РЕГИОН МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ
ТУРИСТИЧКИ АКЦИОНЕН ПЛАН

ОКТОМВРИ 2008

ОПШТИНИ:
БЕРОВО,
ПЕХЧЕВО
ДЕЛЧЕВО

SNV
Connecting People's Capacities

декември, 2008

До сите заинтересирани:

Предмет: **ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА ТУРИСТИЧКИОТ АКЦИОНЕН ПЛАН ЗА РЕГИОНОТ МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ**

Како претседател на Комитетот за туризам на регионот Малеш-Пијанец, ми претставува големо задоволство да го претставам формално одобрениот Туристички акционен план за регионот Малеш-Пијанец.

Овој документ беше подготвуван во период од шест месеци од страна на Комитетот за туризам за регионот и содржи информации, сугестии и ресурси за имплементација собрани од регионот и надворешните заинтересирани страни во активностите поврзани со туризмот. Во тек на двомесечен период беа собирани информации (инпут) од страна на заинтересираните страни /јавноста. Комитетот за туризам би сакал да им се заблагодари на заинтересираните страни и граѓаните кои посветија време за преглед и коментари на овој сеопфатен документ. Посебна благодарност им изразувам на оние лица кои доброволно помагаа во спроведувањето на планот.

Комитетот верува дека овој Туристички акционен план во голема мерка ќе помогне во развојот на туристичката гранка во регионот Малеш-Пијанец. Сега, зависи буквално од секој жител на регионот и заинтересираните страни во туристичката гранка да ги искористат целите, содржани во овој план, за да осигураат дека тие ќе бидат постигнати.

Советите од Локалните Самоуправи кои го одобрија овој План и Комитетот за туристички акции се сигурни дека ги поседуваме потребните ресурси и иницијатива за постигнување на развојот на силна, жива, единствена туристичка гранка во нашиот регион.

Бидејќи овој План претсавува документ кој постојано се развива и ќе биде годишно ажуриран, Комитетот е секогаш отворен за коментари и нови идеи. Заради тоа, Ве молиме слободно контактирајте со кој било од членовите на Комитетот за туризам за регионот Малеш-Пијанец доколку имате идеи кои ќе го подобрат Планот и туристичката гранка во нашиот регион Малеш-Пијанец.

Со почит,

Венко Пашалиски,

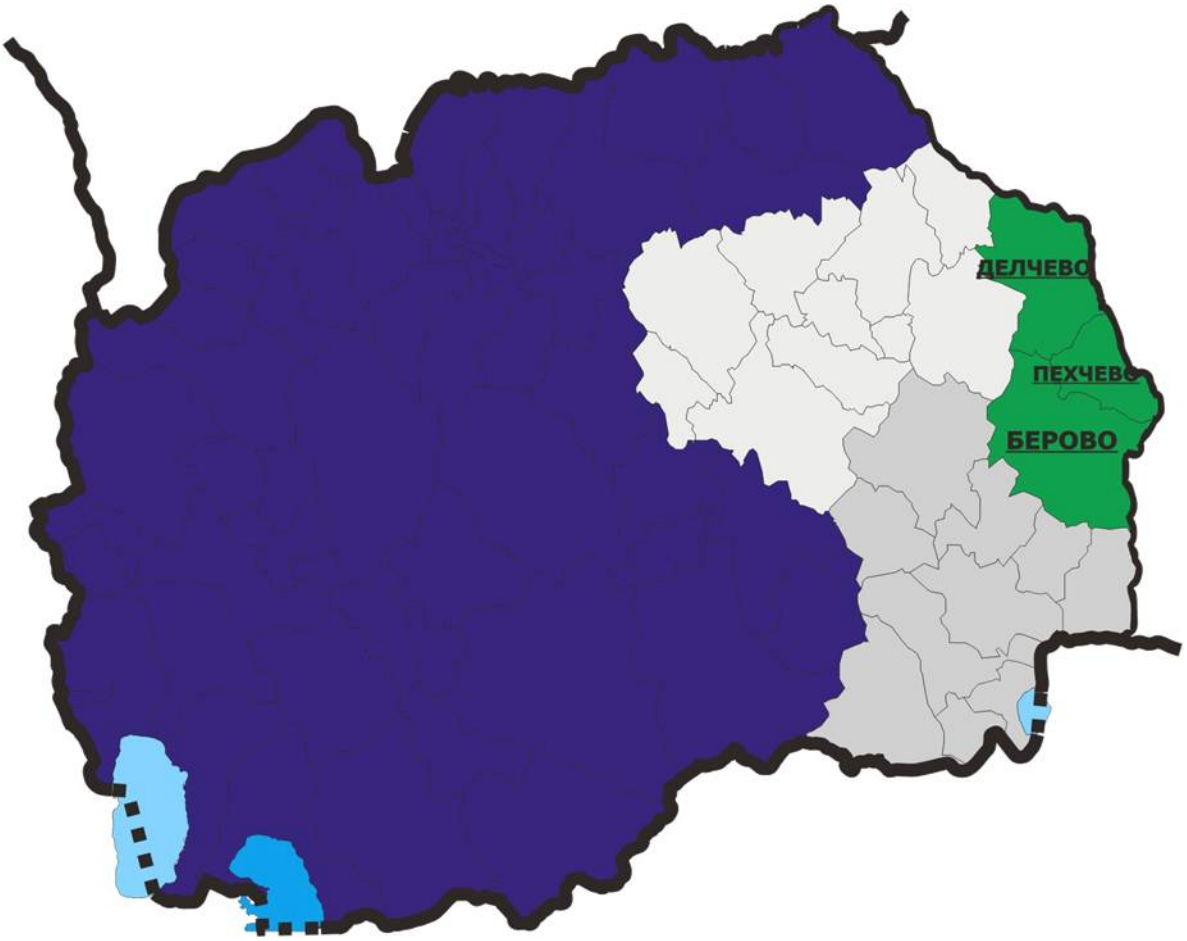
Градоначалник на Општина Берово
Претседател на Комитетот за туристички акции за микрорегионот Малеш-Пијанец

Дарко Шумански – Советник за Туризам
СНВ-Холандска Развојна Организација - Македонија

Јасминка Пашалиска Андоновска
Ѓорѓи Пеовски
Општина Берово

Весна Илиевска
Влатко Ангеловски
Општина Делчево

Љупчо Каракашовски
Општина Пехчево


ДЕЛЧЕВО
ПЕХЧЕВО
БЕРОВО

СОДРЖИНА

ПИСМО ОД ПРЕТСЕДАТЕЛОТ НА КОМИТЕТОТ ЗА ТУРИСТИЧКИ АКЦИИ 2

МАПА, РЕГИОН МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ, ОПШТИНИ БЕРОВО, ПЕХЧЕВО И ДЕЛЧЕВО 4

СОДРЖИНА 5

ЧЛЕНОВИ НА РЕГИОНАЛНИОТ КОМИТЕТ ЗА ТУРИЗАМ ОД ОПШТИНИТЕ БЕРОВО, ПЕХЧЕВО И ДЕЛЧЕВО-РЕГИОН МАЛЕШ - ПИЈАНЕЦ 7

ВОВЕД :..... 8

ПОВРЗАНОСТ СО НАЦИОНАЛНАТА СТРАТЕГИЈА ЗА ТУРИЗАМ..... 9

ПРОЦЕС НА ТУРИСТИЧКИОТ АКЦИОНЕН ПЛАН:..... 10

ПРЕДРАБОТИЛНИЦА ЗА ИСТРАЖУВАЊЕ НА ПАЗАРОТ НА ТУРИЗАМ..... 11

РЕЗИМЕ НА ИНФОРМАЦИИТЕ ЗА ПРОМОЦИЈА НА ТУРИЗМОТ ЗА РЕГИОНОТ МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ: 13

ЧЕКОР 1: РАЗВОЈ НА ТУРИСТИЧКИ ПАЗАРНИ ПРОФИЛИ..... 17

ЧЕКОР 2: НАБРОЈУВАЊЕ НА ПРЕДНОСТИТЕ НА ТУРИЗМОТ..... 17

ЧЕКОР 3: НАБРОЈУВАЊЕ НА ПРОБЛЕМИТЕ ВО ТУРИЗМОТ. 18

ЧЕКОР 4: РАЗВОЈ НА ОПШТИТЕ И КОНКРЕТНИТЕ ЦЕЛИ ЗА ТУРИЗМОТ 20

ЧЕКОР 5: РАЗВОЈ НА АКЦИОНИ ПЛАНОВИ ЗА ДЕЈСТВИЈА ЗА КОНКРЕТНИТЕ ЦЕЛИ ЗА ТУРИЗМОТ. 21

ЧЕКОР 6: СЛЕДЕЊЕ, АНАЛИЗИРАЊЕ, ЕВАЛУАЦИЈА И ПРЕГЛЕД НА ТУРИСТИЧКИОТ АКЦИОНИОТ ПЛАН ЗА РЕГИОНОТ МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ..... 22

РЕЗИМЕ НА ПРИДОНЕСОТ ОД ЗАИНТЕРЕСИРАНИТЕ СТРАНИ И ЈАВНОСТА:..... 23

ВИЗИЈА : 25

ПРОФИЛИ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР 26

ПРЕДНОСТИ 34

Предности - туристички атракции, настани и активности:.....35
Предности - Туристички маркетинг и промоција: 36
Предности: Туристичка инфраструктура:.....37
Предности - туристичка гостопримливиот : 38

Предности – Туристички услуги на мало : 39
ПРОБЛЕМИ **40**
Проблеми: Туристички атракции, настани и активности: 41
Проблеми – туристички маркетинг и промоција: 42
Проблеми - Туристичка инфраструктура: 43
Проблеми - Туристичка гостопримливост : 44
Проблеми - туристички услуги на мало: 45
ОПШТИ И КОНКРЕТНИ ЦЕЛИ ЗА ТУРИЗМОТ **46**
АКЦИОНИ ПЛАНИРАЊЕ **52**
РАЗВОЈНИ ПРОГРАМИ И ПРОЕКТИ **52**
АНЕКС ПИСМА ЗА ПОДРШКА **72**
АНЕКС ПРАШАЛНИК **77**

ЧЛЕНОВИ НА РЕГИОНАЛНИОТ КОМИТЕТ ЗА ТУРИЗАМ ОД ОПШТИНИТЕ БЕРОВО, ПЕХЧЕВО И ДЕЛЧЕВО-РЕГИОН МАЛЕШ - ПИЈАНЕЦ

Име и Презиме	Функција	Општина
1. Венко Пашалиски	Градоначалник	Берово
2. Јованчо Станоевски	Градоначалник	Пехчево
3. Мирко Иванов	Градоначалник	Делчево
4. Јасминка Пашалиска Андоновска	Раководител на ЛЕР	Берово
5. Ѓорѓи Пеовски	ЛЕР	Берово
6. Љупчо Каракашовски	ЛЕР	Пехчево
7. Весна Илиевска	ЛЕР	Делчево
8. Влатко Ангеловски	ЛЕР	Делчево
9. Нада Симовска	Организација на жени НВО	Пехчево
10. Александра Пачемска	Општина Берово Надворешен соработник	Берово
11. Тереза Филобок	Регионален Центар за Застапување НВО	Делчево
12. Сања Ангеловска	Изработувач на ракотворби	Делчево
13. Митко Илијевски	Раководител на Администрација	Берово
14. Стево Гугучевски	Совет на Општина	Делчево
15. Тони Иванов	Дипломиран менаџер за туризам и угостителство	Делчево
16. Снежана Трајкова	Советник – Администрација	Делчево
17. Садбера Барјактарова	„Мајкини деца” НВО	Пехчево
18. Лидија Гошевска	Сопственик на приватно сместување	Пехчево
19. Звонко Стојановски	Аминистрација	Пехчево
20. Јулија Ајтовска	Сопственик на приватно сместување	Берово
21. Бранко Пешански	Сопственик на приватно сместување	Пехчево
22. Васка Белчовска	Општина Берово надворешен соработник	Берово
23. Нехат Рамадани	СНВ	Македонија
24. Дарко Шумански	СНВ	Македонија

ВОВЕД :

Регионалниот туристичкиот акционен план за општините Берово, Пехчево и Делчево, односно за регионот Малеш-Пијанец, е резултат на стратешките определби на општините за регионален туристички развој. Како главна цел која произлезе во овој туристички план беше развој на регионален планински туризам заснован од Визијата за туризмот : ″Регионот Малеш-Пијанец - претпознатлива еколошка чиста средина, со природни реткости, развиена туристичка инфраструктура со разновидна туристичка понуда и традиционална храна.“

Советниците од СНВ го фасцилитираа целокупниот процес за изработка на туристички акционен план заедно со формираниот регионален туристички комитет. За претседател на туристичкиот комитет е избран Венко Пашалиски, градоначалник на Општина Берово.

СНВ е холандска меѓународна развојна организација која е фокусирана на унапредувањето на човечките капацитети обезбедувајќи им ги потребните способности и алатки за сами да ја преземат контролата врз нивните судбини. Процесот на Туристички акционен план е ориентиран кон изработка на приоритетни планови и активности за развојот на туризмот

Регионалниот туристички акционен план е подготвен од регионалниот Комитет за туристичко планирање, формиран во јули 2008, а одобрен од Совететите на Општините Берово, Пехчево и Делчево. Во Комитетот беа вклучени компететни и стручни лица од следниве сектори:

а) Бизнис- сектор, кој директно е инволвиран во туризмот;
б) НВОи кои се вклучени во развивање или организирање на туристички атракции, настани или активности, односно работат на промоција и развој на туризмот;
в) Локална администрација – претставници на Општините, одговорни да обезбедат постоење на соодветна инфраструктура за задоволување на потребите на туристите при посета на регионот.

Регионот Малеш-Пијанец опфатен со Туристичкиот акционен план е лоциран во источниот дел од Репулика Македонија и тука спаѓаат Општините Берово, Пехчево и Делчево. Регионот е потенцијал за развој на планинскиот и алтернативниот туризам. Местоположбата на регионот Малеш-Пијанец е потенцијал за привлекување на туристи од земјата и од странство.Туристичкиот акционен план е само почеток за развој на туризмот во регионот, со имплементацијата на приоритетите ќе се создаде силна база за правилен и долготран туристички развој.

ПОВРЗАНОСТ СО НАЦИОНАЛНАТА СТРАТЕГИЈА ЗА ТУРИЗАМ

Република Македонија сè уште нема национална стратегија за туризам. Министерството за економија направи неколку обиди да ја комплетира и финализира стратегијата, но сега за сега постои само драфт-верзија која не е завршена. Се очекува националната стратегија да има финален драфт до крајот на 2008 година. Со стратегијата се очекува да се постават насоките за туристички развој во Македонија. Во овој концепт, изработените локални стратегии ќе бидат искористени за изработка на одржлива национална стратегија за туристички развој. Изработениот драфт на националната стратегија се фокусира на силен локален-регионален туризам со исклучителн акцент на рурален развој, планиснки туризам, алтернативен, селски, културно-историски, еколошки туризам. Овие видови на туризам претставуваат голема можност за силен економски развој на локално,регионално и национално ниво.

Визијата на Македонија е да бидеме претпознатлива земја како европска туристичка дестинација со чиста и здрава еколошка средина. Една од поголемите перспективи, односно креирање на имиџ на земјата е заштита на културното богатство, заштита на природните реткости сè со цел да се зголемат можностите за привлекување на локални и интернационални туристи во земјата.

Треба да се земе во предвид дека регионот Малеш-Пијанец има голем потенцијал и капацитет за развој на туризмот, локалните иницијативи, настани и манифестации да бидат препознатливи на локално, национално и интернационално ниво. Општините Берово, Пехчево и Делчево да бидат посакувана и препознатлива туристичка дестинација

ПРОЦЕС НА ТУРИСТИЧКИОТ АКЦИОНЕН ПЛАН:

Процесот на СНВ го дефинира ТУРИЗМОТ како „практика на луѓе кои патуваат надвор од нивните домашни заедници заради одмор, рекреација, разгледување или бизнис„. Според тоа, ТУРИСТИ ги вклучуваат сите видови на патници, покрај типичниот одморач, пријатели и роднини кои се дојдени на посета, а не се од регинот, бизнис патници кои ја посетуваат областа заради вршење на бизнис, луѓе кои го посетуваат регионот заради лична употреба на услугите во неа (на пример, медицински, правни, социјални, продавници, услуги, итн.), луѓе кои не се од регинот кои учествуваат на конференции или состаноци во регинот и патници кои поминуваат низ областа кон други дестинации.

ТУРИЗМОТ е гранка која опфаќа повеќе аспекти која вклучува комплексни меѓуодноси помеѓу бројни бизниси, организации и активности. За да се осигура дека при разработката на Туристичкиот акционен план се земени предвид сите аспекти на гранката, туристичката гранка на регинот Малеш-Пијанец беше анализирана од аспект на пет клучни компоненти:

ТУРИСТИЧКИТЕ АТРАКЦИИ, НАСТАНИ И АКТИВНОСТИ ги вклучуваат природните и културно-антропогените ресурси кои се интересни за туристите и се причина за нивно доаѓање. Единствени продавници, историски места, музеи, единствени природни карактеристики кои задоволуваат естетски критериуми, фестивали, спортски/културни настани, конвенции/конференции и учество во активности на отворено, се само некои примери.

ТУРИСТИЧКИОТ МАРКЕТИНГ И ПРОМОЦИЈА се состои од тоа како поединците и групите организираат планирање и продавање на нашиот регион на потенцијалните туристи. Тоа ги вклучува алатките и методите кои се користат за привлекување на туристи; огласување; патувачки шоуа, информации во списанија, брошури, веб-страници, мапи, спотови, комерцијални/промотивни знаци, туристички тури со возила и туристички информативни центри.

ТУРИСТИЧКАТА ИНФРАСТРУКТУРА вклучува основни елементи и објекти потребни и расположливи за туристите додека престојуваат во нашиот регион. Патишта, паркиралишта, сигнализација, вода, електрична енергија и објекти во кои се случуваат настани или активности се капацитети за кои туристите не плаќаат директно, но нивниот недостаток или инфраструктура со слаб квалитет може да се одлучувачки за туристите и за впечатокот што ќе гоп понесат од патувањето.

ТУРИСТИЧКАТА ГОСТОПРИМЛИВОСТ (СВЕСТ И ОБУКА ЗА ГРАНКАТА) се однесува на тоа како туристите се опслужени, поздравени и третирани од персоналот кој е во директен контакт со нив, менаџерите/операторите и граѓаните при посетатата на нашиот регионот. Утврдува дали посетителите имаат пријатно искуство.

ТУРИСТИЧКИТЕ УСЛУГИ НА МАЛО ги вклучуваат сите услуги кои ги опслужуваат потребите на туристите додека се наоѓаат во нашиот регинот, капацитети како хотели/мотели/одморалишта, кампови, ресторани, продавници, туристички оператори/услуги на водичи, итн. Бидејќи туризмот претставува економска активност, успехот на туристичката гранка може директно да се утврди со мерење на приходите кои се остваруваат и отворените работни места преку овие услуги на мало како резултат на туристичката активност.

Овој Туристички акционен план може да се дефинира како документ подготвен во име на нашиот регион кој ќе помогне во развојот на туризмот и маркетингот како на краток, така и на долг рок. Тој е развиен и формално поддржан од групи на лица и агенции кои претставуваат широк пресек од туристичката гранка во регионот. Планот обезбедува рамка за бизнисите, локалните самоуправи и релевантните организации за анализа на пазарите за туризам, предностите на туризмот и проблемите на туризмот за да се развијат цели кои ги зајакнуваат предностите и ги надминуваат проблемите. Бидејќи туризмот е гранка во развој, Планот ќе биде следен и оценуван на редовна основа за да се овозможат потребните ревизии.

Врз основа на фактот дека Туристичкиот акционен план за Регионот ќе биде флексибилен план кој се развива, содржан е во формат кој охрабува дополнување/бришење на материјали, вметнување на евидентираните резултати од спроведувањето на целите и вклучување на кои било потребни ревизии кои се резултат на спроведувањето. Значи, тоа е причината зошто овој План е во формат на перфорирани листови во папка кој овозможува ревидирани и нови страници веднаш да се вметнат или избришат по потреба.

Врз основа на клучните компоненти за туризмот и дефиницијата на Планот, Туристичкиот акционен план за регионот Малеш-Пијанец беше разработен со примена на следниве чекори:

ПРЕДРАБОТИЛНИЦА ЗА ИСТРАЖУВАЊЕ НА ПАЗАРОТ НА ТУРИЗАМ

Пред започнување на развојот на Туристичкиот акционен план за регионот Малеш-Пијанец, беше извршен преглед на истражувањето на пазарот што се однесува на постојните трендови во туристичката побарувачка во Европа, состојбата со туризмот во југоисточна Европа и постојните маркетинг/промотивни напори за да помогнат при насочувањето на подготовката на Планот.

Трендовите во туристичкиот маркетинг и развој во Европа, медитеранската област и југоисточна Европа беа прегледани со употреба на Извештајот за маркетинг трендовите во Европа на Светската туристичка организација на Обединетите нации за 2003 година.

Моментални трендови прикажани преку европските туристи: Европските туристи одат на пократки одмори, ги потврдуваат плановите за патување и резервираат одмор поблиску до датумот на заминување, посетуваат дестинации кои се поблиски и послични на нивните домови, и самите си прават пакети со употреба на Интернет за комбинација на буџетот, транспортот и местата со сместување/тури на избраната дестинација. Културниот и „активниот" туризам (на пример бањи, спорт, природа, рурални посети) стануваат сè поважни и играат значајна улога во дополнувањето на воспоставените туристички активности како производ на „сонцето и морето". Културниот туризам се смета за составен дел од европскиот туристички производ бидејќи, речиси, сите посетители вклучуваат некои културни активности при нивните посети особено кога се вклучени храната, вината и „доживувањето на начинот на живот" на дестинацијата.

На одморите кои нудат сонце и море сè уште отпаѓа најголем дел, со истовремена важност на посетата на културните/историските места. Регионот се адаптира за да го привлече пазарот на „состаноци, стимулации, конференции и изложби" кои вклучуваат кратки културни патувања или посети на природата(дополнителни патувања како дел од целокупниот пакет).

Изведба на дестинациите од Југоисточна Европа: Југоисточна Европа се смета за нова дестинација во подем. Во 2003 година, Албанија оствари зголемување на странски туристи од над 6%. Сепак, ова е бледо, ако се спореди со Македонија (>19% покачување) и Србија - Црна Гора (>20% покачување). Македонија се насочи на зголемување на бројот на културни и спортски настани, атракции и мали хотели, особено во областа на Охридското Езеро. Исто така, ги подобри своите мрежи за внатрешно-надворешна комуникација за да ги задоволи потребите на оние кои патуваат за бизнис и рекреација. Најголемите проблеми во однос на развојот на туризмот во Југоисточна Европа се: слабиот квалитет на туристичка понуда и потребата за развој на мали и средни туристички претпријатија.

Резиме на информациите за промоција на туризмот за регионот Малеш-Пијанец:

Општина Берово:

Општина Берово е една од водечките во Брегалничкиот регион во промоција на потенцијалите за развој на туризмот. Општината има подготвени стратешки документи и урбанистички планови како основа за развој на туризмот.

Во Стратегијата за одржлив развој на Општина Берово (2006-2011) и Акциониот план за имплементација, развојот на туризмот е една од стратешките цели. Соодветно на тоа, дефинирани се конкретни акциони чекори за остварување на оваа цел. Во 2005г, во соработка со Здружението на инженери за заштита на животната средина на РМ изработена е Стратегија за развој на ЕКО туризмот во Општина Берово, од која голем дел од предвидените активности веќе се реализирани. Во 2008г усвоена е под стратегија за рурален развој на Општина Берово, каде се дефинирани потенцијалите за развој на рурален туризам и се разработени конкретни акции. Општина Берово е дел од Националната стратегија за развој на туризмот, особено во делот на развој на алтернативен туризам.

Во периодот 2005-2009г подготвени се Детални урбанистички планови за туристичките населби Суви Лаки и Беровско Езеро, кои се основа за понатамошниот одржлив развој на овие туристички локалитети.

Во 2008г подготвена е физибилити студија за парк на природата во Општина Берово, каде се дефинирани специфичните природни вредности во општината и начините на нивна заштита и промоција.

За промоција на локалните потенцијали за развој на туризмот и специфичните локални производи, од 2005г во Општина Берово функционира Туристички информативен пункт, преку кој се иницира подготвка на пакет на промотивни материјали- мултимедијално ЦД, брошури, туристички мапи.

Во Општина Берово има маркирано пет пешачки патеки кои се дел од Балканската трансферзала за планинарење и се објевени во националната мапа за планински патеки, како и во посебна мапа за Општина Берово. Во 2008-2009 ажурирани се и збогатени печатените материјали со брошурите „10 причини зошто да го посетите Берово", „Категоризирани приватни цместувачки капацитети", Туристички водич за Општина Берово, мултумедијално ЦД за туристичка промоција и постери. Во 2008г промовиран е документарен филм за Туристичките потенцијали на Берово и Малешевијата, кој е преведен на англиски и француски јазик и наменет е за меѓународна промоција.

За промоција на живото наследство, Општина Берово има подготвено календар на културни настани, кој е публикуван во печатените материјали, како и на њеб страната на општината.

Од 2004г Берово е домаќин на меѓународниот саем на традиционални производи „Малешевијата на дланка”, кој се одржува на 27-28 август, по повод христијанскиот празник Успение на Пресвета Богородица. Оваа манифестација почна како локален настан, продложи на регионално ниво, а од пред 3 години има меѓународен карактер и веќе е афирмирана како препознатлив туристички продукт за промоција на туристичките потенцијали и специфичните традиционални производи. Во последната седмица од август се одржува и манифестацијата Малешевски фолклорни средби, како дел од Беровско културно лето. „Бамбурци„ е специфичен обичај во с.Ратево кој традиционално се одржува во јануари и добива на масовност. Од 2008г за промоција на еден од специфичните локални производи-компирот, во октомври Берово е организатор на настанот Денови на малешевскиот компир.

Како резултат на специфичните вредности, Општина Берово и регионот, веќе се дел од маршутите на странските туристи, кои престојуваат во Берово 2-4 дена и претежно се заинтересирани за традиционалните вредности и природните убавини.

Во поглед на иницирање на регионалната соработка за заедничка промоција, од 2006 година се активира процесот на брендирање на Малешевско-Пијанечкиот регион, во соработка со Општините Печево и Делчево. Брендот Малеш има за цел да ги заштити и промовира специфичните регионални производи и туристички услуги.

Општина Делчево:

Општина Делчево е сместена во Пијанечката котлина, во подножјето на планината Голак, на надморска височина од 600-800 метри. Општината, со богато историско и културно наследство, со села со зачувана селска архитектура, во последниве години прави исклучителни чекори на полето на туризмот ценејќи дека оваа гранка има реални потенцијали за развој, а со тоа би била и една од носечките во локланиот економски развој на Делчево. Во оваа насока во 2005 година е усвоен ДУП за туристичка населба Голак, со предвидени викенд куќи, хотели, скијачки терени и сл. Во 2007 година е изработен и усвоен Стратешки план за локален економски развој, каде како една од стратешките цели на Општина Делчево е дефинирана следната: **Создавање на услови за искористување на потенцијалите за развој на туризмот,** со следните подцели:1)Истражување на можностите за развој на туризмот во пијанечкиот регион, 2) Создавање на услови за претворање на локалитетот Голак во развиен и препознатлив туристички центар, 3)Создавање на

услови за развој на селски, културен и транзитен туризам, 4)Инфрастуктурно уредување на туристички локалитети

Во 2008 година е изработен документ Зелена Агенда на општина Делчево, каде главниот акцент е ставен на животната средина и културното наследство и посебно се разработени одредени развојни приоритети во областа на туризмот. За истражување на потенцијалите за развој на туризмот во 2007-2008 година е изработена Студијата за социо-економските и туристички потенцијали на територијата Делчево-Благоевград. Во 2007 година е изработена цост-бенефит анализа за развој на Голак во туристички центар, во која се добиени позитивни финансиски показатели и се гледа финансиската и економската оправданост од развојот на туризмот на оваа планина.
Покрај стратешките документи и студиите, кои ги даваат основните предуслови за развој на туризмот, Општината презема и конкретни активности во делот на промоција на Делчево како интересно место за посета. Во периодот 2000-2004 се истражени бројни археолошки локалитети на територијата на општината и пронајдените предмети се валоризирани и формирана е археолошко-етнолошката збирка сместена во спомен- домот АСНОМ.

Во 2007 г. македонската јавност беше фасцинирана од откритието на с. Стамер, Делчево, на фосилни остатоци од праисториски животни (жирафа, мастодонт, антилопа и сл.) стари од 3 до 10 милиони години, гробница која дава научна основа за револуционерно откритие за настанокот на првиот човек на земјата. Научници од Македонија, Франција и Бугарија планираат да работат на истражување на овој палеонтолошки локалитет кој во иднина ќе биде туристичка атракција.

Во 2007 година уште едно откритие: погребната обредна бронзена кочија од времето на Александар, откриена во локалитетот Могила во с. Очипала кај Делчево, оценет како локалитет од исклучително значење за македонската археологија во што ја смести општината на насловните страни на дневните весници и на ударните вести на националните телевизии. Тргнувајќи од сите овие откиритија,но и од сознанијата дека тука има уште поголемо културно и природно наследство, локалната власт отвори локален музеј „Пијанец”, каде ќе бидат поместени откритијата кои потекнуваа од Пијанец и тие ќе може да бидат достапни за сите посетители.
Во делот на живото наследство општината во соработка со соседните две општини Пехчево и Берово, во 2002 година ја воспостави Пијанешко-малешевската свадба, која се одржува секој септември и каде посетителите во живо може да ги доживеат и искусат сите традиционални свадбарски обичаи. Традиционалната свадба претствува афирмација, но и ги чува од заборав богатите свадбарски обичаи од овој крај.
Исто така, народниот вековен обичај под маски „Сурва”, кој и ден денес автентично се чува во пограничното село Sвегор, е атракција која побудува

интерес и кај случајните минувачи и ги сопира љубопитните транзитни патници на меѓународниот пат за Бугарија. Ова живо наследство е традиција која со низа обредни игри се одржува на првиот ден од Стара Нова Година, Василица.

Пиајнечкиот идентитет црпен од старите времиња верно го чуваат во своите настапи играорците од најстарата Фолклорна група „Копачката" која е бисер на пијанечкиот и воопшто на македонскиот фолклор. Членовите на групата, 70- годишните старци, го негуваат изворното народно оро КОПАЧКА, што потекнува од с.Драмче.

Значајно место во културните настани, вредни за посета на туристите е и меѓународната манифестација „Голачки фолклорни средби", која се одржува секоја година на 8 август, спроти верскиот празник св.Пантелејмон, на планината Голак, поточно на највисокиот врв Чавка. Оваа ноќ, под отвореното небо со ѕвезди, се собираат илјадници жители од целиот регион покрај манастирот Св.Пантелејмон за кого се верува дека има исцелителна моќ.

Во делот на манифестации, централно место во Делчево се завршните денови на културната маѓународна манифестација „Гоцеви денови" во чест на револуционерот Гоце Делчев, чие име го носи градот.

На ниво на регион, трите општини во 2007 година го започнаа проектот за брендирање на овој регион и јакнење на регионалниот идентитет, што како долготраен процес ќе игра важна улога во создавањето на препознатлив регион за искусување на природата и традицијата. Како регион не се спомнува во многу публикации за туризмот, освен во брошурата за туризмот во Брегалничко-струмичкиот регион.

Општина Пехчево:

1. Проект : „ Рурален Туризам во Општина Пехчево-дополнителни содржини и атракции "
   - Изградба на две детски игралишта
   - Изработка на промотивен материјал

   Проектот е во финална фаза на имплементација - ГТЗ
2. Проект „Уредување на водопади на м.в Црни Дол И фаза
3. Проект „Уредување на водопади на м.в Црни Дол И И фаза МААСП
4. Под стратегија за Рурален Развој – МААСП
5. Парковско уредување на околината од водопадите – Општина Пехчево
6. Подготовка на ДУП за туристичка населба „Равна Река"

ЧЕКОР 1: РАЗВОЈ НА ТУРИСТИЧКИ ПАЗАРНИ ПРОФИЛИ

Комитетот за туристички акции прво требаше да ги утврди своите сегашни и потенцијални приоритени туристички пазарни сегменти (засновани на „примарна цел на патувањето”) пред разработката и промоцијата на потребните атракции, услуги и инфраструктура потребни за развивање на успешна туристичка гранка. Така, почетен чекор во Процесот на развој на Туристички акционен план беше да се откријат колку што е можно повеќе информации за овие пазарни сегменти. Ова беше направено со одговарање на серија на релевантни прашања за сите пазарни сегменти кои во моментов ја посетуваат или постои потенцијал да бидат привлечени да ја посетат нашата Област, а потоа со рангирање на важноста на секој сегмент врз основа како на постојното, така и на потенцијалното значење.

Резултати: Комитетот за туристички акции утврди дека постојат петнаесет различни пазарни сегменти кои во моментов ја посетуваат регионот или кои поседуваат потенцијал да бидат привлечени да ја посетат. Врз основа на анализата на прашањата кои се однесуваат на секој сегмент (прелиминарното истражување на пазарот прикажано погоре беше многу корисно при оваа активност), Комитетот ги рангираше **главните пет пазарни сегменти** како најважни за туристичката гранка на регионот Мелеш-Пијанец претставени според важност:

1. **Природа**
2. **Одмор и рекреација**
3. **Културни историски настани**
4. **Бизнис туризам**
5. **Фамилијарен туризам**

ЧЕКОР 2: НАБРОЈУВАЊЕ НА ПРЕДНОСТИТЕ НА ТУРИЗМОТ.

Со употреба на петте клучни составни области, беа подготвени списоци во кои е вклучено сè што е, или потенцијално би можело да претставува, предност на туристичката гранка во регионот. Секоја од петте листи беа посебно рангирани според важноста. Оние предности кои беа највисоко рангирани се однесуваат директно на задоволување на потребите на веќе утврдените приоритетни пазарни сегменти.

Предности - туристички атракции, настани и активности:

1) Постоење на природни богатства (планини,езера,реки,шуми,руди
2) Археолошки локалитети
3) Палеонтолошки наоѓалишта

4) Културни манифестации
5) Традиционални обичаи, храна и носии

Предности - туристички маркетинг и промоција:

1) Манифестации (Саем "Малешевијата на дланка", Пијанечко-малешевска свадба, Гоцеви денови, Велигден, Бамбурци, Сурва, Голечки фолклорни средби, итн)
2) Брендиран регион и лого Малеш-Пијанец
3) Креативени човечки ресурси
4) Добра волја
5) Културно -иториско наследтство

Предности: туристичка инфраструктура:

1) Близина до ЕУ – Република Бугарија
2) Добра сообраќајна поврзаност
3) Добра пристапност до туристичките локалитети
4) Покриеност со електрична, водоводна и телекомуникациска мрежа
5) Покриеност на населените места со интернет, мобилен и фиксен телефон
6) Потенцијал за туристички капацитети

Предности - туристичка гостопримливиот :

1) Традиционална гостољубливост - гостопримливи жители,
2) Комуникација/добро поздравување (помеѓу локалнато население и туристот)
3) Висок квалитет, локално произведена храна и производи,

Предности – туристички услуги на мало :

1) Пазар на овошје и зеленчук (еднаш неделно)
2) Маркети и продавници
3) Кафулиња и дискотеки
4) Месарници
5) Еколошка здрава храна подготвена на традиционален начин
6) Пекарници

ЧЕКОР 3: НАБРОЈУВАЊЕ НА ПРОБЛЕМИТЕ ВО ТУРИЗМОТ.

По набројувањето на позитивните аспекти од туристичката гранка во нашиот регион, важно беше да се набројат „проблемите" кои го спречуваат развојот на туризмот. Проблемите во однос на туризмот вклучуваат:

Негативности: Пазарни сегменти кои имаат негативни карактеристики или елементи кои би можеле да се подобрат (на пример, постоечки фестивал кој не е соодветно промовиран пред туристите).
Директни пречки: Негативни аспекти како локација во далечно опкружување.
Неразвиени идеи: Идеи или потенцијални предности за туризмот врз кои не се работело (на пример промоција на значајните историски настани на регионот како туристичка атракција).
Проблемите поврзани со туризмот беа исто така набројани и рангирани под петте посебни клучни составни области со најголема загриженост во однос на прашањата кои конкретно се однесуваат на задоволување на потребите на најважните целни пазарни сегменти.

Проблеми: Туристички атракции, настани и активности:

1) Недоволна заштита на животната средина(шуми,вода и почва)
2) Непостоечка туристичка инвентаризација и мапирање во регонот
3) Не адаптирани објекти за традиционален начин на живеење
4) Неистражени археолошки и палеонтолошки локалитети
5) Мал број на претпознатливи туриситички атракции и настани
6) Нема туристички продукт

Проблеми – туристички маркетинг и промоција:

1) Непостоење на туристички инфо центар
2) Нема програма за промоција и промотивни материјали на регионот
3) Непостоење на регионално здружение за туризам
4) Немање обучен кадар за туристички водичи
5) Непостоење на мрежа на субјекти кои даваат туристички услуги
6) Нема туристички агенции и немање на добра соработка со тур операторите
7) Непостоење туристички пакет и производ од регионот

Проблеми - туристичка инфраструктура:

1) Лоша патна, сигнализација и сигналитика
2) Лоша состојба на патната инфракструктура во и до регионот
3) Лоша состојба објекти за одржување на културни настани и манифестации
4) Непостоење на тренинг центар за туризам
5) Недоволно и нефункционални објекти за спорт и рекреација
6) Постоење само на еден граничен премин
7) Недоволен број на сместувачки капацитети
8) Руинирани сметувачки капацитети во државна сопственост

Проблеми - туристичка гостопримливост :

1) Одлив од човечки ресурси
2) Необучен кадар во угостителството и други услуги
3) Ниска свест за значањето на туристичката понуда во регионот
4) Немање на обучени туристички водичи
5) Недоволно развиена туристичка култура на однесување
6) Дискреција на гости

Проблеми - туристички услуги на мало:

1) Недостаток на промоција/продажба на традиционалните занаети, храна и пијалаци
2) Непрофесионалност на локалното население кои работат во туристички услуги на мало
3) Непознавање на надлежостите на општините во областа на туризмот

ЧЕКОР 4: РАЗВОЈ НА ОПШТИТЕ И КОНКРЕТНИТЕ ЦЕЛИ ЗА ТУРИЗМОТ

Беа разработени општи и конкретни цели за да се надминат проблемите и зајакнат предностите. Беа разработени искази за општите целите со едноставно вметнување на зборовите „да се подобри...” пред секоја од петте клучни составни области. Според тоа, нашите пет **ОПШТИ ЦЕЛИ ЗА ТУРИЗМОТ** се:

- **ДА СЕ ПОДОБРАТ ТУРИСТИЧКИТЕ АТРАКЦИИ, НАСТАНИ И АКТИВНОСТИ**
- **ДА СЕ ПОДОБРИ ТУРИСТИЧКИОТ МАРКЕТИНГ И ПРОМОЦИЈА**
- **ДА СЕ ПОДОБРИ ТУРИСТИЧКАТА ИНФРАСТРУКТУРА**
- **ДА СЕ ПОДОБРИ ТУРИСТИЧКАТА ГОСТОПРИМЛИВОСТ (СВЕСТ И ОБУКА ЗА ГРАНКАТА)**
- **ДА СЕ ПОДОБРАТ ТУРИСТИЧКИТЕ УСЛУГИ НА МАЛО**

Општите цели за туризмот не се рангирани од едноставна причина што конкретните цели за туризмот содржани под општите цели за туризмот се рангирани без разлика на тоа под која општа цел спаѓаат. Конкретните цели за туризмот беа разработени со земање на еден или повеќе од проблемите и разработка на конкретни, мерливи искази кои истакнуваат што треба да се постигне за да се осигура надминување на проблемот(-ите). Штом се земат

предвид сите проблеми, конкретните цели за туризмот кои произлегуваат како резултат беа рангирани врз основа на одреден број на критериуми; колку конкретно ги исполнуваат потребите/желбите на еден или повеќе од целните пазарни сегменти, колку е тешко да се постигнат (потребни средства и ресурси) колку брзо може да се постигнат (временска рамка) и дали нивното постигнување или не ќе придонесе за многу брзо постигнување видливи резултати кои се, позитивни и привлекуваат внимание. За да помогнат при оваа активност, членовите на Комитетот одговорија на три прашања за секоја цел за туризмот, пазарни врз кои има импликации, временска рамка и трошоци.
Важно беше да се има две или три конкретни цели кои се рангирани во првите пет кои може да се постигнат бргу и да дадат многу видливи резултати за да му обезбедат доверба и енергија на Комитетот за туристички акции за да се справи со постигнување на други, потешки конкретни цели. Понатаму, заинтересираните страни во туризмот, лоцирани во регионот и надвор од него и жителите на регионот ќе забележат дека Комитетот, всушност, постигнува резултати и ја обезбедува тековната поддршка потребна за постигнување на поголеми и подобри работи за развој на туристичкиот сектор во регионот Малеш-Пијанец.

ЧЕКОР 5: РАЗВОЈ НА АКЦИОНИ ПЛАНОВИ ЗА ДЕЈСТВИЈА ЗА КОНКРЕТНИТЕ ЦЕЛИ ЗА ТУРИЗМОТ.

Сите планови вообичаено содржат општи и конкретни цели за кои сите се согласуваат дека доколку се остварат ќе ги изменат работите на подобро. За жал, многу планови не содржат детални дејствија кои ќе водат до остварување на овие општи и конкретни цели. За да се надмине оваа бариера, процесот за Туристичкиот акционен план на СНВ ја содржи неговата најважна компонента; разработка на посебен Акционен план за секоја конкретна цел за туризмот со кој се осигурува дека ќе дојде до спроведување. За секоја конкретна цел за туризмот беа формулирани серија на „Туристички акциони чекори”. Овие „акциони чекори” се концизни, насочени искази кои даваат нацрт на детален, постепен начин на разните дејствија потребни да се постигне секоја конкретна цел за туризмот. Овие акциони чекори се многу конкретни искази кои треба да отстранат секакво недоразбирање за она што треба да се стори за да се постигне конкретната цел за туризмот за која станува збор.
Секој Акционен план за конкретните цели за туризмот дава и резиме на сите претходни информации кои конкретно се однесуваат за конкретната цел за која станува збор. (односно на која општа цел за туризмот се однесува, конкретна цел за туризмот на која í се посветува примарно внимание во Акциониот план, редоследот на важност на конкретната цел, проблемот (-ите) за туризмот кои се решаваат, целниот (-те) пазар(-и) врз кој(-и) имаа импликации, временската рамка потребна за постигнување на Акциониот план и проектираните трошоци потребни за постигнување на конкретната цел). Се додава и исказ за „оправданост” за да ги објасни

причините заради кои постигнувањето на конкретната цел за која станува збор е важно за развојот на туристичката гранка во регионот Малеш-Пијанец. Резимеата од една до две страници кои произлегуваат како резултат исто така им овозможуваат на заинтересираните страни со една или две конкретни цели за туризмот брзо да ја разберат логиката која се употребува при создавањето на токму овие конкретни цели.
Потоа поединци/агенции беа распоредени да работат на секој туристички акционен чекор содржан во Акционите планови за петте највисоко рангирани конкретни цели за да се обезбеди спроведување во реално време. Од овие поединци/агенции се очекува да ги евидентираат нивните активности (резултати) и редовно да го известуваат Комитетот за напредокот постигнат во текот на процесот на спроведување. Еден или два члена од Комитетот за туристички акции се распределени да работат на секој Акционен план за конкретни цели за туризмот за да обезбедат континуитет и тековно директно известување на целиот Комитет во однос на напредокот во спроведувањето. Колоната за „резултати" ќе се користи за евиденција и резимирање на исходите од преземените дејствија. Доколку има потреба, може да се вметнат дополнителни страници и собрани материјали зад страницата на која е Акциониот план за конкретната цел за кој станува збор; тоа е причината зошто Планот е во форма на перфорирани страници ставени во папка. Со постигнувањето на главните конкретни цели, останатите Акциони планови за конкретни цели ќе им бидат доделени на членовите на Комитетот.

ЧЕКОР 6: СЛЕДЕЊЕ, АНАЛИЗИРАЊЕ, ЕВАЛУАЦИЈА И ПРЕГЛЕД НА ТУРИСТИЧКИОТ АКЦИОНИОТ ПЛАН ЗА РЕГИОНОТ МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ.

Комитетот за туристички акции редовно ќе се состанува со цел да осигура спроведување на конкретните цели за турзимот. Штом се постигнат одредени конкретни цели, ќе биде неопходно следење и евалуација на резултатите за да се утврди дека е постигнато предвиденото влијание (на пример, доколку во конкретната цел е наведено „Развој на традициоален настан за да се покаже нашата единствена култура, занаети и производи", следењето и анкетирањето на луѓето кои присуствуваат на овој настан е важна компонента од процесот на Акциониот план). Комитетот несомнено ќе го ревидира Планот по потреба (на пр. : 1) доколку не може да се најдат ресурси/средства за некоја конкретна цел, ќе се стави „во фиока" сè додека не се најдат средства; 2) ако после многу работа, една конкретна цел не дава резултати, и се чини дека повеќе не е релевантна, таа ќе биде избришана).
Комитетот исто така ќе спроведе интензивен годишен преглед на Планот како за да го истакне она што е постигнато, така и за да се додадат нови, релевантни конкретни цели кои дополнително ќе ја зајакнат туристичката гранка во регионот. Ревидираниот, ажуриран План ќе биде прегледан од страна на заинтересираните страни во туризмот и граѓаните од областа за

да дадат свој придонес и помош во спроведувањето. Потоа повторно ќе им биде вратен на трите општински совети кои го поддржуваат овој План за да известат за напредокот постигнат до тогаш и да се добие формално одобрение за повторно продолжување.

РЕЗИМЕ НА ПРИДОНЕСОТ ОД ЗАИНТЕРЕСИРАНИТЕ СТРАНИ И ЈАВНОСТА:

Општина Берово:

За транспатентност на процесот на подготовка на ТАП и учество на јавноста, Општина Берово организираше јавна расправа, која се одржа на 06.02.2009г со почеток во 13.00 часот во Салата за состаноци на Општина Берово. На расправата учествуваа претставници од сите засегнати страни од општината: бизнис сектор, невладини организации, сопственици на приватни сместувачки капацитети, како и членовите на Комитетот за туризам од Општина Берово и градоначалникот на Општина Берово.

Градоначалникот на Општина Берово, во својство и на претседател на Комитетот за туризам ги поздрави присутните и се осврна на значењето на ТАП како суштински документ за развојот на туризмот во регионот.

Од страна на Јасминка Пашалиска-Андоновска беше презентиран процесот на подготовка на нацрт документот ТАП и неговата содржина.

Во интерактивната дискусија, од страна на присутните беа предложени дополнувања и корекции на документот, кои беа вклучени во нацрт верзијата.

По завршените заклучоци, присутните предложија по усвојувањето на документот од Советот, од страна на одделението за ЛЕР на Општина Берово да се достави е-верзија до сите засегнати страни во општината за заеднички да се отпочне со негова имплементација. При тоа, да се следат инфорациите за можностите за аплицирање за проекти и да се направат напори за организирање на обука за пишување на ИПА проекти за членовите на граѓанските здруженија и бизнис заедницата.
За да се запази регионалната димензија на ТАП, особено во фазата на имплементација, непоходна е обука за регионална соработка и партнерство намената за сите засегнати страни од регионот и зајакнување на регионалната соработка.

Општина Делчево:

Јавната расправа во Општина Делчево се одржа на 09.02.2009 на која беа присутни претставници на јавната администрација,невладинот и бизнис сектор. Транспаретно беше преставена драфт верзијата на ТАП процес со

историјат на целиот процес и крајниот документ регионалниот ТАП документ. На присутните беше поделен прашалник, со кој присутните имаат можност да дадат свој придонес во израотка на целиот документ.

Беше поздравена идејата за еден ваков документ во кој се вклучени трите општини и беше потенцирано туризмот како сектор да преставува водечки сектор за развој на општина Делчево. Како заклучок од јавната расправа произлезе дека општината ги нема искористено своите природни потенцијали со кои располага, за промоција и развој на туризмот. Да се зајакне регионалната соработка со општините Берово и Пехчево и плански да се планира развојот на туризмот во овој регион.

Општина Пехчево:

Во општина Пехчево јавната расправа се одржа на 02.02.2009 во општинска сала за состаноци. Присутни беа членови од советот,бизнис сектор,невладини организации и локална и нацинална администрација. Идејата за изработка на туристички документ за трите општини беше поздравена и беше препорачано таквата соработка да продолжи и во иднина. Општина Пехчево има голем потенцијал за туристички развој со својата природна убавина и местоположба,кои треба во иднина да се промовираат со цел да се привлечат повеќе посетители да ја посетат општината. Присутните предложија градоначалникот заедно со општинскиот совет да планираат во буџетски средтсва со кои ке се имлементираат во општината за развој на туризмот. Исто така советниците да го одобрат ТАП документ кој ќе послужи како база за развој на туризмот во регионот Малеш-Пијанец.

ВИЗИЈА :

РЕГИОНОТ МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ ПРЕПОЗНАТЛИВА ЕКОЛОШКА ЧИСТА СРЕДИНА, СО ПРИРОДНИ РЕТКОСТИ, РАЗВИЕНА ТУРИСТИЧКА ИНФРАСТРУКТУРА, РАЗНОВИДНА ТУРИСТИЧКА ПОНУДА И ТРАДИЦИОНАЛНА ХРАНА.

РЕГИОН МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ

ОПШТИНИ: БЕРОВО
ПЕХЧЕВО
ДЕЛЧЕВО

ПРОФИЛИ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР

Туристички видови базирани на „главната цел за патување” (По секој туристички вид „(п)”означува ‘постоечки’ „(по)” означува ‘потенцијален’)	РАНГ	ШТО ТИЕ ПРАВАТ ТИЕ ТУКА?	ЗОШТО ТИЕ ГО ПРАВАТ ТОА ТУКА?	а) КАКВИ УСЛУГИ БАРААТ ТИЕ? б) ДАЛИ СЕ ТИЕ РАСПОЛОЖИВИ (Д=ДА Н=НЕ)?	КОЕ ВРЕМЕ ОД ГОДИНАТА ТИЕ ДОАГААТ ТУКА?	КАКО ТИЕ ДОАГААТ ТУКА?	КОЛКУ ДОЛГО ТИЕ ПРЕСТОЈУВААТ?	КОЛКУ ПАРИ ТРОШАТ ТИЕ? а) € по лице/ден б) # луѓе/година в) вкупен приход/година	ОД КАДЕ СЕ ТИЕ?	КОИ СЕ ТИЕ? а) Возраст б) Пол в) Едукација г) Распон на Доход	ШТО Е НАПРАВЕНО ДА СЕ ПРИВЛЕЧАТ ТИЕ?	КОИ ТРЕНДОВИ ТИЕ ГИ ПРЕТСТАВУВААТ?
ПРИРОДА	**1**											
ПЛАНИНСКИ		Одмор Рекреации Собирање билки Планинарење	Чиста и Здрава Околина Планинарски Патеки	а) Сместување б) Патеки в) Клупи за одмор да не	Викенд Летен Одмор Зимен одмор	Коли Автобуси Такси	1-3 дена 5-10 дена	а) 20-25 е б) 1000 - 2000 луѓе в) 20 000 – 40 000 е	Р.Македонија Странство Локални	а) 7-20, 20-50 г б) женски&машки в) средно,вишо-високо г) 250 е	Сместувачки капацитети	Подобра инфраструктура Подобро сместување
ЗДРАВЕН		Здравствени проблеми	Потреба Висока концетрација на килород По препорака на лекари	Сместување со лекарски надзор	По потреба	Возила	5-15 ден	Незнам	Р.Македонија Странство Локални	а) 7-20, 20-50 г б) женски&машки в) средно,вишо-високо г) 250 е	инфраструктура	Подобра инфраструктура Подобро сместување

ЛОВЕН		Рекреација Лов на дивеч	забава Спорт	а) Ловишта б) Ловна Опрема да	Период на лов	Возила	1-5 дена	а) 20-25 е + такса за лов б) 50-100 луѓе в) 100-2500 е	Р.Македонија Странство Локални	а) 0-60 б) машки в) средно,вишо,високо г) 300 е	Ловишта	Подобра инфраструктура Подобро сместување

Туристички видови базирани на „главната цел за патување” (По секој туристички вид „(п)”означува ‘постоечки’ „(по)” означува ‘потенцијален’)	**РАНГ**	**ШТО ТИЕ ПРАВАТ ТУКА?**	**ЗОШТО ТИЕ ГО ПРАВАТ ТОА ТУКА?**	**а) КАКВИ УСЛУГИ БАРААТ ТИЕ? б) ДАЛИ СЕ ТИЕ РАСПОЛОЖИВИ (Д=ДА Н= НЕ)?**	**КОЕ ВРЕМЕ ОД ГОДИНАТА ТИЕ ДОАГААТ ТУКА?**	**КАКО ТИЕ ДОАГААТ ТУКА?**	**КОЛКУ ДОЛГО ТИЕ ПРЕСТОЈУВААТ?**	**КОЛКУ ПАРИ ТРОШАТ ТИЕ?** а) € по лице/ден б) # луѓе/година в) вкупен приход/година	**ОД КАДЕ СЕ ТИЕ?**	**КОИ СЕ ТИЕ?** а) Возраст б) Пол в) Едукација г) Распонна Доход	**ШТО Е НАПРАВЕНО ДА СЕ ПРИВЛЕЧАТ ТИЕ?**	**КОИ ТРЕНДОВИ ТИЕ ГИ ПРЕТСТАВУВААТ?**
Одмор и Рекреација	**2**											
		Собираат лековити билки Одмараат Се забавуваат Ноќеваат Шетаат Џогираат	Чист воздух Тишина и мир Природна убавина Безбедност	а) Сместување б) Традиционална храна в) Квалитетна туристичка услуга	Во тек на цела година	Самостојно Организирано	7-10 дена	а) 50 е б) 5000 луѓе в) 250 000 е	Р.Македонија Странство	а) Сите б) машки и женски в) едукација разно г) 250-1000 е	Изработка на пропагандан материјал Сместувачки капацитети	Подобросместување Еколошка храна Чиста животна околина

Туристички видови базирани на „главната цел за патување” (По секој туристички вид „(п)”означува ‘постоечки’ „(по)” означува ‘потенцијален’)	**РАНГ**	**ШТО ТИЕ ПРАВАТ ТИЕ ТУКА?**	**ЗОШТО ТИЕ ГО ПРАВАТ ТОА ТУКА?**	**а) КАКВИ УСЛУГИ БАРААТ ТИЕ? б) ДАЛИ СЕ ТИЕ РАСПОЛОЖИВИ (Д=ДА Н=НЕ)?**	**КОЕ ВРЕМЕ ОД ГОДИНАТА ТИЕ ДОАГААТ ТУКА?**	**КАКО ТИЕ ДОАГААТ ТУКА?**	**КОЛКУ ДОЛГО ТИЕ ПРЕСТОЈУВААТ?**	**КОЛКУ ПАРИ ТРОШАТ ТИЕ?** а) € по лице/ден б) # луѓе/година в) вкупен приход/година	**ОД КАДЕ СЕ ТИЕ?**	**КОИ СЕ ТИЕ?** а) Возраст б) Пол в) Едукација г) Распон на Доход	**ШТО Е НАПРАВЕНО ДА СЕ ПРИВЛЕЧАТ ТИЕ?**	**КОИ ТРЕНДОВИ ТИЕ ГИ ПРЕТСТАВУВААТ?**
<u>Културно Историски Настани</u>	**3**											
Традиционални Занаети		Живи занаети Купување	Спој на традиција и современост	а) Природни материјали - волна - дрво б) да	Цела година	Коли Автобуси Такси	2 дена Викенд	а) 50 е б) 300 луѓе в) 150 000 е	Р.Македонија Странство Преставништва	а) 0-40 б) женски в) средно,вишо,високо г) 250 е	Организиеање на манифестации	Етно Природни материјали
Етно		Посета на настани со народна култура	Специфичен и негуван фолклор	Храна и Сместување поврзани со традицијата Да	Лето и Есен	Возила Организирано Индивидуално	1 ден	а) 60 е б) 8 000 луѓе в) 800 000 е	Р.Македонија Р.Бугарија Р.Србија Балкан	а) 15 нагоре б) машки,женски в) средно,вишо.високо г) среден доход	Манифестација Промоција	Враќање кон традицијата и корените

Настани и манифестации		Посета на карактеристични настани за регионот	Забава Интересирање Уникатни настани	а) Атракција б) Организирање в) Производство да	Цела година	Возила Автобуси Организирано Индивидуално	1-2 дена	а) 50 е б) 6000 луѓе в) 300 000 е	Скопје Штип Странство	а) 0-40 б) женски в) средно,вишо,високо г) 250 е	Медиум Воспоставување партнерства	Сместувачки капацитети Инфраструктура

Туристички видови базирани на „главната цел за патување” (По секој туристички вид „(п)”означува ‘постоечки’ „(по)” означува ‘потенцијален’)	РАНГ	ШТО ТИЕ ПРАВАТ ТУКА?	ЗОШТО ТИЕ ГО ПРАВАТ ТОА ТУКА?	а) КАКВИ УСЛУГИ БАРААТ ТИЕ? б) ДАЛИ СЕ ТИЕ РАСПОЛОЖИВИ (Д=ДАН= НЕ)?	КОЕ ВРЕМЕ ОД ГОДИНАТА ТИЕ ДОАГААТ ТУКА?	КАКО ТИЕ ДОАГААТ ТУКА?	КОЛКУ ДОЛГО ТИЕ ПРЕСТОЈУВААТ?	КОЛКУ ПАРИ ТРОШАТ ТИЕ? а) € по лице/ден б) # луѓе/година в) вкупен приход/година	ОД КАДЕ СЕ ТИЕ?	КОИ СЕ ТИЕ? а) Возраст б) Пол в) Едукација г) Распонна Доход	ШТО Е НАПРАВЕНО ДА СЕ ПРИВЛЕЧАТ ТИЕ?	КОИ ТРЕНДОВИ ТИЕ ГИ ПРЕТСТАВУВААТ?
БИЗНИС	**2**											
СЕМИНАРИ		Организирање на работилници и Присуство на обуки и тренинзи	Добри услови за работа Мир и тишина	а) Современа сала за состаноци б) Квалитетна храна да	Континуирано	Возила Организирано Комби	3-4 дена	а) 5 е б) 4000 луѓе в) 18 000 е	Скопје Штип Странство	а) Сите б) машки и женски в) едукација разно г) 250-400 е	Категоризирани Хотели и приватен смештај	Подобросместување Еколошка храна Чиста животна околина
БИЗНИС СРЕДБИ		Склучување на договор за работа	Атрактивна туристичка понуда Традиционлана храна	а) Квалитетен смештај б)Ресторанти в) Атракции да	Пролет,Есен,Зима	Сопствен превоз	2-3 дена	а) 30-50 е б) 100 луѓе в) 1000 е	Р.Македонија	а) над 20 б) машки в) едукација разна г) 1000 - 1500	Еколошка здрава храна	Светски туристички стандарди

Туристички видови базирани на „главната цел за патување” (По секој туристички вид „(п)”означува ‘постоечки’ „(по)” означува ‘потенцијален’)	**РАНГ**	**ШТО ТИЕ ПРАВАТ ТУКА?**	**ЗОШТО ТИЕ ГО ПРАВАТ ТОА ТУКА?**	**а) КАКВИ УСЛУГИ БАРААТ ТИЕ? б) ДАЛИ СЕ ТИЕ РАСПОЛОЖИВИ (Д=ДА Н= НЕ)?**	**КОЕ ВРЕМЕ ОД ГОДИНАТА ТИЕ ДОАГААТ ТУКА?**	**КАКО ТИЕ ДОАГААТ ТУКА?**	**КОЛКУ ДОЛГО ТИЕ ПРЕСТОЈУВААТ?**	**КОЛКУ ПАРИ ТРОШАТ ТИЕ?** а) € по лице/ден б) # луѓе/година в) вкупен приход/година	**ОД КАДЕ СЕ ТИЕ?**	**КОИ СЕ ТИЕ?** а) Возраст б) Пол в) Едукација г) Распон на Доход	**ШТО Е НАПРАВЕНО ДА СЕ ПРИВЛЕЧАТ ТИЕ?**	**КОИ ТРЕНДОВИ ТИЕ ГИ ПРЕТСТАВУВААТ?**
Фамилијарен Туризам	**5**											
		Посета на семејство Посета на роднини и пријатели Излет	Роднини Да си направат зимница Верски Природа Манифестација	а) Продавници Банки Ресторанти Кафулиња б) да	Во тек на цела година	Возила Организирано	3-5 дена	а) 10 е б) 3000 луѓе в) 30 000 е	Р.Македонија Странство	а) Сите б) машки и женски в) едукација разно г) 300-500 е	Гостопримство на фамилија Патна инфраструктура Заабавен Живот	Социјализација Традиција

РЕГИОН МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ
ПРЕДНОСТИ

Предности - туристички атракции, настани и активности:

Рангирање на Предностите	Ранг
1)Постоење на природни богатства – чиста животна средина	**1**
2) Археолошки локалитети	**2**
3) Палеонтолошки наоѓалишта	**3**
4) Културни манифестации	**4**

Предности - Туристички маркетинг и промоција:

Рангирање на предностите	Ранг
1) Манифестации (Саем "Малешевијата на Дланка",Пијанечко Малешевска Свадба, Гоцеви денови, Велигден, Бамбурци итн)	**1**
2) Брендиран регион и лого Малеш-Пијанец	**2**
3) Креативени човечки ресурси	**3**
4) Подготвеност за соработка на засегнатите страни	**4**
5) Културно историско наследтство	**5**

Предности: Туристичка инфраструктура:

Рангирање на предностите	Ранг
1) Близина до ЕУ – Република Бугарија **2) Добра сообраќајна поврзаност** **3) Пристапност до дел од туристичките локалитети** **4) Покриеност со електрична, водоводна и телекомуникациска мрежа(интернет, мобилна и фиксна телефонија)** **5) Потенцијал за изградба на туристички капацитети**	**1** **2** **3** **4** **5**

Предности - туристичка гостопримливиот :

Рангирање на предностите	Ранг
1) Традиционална гостољубливост - гостопримливи жители, **2) Комуникација/добро поздравување (помеѓу локалнато население и туристот)** **3) Висок квалитет на локално произведена храна и производи,**	**1** **2** **3**

Предности – Туристички услуги на мало :

Рангирање на предностите	Ранг
1) Пазар на овошје и зеленчук (еднаш неделно) **2) Маркети и продавници** **3) Кафулиња, ресторани и дискотеки** **4) Месарници** **5) Еколошка здрава храна подготвена на традиционален начин** **6) Пекарници**	**1** **2** **3** **4** **5** **6**

РЕГИОН МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ

ОПШТИНИ: БЕРОВО
ПЕХЧЕВО
ДЕЛЧЕВО

ПРОБЛЕМИ

Проблеми: Туристички атракции, настани и активности:

Рангирање на проблемите	Ранг
1) Недоволна заштита на животната средина(шуми,вода и почва) **2) Непостоечка туристичка инвентаризација и мапирање во регонот** **3) Не адаптирани објекти за традиционален начин на живеење** **4) Неистражени археолошки и палеонтолошки локалитети** **5) Мал број на претпознатливи туриситички атракции и настани** **6) Нема туристички продукт**	**1** **2** **3** **4** **5** **6**

Проблеми – туристички маркетинг и промоција:

Рангирање на проблемите	Ранг
1) Непостоење на туристички инфо центар **2) Нема програма за промоција и промотивни материјали на регионот** **3) Непостоење на регионално здружение за туризам** **4) Немање обучен кадар за туристички водичи** **5) Непостоење на мрежа на субјекти кои даваат туристички услуги** **6) Нема туристички агенции и немање на добра соработка со тур операторите** **7) Непостоење туристички пакет и производ од регионот**	**1** **2** **3** **4** **5** **6**

Проблеми - Туристичка инфраструктура:

Рангирање на проблемите	Ранг
1) Лоша патна, сигнализација и сигналитика **2) Лоша состојба на патната инфракструктура во и до регионот** **3) Лоша состојба објекти за одржување на културни настани и манифестации** **4) Непостоење на тренинг центар за туризам** **5) Недоволно и нефункционални објекти за спорт и рекреација** **6) Постоење само на еден граничен премин** **7) Недоволен број на сместувачки капацитети** **8) Руинирани сметувачки капацитети во државна сопственост**	**1** **2** **3** **4** **5** **6** **7** **8**

Проблеми - Туристичка гостопримливост :

Рангирање на проблемите	Ранг
1) Одлив од човечки ресурси	**1**
2) Необучен кадар во угостителството и други услуги	**2**
3) Ниска свест за значењето на туристичката понуда во регионот	**3**
4) Немање на обучени туристички водичи	**4**
5) Недоволно развиена туристичка култура на однесување	**5**
6) Дискреција на гости	**6**

Проблеми - туристички услуги на мало:

Рангирање на проблемите	Ранг
1) Недостаток на промоција/продажба на традиционалните занаети, храна и пијалаци	**1**
2) Непрофесионалност на локалното население кои работат во туристички услуги на мало	**2**
3) Непознавање на надлежостите на општините во областа на туризмот	**3**

РЕГИОН МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ

ОПШТИНИ: БЕРОВО
ПЕХЧЕВО
ДЕЛЧЕВО

ОПШТИ И КОНКРЕТНИ ЦЕЛИ ЗА ТУРИЗМОТ

ОПШТИ И КОНКРЕТНИ ЦЕЛИ

ЦЕЛ: ПОДОБРУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКИТЕ АТРАКЦИИ НАСТАНИ И АКТИВНОСТИ

БРОЈ	ЗАДАЧА	ПАЗАР	ВРЕМЕ	БУЏЕТ	РАНК
1.	Истражување на археолошките и палеонтолошки локалитети	Културни и историски настани	1-5 години	2 000 000 €	4
2.	Заштита на Животна средина (шуми,вода и почва)	Сите	континуирано	2 000 000 €	1
3.	Адаптација на објекти за промоција на традиционален начин на живеење	Сите	Континуирано	6 00 000 €	3
4.	Инвентаризација и мапирање на туристичките атракции во регионот	Сите	Континуирано	30 000 €	2

ОПШТИ И КОНКРЕТНИ ЦЕЛИ

ЦЕЛ: ПОДОБРУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКИ МАРКЕТИНГ И ПРОМОЦИЈА

БРОЈ	ЗАДАЧА	ПАЗАР	ВРЕМЕ	БУЏЕТ	РАНК
5.	Формирање на Регионален Туристички Информативен Центар	Сите	1-2 години	35 000 €	1
6.	Програма за промоција на регионот (интернет, мапи, календар на настани, брошури, ЦДа, живо наследство)	Бизнис,сите	Континуирано	60.000 €/годишн	2
7.	Формирање и зајакнување на регионално здружение за туризам	Сите	18 месеци	3000 €	3

ОПШТИ И КОНКРЕТНИ ЦЕЛИ

ЦЕЛ: ПОДОБРУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКА ИНФРАСТРУКТУРА

БРОЈ	ЗАДАЧА	ПАЗАР	ВРЕМЕ	БУЏЕТ	РАНК
8.	Изградба и реконструкција на објекти за културни настани(музеи, домови за култури)	Култура, Бизнис	2-4 години	2.00. 000 €	3
9.	Уредување на спортско-рекреативни терени	Бизнис	1-2 години	1.000. 000 €	5
10.	Изградба на инфраструктура во урбанизирани туристички населби: - Беровско езеро, - Абланица - Суви лаки - Равна река - Голак и пристапни патеки и уредување на туристички локалитети	Фамилијарен Бизнис	континуирано	12.000. 000 €	2
11.	Регионот-тренинг центар за туризам	Субјекти од областа на туризмот	Континуирано	2.500.000 €	4
12.	Подобрување на сигнализацијата и сигналитиката во регионот	Бизнис Природа	1-3 години	60 000 €	1

ОПШТИ И КОНКРЕТНИ ЦЕЛИ

ЦЕЛ: ПОДОБРУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКА ГОСТОПРИМЛИВОСТ

БРОЈ	ЗАДАЧА	ПАЗАР	ВРЕМЕ	БУЏЕТ	РАНК
13.	Подигање на туристичката свест	Бизнис Сите	12 месеци Контиуирано	3 000 €	2
14.	Туристички бон- Етички кодекс на однесување на туристички работници тон	Сите	6 месеци	4 000 €	3
15.	Зајканување на капацитетите на регионалните субјекти во областа на туризмот(странски јазици, келнери, тур.водичи, стари занаети)	Сите	континуирано	100.000 €	1

ОПШТИ И КОНКРЕТНИ ЦЕЛИ

ЦЕЛ: ПОДОБРУВАЊЕ НА Туристичките услуги на мало

БРОЈ	ЗАДАЧА	ПАЗАР	ВРЕМЕ	БУЏЕТ	РАНК
16.	Маркетинг на традиционална храна	Сите	континуирано	120.000 €	1
17.	Организирана продажба на регионални производи(сувенири, домашни ракотворби и храна)	Сите	континуирано	150.000 €	2
18.	Имплементација на надлежностите на општините во областа на туризмот	Бизнис	Континуирано	60.000 €	3

РЕГИОН МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ

ОПШТИНИ: БЕРОВО
ПЕХЧЕВО
ДЕЛЧЕВО

АКЦИОНИ ПЛАНИРАЊЕ

РАЗВОЈНИ ПРОГРАМИ И ПРОЕКТИ

ЦЕЛ : Подобрување на Туристички Атракции, Настани и Активности		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Истражување на археолошките и палеонтолошки локалитети		
УЧЕСНИЦИ : Министерство за култура,Општини		
РИЗИК : Буџет, Стручни лица		
ПАЗАР : Култура		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: **1 – 5** години	**БУЏЕТ(евра):** **2.000. 000 €**	**РАНГ :** **4**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Формирање работно тело(национално и локално)	Весна Илиевска Тони Иванов Стево Гугучевски	**2009 – 2014**	Формирано работно тело
Изработка на проект			Финализиран проект
Надоградување на дата-база на податоци за археолошки и палеонтолошки локалитети			Број на откриени археолошки локалитети
Формирање на експертски тим за работа на терен			
Откопување на Археолошки и палеонтолошки локалитети			Промовирани артефактите,наоди од локалитетите во музиите од регионот
Конзервација и реставрација на локалитетот			
Промоција на локалитетот и артефактите			

ЦЕЛ : Подобрување на Туристички Атракции, Настани и Активности		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Заштита на животна средина (шуми,вода и почва)		
УЧЕСНИЦИ : Ј.П Македонски шуми, јавни комунални претпријатија, НВОи – општини		
РИЗИК : Невклученост на владини и невладини организации		
ПАЗАР : Фамилијарен, култура, природа и одмор рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: континуирано	**БУЏЕТ : 2 000 000 €**	**РАНГ : 1**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	ОДГОВОРНО ЛИЦЕ	ГОДИНА	РЕЗУЛТАТИ
Кампања за подигање на јавната свест за заштита на животната средина	Весна Илиевска Тони Иванов Стефан Гугучевски Елен Качулачка	континуирано	Формирање на партнерства
Регионална програма за заштита и обновување на шумите			Усвоени регионални програми
Регионална програма за заштита на водите			
Регионалната програма за заштита на почвата и управување со отпад			
Пошумување и активности за заштита на шумите			Пошумени локации во ха Поставени табли
Редукција и селектирање на отпадот			Количина на селектиран отпад

ЦЕЛ : Подобрување на туристички атракции, настани и активности		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Адаптација на објекти за промоција на традиционален начин на живеење		
УЧЕСНИЦИ : НВОи, општини,бизнис сектор, приватни сопственици		
РИЗИК : незаинтересираност на приватните сопственици		
ПАЗАР : фамилијарен,бизнис,култура,природа и одмор рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: Континуирано	**БУЏЕТ : 600 000 €**	**РАНГ : 3**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Формирање на работна група	Весна Илиевска Тони Иванов Стефан Гугучевски Мишо Догазански	континуирано	Дефинирани критериуми
Дефинирање на постапка и критериуми за избор на објекти			
Селектирање на објектите врз основа на дефинирани критериуми			Адаптирани објекти во традиционален стил
Подготовка на проектна документација за адаптација на објектите			Развиено јавно-приватно партнерство
Реконструкција и опремување на објектите			Обновени објекти/ занаети вклучени во туристичката понуда
Промоција на адаптираните објекти			

ЦЕЛ : Подобрување на Туристички Атракции, Настани и Активности		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Инвентаризација и мапирање на туристичките атракции во регионот		
УЧЕСНИЦИ : ЕЛС, НВОИ, Бизниос заедница		
РИЗИК : Нема		
ПАЗАР : Фамилијарен,Бизнис,Култура,Природа и Одмор Рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: Континуирано	**БУЏЕТ : 15 000 €**	**РАНГ : 2**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Формирање на работна група;	Весна Илиевска Тони Иванов Стефан Гугучевски	**2009-2010**	Работната група е формирана
Изработка на Предлог-методологија за инвентаризација на туристичките атракции во регионот;			Предлог-методологија за инвентаризација на туристичките атракции во регионот е изработена
Усвојување на методологијата;			Методологијата за инвентаризација на туристичките атракции во регионот е усвоена
Мапирање на туристички атракции во регионот;			Туристичките атракции во регионот се идентификувани

ЦЕЛ : Подобрување на Туристички Маркетинг и Промоција		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Формирање на Регионален Туристички Информативен Центар РТИЦ		
УЧЕСНИЦИ : НВОи,Општина,Бизнис Сектор		
РИЗИК : Нема		
ПАЗАР : Фамилијарен,Бизнис,Култура,Природа и Одмор Рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: **1 – 2** години	**БУЏЕТ :** **35 000 €**	**РАНГ :** **1**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Форум: РТИЦ во микро – регионот Малеш-Пијанец	Геоѓи Пеовски Љупчо Каракашовски Тереза Филобок	**2009 – 2011**	Зголемена заинтересираност на локално населеие и тур оператори
Основање на РТИЦ			
Формирање на дата база на субјекти кои се поврзани со туристичката индустрија			Креирана База на информации
Индентификација на туристички производи,услуги и сувенири			Креиран туристички пакет и продукт
Дефинирање на туристички пакет од регионот			Број на партнерста и склучени договори
Воспоставување на контакти и градење партнерски односи со Т.А,тур оператори и туристички агенти			Отворен РТИЦ во општините Берово,Пехчево и Делчево
Промотивни активности 1. Печатење на промотивни материјали за РТИЦ 2. Отварање на РТИЦ			Отворен РТИЦ во општините Берово,Пехчево и Делчево

ЦЕЛ : Подобрување на Туристички Маркетинг и Промоција		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Програма за промоција на регионот(интернет, мапи, календар на настани, брошури, ЦД-а, живо наследство)		
УЧЕСНИЦИ : НВОи Општина		
РИЗИК : Не		
ПАЗАР : Фамилијарен, Бизнис, Култура, Природа и Одмор Рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: континуирано	**БУЏЕТ 60 000 € /год.**	**РАНГ : 2**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Формирање на работна група од регионот и јакнење на капацитетите за промоција	Геоѓи Пеовски Љупчо Каракашовски Тереза Филобок	**2009**	Формирана работна група
Изработка на Програмата врз основа на веќе мапираните туристички атракции во регионот (задача 4)		**2009**	Изработена програма
Изработка на календар на настани во регионот			Изработен календар
Изработка на брошури и постери		**2009**	Изработени постери и брошури
Изработка на промотивен спот за регионот			Изработен промотивен спот
Изработка на регионален веб портал за туризмот			Изработен регионален веб портал
Изработка на туристичка мапа на регионот		**Континуирано**	Изработена мапа
Изработка на мултимедијално ЦД		**2010**	Изработено ЦД
Спроведување на кампања за ставање на микрорегионот на туристичката мапа на Македонија		**2010** **2009**	Спроведен кампања Регионот поставен на туристичката мапа
Претставување на микрорегионот на			Посетени саеми

национални и меѓународни саеми за туризам		**2010**	
Заживување на традиционалните занаети во регионот		**2010-2012**	Обновени 3 занаети во регионот
Создавање и промоција на туристички производ/и: **Учење преку правење**		**Континуирано** **2009-2013** **континуирано**	Развиен/и туристички производи Организирани х тури

ЦЕЛ : Подобрување на Туристички Маркетинг и Промоција		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Формирање и зајакнување на регионално здружение за туризам		
УЧЕСНИЦИ : НВОи Општини		
РИЗИК : Не		
ПАЗАР : Фамилијарен, Бизнис, Култура, Природа и Одмор Рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: **18 месеци**	**БУЏЕТ :** **50 000 €**	**РАНГ :** **3**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Организирање на форум	Геоѓи Пеовски Љупчо Каракашовски Тереза Филобок	**2009**	Основано здружение
Основачко Собрание			
Организирање/испорачување на обука за Стратешко планирање			Испорачана обука
Организирање/испорачување на обука за Bed&Brekfast			
Обука за аранжирање на храна			Број на обучени туристички работници за аранжирање на храна и Bed&Brekfast
Изработка на каталог			

ЦЕЛ : Подобрување на Туристичка Инфраструктура		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Изградба на објекти за културни настани		
УЧЕСНИЦИ : Министерство за култура,Општини,НВОи		
РИЗИК : Финансии		
ПАЗАР : Култура,Бизнис		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: **2 –4** години	**БУЏЕТ :** **2.000.000 €**	**РАНГ :** **3**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Подготовка на проектна документација (главен проект,елаборати,одобренија) во согласност со урбанистичките планови	Јасмика Пашалиска Андоновска Влатко Ангелковски	**2009 – 2013**	Изработен главен проект
Изградба на објекти согласно со проектната документација			Отворени 3 културни објекти
Опремување на објекти			
Изработка на бизнис план за менаџирање на објектите			Финализиран бизнис план

ЦЕЛ : Подобрување на Туристичка Инфраструктура		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Уредување на спортско-рекреативни терени		
УЧЕСНИЦИ : Бизнис Сектор, НВОи – Општини		
РИЗИК : Финансии		
ПАЗАР : Бизнис		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: **1-2 години**	**БУЏЕТ :** **1 000 000 €**	**РАНГ :** **5**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Формирање на регионална работна група	Јасмика Пашалиска Андоновска Влатко Ангелковски	**2009-2010**	Формиран тим
Анализа на потребите и дефинирање на локации			
Одредување на приоритети за изградба			Лоцирани локации за изградба
Подготовка на проектна документација			Изработен главен проект
Изградба на приоритени објекти			Отворени 3 спортско рекреативни објекти
Промоција на објектите			

ЦЕЛ : Подобрување на Туристичка Инфраструктура		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Изградба на инфраструктура во урбанизирани туристички населби: Беровско езеро, Абланица, Суви лаки, Равна река, Голак и пристапни патеки и уредување на туристички локалитети		
УЧЕСНИЦИ : НВОи -Општина, Бизнис сектор		
РИЗИК : финансиски средства		
ПАЗАР : Фамилијарен, Бизнис, одмор и рекреација, природа, култура		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: континуирано	**БУЏЕТ : 12. 000.000 €**	**РАНГ : 2**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Докомплетирање на урбанистичка документација	Јасмика Пашалиска Андоновска Влатко Ангелковски	2010	Докомплетирана документација
Создавање на план за изградба на инфраструктура во тур.населби		2009	Изработен план
Изработка на проектна документација		2009-2012	Изработена проектна документација
Изградба на инфраструктура(етапно согласно план)		континуирано	Изградена инфраструктура во тур.населби
Нудење на локации на потенцијални инвеститори		континуирано	Продадени и изградени х локации
Одредување на приоритети за изградба на пристапни патеки и уредување на тур.локалитети (утврдени во задача 4)		2009	Одредени х приоритети
Подготовка на проектна документација			Изработена проектна документација
Изградба на патеки и уредување на локалитети (знаци, табли, осветлување, клупи)		2009-2011 континуирано	Изградени патеки Уредени х локалитети

ЦЕЛ : Подобрување на Туристичка Инфраструктура		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Подобрување на сигнализација и сигналитика во регионот		
УЧЕСНИЦИ : НВО-и, Општина, Бизнис сектор, Министерства		
РИЗИК : финансии		
ПАЗАР : Природа, Бизнис		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: **1-3 година**	**БУЏЕТ :** **60 000 €**	**РАНГ :** **1**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Анализа на потребите и мапирање (број и тип на знаци)	Јасмика Пашалиска Андоновска Влатко Ангелковски	**2009-2011**	Завршена Анализа на потребите
Анализа и утврдување на објектите опфатени со сигналитика			
Набавка и поставување на знаци			Број на поставени знаци
Подготвување и поставување на информативни табли за соодветни објекти			Поставени информативни табли
Унифицирање на урбана сигнализација и сигналитика(улици,броеви)			Означени улици

ЦЕЛ : Подобрување на туристичка инфраструктура		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Регионот-тренинг центар за туризам		
УЧЕСНИЦИ : Општини, НВОи, бизнис сектор		
РИЗИК : Нема		
ПАЗАР : Сите		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: **6 месеци**	**БУЏЕТ :** **2.500.000 €**	**РАНГ :** **4**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Дефинирање на концепт за развој на тренинг центарот	Јасмика Пашалиска Андоновска Влатко Ангелковски	**2009- 2014**	Дефиниран концепт за регионот како тренинг центар за туризам
Изработка на бизнис и маркетинг план			Изработен бизнис план
Подготовка на техничка документација			
Изградба/ адаптација на објекти за тренинг центарот			Функционални објекти на тренинг центарот за испорачување на обуки
Опремување на објектите од тренинг центарот			
Разработување на програми за обука			Понуда од најмалку 5 разлини програми за обука
Промоција на услугите на тренинг центарот			

ЦЕЛ : Подобрување на Туристичка Гостољубивост		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Зајакнување на капацитетите на регионалните субјекти во областа на туризмот(странски јазици, келнери, тур.водичи, стари занаети)		
УЧЕСНИЦИ : НВОи Општина, Бизнис сектор		
РИЗИК : Нема		
ПАЗАР : Фамилијарен, Бизнис, Култура, Природа и Одмор, Рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: Континуирано	**БУЏЕТ : 100.000 €**	**РАНГ : 1**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Формирање на работна група	Нада Симонова Александра Пачемска Тони Иванов	**2009**	Формиран работна група
Анимирање на регионалните субјекти од областа на туризмот за важноста и потребата од обуки		**2009-2010**	Организирана кампања Одржани х тркалезни маси/форуми
Изработка на програма за обуки		**2010**	Изработена програма
Организирање и спроведување на курсеви за странски јазици			
Организирање и спроведување на обуки за келнери			
Организирање и спроведување на обуки за туристички водичи			Спроведени х курсеви Обучени х лица
Организирање и спроведување на обуки за традиционални занаети (ткаење, плетење, везење, предење...)		**континуирано**	

ЦЕЛ : Подобрување на туристичка гостопримливост		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Подигање на туристичката свест		
УЧЕСНИЦИ : НВОи, Општини, бизнис сектор		
РИЗИК : Нема		
ПАЗАР : Бизнис, култура, природа и одмор рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: **12 месеци /** **континуирано**	**БУЏЕТ :** **3 000 €**	**РАНГ :** **2**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Едукативни емисии за важноста на туристичката гостопримливост на локални радија и тв	Нада Симовска Александра Пачемска Тони Иванов	**2009 – 2010**	професионален однос кон туристите
Организирање на три трибини (Берово, Пехчево – Делчево)			
Организирање на форум			
Кампања за нудење на улуга спиење со појадок на туристите			зголемена туристичка понуда
Обука на приватните сопственици за услугата спиење со појадок за туристите			зголемен број на туристи

ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Туристички Бон-Тон		
УЧЕСНИЦИ : ЕЛС, НВОи, Бизниос заедница		
РИЗИК : Нема		
ПАЗАР : Фамилијарен, Бизнис, Култура, Природа и Одмор Рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: Континуирано	**БУЏЕТ : 4 000 €**	**РАНГ : 3**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Формирање на работна група ;		**2009-2010**	Работната група е формирана
Изработка на Етички Кодекс на однесување на туристичките работници			Етичкиот Кодекс е изработен и се применува
Организирање на обуки за деловна култура и однесување			Организирани Х обуки за деловна култура и однесување во туризмот
Организација на обука за организирање на настани			Организирани Х обуки за организирање на настани

ЦЕЛ : Подобрување на туристички услуги на мало		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Маркетинг на традиционална храна		
УЧЕСНИЦИ : НВОи, Општини, бизнис сектор – ресторани, хотели		
РИЗИК : Незаинтересираност од локалното население и бизнис сектор		
ПАЗАР : Фамилијарен, бизнис, култура, природа и одмор рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: **1 – 2** години	**БУЏЕТ :** **120 000 €**	**РАНГ :** **1**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Формирање на тим за имплементација ЕЛС, НВОи и бизнис сектор	Митко Илијевски	**2009 – 2010**	Промоција на традиционална храна
Формирање на база за податоци -број на ресторани - заинтересирани лица			Креирана База на информации
Одржување на семинари за - угостители - заинтересирани страни			Градење на капацитети
Изготвување на предлог мени со традиционална храна во регионот			Стандардизирана понуда на храна

ЦЕЛ : Подобрување на туристички услуги на мало		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ: Организирана продажба на регионални производи(сувенири, домашни ракотворби и храна)		
УЧЕСНИЦИ : НВОи, општина, бизнис сектор – ресторани, хотели		
РИЗИК : Местоположба на продавници, профит од продажба,одржливост		
ПАЗАР : Фамилијарен, бизнис, култура, природа и одмор рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: континуирано	**БУЏЕТ : 150 000 €**	**РАНГ : 2**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Формирање на Регионален тим за истражување и изработка на база на податоци	Лидија Гошевска Садбера Бајрактарова Ѓорѓи Пеовски	континуирано	Промоција на традиционална храна Креирана База на информации
Информативни состаноци со заинтересирани страни (трговци од регионот)			
Изготвување на листа на претпознатливи сувенири и производи од регионот			Градење на капацитети
Дефинирање на локации за продажба			Стандардизирана понуда на храна
Отварање на специјализирани продавници/ адаптација на делови за производи од регионот во постоечките продавници			Отворени Сувенирници 3 адаптирани места во барем 6 продавници

ЦЕЛ : Подобрување на туристички услуги на мало		
ПРОЕКТНА АКТИВНОСТ : Имплементација на надлежностите на општините во областа на туризмот		
УЧЕСНИЦИ :Општини, бизнис сектор, приватни сопственици		
РИЗИК : Незаинтересираност на дел од субјектите за соработка		
ПАЗАР : Фамилијарен, бизнис, култура, природа и одмор рекреација		
ВРЕМЕНСКА РАМКА: Континуирано	**БУЏЕТ : 60 000 €**	**РАНГ : 3**

АКЦИОНИ ЧЕКОРИ	**ОДГОВОРНО ЛИЦЕ**	**ГОДИНА**	**РЕЗУЛТАТИ**
Формирање на Регионален тим (ЛЕР и правни одделенија)	Снежана Трајкова	континуирано	Формиран тим за имплементација
Анализа на законската регулатива			
Подготовка на процедури и обрасци за регистрација на субјектите во надлежност на локално ниво			Дефинирана процедура за имплементација на надлежностите на локално ниво
Подготовка на правилник за стандардизација и категоризација на приватните сместувачки капацитети			подготвен правилник
Тркалезна маса со субјектите за појаснување на постапката			Број на посетени капацитети
Оглас за пријавување/информирање на целната група			
Основање на комисија за стандардизација и категоризација			Категоризирани сместувачки капацитети
Посета на објекти, и категоризација			
Изработка на база на податоци за објектите			Промоција на регионот
Подготовка на промотивен материјал			

Through it's diverse programs UNDP/ Macedonia is supporting the municipalities to built capacities and respond appropriately to the challenges that came out in this process. The environmental issues became priority of all world leaders and through UNDP Environmental Program we support the municipalities in achieving their goals in improving environmental standards.

I had an opportunity to read the Strategy for development of tourism created by the Municipalities from the Malesh- Pijanec Region. In my opinion, the document is well developed and it pays special attention to environmental issues. This is very important as the municipalities intend to promote eco-tourism.

In this occasion I would like to endorse my recommendation and encourage the Municipalities of Malesh- Pijanec Region to move forward with implementation of proposed Strategy for development of tourism.

Zoran Stavrik
Project Manager
Environment Program
United Nations Development Program/ Macedonia

ASSOCIATION OF THE UNITS OF LOCAL SELF-GOVERNMENT OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA

ZELS

tel. +389 (0)2 30 99 033 / fax: +389 (0)2 30 61 994
st. Zenevska bb ,P.O. box 32,1000 Skopje, Republic of Macedonia
www.zels.org.mk / contact@zels.org.mk

Subject: Letter of Support to the Tourism Action Plan of Berovo, Pehcevo and Delchevo municipalities

Dear Sirs/Madams,

The Association of the Units of Local Self-government of the Republic of Macedonia -ZELS as a unique umbrella association, beside its main mission to promote and encourage mutual cooperation and information sharing among its members, serve and lobby for the interests of its member by promoting continuous and constructive cooperation between the local governments and state authorities is enormously dedicated and deeply engaged in the activities that increases regional and rural economic development of the municipalities in the Republic of Macedonia.

ZELS strongly supports all activities undertaken in the direction of local economic progressive developments as it is the case with ambitious and professional devotion of the municipalities Berovo, Pehcevo and Delchevo.

Therefore, ZELS gives an exquisite support to the Tourism Action Plan created by those municipalities. The municipalities: Berovo, Pehcevo and Delchevo are small and rural, but have potential to be developed as a very interesting tourist destination. With undertaken planed activities, those municipalities will get the chance to show its beauty and unique utilities worldwide.

We use this opportunity to thank SNV for the support given to those municipalities, other members of ZELS and ZELS itself.

We wish the process a lot of success and hopefully the future will show the real tourism impacts.

Respectfully,

No. 07 - 483/3 Association of the units of local self government
24.12.2008 of the R.M- ZELS
Skopje
Executive Director
Dusica Perisic

Ministry of Environment and Physical Planning
Government of Macedonia

To Whom It May Concern:

I appreciated the opportunity to review the proposed set of activities, with focus on those related to environment and creating eco- friendly approach towards promotion of tourism. I was impressed that, these municipalities ranked high preservation of woods and other natural resources and pave the road towards responsible tourism.

I would advice municipalities to move forward with implementation of the proposed Strategy. Hereby I would like to endorse support of the Ministry of Environment and Physical Planning for the Municipalities of the Berovo, Delcevo and Pehcevo for implementing the proposed Strategy for development of tourism.

With appreciation,

Nexati Jakupi
Minister of Environment and Physical Planning
Government of Macedonia

Competitiveness Project was initiated in August 2007 to support Macedonia's economy and competitive position within the global markets.

It was a pleasure to have an opportunity to learn that Municipalities from the Malesh-Pijanec region have created their Strategy for tourism development. Having the opportunity to read the strategy and proposed activities developed by the Tourism development committee group, it can be concluded that the committee has stressed the need to build local capacities in promotion of traditional specifics for the region.

I encourage the Technical Committee to continue with the implementation of the strategy and make sure that economic benefits from the tourism are clearly presented to all parties' local population, Businesses, local government in order to enhance Public Private Partnership as a precondition for successful outcome.

Hereby I encourage the Municipalities in Malesh-Pijanec Region to follow with the good work and look forward to have their regions natural resources as well as their rich tradition and kitchen experienced by both National and international guests.

Дејан Јаневски,
Business development specialist
USAID's Competitiveness Project

USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

PLASTIC RECYCLING PROJECT

To Whom It May Concern:

During my engagement in Macedonia I had a pleasure to cooperate with the Municipalities in the Malesh- Pijanec Region during implementation of diverse the USAID funded projects.

Having an opportunity to read the Strategy for development of tourism I would like to encourage these municipalities to take necessary steps and kick-of implementation of the activities prioritized in the action plan. I was especially impressed with the emphasis on eco-tourism and steps proposed for promotion of traditional products. Joint effort of all stakeholders and implementation of the proposed marketing plan will be critical for achieving the goals stated in the document.

Hereby I would like to endorse my recommendation for the Municipalities of Berovo, Delcevo and Pehcevo and it's Council for tourism for moving towards implementation of the Strategy for development of tourism.

With appreciation,

ПРАШАЛНИК

НАЦРТ ТУРИСТИЧКИ ПЛАН ЗА РЕГИОН МАЛЕШ-ПИЈАНЕЦ

ПРИДОНЕС НА ЗАИНТЕРЕСИРАНИТЕ СТРАНИТЕ / ЈАВНОСТА

Јануари 2009

Комитет за туристички акции за Регионот Малеш-Пијанец би сакал да ви се заблагодари за вашиот интерес за развој на потенцијалот на туристичката гранка во нашата област. За оваа цел комитетот би го ценел вашиот одговор на следниве прашања откако имавте можност да го разгледате регионалниот нацрт акциониот план за туризам.

1) Ве молиме наброите три (3) најважни **потенцијални туристички пазари** за Регионот Малеш-Пијанец според приоритет:

1. _____
2. _____
3. _____

2) Ве молиме набројте **некои од предностите** на Регионот Малеш-Пијанец за кои чувствувате дека комитетот ги пропуштил:

3) Ве молиме набројте **некои од проблемите** на Регионот Малеш-Пијанец за кои чувствувате дека комитетот ги пропуштил:

4) Користејќи ги **броевите за рангирање на конкретните цели** содржани во нацрт акциониот план за туризам ве молиме набројте пет (5) најважни цели за зајакнување на туристичката сектор во Регионот Малеш-Пијанец

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Доколку сметате дека постои цел или цели кои комитетот ги има испуштено ве молиме набројте ги подолу:

5) Ако сте лично заинтересирани директно да му помогнете комитет за туристички акции за Регионот Малеш-Пијанец во спроведувањето на **конкретни акциони планови за одредена цел**, ве молиме набројте ги целите според бројот на рангирање и внесете ги вашето име, телефонски број и е-маил подолу:

1рв. Избор:_____
2ор. Избор:_____
3ет. Избор:_____

Име и Презиме:
Телефон:
Адреса на живеење:
Мобилен:
Е-маил:

6) Ве молиме чувствувајте се слободни да дадете било каков дополнителен коментар

Ви благодариме за вашиот интерес за туристичкиот развој на Регионот Малеш-Пијанец!

Доколку сакате да дадете дополнителни коментари ве молиме контактирајте ги ЛЕР канцеларии на Општините Берово, Пехчево и Делчево до:

17:00 Петок 30 јануари 2009

Ве молиме оставете ги пополнетите прашалници во:

1. **Во Општината Берово 033 471 057 ЛЕР**
2. **Во Општина Пехчево 033 441 321 ЛЕР**
3. **Во Општина Делчево 033 411 550/521 ЛЕР**