на одржливиот развој на културното наследство.

Сите собрани информации мора да се дигитализираат и организираат на начин што ќе дозволува лесен пристап и користење на архивите со информации и базите со податоци од страна на сите засегнати страни. Исто така да се изврши и севкупна дигитализација на веќе создадените фондови и архиви на културното наследство во регионот. Види Прилози *Табела 11-3 Правење научни истражувања и организирање на информации за културно наследство на регионот.*

9.2.2 *Мапирање на регионот*

Поседувањето на дигитални информации и мапирањето на регионот со цел негово претставување како заедничка средина за развој и промоција на културниот туризам е неизоставна мерка без која не може да се замисли комуникацијата денес. Види Прилози *Табела 11-4 Мапирање на регионот.*

Мапирањето е издвоено како посебна мерка од аспект на неговото значење за комуникацијата.

9.2.3 *Развој на толковни културно-туристички производи и услуги*

Активностите за комуникација поврзани со толкувањето на наследството треба да ја имаат во предвид дефиницијата за толкувањето на наследството - *превод на фактички*

информации за наследството на јазик што е интересен и разбирлив за јавноста. Ова значи дека толкувачот не ја учи јавноста и не ја информира за некоја локација, туку испорачува пораки за вредноста на таа локација, забавувајќи ја јавноста.

Во Прилозите се дадени активности кои треба да придонесат во развојот на толковни културно-туристички производи, *Табела 11-5 Развој на претставувачки културно-туристички производи и услуги.*

9.3 Воспоставување на комуникација за промовирање и приближување на наследството до бизнисот

Бизнис секторот има значајна улога во валоризацијата на културното наследство. Комуникацијата со бизнис секторот е од витално значење за социо-економските придобивки од културниот туризам, во поширока смисла на своето значење. За таа цел мерките кои се предвидени за постигнување на оваа цел треба да се насочени на комуникацијата и соработката помеѓу јавниот и бизнис секторот, како и во градење на капацитетите на бизнис секторот за искористување на еден одржлив начин на потенцијалите кои ги нуди културното наследство.

За постигнување на оваа специфична цел се идентификувани следните мерки кои се во согласност со Стратегијата:

- 1) Обезбедување на ефикасна соработка и комуникација
- 2) Обезбедување информации и маркетинг на туристичките услуги и производи засновани врз културното наследство во регионот
- 3) Развој на туристичка културна агенда за целниот регион
- 4) Нудење интегриран производ

9.3.1 Обезбедување на ефикасна соработка и комуникација

Обезбедување на ефикасна соработка и комуникација, транспарентност на процесите и процедурите како и единствен пристап во спроведувањето на сите комуникациски активности преземени од страна на партнерите вклучени во телото за комуникација/координација, може да се реализира преку следните активности.

9.3.1.1 Креирање на мрежа на лица за информирање и комуникација

Со цел што поквалитетна координација и спроведување на предвидените активности сите заинтересирани партнери би требало да назначат лица за информирање и комуникација како свои претставници во телото за комуникација/координација, кои лица заеднички би ја сочинувале „мрежата за информирање и комуникација“.

Мрежата би го обезбедила потребното ниво на комуникација за непречено одвивање на активностите за комуникација на ниво на телото за комуникација/координација.

Редовното состанување на мрежата би овозможило навремено, координирано и квалитетно планирање на распоредот за спроведување на комуникациските активности.

Во рамки на мрежата редовно би се одржувале состаноци и би се разменуваа искуства и добри практики. Целта е промоција на единствен пристап и воедначување на комуникациските активности на партнерите во рамки на телото за комуникација/координација.

Активност	Креирање на мрежа на лица за информирање и комуникација
Целна група	Партнерите членки на Неформалното тело за комуникација во соработка со заинтересирани страни/ Телото за координација за развој и промоција на културниот туризам (ТКРПКТ)
Индикативна временска рамка	континуирано
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на одржани состаноци
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

9.3.1.2 Организирање и одржување на работилници/ семинари/ конференции за јакнење на капацитетите на лицата за информирање и комуникација

Би се организирале и одржувале посебни работилници/ семинари/ конференции како клучна комуникациска алатка за јакнење на капацитетите на лицата задолжени за информирање и комуникација.

Континуираното јакнење на капацитетите во насока на понатамошно ширење на информациите и стекнувањето со нови знаења придонесуваат за што е можно поефикасно користење на средствата и ќе овозможи усвојување на знаења и вештини потребни за ефикасно извршување на активностите од полето на информирањето и комуникацијата.

Активност	Организирање и одржување на работилници/ семинари/ конференции за јакнење на капацитетите на лицата за информирање и комуникација
Целна група	Лицата за информирање и комуникација
Индикативна временска рамка	Континуирано/ најмалку еднаш годишно
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на одржани работилници/семинари/конференции
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

9.3.1.3 Комуникација преку институционалните листи е-пошта

Телото за комуникација/координација би изготвило листа на е-пошти од сите членови во склоп на партнерските чинители кои се дел од телата задолжени за спроведување на активностите.

На овој начин најлесно и најбрзо би се споделувале сите информации, резултати постигнати од водена комуникација. Исто така на овој начин би биле споделувани и информации за планираните и спроведените активности, состаноци, резултати од истражувања и анализи, заклучоци и слично.

Континуираната комуникација би овозможила поттикнување на свеста за соработка помеѓу членовите на телата, нивно поголемо организирање и координација, а дополнително би се поттикнала и комуникацијата за размена на искуства и знаења.

Активност	Комуникација преку институционалните листи е-пошта
Целна група	Лицата за информирање и комуникација
Индикативна временска рамка	Континуирано/ најмалку еднаш годишно
Извор на финансирање	Локални, национални и ЕУ средства
Индикатор	Број на одржани работилници/семинари/конференции
Надлежен за спроведување	– НТК во соработка со заинтересирани страни/ ТКРПКТ – Засегнатите страни поодделно

9.3.2 Обезбедување информации и маркетинг на туристичките услуги и производи засновани врз културното наследство во регионот

За да може туристичките производи и услуги засновани врз културното наследство да станат конкурентни, потребно е обезбедување информации за културниот туризам во регионот, како и професионален маркетинг на производите на културниот туризам на пограничниот регион. Комуникацијата треба да обезбеди соработка помеѓу јавниот и бизнис секторот. Овде бизнис секторот мора и може да дојде до целосен израз преку иновативноста и деловноста на бизнисот. Види Прилози *Табела 11-6 Обезбедување информации и маркетинг на туристичките услуги и производи засновани врз културното наследство во регионот.*

9.3.3 Развој на туристичка културна агенда за пограничниот регион

Според Стратегијата, анализата на тековната културна агенда на целниот регион покажува дека повеќето настани се од фокален карактер. Исто така, според Стратегијата, прегледот на националните културни календари и на Бугарија и на Северна Македонија покажува дека над 1/3 од сите настани што претендираат да бидат туристички се фолклорни, проследени со речиси 1/ 4 од фестивалите посветени на

храна и пијалоци. Во целниот прекуграничен регион има некои докажани настани од двете групи што можат да се развијат во туристички настани, но тоа мора да се стори крајно внимателно. Од маркетиншка гледна точка, нема поента да се создаваат производи или услуги што се идентични или барем слични на тие од конкуренцијата – а токму тоа се случува во моментот на национални нивоа. Фолклорните фестивали се организираат на речиси идентичен начин, како и фестивалите за храна и пијалоци каде што изложуваат штандови со соодветните производи проследено со фолклорна програма, која е ретко територијално одредена; па во сите делови на земјата се покажува фолклор од секаде.

Ова мора да се има предвид кога се развиваат активностите и кога се развива културната агенда на пограничниот регион. Види Прилози *Табела 11-7 Развој на туристичка културна агенда за целниот регион.*

9.3.4 Нудење интегриран производ

Бизнисите мора да соработуваат меѓусебно во креирањето и понудата на туристичките производи, во склоп на тоа и на културно-туристичките производи, но и со јавниот и граѓанскиот сектор со цел да се креираат интегрирани туристички производи. Неколку идентификувани активности во согласност со Стратегијата се дадени во Прилозите *Табела 11-8 Нудење интегриран производ на одржлив туризам заснован на културното наследство на регионот*

9.3.5 Реконструкција, зачувување и одржување на објектите на културно наследство во регионот

Во напорите за реконструкција, зачувување и одржување на објектите на културно наследство во регионот мора да се вклучи и бизнис секторот преку деловни договори кои ќе обезбедат од една страна економска корист но и одржливост на културното наследство. Неколку идентификувани активности во согласност со Стратегијата се дадени во Прилозите *Табела 11-9 Реконструкција, зачувување и одржување на објектите на културно наследство во регионот*

9.3.6 Ставање на објектите на културно наследство од регионот во состојба погодна за туристички посети

Овие активности се тесно поврзани со претходните и клучните улоги треба да ги одиграат институциите за култура и локалните самоуправи преку обезбедување на услови за ставање на објектите на културно наследство од регионот во состојба погодна за туристички посети, како и бизнис секторот кој со своите деловни активности ќе придонесе во валоризацијата на културното наследство. Неколку идентификувани активности во согласност со Стратегијата се дадени во Прилозите *Табела 11-10 Ставање на објектите на културно наследство од регионот во состојба погодна за туристички посети*

10 ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА И ИНДИКАТОРИ ЗА МОНИТОРИНГ

10.1 Имплементација

Имплементацијата на Планот за комуникација во основа дефинира две клучни мерки:

- 1) Развивање на партнерства
- 2) Воспоставување на Мрежа

без кои е невозможно да се почне со имплементација на мерките и активностите од Стратегијата.

10.1.1 Развивање партнерства,

Во секторот туризам е особено важна способноста да се работи во екипа, зашто производот што се продава е сложен. Многу снабдувачи на услуги учествуваат во неговото формирање, и создавањето на погодна средина за негов развој вклучува и други засегнати страни, надвор од бизнис-сферата. Потребата за партнерство е од големо значење во развојот на регионални производи, како што е случајот со целниот прекуграничен регион.

Воспоставувањето на различни комуникациски канали и почитувањето на принципите за комуникација се клучни во развојот на партнерствата.

10.1.2 Воспоставување на Мрежа

Воспоставувањето мрежа, формална или не, помага во зајакнувањето на врските помеѓу различните учесници и ја олеснува комуникацијата – особено со можностите што постојат денес (листи за испраќање пошта, веб-форуми, фејсбук групи и друго)

Во иднина, доколку одржливиот туризам и особено културниот туризам навистина станат регионална сопственост на сите засегнати страни, вреди да се размислува за основање формална структура што би го координирала и управувала неговиот развој, би била носител на разни брендови и квалитетни системи и друго.

Соработката со соседните региони и држави дава можности за привлечна разновидност на културно – туристичкиот производ. Ова е посебно важно за искуствата со толковни производи од културно наследство. Размената на искуства со луѓе кои што работат на постигнување слични цели во други региони, дури и оддалечените, помага да се избегнат некои грешки при „растењето“ и пружа иновативни идеи. Одржувањето контакт со национални, дури и интернационални институции, поврзани со одржлив туризам, гарантира дека запознавањето на учесниците со правната и регулаторната материја е редовно надополнувано и им пружа подобра можност на истите да лобираат на повисоки нивоа за постигнување на заедничките цели на регионот.

Повторно, воспоставувањето на различни комуникациски канали и почитувањето на принципите за комуникација се клучни во развојот на мрежата.

Во процесот на Имплементација на Комуникацискиот план се препорачува на почеток да се користат воспоставените комуникациски канали помеѓу засегнатите страни. Првите активности да се усогласат со приоритетите од стратегијата со цел да се создадат предуслови за нивна имплементација.

10.2 Мониторинг

Мониторирањето како што е наведено и во самата Стратегија е процес на постојано набљудување и следење на напредокот и развојот на одредени процеси, со цел да се види дали се постигнуваат очекуваните резултати и поставените цели.

Потребно е редовно вршење на мониторинг и евалуација на активностите предвидени во Планот за комуникација од страна на носителот на планот за комуникација, а во координација со засегнатите страни.

10.2.1 Индикатори

Спроведувањето на планот може да се следи преку инпут (input) индикатори, оутпут (output) индикатори и индикатори на резултати (result indicators).

10.2.1.1 Инпут индикатори

Инпут индикаторите треба да бидат дефинирани во годишна листа/годишен план на активности земајќи ги во предвид зацртаните цели за одреден период. Инпут индикатори можат да бидат: број на соопштенија, број на написи во медиуми, број на печатен промотивен материјал, број на развиени туристички пакети, број на промоции на ТВ/ радио канали, број на објави на интернет медиуми...

10.2.1.2 Оутпут индикатори

Оутпут индикаторите се мерат секоја година и може да бидат: број на учесници на одредени настани: конференции, семинари, работилници, обуки, број на посетители на сајт, број на посети на одреден културен настан...

10.2.1.3 Индикатори на резултати

Индикаторите на резултати го мерат нивото на задоволство на корисниците со информациите/услугите кои ги добиваат: достапност и количина на информацијата, достапност на дестинацијата, компаративна проценка помеѓу информацијата и понудата на терен. Ова мерење може да се спроведе по пат на специјално истражување (пр. доставување на специјални прашалници).

10.2.2 Модели за Мониторинг

Постојат различни модели за мониторинг што се применуваат според одредени ситуации и процеси. Еден од најобјективните методи е мониторирање засновано врз систем на прелиминарни (почетни) индикатори што можат објективно да се утврдат. За потребите на Планот за комуникација, предлагаме успешноста на имплементацијата да се прави на начин кој е прикажан подолу на периодичен годишен принцип.

Во табелите за мерките и активностите низ текстот и прилозите се посочени и индикатори за истите.

Подолу е дадено пример на табела на индикатори за мониторинг на активностите со неколку примери согласно Стратегијата.

	Индикатор	Почетна вредност	Целна вредност	Вредност	Извори на потврда:
	Процент на туристички настани со кои што културната агенда на регионот се збогатила	20	најмалку 50%	29	програми на туристички настани, фотографии и видео-материјали, медиумска покриеност вклучително социјални мрежи, виртуелни тури
	Број на развиени толкувачки услуги на културен туризам развиени	0	најмалку 10 толкувачки презентации;	6	толкувачки програми, туристички понуди, интернет-страни на локални снабдувачи и/или тур-оператори и туристички агенти
		0	најмалку 5 толкувачки патеки	5	
		0	најмалку 5 толкувачки изложувања	7	
	Број на нови маркетиншки мерки имплементирани за продажба на производот на културен туризам на регионот	0	најмалку 20 нови вида печатени материјали и сувенири;	20	копии од печатените и видео-материјали и сувенири; протоколи за нивна распространетост; фејсбук-статистика
		0	најмалку 5 нови видео-материјали; најмалку 5000 следбеници на фејсбук-страната на регионот	4 5800	

VII. Заклучоци/препораки

Со планот за комуникација првенствено се даваат насоки за создавање предуслови за воспоставување на партнерства и вмрежувања потребни за да се обезбеди развој на културниот туризам и културното наследство во прекуграничниот регион, а со тоа и создавање на предуслови за зголемување на квалитетот на интерпретацијата и презентацијата на културните ресурси и производи, како и нивно промовирање под организирано заедничко управување од страна на засегнатите страни, како од јавниот, така и од приватниот сектор.

Доколку се постигнат зацртаните цели, корист ќе имаат сите, првенствено туристичкиот и културниот сектор, а споредно и сите сектори поврзани со нив на дадената територија.

За туристичкиот сектор, награда ќе биде подигнувањето на севкупниот имиџ на дестинацијата на која ќе се задржат предвидените посетители, ќе се стимулираат активности за активен туристички престој, со што во целина ќе се поттикнува потрошувачката и продолжен престој на гостите во текот на целата година.

За културниот сектор награда ќе биде унапредувањето на ресурсите во чија надлежност се истите, преку поголем број на посетители кој значи и зголемен приход, а со тоа и отварање на нови можности за развивање на културниот производ, кој исто така ќе стане достапен и близок и до самото локално население.

Истовремено, активното вклучување на културниот сектор во овој процес ќе овозможи културните добра и културното наследство да се користат на одржлив начин.

За сите останати сектори поврзани со двата горе наведени, како јавни така и приватни, награда ќе биде поттикот за унапредување на соработката за размена, заедничко настапување, промовирање и управување со ресурсите, размена на добри практики, размена на добра и креирање на свест за напредок и благосостојба на регионот.

Спроведувањето на иницијативите за соработка и предвидените активности пред сè зависи од вољата за вклучување и соработка на сите засегнати страни и поединци како на локално, така и на регионално ниво во пограничниот регион.

За да може иницијативите да заживеат, сите клучни носители потребно е да ги здружат сопствените ресурси и како рамноправни партнери да учествуваат во процесот на реализација.

Со оглед на тоа што за реализација на активностите потребни ќе бидат финансиски средства, заедничката соработка на клучните носители ќе овозможи координација и полесно обезбедување на истите од достапни финансиски извори и програми.

И на крајот, поврзано со самата спремност за постигнување на согласност за соработка, како и посветеноста на засегнатите страни при спроведувањето на активностите предложени во овој план, ја нагласуваме потребата од воспоставување на механизми за постојано следење, контрола и ревизија на активностите, во рамки на редовните средби и состаноци кои ќе бидат организирани помеѓу вклучените страни.

11 ПРИЛОЗИ

ПРИЛОГ 1 Воспоставување на комуникација за промовирање на улогата на културното наследство за одржлив развој

Специфичната цел Воспоставување на комуникација за промовирање на улогата на културното наследство за одржлив развој (културен туризам, урбанизам и прекуграничен развој) може да се реализира преку мерки и клучни активности. Мерките и клучните активности се дадени во табелите подолу.

Табела 11-1 Поврзување на засегнатите страни и утврдување на клучни чинители за промовирање

Мерка	Поврзување на заинтересираните страни и утврдување на клучни чинители за промовирање			
Образложение/концепт	Со цел да планираните активности и плановите не останат само како документи за препораки туку и успешно да се имплементираат пред се е потребно правилно да се адресираат клучните чинители кои понатаму ќе бидат одговорни за спроведување на идентификуваните мерки и активности.			
Клучни активности	Носители	Мониторинг (мерење на резултатите)	Приоритети и временска рамка	Финансирање / ресурси
Потврдување на Стратегијата како рамка за водење на политиката за туризам во дефинираното подрачје	Општини во дефинираното подрачје	План на активности и реализација	Сите поставени активности може да се означат како приоритетни	Пресметка согласно активностите
Формирање на неформално тело за комуникација во соработка со заинтересирани страни	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	План на активности и реализација	Два месеци од усвојување на стратегијата	Пресметка согласно активностите
Формирање на Тело за координација за развој и промоција на културниот туризам (ТКРПКТ)	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и бизнис сектор	План на активности и реализација	Година дена од воспоставена соработка	Пресметка согласно активностите
Користење на постојните ресурси и субјекти за основање на тело за покренување на важни туристички проекти согласно стратегијата за културен туризам - Оперативно тело за културен туризам (ОТКТ)	Регионални и општински власти Можност за вклучување на главните субјекти од туристичкиот сектор	ТКРПКТ Работни планови и проекти	Креирано ОТКТ Во рок од година дена од усвојувањето на стратегијата	Пресметка согласно активностите
Назначување на одговорни лица за комуникација со ТРПКТ и ОТКТ	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и бизнис сектор	Листа на лица за комуникација	Проритет Во рок од година дена од усвојувањето на стратегијата	Пресметка согласно активностите

Табела 11-2 Развивање човечки ресурси за одржлив туризам во регионот

Мерка	Спроведување на мерките поврзани со обезбедувањето соодветна средина за развој на одржлив туризам заснован врз културното наследство на целниот регион – Развивање човечки ресурси за одржлив туризам во регионот			
Образложение/концепт	Дадените мерки за развој на културниот туризам дадени со Стратегијата потребно е да се разработат темелно и да бидат реализирани			
Клучни активности	Носители	Надзор (мерење на резултатите)	Приоритети и временска рамка	Финансирање/ ресурси
Подготвување толкувачи коишто ќе ги понудат новите толкувачки услуги на културен туризам	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Организирање обуки за локални толкувачи	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Обезбедување висок квалитет на сите туристички услуги што се дел од интегрираниот производ на културен туризам на целиот регион	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Развивање на партнерства, соработка и умрежување на секторот туризам	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите

ПРИЛОГ 2 Воспоставување на комуникација за размена на иновативни технологии и политики за промовирање на наследството, што ја стимулира регионалната соработка и интеракција

Комуникацијата за размена на иновативни технологии и политики за промовирање на наследството, што ја стимулира регионалната соработка и интеракција може да се реализира преку задачи и клучни активности. Задачите и клучните активности се дадени во табелите подолу.

Табела 11-3 Правење научни истражувања и организирање на информации за културно наследство на регионот

Мерка	Спроведување на мерките поврзани со директното користење на културното наследство за туристички цели - Правење научни истражувања и организирање на информации за културно наследство на регионот			
Образложение/концепт	Дадените мерки за развој на културниот туризам дадени со Стратегијата потребно е да се разработат темелно и да бидат реализирани			
Клучни активности	Носители	Мониторинг (мерење на резултатите)	Приоритети и временска рамка	Финансирање /ресурси
Целосно археолошко истражување или финализирање на истаржувањето што е веќе почнато за одредени недвижни објекти од територијата	Институции од културата други засегнати страни	План на активности и реализација	континуирано	Пресметка согласно активностите
Детално целно истражување на неопипливото културно наследство на регионот	Институции од културата Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Целосна дигитализација на веќе создадените фондови и архиви на културното наследство на регионот	Институции од културата Регионални и општински власти Можност за вклучување на главните субјекти од приватниот сектор на туризмот	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите

Табела 11-4 Мapiрање на регионот

Мерка	Мapiрање на регионот			
Образложение/концепт	Мapiрањето на регионот со цел негово претставување како заедничка средина за развој и промоција на културниот туризам			
Клучни активности	Носители	Мониторинг (мерење на резултатите)	Приоритети и временска рамка	Финансирање /ресурси
Изработка на ГИС модели на културното наследство и пропратната туристичка инфраструктура и туристичка понуда	Општини во дефинираното подрачје ТКРПКТ ОТКТ	План на активности и реализација	Сите поставени активности може да се означат како приоритетни	Пресметка согласно активностите

Табела 11-5 Развој на претставувачки културно-туристички производи и услуги

Мерка	Спроведување на мерките за поврзани со претставувањето на културното наследство - Развој на претставувачки културно-туристички производи и услуги			
Образложение/концепт	Дадените мерки за развој на културниот туризам дадени со Стратегијата потребно е да се разработат темелно и да бидат реализирани			
Клучни активности	Носители	Мониторинг (мерење на резултатите)	Приоритети и временска рамка	Финансирање / ресурси
Развивање толкувачки презентации за одредени објекти на културно наследство	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Развивање нови културни настани со исклучиво туристички цели	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Развивање на толкувачки културно-туристички патеки во регионот	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Развивање толкувачки изложби и информативни материјали за културното наследство на регионот	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите

ПРИЛОГ 3 Воспоставување на комуникација за промовирање и приближување на наследството до бизнисот

Комуникацијата за промовирање и приближување на наследството до бизнисот (градење на високо ниво на свесност за потенцијалот на одржливи и културно-ориентирани активности за туризам, итн.) може да се реализира преку задачи и клучни активности. Задачите и клучните активности се дадени во табелите подолу.

Табела 11-6 Обезбедување информации и маркетинг на туристичките услуги и производи засновани врз културното наследство во регионот

Мерка	Спроведување на мерките поврзани со обезбедувањето соодветна средина за развој на одржлив туризам заснован врз културното наследство на целниот регион – Обезбедување информации и маркетинг на туристичките услуги и производи засновани врз културното наследство во регионот			
Образложение/концепт	Дадените мерки за развој на културниот туризам дадени со Стратегијата потребно е да се разработат темелно и да бидат реализирани			
Клучни активности	Носители	Надзор (мерење на резултатите)	Приоритети и временска рамка	Финансирање /ресурси
Обезбедување информации заа културниот туризам - Туристичко информативни центри	Клучни и заинтересиран и субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Професионален маркетинг на производите на културен туризам на регионот	Клучни и заинтересиран и субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Интегрирање на развојот на одржливиот туризам заснован врз културното наследство на регионот во сите плански и стратешки документи во однос на територијата	Клучни и заинтересиран и субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите

Табела 11-7 Развој на туристичка културна агенда за целниот регион

Мерка	Спроведување на мерките поврзани со директното користење на културното наследство за туристички цели - Развој на туристичка културна агенда за целниот регион			
Образложение/концепт	Дадените мерки за развој на културниот туризам дадени со Стратегијата потребно е да се разработат темелно и да бидат реализирани			
Клучни активности	Носители	Мониторинг (мерење на резултатите)	Приоритети и временска рамка	Финансирање /ресурси
Претворање на постоечки културни настани во туристички	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Развивање нови културни настани со исклучиво туристички цели	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите

Табела 11-8 Нудење интегриран производ на одржлив туризам заснован на културното наследство на регионот

Мерка	Спроведување на мерките за поврзани со претставувањето на културното наследство – Нудење интегриран производ на одржлив туризам заснован на културното наследство на регионот			
Образложение/концепт	Дадените мерки за развој на културниот туризам дадени со Стратегијата потребно е да се разработат темелно и да бидат реализирани			
Клучни активности	Носители	Надзор (мерење на резултатите)	Приоритети и временска рамка	Финансирање /ресурси
Таргетирање на целните групи на кои ќе се нуди производот	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Креирање на веб страни и нивно одржување	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Печатење на материјали за промоција	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Користење на интернет портали и социјални мрежи за промоција на интегриран туристички производ	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите

Табела 11-9 Реконструкција, зачувување и одржување на објектите на културно наследство во регионот

Мерка	Спроведување на мерките поврзани со директното користење на културното наследство за туристички цели - Реконструкција, зачувување и одржување на објектите на културно наследство во регионот			
Образложение/концепт	Дадените мерки за развој на културниот туризам дадени со Стратегијата потребно е да се разработат темелно и да бидат реализирани			
Клучни активности	Носители	Надзор (мерење на резултатите)	Приоритети и временска рамка	Финансирање /ресурси
Подобрување на состојбата на изложени објекти на културно наследство каде што е потребно	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Обезбедување постојано и соодветно одржување на објектите на културно наследство што во моментот се во (релативно) добра состојба	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ туризам Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите

Табела 11-10 Ставање на објектите на културно наследство од регионот во состојба погодна за туристички посети

Мерка	Спроведување на мерките поврзани со директното користење на културното наследство за туристички цели - Ставање на објектите на културно наследство од регионот во состојба погодна за туристички посети			
Образложение/концепт	Дадените мерки за развој на културниот туризам дадени со Стратегијата потребно е да се разработат темелно и да бидат реализирани			
Клучни активности	Носители	Надзор (мерење на резултатите)	Приоритети и временска рамка	Финансирање /ресурси
Изложеност на подвижни материјални предмети од културното наследство	Институции од културата Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите
Социјализација на недвижни опипливи предмети на културно наследство	Клучни и заинтересирани субјекти од јавниот и приватниот сектор	ТКРПКТ ОТКТ Работни планови и проекти	континуирано	Пресметка согласно активностите

ПРИЛОГ 4

Листа на веб страни за пристап до општините во прекуграничниот регион и линкови за одредени страни или документи поврзани со културата и туризмот

Општини регион Ќустендил Република Бугарија	Веб страна	Страници / документи за култура и туризам
Бобов Дол	http://new.bobovdol.eu/	При пребарувањето на официјалната веб страница не се лесно видливи информации за култура и туризам или нема одделни информации за културата и туризмот Има дел стратешки приоритети http://new.bobovdol.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=8
Бобошево	https://obshtina-boboshevo.eu/	Туризам и култура https://obshtina-boboshevo.eu/%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0-%D0%B8-%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D1%8A%D0%BC/
Дупница	http://www.dupnitsa.bg/	При пребарувањето на официјалната веб страница не се лесно видливи информации за култура и туризам или нема одделни информации за културата и туризмот Има план за развој на Дупница http://ipgvr.dupnitsa.bg/

Кочериново	http://www.ob-kocherinovo.bg/	дел образование и култура http://www.ob-kocherinovo.bg/Table/%D0%9E%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%B8-%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0/
Кустендил	http://www.kustendil.bg/	За туризам – инфомации и правила за туристичкиот сектор http://www.kustendil.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=140&Itemid=0 информации за култура http://www.kustendil.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=105&Itemid=0
Невестино	http://www.obshtinanevestino.kncity.info/	Туризам, посебна подстраница http://www.obshtinanevestino.kncity.info/index.php/municipality/turizam
Рила	http://www.grad-rila.bg/	Туризам http://www.grad-rila.bg/turizam култура http://www.grad-rila.bg/kultura
Сепарева Бања	http://saparevabanya.bg/	Има дел за туризам на официјалната веб страница /пет посебни дела за туризам
Трекљано	http://www.trekliano.eu/	При пребарувањето на официјалната веб страница не се лесно видливи информации за култура и туризам или нема одделни информации за културата и туризмот План за развој http://trekliano.eu/plan-za-razvitie.html

Забелешка: линк преку кој најлесно се стигнува до веб страните на општините е преку веб страната на Националната асоцијација на општини - <http://www.namrb.org/members> и <http://www.namrb.org/chlenove>

Општини Североисточен плански регион Република Северна Македонија	Веб страна	Страници / документи за култура и туризам
Крива Паланка	https://www.krivapalanka.gov.mk/	При пребарувањето на официјалната веб страница не се лесно видливи информации за култура и туризам или нема одделни информации за културата и туризмот
Кратово	https://www.opstinakratovo.gov.mk/	Туризам http://www.opstinakratovo.gov.mk/?page_id=1186 култура http://www.opstinakratovo.gov.mk/?page_id=96
Ранковце	https://rankovce.gov.mk/	Како под профил на официјалната веб страница на општината, има една страна текст за културно наследство https://rankovce.gov.mk/kulturno-nasledstvo/
Куманово	https://kumanovo.gov.mk/	При пребарувањето на официјалната веб страница не се лесно видливи информации за култура и туризам или нема одделни информации за културата и туризмот
Липково	https://komunaelikoves.gov.mk/faqja/ https://komunaelikoves.gov.mk/mk/	Стратегија за развој на туризмот до 2019 http://www.komunaelikoves.gov.mk/wp-content/uploads/turizem/Strategija-mk.pdf
Старо Нагоричане	http://www.staronagoricane.gov.mk/	При претрагата не се лесно видливи информации за култура и туризам или нема одделни информации за културата и туризмот

Овој План за комуникација е развиен во рамките на проектот СВ006.2.23.044: „Туризам кој придонесува за културното наследство во прекуграничниот регион Бугарија – Македонија“, проект кофинансиран од страна на Европска Унија преку Интерег- ИПА Програма за прекугранична соработка меѓу Републиките Бугарија и Поранешна Југословенска Република Македонија. Одговорноста за ставовите изразени во неа ја сноси изготвувачот, и воопшто не ги одразуваат гледиштата на Европската Унија или Управниот орган на Програмата.



This project is co-financed by the European Union
through the Interreg - IPA CBC Programme
Bulgaria - The former Yugoslav Republic of Macedonia

