



Project title: "A CULTURE HERITAGE-FRIENDLY TOURISM IN CROSS-BORDER REGION BULGARIA - MACEDONIA" Ref: CB006.2.23.044

КОМУНИКАЦИОНЕН ПЛАН ЗА ПРОМОЦИЯ НА СЪВМЕСТНО ТЪЛКУВАНЕ И ИЗПОЛЗВАНЕ НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО

в рамките на проекта

ТУРИЗЪМ, БЛАГОПРИЯТСТВАЩ КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО В ТРАНСГРАНИЧЕН РЕГИОН БЪЛГАРИЯ-МАКЕДОНИЯ (CB006.2.23.044)

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

Договор №: PD-02-29-165 / 12.07.2019 година

Проектът се осъществява от

**Фондация за развитие на малки и средни предприятия в
партньорство с Кюстендилска търговско-промишлена палата**

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



European Union



**КОМУНИКАЦИОНЕН ПЛАН
НА ТРАНСГРАНИЧНАТА СТРАТЕГИЯ
ЗА СЪЗДАВАНЕ НА СРЕДА ЗА РАЗВИТИЕ НА
ТУРИЗЪМ, С ПОДКРЕПА ЗА ОПАЗВАНЕ НА
КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО**

*Заедно да тълкуваме нашето културно наследство, за
да изградим нашето бъдеще*

Комуникационният план е изработен от:

Балкан Девелопмент Солутионс БДС ООД Скопие

Февруари, 2020 година

СЪДЪРЖАНИЕ

1	ВЪВЕДЕНИЕ.....	4
2	ОПРЕДЕЛЕНИЯ	5
3	ЦЕЛИ И ИДЕИ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН.....	6
4	ВАЛОРИЗАЦИЯ НА КУЛТУРНИТЕ РЕСУРСИ И СВЪРЗВАНЕ НА ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ ЗА КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ	8
5	ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ.....	11
5.1	Вътрешни целеви групи - свързани с изпълнението на стратегията.....	11
5.2	Външни целни групи – свързани с насърчаване на програмата.....	12
5.3	Предводители (Форранери - Forerunners).....	13
5.4	Носители на Комуникационния план.....	14
6	ПРИНЦИПИ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН.....	15
6.1	Принцип на прозрачност	15
6.2	Принцип на координация	15
6.3	Принцип на отговорност	15
7	КАНАЛИ НА КОМУНИКАЦИЯ	16
8	ДЕЙНОСТИ ЗА ПОСТИГАНЕТО НА ОБЩАТА КОМУНИКАЦИОННА ЦЕЛ.....	20
9	ДЕЙНОСТИ ЗА ПОСТИГАНЕТО НА СПЕЦИФИЧНИТЕ КОМУНИКАЦИОННИ ЦЕЛИ	28
9.1	Създаване на комуникация за насърчаване на ролята на културното наследство за устойчиво развитие.....	28
9.2	Създаване на комуникация за обмен на иновационни технологии и политики за насърчаване на наследството	32
9.3	Създаване на комуникация за насърчаване и доближаване на наследството до бизнеса	34
10	ИЗПЪЛНЕНИЕ И ИНДИКАТОРИ ЗА МОНИТОРИНГ	38
10.1	Изпълнение.....	38
10.2	Мониторинг	39
11	ПРИЛОЖЕНИЯ.....	42

1 ВЪВЕДЕНИЕ

Комуникационният план се фокусира върху сътрудничеството и върху елементите и начините на общо туристическо търлуване и използване на културното наследство при изпълнението на *Трансграничната Стратегия за създаване на среда за развитие на туризъм, с подкрепа за опазване на културното наследство* (наричан за кратко *Стратегия*) която се отнася на два трансгранични региона: административната област Кюстендил в Република България и Североизточен плански регион в Република Северна Македония, който включва териториите на 15 общини.

Комуникационният план обхваща целия период на изпълнение на Стратегията.

Целта е чрез него на специфичните целеви групи да се посочи за стойността и въздействието на Стратегията, както и на дейностите, които могат и трябва да се предприемат за нейното успешно изпълнение, както и да се открият елементи и начините на свързване / комуникация между основните заинтересовани страни за поддържане и развитие на културното наследство.

Една от предпоставките за успешна и качествена реализация и изпълнение на стратегията е да се информират всички, както страните, отговорни за развитието, така и всички заинтересовани страни, за ценностите и дейностите, в които трябва да се ангажират всички ключови заинтересовани страни, чрез идентифициране на нови модели реалистични, приложими дейности за културно наследство в туристическия сектор, но също така и предприемане на действия за промяна на поведението както на местното население, така и на бъдещите посетители.

Следователно този документ е разработен, за да помогне на общата туристическа интерпретация и използването на начини за използване на наследството за туристически цели, чрез вече установени констатации и насоки, дадени в Стратегията, в които препоръчаният интервенционен модел за развитието на културния туризъм в трансграничния регион е прилагането на принципите на търлуване на наследството на всички нови услуги и продукти, базирани на културата.

Документът е разработен в съответствие със спецификата на целевите групи за постигане на баланс между интереси, мнения и очаквания по отношение на културното наследство.

Комуникационният план предлага конкретни мерки / дейности, които ще позволят главно безпроблемна комуникация между заинтересованите страни, което ще даде възможност за постигане на стратегически цели чрез систематична, последователна и координирана работа за постигане на целите и дейностите на Стратегията.

2 ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Определенията и терминологията, използвани в Комуникационния план, са също толкова важни, колкото и Стратегията:

Туризм – според Световната туристическа организация туризм означава „дейности за хора по време на престоя им извън постоянното място на пребиваване за по-малко от една година, свързани с развлечения, работа или други цели“.

Културен туризм – по-широкото и най-известно определение на този термин е „туризм, чиято цел е да види / посети / срещне / общува с културното наследство на определена туристическа дестинация“.

Наследство – от тясното (персонализирано) значение, което може да се намери в признати международни речници и обикновено означава „собственост, която може да бъде получена и предадена на други“, наследството на по-големи групи хора може да се разбира като материалните и нематериалните ценности, които сме придобили от предишни поколения и / или са ценни за предаване на следващите поколения. Разбира се, самото използване на думата ценност означава, че разбирането на общо наследство няма да е едно и също за различните членове на дадена група хора. Тук обаче времето действа като коректив и естествено избира ценности от по-голямо значение. Всичко това е при условие, че самата човешка дейност не уврежда или унищожава места или обекти на наследството.

Културно наследство – в горното определение ще добавим обяснението, че говорим за ценностите на материалната или нематериалната човешка култура.

Туристически продукт – комбинация от всички основни (настаняване, кетъринг, транспорт) и допълнителни (възможности за свободното време, преживявания, атракции) туристически услуги на дадено място. Когато акцентът е върху услуги, базирани на културно наследство, можем да говорим за културно-туристически продукт или продукт на културен туризм.

Устойчив туризм – напоследък този термин често се злоупотребява, тъй като е модерен и дава известна добавена стойност на документи, планове, стратегии, проекти и т.н. В най-простата си дефиниция това означава туризм, който не уврежда ресурсите си (особено природното и културното наследство), като в същото време носи икономически ползи за местните общности.

„Обекти“ на културно наследство са всички недвижими обекти (църкви, праисторически селища), движими предмети (археологически разкопки, музейни експонати) и нематериално наследство (народни песни и танци).

Тълкуване на наследството е превод на фактическа информация за наследството на език, който е интересен и разбираем за обществеността. Това означава, че тълкувача не учи обществеността и не информира за местоположение, но доставя съобщения за стойността на това място, като забавлява обществеността.

3 ЦЕЛИ И ИДЕИ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН

Комуникационният план е във функция на „Трансграничната Стратегия за създаване на среда за развитие на туризма с подкрепа за опазване на културното наследство“.

Комуникационен план представлява инструмент за насърчаване и признаване на ползите от подобряването на предпоставките за развитие на туризма, основани на културното наследство в трансграничния регион (административна област Кюстендил от страна на Република България и Североизточния плански регион от страна на Република Северна Македония), между местните власти и туристическия бизнес сектор и други заинтересовани страни.

Потенциалите, създадени чрез създаването на културно-туристическите продукти и тяхната експлоатация, могат да бъдат постигнати само чрез планиран и координиран подход към развитието на културно-туристическите продукти от всички заинтересовани страни в региона.

При определянето на целите на Комуникационния план следва да се вземат предвид общите и специфични стратегически цели на Стратегията и възгледът, че развитието на културните и туристическите продукти и инициативи трябва да е от полза за туристическия сектор, както и за културния сектор и за общността като цяло в трансграничния регион.

Стратегията също препоръчва нов иновативен модел за развитие на културен туризъм в трансграничния регион чрез прилагане на принципите за тълкуване на наследството на всички нови културно базирани услуги и продукти.

За начало, добре е да се използва съществуващото търсене и да се пристъпи към повишаване на степента на удовлетвореност на туристите и посетителите от офертата на обмислени културно туристически продукти, чрез обогатяване на продукта с прилагане на принципите на тълкуване на наследството, което би насърчило желанието да научат за нови неща и да останат по-дълго на дадената дестинацията, което би увеличило потреблението им и в същото време да популяризира дестинацията, като богата на културни дейности.

Следвайки горното, се определят следните цели на Комуникационния план:

ОБЩА КОМУНИКАЦИОННА ЦЕЛ - Повишаване на информираността на заинтересованите страни и обществеността за значението и възможностите, които отваря регионалното свързване и мрежи въз основа на разработването на общи регион за културен туризъм като бенифит за всички.

СПЕЦИАЛНИ КОМУНИКАЦИОННИ ЦЕЛИ

- 1) Установяване на комуникация за насърчаване на ролята на културното наследство за устойчивото развитие;

- 2) Създаване на комуникация за обмен на иновационни технологии и политики за насърчаване на наследството, което стимулира регионалното сътрудничество и взаимодействие; и
- 3) Създаване на комуникация за насърчаване и доближаване на наследството до бизнеса

Основното послание на комуникационния план е:

Заедно да тълкуваме културното наследство, за да изградим нашето бъдеще

4 ВАЛОРИЗАЦИЯ НА КУЛТУРНИТЕ РЕСУРСИ И СВЪРЗВАНЕ НА ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ ЗА КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ

За да може Комуникационният план да предложи елементи и начини за комуникация за обща интерпретация на туризма и използване на културното наследство при прилагането на Стратегията, възможностите за местно развитие в трансграничния регион следва да бъдат разгледани чрез валоризация на културните ресурси и свързване на съответните туристически сектори - културния бизнес, както и съществуващите недостатъци и рискове, засягащи динамиката на развитието.

Възможностите могат да послужат като първоначални основни стъпки за създаване на среда за използване на културните ресурси, а идентифицирането на слабостите и рисковете от развитието на културните ресурси може да допринесе за ускоряване на развитието, ако същите се разберат правилно и непрекъснато се преодоляват и намаляват.

Стратегията анализира по-подробно възможностите за валоризация на културните ресурси и свързване на родните бизнес сектори с туристическата култура в граничния регион..

Ролята на Комуникационния план е да осигури комуникация между заинтересованите страни при използване на възможностите, преодоляване на слабостите и намаляване на рисковете.

Таблиците по-долу предоставят систематичен преглед на резултатите от Стратегията, свързани с развитието на комуникационния план:

Таблица 4-1: Положителни страни за валоризация на културното наследство

	Положителни страни
1	Съществуване и разработване на стратегии и политики за местно развитие
2	Необходимостта от сътрудничество и работа в мрежа е осъзната
3	Осъзнато е значението на човешките ресурси за развитието на културния туризъм, както и значението на професионалната квалификация, подготвеността, сътрудничеството и работата в мрежа
4	Разбрана е необходимостта от възможно най-пълно проучване и документиране на всички видове обекти за наследство
5	Осъзната и отбелязана необходимост от поддръжка, правилна експозиция, достъпност и предоставяне на подходяща информация за посетителите
6	Взети са предвид тенденциите на съвременния туризъм, както и търсенето на интегрирани туристически продукти
7	Обърнато е внимание на маркетинговите и промоционални дейности, особено с позоваване на съвременни аспекти като интернет портали и социални мрежи

Таблица 4-2: Слаби страни за валоризация на културното наследство

	Слаби страни
1	Наличие на слаби междусекторни връзки. Общините са носители на стратегически визии за развитие и имат силата да създават условия, в които бизнесът може да функционира, но не е тяхна работа да развиват бизнес като туризъм.
2	Много от добре планираните дейности и мерки остават на хартия, т.е. планирането и стратегическите документи са само препоръка
3	Бизнесът, включително потенциалните доставчици на услуги сред местните общности, често пренебрегва стратегиите и политиките за местно развитие; не виждат "голямата картина"
4	Не се използват налични средства за защита на културни обекти, чрез трансгранични или други проекти за сътрудничество
5	Липса на утвърдени начини за привличане на туристи в региона, поради които туристическите посещения остават на ниско ниво
6	Лошо състояние на част от съоръженията, които поради недостатъчни грижи са намалени до степен на невъзможност за уреждане и пакетиране като туристически продукт
7	Неадекватно прилагане на сътрудничеството между заинтересованите страни и създаването на мрежи или прилагането при необходимост

Таблица 4-3: Рискове за успешна валоризация на културното наследство

	Рискове за успешна валоризация на културното наследство
1	Рискове от гледна точка на външната среда
2	Институционално занемаряване на обектите Пренебрегване на необходимостта от запазване на определени обекти на културното наследство от името на компетентните държавни органи както в Република България, така и в Република Северна Македония. Лошото състояние на някои културни обекти в целевия регион се дължи именно на такова институционално занемаряване.
3	Наличие на монопол върху управлението на културното наследство, който поставя ограничения за предварителна валоризация - например невъзможността за отваряне на частни музеи в Република България
4	Сложни административни процедури за управление на музейни дейности и др. културни дейности
5	Вандализъмът като риск, във всичките му форми. Тук говорим за плячкосване и унищожаване на недвижими културно-исторически обекти; хулиганство срещу добре известна инфраструктура за посетители; трансформация на екземпляри от нематериално наследство до нивото на масовата култура и т.н.
6	Външен натиск за устойчиво развитие на туризма в региона, който е изложен на риск, когато има силен икономически интерес към ресурсите на дадена местна общност, без да се грижи за тези общности или тяхното природно или културно наследство
7	Развитие на неустойчив туризъм, който заплашва местните ресурси, а понякога и начина на живот на местните общности

Както се вижда от резултатите от анализа на културното наследство на целевия регион, съдържащ се в Стратегията, те са ориентирани към оценка на потенциалите и възможностите за устойчиво развитие на туризма, което е от съществено значение за културния туризъм.

От гореизложеното ясно се вижда, че по същество Комуникационният план трябва да бъде в основата на разработването на идеята за създаване на регион, съдържащ съвместни програми за развитие на културния туризъм.

Това, което е налично в момента, е обхванато организационно и се отнася само за конкретна местна среда.

Има много възможности, както и предизвикателства. Ако те се вземат като солидна основа за създаване на по-нататъшни дейности, но преди всичко, чрез надминаване една на друга и реалистично определяне на приоритети за началото на развитието, като същевременно се използват инструменти като използването на „най-добри практики“, е възможно, в не толкова далечно бъдеще, за да станем свидетели на солидно защитено културно наследство, готово за представяне пред регионалната, европейската и световната общественост, като място, достатъчно ценно, за да предаде историята на развитието и културата на определено население, което културно се издига върху една сравнително взаимосвързана територия, като същевременно успешно запазва своята уникалност и стойност.

5 ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ

Комуникационният план има за цел да определи стъпките за комуникация между основните заинтересовани страни и тяхната роля и отговорност при изпълнението на дейностите, предвидени в Стратегията, както и срока за реализиране на тези стъпки.

Както знаем, едно от най-големите предизвикателства на всеки стратегически документ е неговата реализация.

Как да попречим на този документ да стане просто още един нереализиран списък с желания?

Преди всичко е важно да се създадат предпоставки за постигане на поставените цели.

Най-напред трябва да се работи за мобилизиране и организиране на съответните социални фактори, отговорни за грижата и развитието на местните общности и връзката им с лицата, отговорни за развитието на туризма в региона.

Следователно засегнатите страни могат да бъдат разделени на две целеви групи, а именно:

- 1) **Вътрешни целеви групи**
- 2) **Външни целеви групи**

По-долу е обяснена необходимостта от този тип разделение на целевите групи, за да се разграничи и определи отговорността на всяка от тях, но и подходът към комуникацията.

5.1 Вътрешни целеви групи - свързани с изпълнението на стратегията

5.1.1 Публичен и граждански сектор

Тази група от заинтересовани страни включва онези, които биха имали една от основните роли в прилагането на стратегията и по този начин са най-важните за Комуникационния план, а това са местните власти.

Стратегията обхваща териториите на 15 общини:

- В Република България девет (9) общини: Бобов Дол, Бобошево, Дупница, Кочериново, Кюстендил, Невестино, Рила, Сепарева Баня, Трекляно.
- В Република Северна Македония шест (6) общини: Крива Паланка, Кратово, Ранковце, Куманово, Липково и Старо Нагоричане.

Въпреки че не носят отговорност за развитието на туризма, те са отговорни за създаването на местно развитие. Като се има предвид, че организацията вече е добре създадена и на регионално ниво вече има установено сътрудничество между двете страни, ние вярваме, че те биха били първоначалната връзка, която може да бъде

използвана за създаване на допълнителни стъпки за прилагане на Стратегията.

Освен това тази група включва компетентните институции за поддържане и опазване на културното наследство и запознаване с възможностите за защита и превенция на същото.

Има и образователни институции, културни институции, музеи, театри, библиотеки, културни центрове, както и здравни заведения, които ще стават все по-важна част от развитието на туристическите оферти.

Групата включва също неправителствени организации, които могат да играят важна роля за свързване на трансграничния регион чрез проекти за насърчаване на културния туризъм и култура като цяло и религиозни организации в Република България и Република Северна Македония, като се има предвид принадлежността на някои сгради - църкви, манастири и джамии - които са важни за развитието на културния туризъм в този регион.

5.1.2 Икономически и социални партньори

Тази целева група играе важна роля като посредник между институциите, които ще прилагат стратегията. Представяйки потенциални потребители, както и клиенти, тези партньори са потенциални насърчители на цялостния процес. За да се осигури тяхното включване в кампанията за повишаване на обществената осведоменост, се планира организирането на серия от специални срещи и семинари / кръгли маси..

В групата на икономическите и социалните партньори ще ги споменем също:

- Бизнес сектор (туристически агенции, хотелиерство, кетъринг и други съоръжения за настаняване, занаятчии, производители, дистрибутори, таксиметрови услуги, коли под наем и други заинтересовани страни).
- социални партньори (сдружения на работодатели, синдикати, туристически клъстери, бизнес клъстери, независими театрални и актьорски групи, културни и артистични дружества и др).

5.2 Външни целеви групи - свързани с насърчаване на програмата

5.2.1 Медии

Предвид факта, че тази целева група ще има голямо влияние върху всички останали целеви групи, усилията от самото начало ще се съсредоточат върху установяване на положителни отношения с медиите, за да се осигури подкрепа за идеи за развитие на културен туризъм като един от отраслите на развитие на трансграничния регион, но и по-широка информация за обществеността.

5.2.2 Широката общественост

Подкрепата от страна на обществото в реализирането на дейностите, насочени към развитието на културния туризъм и как тя е важна връзка в създаването на туристическа дестинация.

Повишаване на осведомеността на местното население за значението на културата и превръщането ѝ в туристически продукт и как тя допринася за успешното реализиране на планираните програми.

Кампаниите за повишаване на осведомеността сред широката общественост за значението на културния туризъм могат да допринесат за активното участие на отделните партньори в изпълнението на програми и проекти.

5.2.3 Посетителите

Комуникацията с посетителите¹, било то туристи² или излетници³, е ключна за развитието на културния туризъм.

5.3 Предводители (Форранери - Forerunners)

Тъй като се счита, че с по-голямата част от заинтересованите страни е била установена връзка по време на създаването на стратегията и че са видели необходимостта от сътрудничество и работа в мрежа, считаме, че са изпълнени минималните условия за изпълнение.

За постигането на определените цели обаче е необходимо много повече, в условия, когато все още няма официален орган за връзка и координация.

На първо място са необходими ЛИДЕРСТВО и проактивност на ключови заинтересовани страни, в случая туристически бизнеси, Североизточен регион в Република Северна Македония, област Кюстендил в Република България, петнадесет общини в трансграничния регион и културните институции, работещи в него.

Веднага след това, ключова роля играят медиите, образователните институции, религиозните институции, здравният сектор, неправителственият сектор и други бизнеси, пряко свързани с развитието на туризма като цяло.

Въпреки това, основният двигател са хората, мотивирани и упорити хора с визия и отдаденост, готови за обучение и сътрудничество, свързване и преодоляване на тесните

¹ **Посетител** – термин, който се отнася до всяко лице, което по някаква причина, различна от извършване на дейност, посещава чужда държава (или друго място в страната, което не е мястото му на постоянно пребиваване). Според Световната туристическа организация посетителите могат да бъдат туристи и излетници.

² **Турист** - посетител, който осъществява най-малко една нощувка в хотел или друг обект за нощувка извън неговото постоянно местоживее

³ **Излетници** – посетители (местни или чуждестранни), които не използват настаняване в мястото, което посещават, т.е. не останали да пренощуват (посетители за един ден)

интереси, т.е. разпознаване на личния интерес в общия интерес, но и готови за жертва и търпение в очакване на резултатите.

Но разбира се, това не изключва отговорността и потенциала на частния сектор да бъде създател на положителни промени, още повече, защото се счита, че се създават идеални условия за развитие, когато всички сектори, както публичните, така и частните, както и неправителственият сектор с общи усилията ще бъдат насочени към конкретна цел за развитие. Но практиката показва, че това няма да се случи само по себе си.

Следователно, ако се очаква успешното прилагане на документите за развитие, във всеки от тези сектори или поне в някои от тях са необходими водещи хора, които ще създадат критичната маса, необходима за започване на работа. Винаги има нужда от първоначална група или сърцевина от човешки ресурси, които да насърчават промените и трансформацията.

5.4 Носители на Комуникационния план

Като се има предвид, че няма общ орган за управление на дестинации в граничния регион, нито местни или регионални организации за управление на дестинациите, основните носители могат да бъдат заинтересованите страни - предводители.

За начало може да бъде идентифицирана неформална група от заинтересовани страни, но предложението е допълнително да се идентифицира / създаде Комуникационен орган, който ще има ролята на координатор и насърчител на мерките и резултатите, постигнати от всяко отделно действие, и в същото време да идентифицира / също така образува т. нар. Оперативен орган за културен туризъм, който ще бъде орган за стартиране на важни туристически проекти в съответствие със стратегията за културен туризъм.

Освен това, този комуникационен план може да бъде използван от всички заинтересовани страни, които имат интерес да прилагат Трансграничната стратегия за създаване на среда за развитие на туризма, с подкрепа за опазване на културното наследство.

6 ПРИНЦИПИ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН

Комуникационният план се основава на следните принципи:

6.1 Принцип на прозрачност

Според принципа на прозрачността информацията за настоящата ситуация, решенията и начина на работа трябва да бъде достъпна, видима и разбираема за всички заинтересовани страни, които ще участват в процеса на развитие на културния туризъм.

Прозрачността е това, което трябва да накара страните да се сблъскат с реалната ситуация на място и да станат по-отговорни, т.е. необходимо е да се даде възможност принципът на отговорност да бъде приет еднакво от всички заинтересовани страни.

6.2 Принцип на координация

Всички дейности, които трябва да бъдат предприети за успешното изпълнение на комуникационния план, трябва да бъдат координирани или хармонизирани, за предпочитане в един център.

Координацията бележи процеса на интегриране на дейностите и целите на отделните заинтересовани страни с цел по-ефективно постигане на целите на комуникационния план.

6.3 Принцип на отговорност

Всяка от заинтересованите страни, участващи в изпълнението на дейностите по реализиране на комуникационния план, трябва да отговаря за процедурите на определените лица за координация и изпълнение на дейностите, като носи ясна отговорност за всички процедури, както за участващите лица, така и за самите ръководители / мениджъри за успеха или неуспеха в изпълнението на поставените задачи.

Всяка от заинтересованите страни носи своята отговорност за успешното изпълнение на дейностите и не може да бъде делегирана или прехвърлена на отговорността на другите заинтересовани страни.

7 КАНАЛИ НА КОМУНИКАЦИЯ

Комуникационният план включва използването на различни комуникационни канали за постигане на целите на Плана и Стратегията:

1) Класически разговор - Комуникация „един на един“

Най-често срещаната комуникация „един на един“ все още се счита за един от най-ефективните начини за предаване на качествено съобщение.

Всички заинтересовани страни могат лично да поискат необходимата информация и да я получат, чрез пряка комуникация с посочените лица за комуникация.

В класическата комуникация „един на един“, при която комуникацията е с ограничен брой хора, които общуват помежду си или се състои в комуникация при посещение на събития, лекции, семинари и др., съществува възможност за много качествено предаване на информация, както и събиране на обратна връзка.

2) Телефонен разговор (Viber, Whatsup, Skype, Messenger ...) - има ефекти, подобни на тези на класическия разговор.

Този начин на комуникация се състои в бързо и широко предаване на информация на всички заинтересовани страни. Той се превръща във все по-важен канал за комуникация поради доминирането на комуникацията чрез Интернет.

Особено подходящ начин за бързо и видимо насърчаване и обмен на информация и мнения.

3) Е-поща: Много ефективен комуникационен канал „един -на-един“.

Този комуникационен канал е подходящ за директна комуникация, като се има предвид възможността за прехвърляне на информация в официален имейл на определени партньори и е ефективен начин за масово разпространение на информация.

Не е добре да се използва като техника за популяризиране, като се има предвид, че най-често този тип съобщения през този комуникационен канал, някъде дори над 95% от всички изпратени съобщения, са СПАМ.

С течение на времето става все по-трудно да се изпращат имейли до множество имейл адреси, именно поради проблема с филтрирането на СПАМ съобщения.

4) Класически медии:

Днес класическите медии все още имат своето значение, но за всеки отделен носител поотделно (отделна телевизия, отделно списание, радиостанция и т.н.).

Когато използвате тези канали, винаги е добре да измерите предварително какви са специфичните ползи от такъв начин на комуникация с определена целева група и

посланието, което искате да предадат, като се има предвид, че по-младите поколения използват тези медии много малко, за да получат информация, когато има отворени канали за комуникация чрез Интернет медии.

5) Интернет медии: Като канали за комуникация могат да се използват и различни уебсайтове за класически медии или самостоятелни мрежови медии, които произвеждат собствено съдържание или прехвърлят друго медийно съдържание.

Но и тук, както и в случая с класическите медии, е необходимо предварително да се измери колко е конкретната полза, която може да се получи чрез използването на различни техники за популяризиране, чрез конкретна медия.

6) Интернет-платформи (включително социални медии):

Интернет платформите са услуги, които не създават собствено съдържание като (онлайн) медия. Те използват съдържание, генерирано от потребители (UGC) и целят да постигнат определено качество на потребителското изживяване при използване на такива комуникационни канали.

Най-популярните мрежови платформи са Google, Facebook и други социални медии, които са сред най-посещаваните уебсайтове в света.

В момента онлайн платформите се очертават като най-важните канали за комуникация за търговската употреба на техники за популяризиране в контекста на постигане на бизнес целите на компаниите.

7) Използване на уебсайтове:

Създаването на обща интернет страница или използването на вече съществуващите сайтове на свързаните партньори се разглежда като успешен начин за предаване на информация и насърчаване.

Един или повече уебсайтове, собственост на партньорите, участващи или притежавани от контролирани от тях акаунти в социални медии, включително различни видове търговски медии, които могат да бъдат генерирани (например блог), също могат да бъдат полезен канал за комуникация.

Въпреки това в този случай интернет страниците на съответните партньори е най-важният канал за комуникация на същите и трябва да бъде централно място за "събиране" на ефектите от различни (онлайн) техники за промоция, чрез които те биха споделили както с партньорите, така и с целевите групи и обществеността, заинтересована да се запознае с техните дейности. Уебсайтове на партньори са:

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

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

Уебсайтовете трябва да се актуализират редовно, за да предават най-новата

информация.

8) Социални медии

Част от партньорите ако нямат ще открият своя страница във Facebook, а част от тях и свой собствен блог. Те ще бъдат използвани за насърчаване на Стратегията и на дейностите, обхванати от нея. Ако възникне необходимост, е възможно да се отворят Twitter и други акаунти на социалните мрежи.

9) Флаери/Листовки/ Брошури/Плакати

Създаването и отпечатването на флаери / листовки / брошури / плакати е лесен начин да се даде най-необходимата информация на потенциалните партньори и широката общественост.

Те ще предоставят основна информация за наличните програми, които подпомагат развитието на културния туризъм, получените проекти, ще информират за срока, планираните мерки, крайните потребители, обема на подкрепа, контактната информация и друга подходяща информация.

Флаери / листовки / брошури / плакати могат да бъдат разпространени веднага щом са известни всички подробности за конкретната програма.

Те ще се подготвят и раздават на различни събития, панаири, чрез институции и т.н..

10) Прес – конференции

Пресконференциите са предназначени за представители на печатни медии, радио и телевизия.

Основната им цел е да предоставят на журналистите важна информация за процеса на свързване на регионите в съвместни програми за действие, за начините на комуникация и представителство, за намеренията за съвместно представителство, за насърчаване на определени решения, програми, за публикуване на публични разговори и други подобни.

В допълнение към редовните пресконференции (свързани с някои важни дати или събития), в някои случаи могат да се провеждат спешни пресконференции за предаване на важна информация.

Целта е чрез медиите да се обмени информация за значението на Стратегията за развитие на културния туризъм и предприетите действия за нейното прилагане, както и да се доближи цялостният процес до заинтересованите страни, потенциалните партньори, широката общественост, за да се гарантира колкото е възможно по-голяма подкрепа за нейното прилагане.

11) Семинари и работни срещи за служителите в културните институции, служителите в институциите, отговарящи за предоставянето на консултантски услуги, свързани с областите на културата и туризма.

Целта е да се подготвят всички служители в тези институции за всички сегменти от изпълнението на Стратегията.

Те биха се образовали за начините на комуникация помежду си, начините за обмен и предаване на информация, публикуване на информация, за съществуването на специфични програми за подпомагане на развитието на културния туризъм и начините за осигуряване на средства за подкрепа чрез тях и за предаване на информация до потенциални потребители.

Те също така ще отговарят за разпространението на рекламни материали през своите офиси и ще бъдат на разположение да предоставят информация на потенциалните клиенти.

В същото време те биха били връзка за получаване на обратна информация от потенциални клиенти, за да се засилят конкретни кампании, които ще се провеждат като част от промоционалните дейности.

12) Презентации на панаири, събития и др.

Представянето на съвместните културни и туристически продукти, получени в резултат на съвместни действия на страните, участващи в развитието на културния туризъм, ще бъде важна част от промоционалната кампания на региона като туристическа дестинация с развит културно-туристически продукт.

Темата на презентацията, както и нейната форма (обща или подробна информация) се определят в зависимост от вида на събитията, участниците, посетителите и др.

8 ДЕЙНОСТИ ЗА ПОСТИГАНЕТО НА ОБЩАТА КОМУНИКАЦИОННА ЦЕЛ

Общата комуникационна цел на Комуникационния план е да повиши обществената осведоменост за важността и възможностите, отворени от регионалната връзка и мрежа, основаваща се на развитието на общ регион за културен туризъм като полза за всички.

Необходимо е заинтересованите страни да подхождат съвместно към тълкуването на културното наследство.

За постигане на общата цел за комуникация заинтересованите страни поотделно или неофициалният Орган за комуникация (НОК) първоначално, а след това Координационният орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ), в сътрудничество с всички заинтересовани страни трябва да работят върху:

- 1) Осигуряване на положително възприемане на културния туризъм, чрез отразяване в медиите;
- 2) Повишаване на осведомеността за ролята и приноса на културния туризъм за цялостното развитие на трансграничния регион;
- 3) Повишаване на осведомеността и включване на специални целеви групи;
- 4) Комуникация чрез традиционните начини на комуникация (директна комуникация, дипляни, брошури и др.) или нови начини за комуникация (електронна поща, интернет връзки, социални мрежи и др.), които осигуряват достъп до информация, свързана с културния туризъм;
- 5) Избор на лица, които ще работят на информация и комуникация
- 6) Предоставяне на обща информация и контакт със страните, участващи в изпълнението на стратегията, с цел привличане на нови партньори
- 7) Предоставяне на информация за примери за добри практики и насърчаване на тяхното използване;
- 8) Предоставяне на точна и ясна информация на потенциалните потребители за възможностите за финансиране на проекти в рамките на европейските фондове и други фондове, които покриват дейности, свързани с културния туризъм;
- 9) Гарантиране на прилагането на подходящи мерки, насочени към изпълнение на изискванията по отношение на информацията и комуникацията в съответствие с регламентите на ЕС;
- 10) Непрекъснато подобряване на мерките за информация и комуникация въз основа на обратна връзка, получена чрез изследвания или директно от потребителите.

Първоначално Неформалният орган за комуникация би поел ролята на координатор и „център“ за информация.

Останалите заинтересовани страни за развитието на културния туризъм, всеки от своите компетенции, ще бъдат включени в комуникацията и информирането на заинтересованите страни, чрез различни информационни канали, с които разполагат, което би създавало база от нови партньори, но също така база от "потенциални туристи".

Въз основа на гореизложеното са предвидени следните мерки за постигане на основната комуникационна цел на Комуникационния план:

Организиране на информационни събития

За да се поддържа високо ниво на информираност и комуникация и за да се насърчи непрекъснатият диалог между всички заинтересовани страни, неформалният орган за комуникация в сътрудничество със заинтересованите страни в началото, а след това Координационният орган за развитие и насърчаване на културния туризъм през цялата календарна година биха организирали поредица от информационни събития (конференции, семинари, работни срещи, инфо-дни, кръгли маси, пана, празненства, панаири и др.). Тези дейности могат да бъдат инициирани и организирани от всяка от заинтересованите страни поотделно.

Заявените дейности ще бъдат насочени към запознаване, информиране и обучение на широката общественост и други целеви групи за ползите от културния туризъм и представяне на фондове за развитие и възможности и начини за тяхното използване.

Дейност	Организиране на информационни събития
Целева група	Широката общественост, бизнес сектора, лицата, вземащи решения, медиите, носителите на информация, потребителите и потенциалните партньори
Индикативна времева рамка	непрекъснато
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой събития, брой участници
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

Създаване на уеб страници или използване на вече създадени страници от заинтересовани страни

В наши дни, когато се свързвате чрез електронни устройства, уебсайтовете са основният източник на информация и средство за пряка комуникация между заинтересованите страни.

До създаването на уебсайт за Координационния орган за развитие и насърчаване на културния туризъм вече активните страници на партньорите могат да се използват за прехвърляне на информация от общ интерес. В тях редовно ще се публикува значителна информация за вече проведените събития и техните резултати, информация

за възможностите, начините за докладване и участие в информационни събития, информация за решения, взети от компетентните институции, свързани с възможностите за използване на средства за развитие, указания. и мерки за развитие, документи важни за бизнес общността и други подобни.

Дейност	Създаване на уеб страници или използване на вече създадени страници от заинтересовани страни
Целева група	Потребители и техните партньори, широката общественост, носители на информация, бизнес сектор, отговорни лица, потенциални клиенти
Индикативна времева рамка	Непрекъснато
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой публикации
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

Разработване и разпространение на информационни и рекламни материали

Информационните материали са от съществено значение за успешното разпространение на целеви съобщения и играят важна роля в комуникацията с целевите групи.

За да се представят успешно дейностите, проектите и събитията, които имат за цел да насърчават възможностите за развитие на културния туризъм, особено важно е да се наблегне на създаването на информационни и промоционални материали.

Информационните материали включват наръчници, брошури, плакати, резюмета на добри практики, листовки и др.

Промоционалните материали включват папки, тетрадки, химикалки, тениски, значки, платнени торбички, чадъри, преносими носители със записана информация, банери и други подобни.

Разпространението на материалите ще става в рамките на информационните събития.

Дейност	Разработване и разпространение на информационни и рекламни материали
Целева група	Потребители и техните партньори, широката общественост, носители на информация, бизнес сектор, отговорни лица, потенциални клиенти
Индикативна времева рамка	Непрекъснато
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове

Показател	Брой изработени материали
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

Провеждане на медийни и информационни кампании

Провеждането на медийни и информационни кампании, платена реклама на местни, регионални и национални телевизии и радио, местни, регионални и национални печатни медии и на интернет портали ще бъде насочено към повишаване на осведомеността за значението, възможностите и приноса на културния туризъм за развитието на трансграничния регион.

Като част от рекламните дейности могат да бъдат създадени телевизионни и радио реклами, които да се показват на местни, регионални и национални телевизии и радиостанции.

Информационното съдържание и материали ще бъдат също представени и популяризирани в печатни медии на национално, регионално и местно ниво.

Интернет банери ще бъдат подготвени за интернет порталите.

Рекламата и информирането чрез печатни и електронни медии е важна част от разпространението на съобщения за широката общественост и включва създаването, производството и продукцията на телевизионни спотове, реклами, информационни публикации, пресконференции, медийни работилници и други подобни.

Всяка от заинтересованите страни също може да провежда отделни медийни кампании в рамките на своите компетенции и интереси.

Дейност	Провеждане на медийни и информационни кампании
Целева група	Потребители и техните партньори, широката общественост, носители на информация, бизнес сектор, отговорни лица, потенциални клиенти
Индикативна времева рамка	Непрекъснато
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой кампании, брой реклами
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

Провеждане на изследвания, анализ и оценка

Неофициалният орган заедно със заинтересованите страни с намерението да постигнат по-добро планиране и изпълнение на комуникационните дейности, в рамките на възможностите биха извършили проучване, анализ и оценка на същите.

Неофициалният орган за комуникация, а по-късно Координационният орган за развитие и насърчаване на културния туризъм ще извърши оценка на резултатите от прилаганите мерки и дейности за информация и комуникация.

Получените резултати ще бъдат използвани за определяне на ефективността на дейностите и инструментите за оптимизиране на дейностите за бъдещите времеви периоди.

Резултатите ще бъдат достъпни на уебсайтовете, които ще бъдат създадени, или на вече създадените от заинтересованите страни.

Проучванията на общественото биха били по теми, свързани с планирането на комуникационните дейности, с цел да се стигне до колкото е възможно повече информация, необходима за разработване на по-добра комуникация с различните целеви групи.

Това би било направено с цел да се подготвят възможно най-качествените въпроси за оценка, да се определи методологията и предмета на изследването.

Всяка от заинтересованите страни може да извършва тези дейности в рамките на своите компетенции и интереси.

Дейност	Провеждане на изследвания, анализ и оценка
Целева група	Потребители и техните партньори, широката общественост, носители на информация, бизнес сектор, отговорни лица, потенциални клиенти
Индикативна времева рамка	Веднъж годишно
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой проведени проучвания, анализи и оценки, брой публикувани резултати от проведени проучвания, анализи и оценки
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

Споделяне на информация, свързана с резултатите от оценката

Неофициалният орган за комуникация или Координационният орган за развитие и насърчаване на културния туризъм, следва да осигури обмен на информация, свързана

с резултатите от оценките, за да бъдат видими и достъпни на едно място, което би повишило нивото на използване на информация от всички участващи страни.

За тази цел тази информация ще бъде публикувана на уебсайта на Координационния орган за развитие и насърчаване на културния туризъм, т.е. в началото на един от уебсайтовете на някои от заинтересованите страни, за които членовете на неформалния орган за комуникация ще се споразумеят.

Комуникационните инструменти, които биха били използвани за споделяне на информация, свързана с резултатите от оценките, могат да включват: публикации на уебсайтовете на другите заинтересовани страни, надписи в бюлетини, публикации в печатни медии, презентации на публични събития и други подобни.

Всяка от заинтересованите страни може да извършва тези дейности в рамките на своите компетенции и интереси.

Дейност	Споделяне на информация, свързана с резултатите от оценките
Целева група	Потребители и техните партньори, широката общественост, носители на информация, бизнес сектор, отговорни лица, потенциални клиенти
Индикативна времева рамка	Непрекъснато (при необходимост)
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой съобщения, брой събития
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

Събиране на обратна информация за ефективността на прилаганите мерки за насърчаване и видимост

Неофициалният орган за комуникация или Координационният орган за развитие и насърчаване на културния туризъм, трябва непрекъснато да наблюдава резултатите от прилаганите мерки за информация и комуникация, като следи броя и качеството на публикуваните статии в печатни и електронни медии, както на местно ниво, така и на национално ниво в двете страни.

Мониторингът и събирането на информация ще бъдат основа за оценка на постигнатите резултати от осъществяването на комуникационните дейности.

Всяка от заинтересованите страни може да извършва тези дейности в рамките на своите компетенции и интереси.

Дейност	Събиране на обратна информация за ефективността на прилаганите мерки за насърчаване и видимост
Целева група	широката общественост, носителите на информация, бизнес сектора, лицата, вземащи решения, медиите
Индикативна времева рамка	Непрекъснато
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой статии, брой публикации в медиите
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

Използване на социалните мрежи (WhatsApp, Instagram, Twiter, Facebook и др.)

Неформалният орган за комуникация трябва да отвори потребителски профил в една от социалните мрежи, за да установи нов начин на комуникация с целевите групи.

Социалните мрежи като много динамични и лесно достъпни средства за комуникация трябва да осигуряват проста и качествена връзка с целевите групи. Освен това би помогнало да се предадат ключови послания на широката общественост и други целеви групи с минимални инвестиции.

Органът трябва също да разработи План за действие за използването на социални мрежи и насоки за членовете в рамките на същите за използването на мрежите, за да се гарантира динамичното присъствие на социалните мрежи след установяването на функционалността на новите комуникационни канали.

Всяка от заинтересованите страни може да извършва тези дейности в рамките на своите компетенции и интереси.

Дейност	Използване на социалните мрежи (WhatsApp, Instagram, Twiter, Facebook и др.)
Целева група	широката общественост, носителите на информация, бизнес сектора, лицата, вземащи решения, медиите
Индикативна времева рамка	Непрекъснато
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой публикации, брой приятели в социалните мрежи
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

Участие в комуникационните дейности на органа за комуникация / координация

За да бъде успешно представянето и повишаването на значението на създадения орган за комуникация / координация, е необходимо в изпълнението на дейностите да се включат всички заинтересовани страни.

Тяхното участие би придало по-голямо значение на всички дейности, които ще бъдат изпълнени, и в същото време би разширило кръга на заинтересованите страни, които могат да споделят информация.

Дейност	Участие в комуникационните дейности на органа за комуникация / координация
Целева група	широката общественост, носителите на информация, бизнес сектора, лицата, вземащи решения, медиите
Индикативна времева рамка	Непрекъснато (при необходимост)
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой събития
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

9 ДЕЙНОСТИ ЗА ПОСТИГАНЕТО НА СПЕЦИФИЧНИТЕ КОМУНИКАЦИОННИ ЦЕЛИ

За да се постигнат специфичните комуникационни цели, се предвиждат мерки, които се отнасят отделно към всяка конкретна цел и в същото време се допълват от дейностите за постигане на общата комуникационна цел.

9.1 Създаване на комуникация за насърчаване на ролята на културното наследство за устойчиво развитие

За постигането на тази конкретна цел са определени следните мерки, които са в съответствие със Стратегията:

- 1) Свързване на заинтересованите страни и определяне на ключови заинтересовани страни за насърчаване
- 2) Повишаване нивото на информираност за културния туризъм
- 3) Развитие на човешките ресурси за устойчив туризъм в региона
- 4) Повишаване на информираността на посетителите
- 5) Разработване на насоки / стратегии / планове

9.1.1 *Свързване на заинтересованите страни и определяне на ключови заинтересовани страни за насърчаване*

Свързването на заинтересованите страни и идентифицирането на ключови заинтересовани страни, отговорни за насърчаване на устойчивото развитие, е първата стъпка - дейност. Дейностите по тази мярка допълват мерките, предвидени за постигане на общата цел на комуникационния план. Виж Приложения *Таблица 11-1*

9.1.2 *Повишаване на нивото на информираност за културния туризъм*

Повишаването на нивото на информираност за културния туризъм сред потенциалните потребители от трансгранични региони, както на местно, така и на национално равнище, предимно за важността, възможностите и достъпа до определени фондове, отворени за местно и регионално развитие чрез развитието на културния туризъм, може да бъде реализирано чрез следните дейности.

9.1.2.1 *Организиране на информационни семинари*

Тези дейности ще бъдат насочени основно към повишаване на обществената осведоменост на посетителите на семинара за важността и възможностите, които ще бъдат постигнати чрез развитието на културния туризъм и биха означавали полза за целия трансграничен регион, както и целенасочени тематични мрежи и образование на потенциални партньори.

Информационните семинари ще се провеждат или с участието на всички целеви групи, или тематично за конкретна целева група, като се отчита регионалното измерение на събитието, както и местата, където те ще се провеждат.

Такива работни срещи ще бъдат организирани и за информиране и привличане на партньори за конкретни проекти, разработени от Оперативния орган за културен туризъм.

Дейност	Организиране на информационни семинари
Целева група	Възможни потребители и партньори
Индикативна времева рамка	Непрекъснато
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой семинари, брой участници
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

9.1.2.2 Провеждане на обществени консултации за заинтересованата общественост

Публичните консултации със заинтересованата общественост биха били едnodневни или многодневни събития, които да дават съвети относно конкретни програми и начини за кандидатстване и осигуряване на финансиране от тях. Консултирането ще се съсредоточи върху това как определена идея да се превърне в проектно предложение и как да се намери правилната програма, за която да се кандидатства, следвайки предписаните стъпки за кандидатстване.

Тези консултации могат да бъдат използвани и за създаване на предпоставки за вземане / преразглеждане на ключови решения, взети от националните, регионалните или местните власти за развитието на културния туризъм. Като средство за комуникация подобни обществени консултации със заинтересованата общественост биха били прозрачен и ясен вид двупосочна комуникация с гражданите и в същото време ще показват високата степен на отвореност на властите в процеса на вземане на решения.

Такова консултиране може да се организира и като електронно консултиране.

Дейност	Провеждане на обществени консултации за заинтересованата общественост
Целева група	Възможни потребители, източници на информация, бизнес общността, вземащите решения
Индикативна времева рамка	непрекъснато

Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой проведени публични консултации, брой проведени електронни консултации
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

9.1.3 Развитие на човешки ресурси за устойчив туризъм в региона

Комуникацията и устойчивото развитие не могат да бъдат постигнати без подходящи човешки ресурси от страна на заинтересованите страни. Имайки предвид негативните демографски тенденции не само в граничния регион, но и в цялата страна, тази мярка се откроява като най-приоритетна. Мярка, която може да осигури реализацията както на Комуникационния план, така и на Стратегията. Виж Приложения *Таблица 11-2*.

9.1.4 Повишаване на осведомеността на посетителите

Повишаването на осведомеността на посетителите за устойчиво развитие на културното наследство и подкрепа за тяхното активно участие в процесите на устойчиво развитие на културното наследство в региона. Комуникацията с посетителите е основният източник на информация в процеса на създаване на туристически продукти.

9.1.4.1 Организация и провеждане на семинари и други дейности, свързани с укрепване на осведомеността на посетителите

Тези семинари ще включват посетители, които ще бъдат анимирани да посещават семинари или биха искали да бъдат обхванати от други дейности, чрез които те ще получат информация и подкрепа за участието си за постигане на устойчиво развитие.

Дейност	Организация и провеждане на семинари и други дейности, свързани с укрепване на осведомеността на посетителите
Целева група	Потребители и техни
Индикативна времева рамка	непрекъснато
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой проведени публични събития, брой проведени електронни консултации
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

9.1.5 *Разработване на насоки / стратегии / планове*

Ясно установените правила за действие в дадена ситуация биха допринесли за безпроблемното предаване на информация и събирането на обратна връзка и мнения, които ще бъдат използвани допълнително като основа и насоки за предприемане на допълнителни стъпки за съобщаване или подобряване на вече установените.

Необходимо е да се повиши информираността и взаимната информация за необходимостта от интегриране на развитието на устойчив туризъм въз основа на културното наследство на граничния регион във всички планови и стратегически документи във връзка с територията.

Това е особено важно за устойчивото развитие на културното наследство.

Те трябва да бъдат непрекъснато наблюдавани и, ако е необходимо, да се надграждат или променят, което би подобрило цялостния комуникационен процес.

Тук трябва да се подчертае, че взаимното разбиране и прилагане до голяма степен зависят от начина на комуникация между заинтересованите страни, неща, които трябва да бъдат преведени в съответните документи.

Дейност	Разработване на насоки / стратегии / планове
Целева група	Всички заинтересовани страни
Индикативна времева рамка	Непрекъснато (при необходимост)
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой подготвени документи
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

9.2 Създаване на комуникация за обмен на иновационни технологии и политики за насърчаване на наследството

Комуникацията за обмен на иновативни технологии и политики за насърчаване на наследството, която стимулира регионалното сътрудничество и взаимодействие, е от решаващо значение за постигане на целите на Стратегията. Това се дължи предимно на недостатъчната готовност на заинтересованите страни и липсата на опит, свързан с тълкуването на наследството, като иновативен модел, предложен в стратегията.

Мерките за постигане на тази цел следва да осигурят общо туристическо тълкуване и използване на културното наследство в трансграничния регион.

За постигането на тази конкретна цел са определени следните мерки, които са в съответствие със Стратегията:

- 1) Провеждане на научни изследвания и организиране на информация за културното наследство на региона
- 2) Картографиране на региона
- 3) Развитие на тълкувателни културно-туристически продукти и услуги

9.2.1 Провеждане на научни изследвания и организиране на информация за културното наследство на региона

Научните изследвания и организирането на информация за културното наследство в граничния регион са важна предпоставка за планиране и насърчаване на устойчивото развитие на културното наследство.

Цялата събрана информация трябва да бъде дигитализирана и организирана по начин, който позволява лесен достъп и използване на информационни архиви и бази данни от всички заинтересовани страни. Също така да се завърши цялостната дигитализация на вече създадените фондове и архиви на културното наследство в региона. Виж Приложения *Таблица 11-3 Провеждане на научни изследвания и организиране на информация за културното наследство на региона.*

9.2.2 Картографиране на региона

Притежаването на дигитална информация и картографиране на региона с цел представянето му като обща среда за развитие и популяризиране на културния туризъм е незаменима мярка, без която комуникацията днес не може да се представи. Виж Приложения *Таблица 11-4 Картографиране на региона.*

Картографирането е определено като специална мярка по отношение на неговото значение за комуникацията.

9.2.3 Развитие на тълкувателни културно-туристически продукти и услуги

Комуникационните дейности, свързани с тълкуването на наследството, трябва да вземат предвид определението за тълкуване на наследството - *превод на фактическа*

информация за наследството на език, който е интересен и разбираем за обществеността. Това означава, че преводачът не учи обществеността и не информира за местоположение, а предоставя съобщения за ценността на това местоположение, забавлявайки обществеността.

В приложенията са дадени дейности, които трябва да допринесат за развитието на тълкувателни културно-туристически продукти, Таблица 11-5 Развитие на тълкувателни културно-туристически продукти и услуги.

9.3 Създаване на комуникация за насърчаване и доближаване на наследството до бизнеса

Бизнес секторът играе важна роля във валоризацията на културното наследство. Комуникацията с бизнес сектора е жизненоважна за социално-икономическите ползи от културния туризъм в най-широкия смисъл на думата. За тази цел мерките, предвидени за постигане на тази цел, трябва да бъдат съсредоточени върху комуникацията и сътрудничеството между публичния и бизнес сектора, както и върху изграждането на капацитет на бизнес сектора за използване на устойчив начин на потенциала, предлаган от културното наследство.

За постигането на тази конкретна цел са определени следните мерки, които са в съответствие със Стратегията:

- 1) Осигуряване на ефективно сътрудничество и комуникация
- 2) Предоставяне на информация и маркетинг на туристически услуги и продукти, базирани на културното наследство в региона
- 3) Разработване на туристическа културна програма за целевия регион
- 4) Предлагане на интегриран продукт

9.3.1 Осигуряване на ефективно сътрудничество и комуникация

Осигуряването на ефективно сътрудничество и комуникация, прозрачност на процесите и процедурите, както и уникален подход при изпълнението на всички комуникационни дейности, предприети от партньорите, участващи в органа за комуникация / координация, могат да бъдат реализирани чрез следните дейности.

9.3.1.1 Създаване на мрежа от лица за информация и комуникация

За да се постигне по-добра координация и изпълнение на планираните дейности, всички заинтересовани партньори следва да назначат лица за информация и комуникация като свои представители в органа за комуникация / координация, които лица заедно да съставят „информационно-комуникационната мрежа“.

Мрежата би осигурила необходимото ниво на комуникация за гладкото протичане на дейностите за комуникация на ниво на органа за комуникация / координация.

Редовното заседание на мрежата би позволило своевременно, координирано и качествено планиране на график за изпълнение на комуникационните дейности.

В рамките на мрежата редовно ще се провеждат срещи и ще се обменят опит и добри практики. Целта е да се насърчи единен подход и изравняване на комуникационните дейности на партньорите в рамките на органа за комуникация / координация.

Дейност	Създаване на мрежа от хора за информация и комуникация
Целева група	Партньорите членове на Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ)
Индикативна времева рамка	непрекъснато
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой проведени срещи
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

9.3.1.2 Организиране и провеждане на работни срещи / семинари / конференции за укрепване на капацитета на хората за информация и комуникация

Ще бъдат организирани и провеждани специални работни срещи / семинари / конференции като ключов комуникационен инструмент за укрепване на капацитета на лицата, отговарящи за информацията и комуникацията.

Непрекъснатото изграждане на капацитети с цел по-нататъшно разпространение на информация и придобиване на нови знания допринася за най-ефективното използване на средствата и ще даде възможност за възприемане на знания и умения, необходими за ефективно изпълнение на дейностите в областта на информацията и комуникацията.

Дейност	Организиране и провеждане на работни срещи / семинари / конференции за укрепване на капацитета на хората за информация и комуникация
Целева група	Лица за информация и комуникация
Индикативна времева рамка	Непрекъснато / поне веднъж годишно
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой работни срещи / семинари / конференции
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

9.3.1.3 Комуникация чрез институционални списъци с имейли

Органът за комуникация / координация ще подготви списък с имейли от всички членове в рамките на партньорските заинтересовани страни, които са част от органите, отговорни за провеждането на дейностите.

По този начин най-лесно и бързо ще се споделя цялата информация, резултати, постигнати от въведената комуникация. По този начин ще се споделя информация за планираните и изпълнени дейности, срещи, резултати от изследвания и анализи, заключения и др.

Непрекъснатото общуване ще даде възможност за насърчаване на информираността за сътрудничество между членовете на органите, по-голямата им организация и координация и допълнително ще насърчи комуникацията за обмен на опит и знания.

Дейност	Комуникация чрез институционални списъци с имейли
Целева група	Лица за информация и комуникация
Индикативна времева рамка	Непрекъснато / поне веднъж годишно
Източник на финансиране	Местни, национални и европейски фондове
Показател	Брой работни срещи / семинари / конференции
Компетентен за изпълнение	– Неформалният орган за комуникация (НОК) в сътрудничество със заинтересованите страни / Координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ) – Заинтересовани страни отделно

9.3.2 Предоставяне на информация и маркетинг на туристически услуги и продукти въз основа на културното наследство в региона

За да станат конкурентоспособни туристическите продукти и услуги, основани на културно наследство, е необходимо да се предостави информация за културния туризъм в региона, както и професионален маркетинг на културните туристически продукти в граничния регион. Комуникацията трябва да гарантира сътрудничеството между публичния и бизнес сектора. Тук бизнес секторът трябва и може да излезе на преден план, чрез иновации и бизнес предприемачество. Виж Приложения Таблица 11-6 Предоставяне на информация и маркетинг на туристически услуги и продукти въз основа на културното наследство в региона.

9.3.3 Разработване на туристическа културна програма за граничния регион

Според Стратегията, анализа на текущата културна програма на целевия регион показва, че повечето събития с фокусен характер. Също така, според Стратегията, преглед на националните културни календари както на България, така и на Северна Македония показва, че повече от 1/3 от всички събития, претендиращи за туристически, са фолклорни, последвани от почти 1/4 фестивали на храни и напитки. В

целевия трансграничен регион има някои доказани събития от двете групи, които могат да се превърнат в туристически събития, но това трябва да се направи изключително внимателно. От маркетингова гледна точка няма смисъл да създавате продукти или услуги, които са идентични или поне подобни на тези на конкуренцията - и точно това се случва на национално ниво в момента. Фолклорните фестивали се организират по почти идентичен начин, както и фестивалите на храни и напитки, където се показват щандове с подходящи продукти, последвани от фолклорна програма, която рядко е териториално обозначена; така че във всички части на страната фолклорът се показва навсякъде.

Това трябва да се вземе предвид при разработването на дейности и при разработването на културната програма на граничния регион. Виж Приложения

Таблица 11-7 Разработване на туристическа културна програма за граничния регион.

9.3.4 Предлагане на интегриран продукт

Бизнесът трябва да си сътрудничи помежду си в създаването и предлагането на туристически продукти, включително културни и туристически продукти, но също така и с обществеността и гражданското общество, за да създадат интегрирани туристически продукти. Няколко идентифицирани дейности в съответствие със Стратегията са дадени в Приложенията *Таблица 11-8 Предлагане на интегриран продукт на устойчив туризъм, базиран на културното наследство на региона*

9.3.5 Реконструкция, опазване и поддържане на обекти на културното наследство в региона

В усилията за реконструкция, опазване и поддържане на обекти на културното наследство в региона, бизнес секторът трябва да бъде включен чрез бизнес споразумения, които ще осигурят от една страна икономическа изгода и устойчивост на културното наследство. Няколко идентифицирани дейности в съответствие със Стратегията са дадени в Приложенията *Таблица 11 9 Реконструкция, опазване и поддържане на обекти на културното наследство в региона*

9.3.6 Поставяне на обекти за културно наследство в региона в състояние, подходящо за туристически посещения

Тези дейности са тясно свързани с предишни и ключови роли, които трябва да играят културните институции и местните власти, като предоставят условия за поставяне на обектите на културното наследство в региона в състояние, подходящо за туристически посещения, както и бизнес сектора, който със своята бизнес дейност ще допринесе за валоризирането на културното наследство. Няколко идентифицирани дейности в съответствие със Стратегията са дадени в Приложенията *Таблица 11 10 Поставяне на обекти за културно наследство в региона в състояние, подходящо за туристически посещения*

10 ИЗПЪЛНЕНИЕ И ИНДИКАТОРИ ЗА МОНИТОРИНГ

10.1 Изпълнение

Изпълнението на Комуникационния план основно определя две основни мерки:

- 1) Развиване на партньорства
- 2) Създаване на Мрежа

без които е невъзможно да се започне с изпълнението на мерките и дейностите от Стратегията.

10.1.1 Развиване на партньорства

В туристическия сектор способността за работа в екип е особено важна, тъй като продуктът, който се продава, е сложен. Много доставчици на услуги участват в създаването му, и създаването на благоприятна среда за неговото развитие включва и други заинтересовани страни, извън бизнес сферата. Необходимостта от партньорство е от голямо значение за развитието на регионални продукти, както е и в случая с целевия трансграничен регион.

Създаването на различни канали за комуникация и спазването на принципите на комуникация са от ключово значение за развитието на партньорствата.

10.1.2 Създаване на Мрежа

Създаването на мрежа, официална или не, спомага за засилване на връзките между различни участници и улеснява комуникацията - особено с възможностите, които съществуват днес (списъци с пощенски адреси, уеб форуми, групи във Facebook и т.н.).

В бъдеще, ако устойчивият туризъм и особено културният туризъм наистина станат регионална собственост на всички заинтересовани страни, струва си да се обмисли създаването на формална структура, която да координира и управлява неговото развитие, да бъде носител на различни марки и системи за качество и други.

Сътрудничеството със съседните региони и държави предоставя възможности за атрактивно разнообразие от културни и туристически продукти. Това е особено важно за опита с интерпретационни продукти за културно наследство. Обмяната на опит с хора, работещи за постигане на подобни цели в други региони, дори отдалечени, помага да се избегнат някои грешки в „зародиш“ и предоставя иновативни идеи. Поддържането на контакт с национални и дори международни институции, свързани с устойчивия туризъм, гарантира, че запознаването на участниците с правния и регулаторния въпрос редовно се допълва и предоставя по-добра възможност за тях да лобират на по-високи нива за постигане на общите цели на региона.

Отново установяването на различни канали за комуникация и спазването на принципите на комуникация са от ключово значение за развитието на мрежата.

В процеса на Изпълнение на Комуникационния план се препоръчва първоначално да се използват установените комуникационни канали между заинтересованите страни. Първите дейности за хармонизиране с приоритетите на стратегията, за да се създадат предпоставки за тяхното изпълнение.

10.2 Мониторинг

Мониторингът, както е посочено в самата Стратегия, е процес на непрекъснат мониторинг и наблюдение на напредъка и развитието на определени процеси, за да се види дали са постигнати очакваните резултати и поставените цели.

Необходимо е редовно да се наблюдават и оценяват дейностите, предвидени в Комуникационния план, от притежателя на комуникационния план и в координация със заинтересованите страни.

10.2.1 Показатели

Изпълнението на плана може да се наблюдава чрез входящи (input) показатели, изходящи (output) показатели и показатели за резултати (result indicators).

10.2.1.1 Входящи показатели

Входящите показатели трябва да бъдат определени в годишния списък / годишния план за дейности, като се вземат предвид поставените цели за определен период. Входящите показатели могат да бъдат: брой съобщения, брой статии в медиите, брой печатни рекламни материали, брой разработени туристически пакети, брой промоции по телевизионни / радио канали, брой съобщения в интернет медии...

10.2.1.2 Изходящи показатели

Изходящите показатели се измерват всяка година и могат да бъдат: брой участници в определени събития: конференции, работни срещи, семинари, обучения, брой посетители на сайта, брой посещения на определено културно събитие...

10.2.1.3 Показатели за резултати

Показателите за резултатите измерват нивото на удовлетвореност на клиентите от информацията / услугите, които получават: наличност и количество информация, наличност на дестинацията, сравнителна оценка между информацията и предлагането на място. Това измерване може да се извърши чрез специално проучване (напр. Представяне на специални въпросници).

10.2.2 Модели за Мониторинг

Има различни модели за наблюдение, които се прилагат в зависимост от определени ситуации и процеси. Един от най-обективните методи е мониторингът въз основа на система от предварителни (първоначални) показатели, които могат да бъдат обективно определени. За целите на Комуникационния план предлагаме успехът на изпълнението да се извършва по начина, показан по-долу, на периодична годишна база.

В таблиците за мерките и дейностите в текста и приложенията са посочени и показателите за същите.

По-долу е даден пример на таблица на показателите за мониторинг на дейността с няколко примера според Стратегията.

	<i>Показател</i>	<i>Начална стойност</i>	<i>Целева стойност</i>	<i>Стойност</i>	<i>Източници на потвърждение:</i>
	Процент туристически събития, обогатили културния дневен ред на региона	20	най-малко 50%	29	програми за туристически събития, снимки и видеоклипове, медийно отразяване, включително социални мрежи, виртуални турове
	Брой разработени услуги за тълкуване на културния туризъм	0	най-малко 10 тълкувателните презентации;	6	Тълкувателни програми,
		0	най-малко 5 тълкувателни пътеки	5	туристически оферти, интернет-страници на местни доставчици и /
		0	най-малко 5 тълкувателни експозиции	7	или туроператори и туристически агенти
	Редица нови маркетингови мерки, реализирани за продажба на културния туристически продукт в региона	0	най-малко 20 нови вида печатни материали и сувенири;	20	копия на печатни и видео материали и сувенири; протоколи за тяхното разпространение;
		0	най-малко 5 нови видео-материали;	4	Статистика на Facebook
		0	най-малко 5000 последователи на фейсбук-страницата на региона	5800	

VII. Заключение / препоръки

Комуникационният план предоставя, преди всичко, насоки за създаване на предпоставки за установяване на партньорства и мрежи, необходими за осигуряване развитието на културния туризъм и културното наследство в трансграничния регион, като по този начин се създават предпоставки за повишаване качеството на търкуване и представяне на културните ресурси и продукти, както и тяхното насърчаване при организирано съвместно управление от заинтересовани страни както от публичния, така и от частния сектор.

Ако поставените цели са постигнати, всички ще имат полза, преди всичко, от сектора на туризма и културата и съответно всички сектори, свързани с тях на дадената територия.

За туристическия сектор наградата ще е повишаване на цялостният имидж на дестинацията, задържане на планираните посетители, стимулиране на дейности за активен туристически престой, които като цяло ще насърчат потреблението и удължаване престоя на гостите през цялата година.

Наградата за културния сектор ще е насърчаване на ресурсите в тяхната компетентност, чрез по-голям брой посетители, което означава увеличаване на доходите и по този начин отваряне на нови възможности за развитие на културния продукт, който също ще стане достъпен и близък до самото местно население.

В същото време активното участие на културния сектор в този процес ще даде възможност културните блага и наследство да се използват по устойчив начин.

За всички останали два свързани сектора, изброени по-горе, публични и частни, наградата ще бъде стимул за засилване на сътрудничеството в обмена, съвместно изпълнение, насърчаване и управление на ресурси, обмен на добри практики, обмен на стоки и създаване на информираност за напредъка и благосъстоянието на региона.

Изпълнението на инициативите за сътрудничество и планираните дейности зависи преди всичко от волята за участие и сътрудничество на всички заинтересовани страни и лица както на местно, така и на регионално равнище в граничния регион.

За да “оживеят” инициативите, всички ключови превозвачи трябва да обединят собствените си ресурси и да участват като равноправни партньори в процеса на изпълнение.

Като се има предвид, че изпълнението на дейностите ще изисква финансови средства, съвместното сътрудничество на ключовите превозвачи ще даде възможност за координация и по-лесно предоставяне на същото от наличните финансови източници и програми.

И накрая, по отношение на готовността за постигане на споразумение за сътрудничество, както и ангажираността на заинтересованите страни при изпълнението на дейностите, предложени в този план, наблягаме на необходимостта от създаване на механизми за непрекъснат мониторинг, контрол и ревизия на дейностите в рамките на редовни срещи, които ще се организират между участващите страни.

11 ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 Създаване на комуникация за насърчаване ролята на културното наследство за устойчиво развитие

Специфичната цел *Създаване на комуникация за насърчаване на ролята на културното наследство за устойчиво развитие* (културният туризъм, урбанизма и трансграничното развитие) може да се реализира чрез мерки и ключови дейности. Мерките и основните дейности са дадени в таблиците по-долу.

Таблица 11-1 Съвързване на заинтересованите страни и определяне на ключови заинтересовани страни за насърчаване

Мярка	Съвързване на заинтересованите страни и определяне на ключови заинтересовани страни за насърчаване			
Обяснение / концепция	За да могат планираните дейности и планове да останат не само като документи за препоръки, но и да бъдат успешно изпълнени, на първо място е необходимо правилно да се обърнат към основните заинтересовани страни, които ще бъдат допълнително отговорни за прилагането на идентифицираните мерки и дейности.			
Основни дейности	Носители	Мониторинг (измерване на резултатите)	Приоритети и времева рамка	Финансиране / ресурси
Потвърждаване на стратегията като рамка за провеждане на туристическа политика в определения район	Общини в определения район	План на дейности и реализация	Всички дейности могат да бъдат приоритетни	Изчисляване според дейностите
Формиране на неформален орган за комуникация в сътрудничество със заинтересованите страни	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	План на дейности и реализация	Два месеца от приемането на стратегията	Изчисляване според дейностите
Създаване на координационен орган за развитие и насърчаване на културния туризъм (КОРНКТ)	Ключови и заинтересовани лица от публичния и бизнес сектора	План на дейности и реализация	Една година от установеното сътрудничество	Изчисляване според дейностите
Използване на съществуващите ресурси и субекти за създаване на орган за започване на важни туристически проекти съгласно стратегията за културен туризъм - Оперативен орган за културен туризъм (ООКТ)	Регионални и общински власти Възможност за включване на основните субекти от туристическия сектор	КОРНКТ Работни планове и проекти	Създаден ООКТ В рамките на една година от приемането на стратегията	Изчисляване според дейностите
Назначаване на отговорни лица за комуникация с КОРНКТ и ООКТ	Основни и заинтересовани субекти от публичния и бизнес сектора	Списък на лицата за комуникация	Приоритет В рамките на една година от приемането на стратегията	Изчисляване според дейностите

Таблица 11-2 Развитие на човешките ресурси за устойчив туризъм в региона

Мярка	Прилагане на мерки, свързани с осигуряване на подходяща среда за развитие на устойчив туризъм въз основа на културното наследство на целевия регион – Развитие на човешките ресурси за устойчив туризъм в региона			
Обяснение / концепция	Дадените от Стратегията мерки за развитие на културния туризъм трябва да бъдат подробно разработени и реализирани			
Основни дейности	Носители	Надзор (измерване на резултатите)	Приоритети и времева рамка	Финансиране / ресурси
Подготовка на интерпретатори, които ще предлагат нови интерпретационни услуги на културния туризъм	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Организиране на обучения за местни интерпретатори	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Осигуряване на високо качество на всички туристически услуги, които са част от интегрирания продукт на културния туризъм на целия регион	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Развитие на партньорства, сътрудничество и изграждане на мрежи в туристическия сектор	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 Създаване на комуникация за обмен на иновативни технологии и политики за насърчаване на наследството, което стимулира регионалното сътрудничество и взаимодействие

Комуникацията за обмен на иновативни технологии и политики за насърчаване на наследството, която стимулира регионалното сътрудничество и взаимодействие може да бъде реализирана чрез задачи и ключови дейности. Задачите и основните дейности са дадени в таблиците по-долу.

Таблица 11-3 Провеждане на научни изследвания и организиране на информации за културното наследство на региона

Мярка	Прилагане на мерки, свързани с прякото използване на културното наследство за туристически цели - Провеждане на научни изследвания и организиране на информации за културното наследство на региона			
Обяснение / концепция	Дадените от Стратегията мерки за развитие на културния туризъм трябва да бъдат подробно разработени и реализирани			
Основни дейности	Носители	Надзор (измерване на резултатите)	Приоритети и времева рамка	Финансиране / ресурси
Цялостно археологическо проучване или финализиране на изследванията, които вече са започнали за определени недвижими обекти на територията	Културни институции други заинтересовани страни	План на дейности и реализация	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Подробно целенасочено проучване на нематериалното културно наследство в региона	Културни институции Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Цялостна дигитализация на вече създадените фондове и архиви на културното наследство на региона	Културни институции Регионални и общински власти Възможност за включване на основните субекти от частния сектор на туризма	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите

Таблица 11-4 Картографиране на региона

Мярка	Картографиране на региона			
Обяснение / концепция	Картографиране на региона с цел представянето му като обща среда за развитие и насърчаване на културния туризъм			
Основни дейности	Носители	Надзор (измерване на резултатите)	Приоритети и времева рамка	Финансиране / ресурси
Разработване на ГИС модели на културно наследство и съпътстваща туристическа инфраструктура и туристическа оферта	Общини в определения район КОРНКТ ООКТ	План на дейности и реализация	Всички поставени дейности могат да бъдат определени като приоритетни	Изчисляване според дейностите

Таблица 11-5 Развитие на представителни културни и туристически продукти и услуги

Мярка	Изпълнение на мерки, свързани с представянето на културното наследство - Развитие на представителни културни и туристически продукти и услуги			
Обяснение / концепция	Дадените от Стратегията мерки за развитие на културния туризъм трябва да бъдат подробно разработени и реализирани			
Основни дейности	Носители	Надзор (измерване на резултатите)	Приоритети и времева рамка	Финансиране / ресурси
Разработване на интерпретационни презентации за определени обекти на културното наследство	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Разработване на нови културни събития само за туристически цели	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Разработване на интерпретационни културни и туристически пътеки в региона	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Разработване на интерпретационни изложби и информационни материали за културното наследство на региона	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите

ПРИЛОЖЕНИЕ 3 Създаване на комуникация за насърчаване и доближаване на наследството до бизнеса

Комуникацията за популяризиране и доближаване на наследството до бизнеса (изграждане на високо ниво на осведоменост за потенциала на устойчивите и ориентирани към културата туристически дейности и др.) Може да бъде реализирана чрез задачи и ключови дейности. Задачите и основните дейности са дадени в таблиците по-долу.

Таблица 11-6 Предоставяне на информация и маркетинг на туристически услуги и продукти, базирани на културното наследство в региона

Мярка	Прилагане на мерки, свързани с осигуряване на подходяща среда за развитие на устойчив туризъм въз основа на културното наследство на целевия регион – Предоставяне на информация и маркетинг на туристически услуги и продукти, базирани на културното наследство в региона			
Обяснение / концепция	Дадените от Стратегията мерки за развитие на културния туризъм трябва да бъдат подробно разработени и реализирани			
Основни дейности	Носители	Надзор (измерване на резултатите)	Приоритети и времева рамка	Финансиране / ресурси
Предоставяне на информация за културния туризъм - Туристически информационни центрове	Ключови и заинтересован и лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Професионален маркетинг на културни туристически продукти на региона	Ключови и заинтересован и лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Интегриране на развитието на устойчивия туризъм въз основа на културното наследство на региона във всички планови и стратегически документи относно територията	Ключови и заинтересован и лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите

Таблица 11-7 Разработване на туристическа културна програма за целевия регион

Мярка	Прилагане на мерки, свързани с прякото използване на културното наследство за туристически цели - Разработване на туристическа културна програма за целевия регион			
Обяснение / концепция	Дадените от Стратегията мерки за развитие на културния туризъм трябва да бъдат подробно разработени и реализирани			
Основни дейности	Носители	Надзор (измерване на	Приоритети и времева	Финансиране / ресурси

		результатите)	рамка	
Превръщане на съществуващите културни събития в туристически	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Разработване на нови културни събития само за туристически цели	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите

Таблица 11-8 Предлагање на интегриран продукт на устойчив туризъм, базиран на културното наследство на региона

Мярка	Изпълнение на мерки, свързани с представянето на културното наследство – Предлагање на интегриран продукт на устойчив туризъм, базиран на културното наследство на региона			
Обяснение / концепция	Дадените от Стратегията мерки за развитие на културния туризъм трябва да бъдат подробно разработени и реализирани			
Основни дейности	Носители	Надзор (измерване на резултатите)	Приоритети и времева рамка	Финансиране / ресурси
Насочване към целевите групи, на които ще се предлагат продукта	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Създаване на уебсайтове и поддържането им	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Печатни материали за промоция	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Използване на интернет портали и социални мрежи за популяризиране на интегриран туристически продукт	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите

Таблица 11-9 Реконструкция, опазване и поддържане на обекти на културното наследство в региона

Мярка	Прилагане на мерки, свързани с прякото използване на културното наследство за туристически цели - Реконструкция, опазване и поддържане на обекти на културното наследство в региона			
Обяснение / концепция	Дадените от Стратегията мерки за развитие на културния туризъм трябва да бъдат подробно разработени и реализирани			
Основни дейности	Носители	Надзор	Приоритети и	Финансиране /

		(измерване на резултатите)	времева рамка	ресурси
Подобряване на състоянието на изложени обекти на културното наследство, където е необходимо	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Гарантиране на постоянна и подходяща поддръжка на обекти на културното наследство, които в момента са в (сравнително) добро състояние	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите

Таблица 11-10 Поставяне на обекти за културно наследство в региона в състояние, подходящо за туристически посещения

Мярка	Прилагане на мерки, свързани с прякото използване на културното наследство за туристически цели - Поставяне на обекти за културно наследство в региона в състояние, подходящо за туристически посещения			
Обяснение / концепция	Дадените от Стратегията мерки за развитие на културния туризъм трябва да бъдат подробно разработени и реализирани			
Основни дейности	Носители	Надзор (измерване на резултатите)	Приоритети и времева рамка	Финансиране / ресурси
Излагане на движими материални предмети от културното наследство	Културни институции Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите
Социализация на недвижими материални обекти на културното наследство	Ключови и заинтересовани лица от публичния и частния сектор	КОРНКТ ООКТ Работни планове и проекти	непрекъснато	Изчисляване според дейностите

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Списък на уеб страници за достъп до общините в трансграничния регион и връзки за определени страни или документи, свързани с културата и туризма

Общини регион Кюстендил Република България	Уеб страна	Страници / документи за култура и туризъм
Бобов Дол	http://new.bobovdol.eu/	При търсене на официалния уебсайт няма лесно видима информация за културата и туризма или няма отделна информация за културата и туризма Има част за стратегически 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 търсене на официалния уебсайт няма лесно видима информация за културата и туризма или няма отделна информация за културата и туризма Има план за развитие на Дупница http://ipgvr.dupnitsa.bg/

Кочериново	http://www.ob-kocherinovo.bg/	Част за 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/
Кюстендил	http://www.kustendil.bg/	За туризъм – информация и правила за туристическия сектор http://www.kustendil.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=140&Itemid=0 информация за култура http://www.kustendil.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=105&Itemid=0
Невестино	http://www.obshtinanevestino.kncity.info/	Туризъм, отделна подстраница http://www.obshtinanevestino.kncity.info/index.php/municipality/turizam
Рила	http://www.grad-rila.bg/	Туризъм http://www.grad-rila.bg/turizam култура http://www.grad-rila.bg/kultura
Сепарева Баня	http://saparevabanya.bg/	Има част на туризма на официалната уеб страница / пет отделни части за туризъм
Трекляно	http://www.trekliano.eu/	При търсене на официалния уебсайт няма лесно видима информация за културата и туризма или няма отделна информация за културата и туризма План за развитие http://trekliano.eu/plan-za-razvitie.html

Забележка: Връзката, чрез която уебсайтовете на общините са най-лесно достъпни, е чрез уебсайта на Националното сдружение на общините - <http://www.namrb.org/members> и <http://www.namrb.org/chlenove>

Общини Североизточен планов регион Република Северна Македонија	Уеб страница	Страници / документи за култура и туризъм
Крива Паланка	https://www.krivapalanka.gov.mk/	При търсене на официалния уебсайт няма лесно видима информация за културата и туризма или няма отделна информация за културата и туризма.
Кратово	https://www.opstinakratovo.gov.mk/	Туризъм http://www.opstinakratovo.gov.mk/?page_id=1186 култура http://www.opstinakratovo.gov.mk/?page_id=96
Ранковце	https://rankovce.gov.mk/	Като под профил на официалния уебсайт на общината, има една страница текст за културно наследство https://rankovce.gov.mk/kulturno-nasledstvo/
Куманово	https://kumanovo.gov.mk/	При търсене на официалния уебсайт няма лесно видима информация за културата и туризма или няма отделна информация за културата и туризма.
Липково	https://komunaelikoves.gov.mk/faqja/ https://komunaelikoves.gov.mk/mk/	Стратегия за развитие на туризма до 2019 http://www.komunaelikoves.gov.mk/wp-content/uploads/turizem/Strategjia-mk.pdf
Старо Нагоричане	http://www.staronagoricane.gov.mk/	При търсене на официалния уебсайт няма лесно видима информация за културата и туризма или няма отделна информация за културата и туризма.

Този комуникационен план е разработен в рамките на проекта СВ006.2.23.044:
„Туризм, благоприятстващ клутурното наследство в трансграничен регион България-Македония“, проект съфинансиран от Европейския съюз, чрез Интеррег-ИПА Програма за трансгранично сътрудничество между Република България и Бивша Югославска Република Македония. Отговорността за изразените в него мнения е на разработчика и не отразява непременно възгледите на Европейския съюз или на Управителния орган на Програмата.

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

