



**ПЛАН ЗА УПРАВУВАЊЕ СО НАЦИОНАЛЕН ПАРК ГАЛИЧИЦА
ЗА ПЕРИОДОТ 2021 – 2030 ГОДИНА**

–КНИГА II–

ОХРИД, ДЕКЕМВРИ 2020 ГОДИНА

Анекси

Службена документација

1. Стратегија за еколошка едукација на Национален парк Галичица за периодот 2021 – 2025 година
2. Стратегија за развој на одржлив туризам во Национален парк Галичица за периодот 2021 – 2025 година



**СТРАТЕГИЈА ЗА ЕКОЛОШКА ЕДУКАЦИЈА НА НАЦИОНАЛЕН ПАРК ГАЛИЧИЦА
ЗА ПЕРИОДОТ 2021 – 2025 ГОДИНА**

ОХРИД, АПРИЛ 2020 ГОДИНА

СОДРЖИНА:

1. <u>ВОВЕД</u>	1
2. <u>УЧЕСТВО НА ЈАВНОСТ ВО ПОДГОТОВКА НА СТРАТЕГИЈАТА ЗА ЕКОЛОШКА ЕДУКАЦИЈА</u> ..	2
3. <u>SWOT- АНАЛИЗА НА ЕКОЛОШКАТА ЕДУКАЦИЈА</u>	2
ЈАКИ СТРАНИ	3
СЛАБИ СТРАНИ	4
МОЖНОСТИ	4
ЗАКАНИ	4
4. <u>PESTEL- АНАЛИЗА</u>	5
ПОЛИТИЧКИ	6
ЕКОНОМСКИ	6
СОЦИЈАЛНИ	6
ТЕХНОЛОШКИ	6
ЕКОЛОШКИ	7
ЛЕГАЛНИ – ПРАВНИ	7
5. <u>РИЗИЦИ И ОГРАНИЧУВАЊА</u>	10
ЛОГИСТИЧКИ БАРИЕРИ, РИЗИЦИ И ОГРАНИЧУВАЊА	10
ОБРАЗОВНИ БАРИЕРИ, РИЗИЦИ И ОГРАНИЧУВАЊА	10
СТАВОВНИ БАРИЕРИ, РИЗИЦИ И ОГРАНИЧУВАЊА	10
КОНЦЕПТУАЛНИ БАРИЕРИ, РИЗИЦИ И ОГРАНИЧУВАЊА	11
ИМПЛИКАЦИИ И ПРЕПОРАКИ	11
6. <u>СЕГАШНАТА СОСТОЈБА СО ЕКОЛОШКАТА ЕДУКАЦИЈА ВО НПГ</u>	12
ЕДУКАТИВНА ПАТЕКА „ГАЛИЧИЦА НА ДЛАНКА“	13
7. <u>ВИЗИЈА, МИСИЈА И СТРАТЕШКИ ЦЕЛИ НА СТРАТЕГИЈАТА ЗА ЕЕ</u>	18
ВИЗИЈА	19
МИСИЈА	19
СТРАТЕШКИ ЦЕЛИ	19
Основна цел	19
Посебни цели	19
8. <u>ЗАСЕГНАТИ СУБЈЕКТИ И ЦЕЛНИ ГРУПИ</u>	23
9. <u>ПРИОРИТЕТИ НА СТРАТЕГИЈАТА ЗА ЕЕ</u>	25
ЕКОЛОШКА ЕДУКАЦИЈА ЗА ЦЕЛНИ ГРУПИ	25
Еколошка едукација за деца	25
Еколошка едукација за посетители	26
Еколошка едукација за локално население	26
Еколошка едукација за туристички агенции	27
Еколошка едукација за хотели и сместувачки капацитети	27
ИНФРАСТРУКТУРА ЗА ЕКОЛОШКА ЕДУКАЦИЈА	28
ПОДИГНУВАЊЕ НА КАПАЦИТЕТОТ НА ЈУНПГ И ОБУКИ	29

10. АКТИВНОСТИ ЗА ЕКОЛОШКА ЕДУКАЦИЈА	29
11. АКЦИОНЕН ПЛАН ЗА СПРОВЕДУВАЊЕ НА СТРАТЕГИЈАТА ЗА ЕКОЛОШКА ЕДУКАЦИЈА .	31
ОСНОВНА ЦЕЛ	31
12. КРЕИРАЊЕ СТРАТЕШКИ ПАРТНЕРСТВА И ВМРЕЖУВАЊЕ.....	
НАЦИОНАЛНА СОРАБОТКА	
МЕЃУНАРОДНА СОРАБОТКА	I
13. ПОДГОТОВКА И ОДОБРУВАЊЕ НА „ПРАВИЛА И ПРОПИСИ ЗА ОДНЕСУВАЊЕ ВО НПГ“	I
14. КОРПОРАТИВЕН ИДЕНТИТЕТ НА ЈУНПГ	III

ЛИСТА НА ТАБЕЛИ:

Табела 1: SWOT- анализа на еколошката едукација во НПГ	4
Табела 2: PESTEL- анализа на еколошката едукација во НПГ	8
Табела 3: Одбележани значајни традиционални денови и посетеност во 2019 година	14
Табела 4: Број на основни и средни училишта и број на ученици во Охрид и Ресен 2018 – 2019	16
Табела 5: Население во НПГ 2015 година	16
Табела 6: Избалансирана карта на показатели на стратегијата за еколошка едукација во НПГ 2021 – 2025 година	20
Табела 7: Засегнати страни, целни групи и програми и форми на вклучување	23
Табела 8: Значајни денови за одбележување	29
Табела 9: Акционен план за Стратегијата за еколошка едукација во НПГ 2021 – 2025 година	32
Табела 10: Правила и прописи за однесување во НПГ	i

ЛИСТА НА ФИГУРИ:

Фигура 1: Број на туристи и остварени ноќевања во Охрид 2018 – 2019	17
Фигура 2: Број на туристи и остварени ноќевања во Ресен 2018 – 2019	18

ЛИСТА НА КУТИИ:

Кутија 1: Емотивна и научна основа за развој на еколошка едукација	1
---	---

1. Вовед

Согласно Законот за заштита на природата, националните паркови се наменети за заштита на природните подрачја заради културни, научни, образовни, туристички и рекреативни цели. Ова е во линија и со препораките на IUCN (Меѓународна унија за зачувување на природата), во врска со управување со категориите на заштитени подрачја, каде за националните паркови како основна цел се наведува „заштита на биолошката разновидност и на еколошките структури и процеси кои истата ја поддржуваат и промоција на едукација и рекреација.“

Сепак, во периодот по прогласувањето на **Националниот парк Галичица** (во понатамошниот текст: НПГ или Паркот) се постигнати скромни резултати на полето на еколошката едукација. Меѓу главните причини за ваквата состојба е моделот на (само)финансирање на Паркот кој поддржувал главно вработување на кадри од шумарската струка, односно инвестиции во инфраструктура, објекти и технички средства главно за потребите на шумарските и со нив поврзаните активности. И покрај тоа што во минатото имало неколку успешни, но помали активности на ова поле, поголем напредок се постигнал по спроведувањето на проектот CRIC/НПГ – „Прекуграничен парк Преспа“, финансиран од италијанското министерство за надворешни работи и невладината организација CRIC од Република Италија и проектот KfW/НПГ – „Поддршка за Национален парк Галичица“, финансиран од Владата на Република Германија, преку банката KfW.

Имено, една од главните активности на проектите CRIC/НПГ и KfW/НПГ, била изградба и опремување на објекти, во близината на Охрид и Стење. Зградата во Охрид се завршила кон крајот на 2009 година и денес служи како центар за посетители и претставува деловна зграда на Јавната установа „Национален парк Галичица“ (во понатамошниот текст: ЈУНПГ). Била реновирана и старата полициска зграда во Стење, која сега претставува Инфо-центар, наменет за посетители. Во рамките на проектот KfW/НПГ, во текот на 2008 и 2009 година се спровеле повеќе помали активности на ова поле, вклучително и изработка на петгодишен Стратешки документ за едукација за животната средина и односи со јавност (2009 – 2014 година).

Еколошката едукација ја создава платформата која ги зголемува знаењето и свеста за животната средина околу нас. Ова е неопходно за заштитата на животната средина, затоа што само знаењето за биодиверзитетот и другите значајни природни карактеристики, ќе обезбедат основа за соодветно однесување за заштита на природата. Само врз ваква основа може да се подигне јавната свест за проблемите поврзани со урбанизацијата, цврстиот отпад, шумските пожари, загадувањето на водата и воздухот, неконтролираното собирање на недрвни шумски производи и други природни ресурси, што се одразува врз природните вредности на Паркот и животната средина во целина. Еколошката едукација обезбедува платформа за остварување на позитивни искуства со природата и нејзината заштита. Според тоа еколошката едукација обезбедува емотивна и научна основа потребна за развивање на одговорно однесување за заштита на природата.

Кутија 1: Емотивна и научна основа за развој на еколошка едукација

„ Да размислиме за генерациите, да им кажеме дека светот во којшто живееме сакаме и можеме да го направиме подобро место за нашите деца, за децата на нашите деца и да им кажеме дека тие можат да го направат подобро место за сите нас.“

НПГ е природен простор со висока вредност, познат по својата исклучителна убавина и богата и ретка биолошка разновидност. Основните еколошки процеси се одвиваат непречено на најголем дел од Паркот, со што се овозможува долгорочна заштита на карактеристичните видови и екосистеми во Паркот.

Благодарение на природните и културните вредности, НПГ привлекува голем број посетители. Покрај вообичаената туристичка понуда во крајбрежните делови, внатрешноста на Паркот нуди бројни можности за инспирација, незаборавни доживувања и рекреација во природна, неурбанизирана средина. Непосредниот контакт со природата кај посетителите буди зголемен интерес и поддршка за заштита на природата. Активностите на посетителите и инфраструктурата наменета за нив, не предизвикуваат значајни нарушувања на животната средина.

Локалните заедници во Паркот се просперитетни и горди на својот Парк. Тие разбираат дека заштитата на природните и културните вредности во Паркот придонесува за збогатување на туристичката понуда. Локалните заедници силно се залагаат за ограничување и контрола на понатамошната урбанизација, со цел одржлив развој и висок квалитет на живеење.

НПГ е поврзан со соседните природни системи, особено со Прекуграничниот биосферен резерват Охрид – Преспа, на начин што го поддржува нивното заемно функционирање и обезбедува поефикасна заштита, како и одржлив развој во регионални рамки.

Поголемиот дел од територијата на Паркот (околу 2/3) е вклучен во границите на Светското природно и културно наследство на Охридскиот Регион, впишано на листата на УНЕСКО, што придонесува за значајно поголема посетеност од страна на туристите.

2. Учество на јавност во подготовка на Стратегијата за еколошка едукација

Со оглед на новонастанатата ситуација поврзана со проширувањето на вирусот КОВИД-19, во Република Северна Македонија, а во согласност со препораките на Владата на Република Северна Македонија за спречување на ширењето на вирусот, ЈУНПГ не беше во можност да организира физичко присуство на заинтересираните страни при изработката на Стратегијата за еколошка едукација. Но, сепак, следејќи ги препораките, ЈУНПГ спроведе електронска комуникација со заинтересираните страни и тоа:

- Спроведе прашалник за развој на SWOT-анализа на сите заинтересирани страни во листата на контакти на ЈУНПГ (листата е во прилог);
- Изврши консултации со Општина Охрид и Општина Ресен;
- По електронски пат ги сподели и прибра коментарите и сугестиите од засегнатите страни кои се вклучени во оваа Стратегија.

Сите овие активности беа спроведени во почетокот на април 2020 година, а имаа за цел да ги вклучат чинителите и од нив да генерираат податоци, ставови и идеи и истите да ги вградат во развојот на документот.

3. SWOT- анализа на еколошката едукација

SWOT- анализата (или SWOT- матрицата) е техника за стратешко планирање што се користи за да му помогне на лице или организација да ги идентификува предностите, слабите страни, можностите и заканите поврзани со деловната конкуренција или планирање на проекти или активности. Оваа матрица е дизајнирана за употреба во прелиминарните фази на процесите на одлучување и може да се користи како алатка за проценка на стратешката позиција на еден град, регион, компанија или организација. Наменета е да ги специфицира целите на деловниот потфат или проект и да ги идентификува внатрешните и надворешните фактори кои се поволни и неповолни за постигнување на тие цели. При развојот на SWOT-анализата, учесниците во нејзината подготовка честопати поставуваат и одговараат на прашања за да генерираат значајни информации за секоја категорија за да ја направат алатката корисна и да ја идентификуваат нивната конкурентска позиција.

Јаките страни и слабостите се честопати поврзани со внатрешно окружување, додека можностите и заканите обично се фокусираат на надворешното окружување.

Елементите на овој тип анализа се класифицирани на следниот начин:

- Јаки страни: карактеристики на бизнисот или проектот што му даваат предност пред другите;
- Слабости: карактеристики на бизнисот што го ставаат бизнисот или проектот во неповолна положба во однос на другите;
- Можности: елементи во околината што бизнисот или проектот би можеле да ги искористат за подобрување на конкурентноста, ефикасноста и успешноста;
- Закани: елементи во околината што можат да предизвикаат проблеми за бизнисот или проектот.

Степенот до кој внатрешното окружување на анализираниот проект се совпаѓа со надворешното окружување е изразено со концептот на стратешко вклопување. Идентификувањето на SWOT е важно бидејќи резултатите од оваа анализа можат да информираат за подоцнежните чекори за планирање за постигнување на целта. Со други зборови, резултатите кои се добиени преку спроведување на ваков тип на анализа даваат значителни информации на управителите за внатрешното и надворешното окружување за време на планирачкиот процес, но многу лесно може да се следат тие фактори и за време на имплементирачкиот процес. Во таа насока, за време на имплементација на активноста, управителите на проектот или активноста се должни да преземаат соодветни активности со цел да осигураат дека јаките страни ќе останат непроменети и дури и подобри, додека пак слабите страни ќе бидат подобрувани и континуирано контролирани со цел да не доведат до негативни последици врз имплементацијата. Исто така, управителите, знаејќи ги можностите и заканите, можат полесно да донесуваат одлуки со кои ќе ги избегнуваат заканите (ќе го намалат нивното негативно влијание) и ќе ги искористат можностите со цел подобрување на внатрешното окружување (јаки и слаби страни).

Потребно е овој тип анализа да се повторува повеќе пати во текот на спроведувањето на проектот или активноста со оглед на динамичната природа на бизнис-опкружувањето. Во случајот со подготовка на SWOT анализа за развој на еколошката едукација неопходен е и партиципативниот метод, при што сите заинтересирани страни ќе имаат можност да одговорат на прашања со што би се идентификувале јаките и слабите страни, можностите и заканите.

SWOT е акроним од првите букви на англиските термини за јаките страни (S – Strengths), недостатоците или слабите страни (W – Weaknesses), можностите или шансите (O – Opportunities) и екстерните закани (T – Threats).

Јаки страни

- Заложбата, мотивираноста и желбата на ЈУНПГ кон заштита на животната средина се движечки сили во развојот на еколошката едукација во НПГ.
- ЈУНПГ има внатрешна организација и систематизација која овозможува имплементирање и развој на еколошката едукација.
- Сите други одделенија во ЈУНПГ ја признаваат и препознаваат еколошката едукација како суштински дел од работата на установата.
- ЈУНПГ има капацитет (персонален и инфраструктурен) за развој на еколошката едукација во НПГ.
- Бројни здруженија играат активна улога во креирањето на свеста за прашања поврзани со еколошката едукација и активно соработуваат со ЈУНПГ на тоа поле.
- Активностите спроведени досега ја афирмираат позицијата на ЈУНПГ како еден од клучните играчи кои допринесуваат за развој на еколошката едукација во НПГ.
- Раното напуштање на образованието се намалува. Согласно законската регулатива на државата, основното и средното образование е задолжително.

- Процентот на млади лица кои не се вработени и кои не се вклучени во процесот на образование или обука на возраст од 15 – 29 години се намалува.

Слаби страни

- Периодични и неорганизирани спроведувања на активности за еколошка едукација.
- Политизирање на еколошката едукација и резултатите добиени преку ваков тип на активности.
- Низок приоритет на еколошката едукација во рамки на национални и меѓународни програми за финансирање и поддршка.
- Бавна видливост на влијанието или подобрувањето на животната средина како резултат на спроведување на еколошка едукација.
- Нередовно одржување и надградување на инфраструктурата за еколошка едукација во НПГ.
- Немање соодветен формат и тираж на едукативен материјал и пропратни елементи потребни за еколошка едукација.

Можности

- Брзиот развој на масовните медиуми за комуникација даваат голема можност за развој на еколошката едукација.
- Големата покриеност на териториите и на бројот на население кој имаат пристап до интернет.
- Недоволно искористени можности за различни технолошки достигнувања за спроведување на вакви активности (телеконференција, вебинари и сл.).
- Медиумскиот интерес и репортажи за поврзаноста на животната средина и еколошката едукација ги мотивира луѓето да сакаат повеќе да учат за таа тема.

Закани

- Голем број предавања, работилници и состаноци на слични теми со слаб квалитет.
- Слаби резултати за подигнување на јавната свест со години наназад ги демотивира луѓето да учествуваат во вакви активности.
- Цврстата верба во супериорноста на човечкиот род што може да го уништи светот.
- Трошоците за рекламирање во областа на еколошката едукација се високи (исти како и за други активности), а придобивките на овие активности не се профитабилни, туку суштествени.

Во продолжение следи матрица на SWOT-анализата за еколошка едукација на НПГ.

Табела 1: SWOT- анализа на еколошката едукација во НПГ

ВНАТРЕШНИ ФАКТОРИ	
ЈАКИ СТРАНИ (+)	СЛАБИ СТРАНИ (-)
<ul style="list-style-type: none"> • Заложбата, мотивираноста и желбата на ЈУНПГ кон заштита на животната средина се движечки сили во развојот на еколошката едукација во НПГ. • ЈУНПГ има внатрешна организација и систематизација која овозможува имплементирање и развој на еколошката едукација. • Сите други одделенија во ЈУНПГ ја признаваат и препознаваат еколошката едукација како суштински дел од работата на установата. • ЈУНПГ има капацитет (персонален и инфраструктурен) за развој на еколошката едукација во НПГ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Периодични и неорганизирани спроведувања на активности за еколошка едукација. • Политизирање на еколошката едукација и резултатите добиени преку ваков тип на активности. • Низок приоритет на еколошката едукација во рамки на национални и меѓународни програми за финансирање и поддршка. • Бавна видливост на влијанието или подобрувањето на животната средина како резултат на спроведување на еколошка едукација.

<ul style="list-style-type: none"> • Бројни здруженија играат активна улога во креирањето на свеста за прашања поврзани со еколошката едукација и активно соработуваат со ЈУНПГ на тоа поле. • Активностите спроведени досега ја афирмираат позицијата на ЈУНПГ како еден од клучните играчи кои допринесуваат за развој на еколошката едукација во НПГ. • Раното напуштање на образованието се намалува. Согласно законската регулатива на државата, основното и средното образование е задолжително. • Процентот на млади лица кои не се вработени и кои не се вклучени во процесот на образование или обука на возраст од 15 – 29 години се намалува. 	<ul style="list-style-type: none"> • Нередовно одржување и надградување на инфраструктурата за еколошка едукација во НПГ. • Немање соодветен формат и тираж на едукативен материјал и пропратни елементи потребни за еколошка едукација.
--	--

НАДВОРЕШНИ ФАКТОРИ	
МОЖНОСТИ (+)	ЗАКАНИ (-)
<ul style="list-style-type: none"> • Брзиот развој на масовните медиуми за комуникација даваат голема можност за развој на еколошката едукација. • Големата покриеност на териториите и на бројот на население кој имаат пристап до интернет. • Недоволно искористени можности за различни технолошки достигнувања за спроведување на вакви активности (телеконференција, вебинари и сл.). • Медиумскиот интерес и репортажи за поврзаноста на животната средина и еколошката едукација ги мотивира луѓето да сакаат повеќе да учат за таа тема. 	<ul style="list-style-type: none"> • Голем број предавања, работилници и состаноци на слични теми со слаб квалитет. • Слаби резултати за подигнување на јавната свест со години наназад ги демотивира луѓето да учествуваат во вакви активности. • Цврстата верба во супериорноста на човечкиот род што може да го уништи светот. • Трошоците за рекламирање во областа на еколошката едукација се високи (исти како и за други активности), а придобивките на овие активности не се профитабилни, туку суштествени.

4. PESTEL анализа

PESTEL-анализата е широко користена алатка за стратешко планирање и управување. Тоа е акроним за политички, економски, социјални, технолошки, еколошки и правни фактори кои го обликуваат макроделовното окружување. НПГ работи во сложено и динамично окружување кое се карактеризира со регулаторни промени, растечки активизам во животната средина, колективни социјални трендови, технолошки промени и развој на правниот систем.

Примената на PESTEL анализата може да помогне на ЈУНПГ да ги идентификуваат главните надворешни сили кои ја обликуваат стратегијата и конкурентскиот пејзаж и го поддржуваат неговиот процес на одлучување за стратешко решение во повеќе области. Така, во периодот на реориентација на ЈУНПГ кога установата има за цел да ги прошири и искористи своите компетенции и основни способности, спроведувањето на анализата PESTEL е императив за развој на ефективни стратегии и постигнување на долгорочни цели за раст.

Анализата на PESTEL на НПГ ги содржи следните фактори:

Политички:

- Состојба на неповолна политичка стабилност во државата;
- Состојби кои произлегуваат од планираните изборни процеси како и од можност за вонредни избори;
- Влијание на меѓународната заедница и соседните држави за влез на странски инвестиции;
- Почеток на преговорите за членство во Европска Унија;
- Пристапување на Република Северна Македонија во НАТО алијансата;
- Пренагласена партизација на општеството,
- Отсуство на можност за учество на јавноста во донесување одлуки;
- Меѓународно финансирање и поддршка за заштитените подрачја, вклучително и за национални паркови;
- Статус на УНЕСКО;
- Централизирано административно работење.

Економски:

- Зголемување на степенот на сиромаштија (22,2% од населението се смета за сиромашно во 2019 година);
- Висок степен на невработеност (17,1% во 2019 година);
- Низок економски раст (2,3% за 2020 година, пред почетокот на КОВИД-19 кризата);
- Високо ниво на странски инвестиции (737 милиони долари во 2019 година);
- Негативен индустриски реален пораст (-14% во јануари 2020 година, споредено со јануари 2019 година);
- Доминација на Скопскиот Регион во вкупните инвестиции во државата (55,3% во 2017 година);
- Доминација на Скопскиот Регион во учеството во државниот бруто-домашен производ (44,2% во 2017 година);
- Доминација на туристичкиот сектор во економскиот раст на регионот;
- Можности за развој на алтернативни видови туризам.

Социјални:

- Зголемена миграција на населението;
- Зголемена миграција на високо образованото население;
- Низок број на училишта во земјата (987 редовни основни училишта во учебната година 2018/2019 и 132 редовни средни училишта);
- Бројот на редовни ученици се намалува (188 102 ученици во редовните основни училишта и 71 650 во редовните средни училишта за учебната година 2018/2019);
- Низок природен прираст на населението (0,8 во 2018 година);
- Неспроведен официјален попис на населението на Република Северна Македонија;
- Нетранспарентна и бавна јавна администрација.

Технолошки:

- Достапноста на различни технолошки достигнувања се зголемува;
- Социјалните медиуми и нивното користење се зголемува кај сите возрасни групи на населението;
- Бројот на мобилни апликации за комуникација и зголемување на ефикасноста и ефективноста на работата се зголемува;
- Open Source апликации и софтвер за различни потреби е се достапен;
- Висок процент на домаќинства со пристап до интернет (81,8% во 2019 година);
- Висок процент на корисници на интернет од вкупното население (81,4% во 2019 година);
- Висок процент на деловни субјекти со пристап до интернет (95,6% во 2019 година).

Еколошки:

- Зголемена свест за зачувување на природата и подобро управување со посетителите во заштитените области;
- Поттикнување на органско производство;
- Користење на предностите од здрава животна средина;
- Обезбедување имплементација на стандардите за заштита на квалитетот на воздухот, водата и почвата;
- Отсуство на интегрирано управување со цврстиот отпад;
- Вклучување во програми и проекти за заштита на животната средина;
- Оптимално користење и валоризација на природните ресурси и енергетските потенцијали;
- Заштита и повторно воспоставување на живеалишта и природни системи, како и заштита на биодиверзитетот;
- Ефективна и интегрирана заштита на природните богатства во заштитените области;
- Поттикнување на користењето на обновливи извори на енергија;
- Зголемен притисок од посетители на националните паркови и заштитените области;
- Опасност од негативни ефекти заради неправилно управување со природните ресурси,
- Висок степен на создаден комунален отпад по жител (412 килограми по жител во 2018 година, намален за 1,2% во споредба со 2017 година);
- Значителни инвестиции во областа на заштита на животната средина (8 394 466 илјади денари во 2018 година) и ниски трошоци за одржување на овие инвестиции (2 837 955 илјади денари во 2018 година).




Легални – правни:

- Недоволна примена на закони и постоечка законска регулатива;
- Чести и неконзистентни измени на акти и закони;
- Неконзистентност на различни закони и преклопувања во различни области;
- Специфичности во однос на УНЕСКО статусот на регионот;
- Потреба од усвојување и имплементација на развојни програми;
- Потреба од креирање, мониторинг и имплементација на стратешки документи;
- Потреба од изработка на наменски прирачници и едукација на вработените и заинтересираните страни за истите;
- Недостиг на подзаконски акт согласно член 54 став 7 од Законот за заштита на природата од страна на МЖСПП со кој ќе утврди содржината на Програмата за управување со шумските живеалишта и екосистеми во заштитени подрачја, начинот на нејзиното донесување и одобрување, начинот на реализација и надзор.

Сите овие фактори се среќаваат во окружувањето на ЈУНПГ при спроведување на активности за еколошка едукација во согласност со Стратегијата за еколошка едукација и Планот за управување 2021 – 2030 година. Некои од нив имаат значително влијание врз конкретните активности, додека пак други имаат помало или незначително влијание. Како и да е, сите треба да се земат предвид при подготовката на Стратегијата за еколошка едукација и соодветно да се дефинираат стратешките цели и активности со што ќе се осигура дека факторите кои негативно влијаат ќе бидат соодветно управувани со цел да не допринесат за неуспех на Стратегијата, а оние кои влијаат позитивно преку правилно управување ќе се искористат за да допринесат за зголемување на ефикасноста и ефективноста на еколошката едукација.

PESTEL- анализата на еколошката едукација на НПГ е прикажана со следната табела.

Табела 2: PESTEL анализа на еколошката едукација во НПГ

	<p><u>Политички</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Состојба на неповолна политичка стабилност во државата. • Состојби кои произлегуваат од планираните изборни процеси како и од можност за вонредни избори. • Влијание на меѓународната заедница и соседните држави за влез на странски инвестиции. • Почеток на преговорите за членство во Европска Унија. • Пристапување на Република Северна Македонија во НАТО алијансата. • Пренагласена партизација на општеството. • Отсуство на можност за учество на јавноста во донесување одлуки. • Меѓународно финансирање и поддршка за заштитените подрачја, вклучително и за национални паркови. • Статус на УНЕСКО. • Централизирано административно работење.
	<p><u>Економски</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Зголемување на степенот на сиромаштија. • Висок степен на невработеност. • Низок економски раст. • Високо ниво на странски инвестиции. • Негативен индустриски реален пораст. • Доминација на скопскиот регион во вкупните инвестиции во државата Доминација на скопскиот регион во учеството во државниот бруто домашен производ. • Доминација на туристичкиот сектор во економскиот раст на регионот. • Можности за развој на алтернативни видови туризам.
	<p><u>Социјални</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Зголемена миграција на населението. • Зголемена миграција на високо образованото население. • Низок број на училишта во земјата. • Бројот на редовни ученици се намалува. • Низок природен прираст на населението. • Неспроведен официјален попис на населението на Република Северна Македонија. • Нетранспарентна и бавна јавна администрација.

<p style="text-align: center; font-size: 2em; color: #4F81BD;">Т</p>	<p style="text-align: center;"><u>Технолошки</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Достапноста на различни технолошки достигнувања се зголемува. • Социјалните медиуми и нивното користење се зголемува кај сите возрастни групи на населението. • Бројот на мобилни апликации за комуникација и зголемување на ефикасноста и ефективноста на работата се зголемува. • Open Source апликации и софтвер за различни потреби е се достапен. • Висок процент на домаќинства со пристап до интернет. • Висок процент на корисници на интернет од вкупното население. • Висок процент на деловни субјекти со пристап до интернет.
<p style="text-align: center; font-size: 2em; color: #4F81BD;">Е</p>	<p style="text-align: center;"><u>Еколошки</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Зголемена свест за зачувување на природата и подобро управување со посетителите во заштитените области. • Поттикнување на органско производство. • Користење на предностите од здрава животна средина. • Обезбедување имплементација на стандардите за заштита на квалитетот на воздухот, водата и почвата. • Интегрирано управување со цврстиот отпад. • Вклучување во програми и проекти за заштита на животната средина. • Оптимално користење и валоризација на природните ресурси и енергетските потенцијали. • Заштита и повторно воспоставување на живеалишта и природни системи, како и заштита на биодиверзитетот. • Ефективна и интегрирана заштита на природните богатства во заштитените области. • Поттикнување на користењето на обновлива енергија. • Зголемен притисок на Националните паркови и заштитените области. • Опасност од негативни ефекти заради неправилно управување со природните ресурси. • Висок степен на создаден комунален отпад по жител. • Значителни инвестиции во областа на заштита на животната средина и ниски трошоци за одржување на овие инвестиции.
<p style="text-align: center; font-size: 2em; color: #4F81BD;">Л</p>	<p style="text-align: center;"><u>Легални</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Недоволна примена на закони и постоечка законска регулатива. • Чести и неконзистентни измени на акти и закони. • Неконзистентност на различни закони и преклопувања во различни области. • Специфичности во однос на УНЕСКО статусот на регионот. • Потреба од усвојување и имплементација на развојни програми. • Потреба од креирање, мониторинг и имплементација на стратески документи. • Потреба од изработка на наменски прирачници и едукација на вработените и заинтересираните страни за истите. • Недостиг на подзаконски акт согласно член 54 став 7 од Законот за заштита на природата од страна на МЖСПП со кој ќе утврди содржината на Програмата за управување со шумските живеалишта и екосистеми во заштитени подрачја, начинот на нејзиното донесување и одобрување, начинот на реализација и надзор.

5. Ризици и ограничувања

Предизвиците за етаблирање на ефикасна и ефективна еколошка едукација се многубројни. Можеби најголем предизвик е развој на холистички и објективен поглед кај учениците, бидејќи без таква перспектива, напредок во заштитата на здравјето и благосостојбата на земјата кај живеалиштата, како и животната средина што го одржуваат ќе биде тешко да се постигне.

Логистички бариери, ризици и ограничувања

Најчест пример за ризици, бариери и ограничувања во поглед на имплементацијата на еколошката едукација се од логистичка природа. Имено, со оглед на фактот што ЈУНПГ не е образовна институција, мора да се земе предвид дека за организирање на настан за еколошка едукација на установата ѝ се потребни мноштво логистички средства, дозволи, комуникација и сл. што го усложнува и забавува целиот процес. Во таа смисла, треба да се наведат следните логистички бариери, ризици и ограничувања:

- Недостаток на време за подготовка;
- Недостаток на подготовка;
- Недостаток на ресурси за едукативни цели;
- Недостаток на финансиски средства;
- Ненавремено издавање дозволи и согласности од родители/старатели/наставници;
- Недостаток од соработка со локалните и централните власти за спроведување на еколошка едукација;
- Времетраење на настанот за еколошка едукација;
- Мали групи на учесници на настаните за еколошка едукација;
- Возрасна структура на учесниците која придонесува да се намали ефикасноста на настанот;
- Безбедносни прашања и прашања поврзани со одговорноста за учесниците.

Образовни бариери, ризици и ограничувања

Покрај логистичките, во процесот на имплементација на еколошката едукација, ЈУНПГ се соочува и со т.н. образовни бариери, ризици и ограничувања. Вработените лица задолжени за еколошка едукација во ЈУНПГ се со соодветно образование за да можат да извршуваат образовна/едукативна активност. Но, сепак, поради специфичната природа на темите кои се обработуваат, може да се појават одредени ризици и ограничувања на спроведувањето на еколошката едукација во однос на:

- Недостаток на знаење за содржината која е предмет на одреден настан за еколошка едукација;
- Недостаток на обука за спроведување на активности за еколошка едукација;
- Недостаток на педагошко знаење и пракса;
- Неефикасност на спроведените активности за еколошка едукација може да допринесе за демотивација на кадарот.

Ставовни бариери, ризици и ограничувања

Ставовите се основна карактеристика на сите луѓе, без разлика на нивниот пол, возраст или други карактеристики. Една личност се разликува од сите останати, меѓу другото, и врз основа на своите ставови за различни прашања, интереси и слично. Следствено, ставовите кај населението може да резултираат со појава на т.н. ставовни бариери, ризици и ограничувања за спроведување на еколошката едукација од страна на ЈУНПГ. Вообичаено, најтешко е да се управува со овој вид ризици, бидејќи управувањето со нив

значи и промена на видувањата на личностите за одредени аспекти од општеството. Така, иако е најтешко да се управува со нив, успешното управување со овој вид ризици значи и постигнување на долготрајната цел – јакнење на јавната свест за животната средина. Ставовни ризици, кои треба да бидат земени предвид при подготовката и имплементацијата на стратегијата се:

- Страв да се биде контроверзен или различен од соучениците/колегите или пријателите;
- Приоритизација на проблемите во општеството;
- Немање интерес за животната средина кај учениците, наставниците и генерално кај луѓето;
- Недостаток на капацитет за поврзување на животната средина со секојдневниот живот и разбирање на реперкусиите од невнимателно однесување кон неа;
- Предизвикување страв од еколошка едукација и информациите добиени преку неа;
- Страв од еколошка едукација како дополнителна обврска кај дел од учесниците.

Концептуални бариери, ризици и ограничувања

Недостатокот на соработка со локалните и централните власти, посебно со Министерството за образование и наука, кој беше спомнат како еден од логистичките ризици, може да допринесе за развој на ризици, бариери и ограничувања кои се од концептуална природа. Имено, како што е познато, наставната програма во основните и средните училишта во државата се прави во согласност со уредбите од овие две министерства. Може да се заклучи дека таа наставна програма честопати не е усогласена со темите кои би требало да бидат покриени во рамките на спроведувањето на активностите за еколошка едукација од страна на ЈУНПГ. Следствено, треба да се земат предвид и концептуалните ризици при подготовката на Стратегијата за еколошка едукација на ЈУНПГ, вклучувајќи ги:

- Неинформираноста на учениците за терминот и процесот на еколошка едукација;
- Темите кои се покриваат со активностите на ЈУНПГ не се релевантни на наставната програма на училиштата, а се од големо значење за заштита на животната средина;
- Факултативната природа на организираниите настани.

Импликации и препораки

Многу варијабли влијаат на когнитивните и афективните околности што на крај формираат перцепција на учесниците во поглед на еколошката едукација. Секако не е можно сите тие да бидат опфатени и анализирани во рамките на овој дел од Стратегијата за еколошка едукација на НПГ. Но, едно е сигурно, а тоа е дека важна идна потреба е да се вклучат родителите и учениците да идентификуваат пошироки бариери, ризици и ограничувања на еколошката едукација што ги стимулираат пошироките ставови, вештини и учества во спроведување на активности за заштита на животната средина.

Анализата на разбирањето на наставниците за националните политики за еколошка едукација и самата потреба од неа, причините за неуспешната имплементација на политиките и подлабоката истрага за ефектите од тоа се исто така важни. Како и да е, развојот и дистрибуцијата на регионално фокусирана програма за еколошка едукација ќе биде од корист, заедно со подобрената заштита и постојаната обука во текот на спроведувањето на активностите.

Во таа смисла, ЈУНПГ, локалните актери и невладини организации, како и релевантните министерства треба да соработуваат за проширување на идните обуки кои се фокусираат на подобрување на знаењето за содржината, надминување на концептуалните бариери и промовирање на локална акција. Обуката може да одговори на потребите на специфични групи учесници со потенцирање на минимални логистички барања, презентирање на иновативна педагогија и поттикнување на интерес. Разликите во

контекстот треба да бидат препознати и прилагодени така што еколошката едукација поефикасно може да помогне во решавањето на сериозни предизвици во животната средина.

6. Сегашната состојба со еколошката едукација во НПГ

Со преориентирањето на Паркот, започнато во 2018 година кон управување со заштитата, како и кон развој на одржлив туризам, во периодот што следи се очекува зголемена активност на полето на еколошка едукација и подигнување на јавната свест кај посетителите и жителите во и околу НПГ. Според тоа еколошката едукација е веќе составен дел од управувањето со НПГ.

За да се доживее природата и информациите да бидат достапни за пошироката јавност во националните паркови, потребна е одредена инфраструктура. Инфраструктурата со која располага ЈУНПГ пред сè е едноставна, квалитетна и функционална, со цел да се зачува природниот изглед на средината.

Во 2008 година со помош на Kf-проектот и другите донатори беше изградена одредена инфраструктура за посетители која служи за еколошка едукација и подобра видливост на Паркот, а понатаму низ годините таа инфраструктура е надградувана.

Сегашниот систем на патеки низ Паркот овозможува посета на локалитети кои изобилуваат со природни, културни и историски вредности. Изработката на патеките е соодветна на нормите и стандардите за патеки за соодветните целни групи и намени, планинари, туристи, за едукација и слично.

Системот го сочинуваат следните пешачки патеки:

- **Кратки патеки (двонасочни):**

Велгошти – Руса Среда – Богородица; Велестово – Велестовски Корита; Рача – Благоец; Свети Стефан – Шипокно; Долно Коњско – манастир Свети Стефан; Коњско – Света Петка; Елшани – Свети Марија; Пештани – црква Свети Ѓорѓи; Трпејца – Чоколско; Љубаништа – Коше – Свети Никола; Стење – Пресвета Богородица (Пречиста); Коњско – Свети Илија; Туристички комплекс Отешево – с. Отешево; Лескоец – Извор; Планинска куќа Шарбојца (Асан Ѓура) – Симонческа Локва – Пештера – Самотска Дупка; Баба – Магаро; Баба – Лако Сигној.

- **Еднодневни пешачки патеки:**

Велгошти – Свети Никола – Љубанска нива – бачилото – Летница – Лом – Рамне – Центар за посетители Охрид; Центар за посетители, Охрид – Рамне – Поник – Крстец – Горни Студинец – Велестово – Центар за посетители Охрид; Центар за посетители Охрид – Велестово – Килаец – Стара Рача – Мачука – Коњско – Свети Стефан; Свети Стефан – Коњско – Синев дол – Шумјак – Елшани – Орелци – Извор Глајшо – Свети Спас – Добра – Пештани; Трпејца – Мал Осој – Дервен – Рампа – Ушине – Љубаништа; Стење – Коњско – Стење; Туристички комплекс Отешево – с. Отешево – Отешевски дол – Шурленци – Сирхан; Центар за посетители Царина – Лескоец – Стење; Планинска куќа Шарбојца (Асан Ѓура) – Гога – Гумно – Дупкана – Џамивче – Планинска куќа Шарбојца.

- **Магистрални дводневни пешачки патеки:**

Центар за посетители Охрид – Рамне – Поник – Крстец – Планинска куќа Шарбојца (Асан Ѓура) – Шаргуле – Ломје – с. Отешево – Туристички комплекс Отешево; Центар за посетители Охрид – Рамне – Поник – Крстец – Планинска куќа Шарбојца (Асан Ѓура) – Бојазон – Ветро Гумно – РБлок – Орелци – Извор Глајшо – Свети Спас – Врв Кодар – Белко Нива – Трпејца; По патеките на светите Климент и Наум Охридски: Охрид – Рача – Шипокно – Коњско – Елшани – Пештани – Градиште – Трпејца – Љубаништа – Свети Наум.

Покрај пешачките, во системот влегуваат и патеки за планински велосипедизам и патеки за моторни возила (мотоцикли и теренски возила).

Системот на патеки на НПГ се состои од 38 секвенци со вкупна должина од околу 200 км. Согласно теренските услови патеките се поделени на четири категории:

- Полесни и пократки секвенци кои бараат помал физички напор (Н);
- Пешачки секвенци по планински гребени на 1600 м надморска висина (G);
- Потешки и подолги пешачки секвенци со поголема денивелација кои бараат поголем физички напор (Т);
- Велосипедски секвенци (МТВ).

Покрај овие четири категории Системот на патеки вклучува:

- патека на франкофонијата,
- патека за еколошка едукација и
- рекреативно-пешачка патека Трпејца – Чоколско.

По должината на патеките се поставени вкупно 31 информативни табли на кои се поставени информации и детали за секоја од секвенците на системот. Исто така долж патеките има поставено вкупно 200 патокази со податоци за крајната дестинација (времетраење, должина и сл.). Во 2020 година е направена ревитализација на информативните табли и патокази на целата територија на Паркот, со цел подобра видливост и подобра информираност на посетителите. Поставени се и по една информативна табла на влезот на преспанската и охридската страна на Паркот им даваат информации на патниците кои влегуваат во границите на НПГ.

За националните паркови, еколошката едукација е интегрален дел од управувањето и служи за постигнување на целите на управувањето на истите. За таа цел НПГ оформи и изгради едукативна патека и училница на отворено, за одржување настава во природа под отворено небо и учење за природата. Училницата на отворено е поврзана со едукативната патека и интерактивното доживување на природата долж истата. Во текот на 2020 година се реконструира оваа патека и зелената училница, со што се овозможи целосна нивна функционалност.

Едукативна патека „Галичица на дланка“

Едукативната патека „Галичица на дланка“ се наоѓа во непосредна близина на Инфо-центарот на НПГ, во Охрид. Местоположбата на патеката е избрана со цел да биде лесно достапна за посета и е соодветно изградена за лесно качување, адаптирано на сите возрастни групи.

Почетната точка на едукативната патека воедно го претставува и еден од влезовите во НПГ (Велестовски пат), продолжува до базиликата „Студенчишта“ и завршува со училницата на отворено. Вкупната должина на патеката е околу 400 м. Патеката го прати природниот релјеф, а нејзината инфраструктура е од природни и автохтони материјали. Училницата на отворено е од дрвна конструкција, опремена со кровен покривач (настрешница), масички и со седечки капацитет за околу 30 ученици (посетители). Патеката ја добива својата едукативна компонента преку поставување 11 информативни табли, за да го запознаат посетителот со локалната флора, фауна, геологија, екологија, култура и историја.

Претходно напоменавме дека се изградени и два инфо-центри, од кои еден во близина на Охрид, а другиот во селото Стење, на преспанската страна од НПГ. Центрите се добро опремени за мултимедијална презентација и интерпретација и овозможуваат непречено, целосно и квалитетно исполнување на функцијата за која се наменети. Изградена е и кула за набљудување „Стењско благо“, во непосредна близина на с.Стење. Во периодот што престои е планирана нејзина реконструкција и ревитализација, со

цел враќање на нејзината функционалност и овозможување реализација на дел од активностите за еколошка едукација.

Во моментот Паркот има серија активности на полето на еколошка едукација. Но во наредниот период се планира систематски приод и насочување на овие активности кон подобра видливост на Паркот и подигнување на свеста за прашањата од областа на заштитата на природата, како цврст отпад, биодиверзитет, културно наследство, зонирање во Паркот и др.

Една долгорочна активност што Паркот ја спроведува е маршот за учениците од ОСУ „Св. Климент Охридски“ – Охрид, кој се одржува секоја година во пролет. Гимназијалците се носат на планината со автобуси, а потоа пешачат до Охрид. Патувањето е во придружба на водичи, но потребно е и присуство на чуварите на Паркот, кои за цел ќе имаат да пренесат значајни информации за Паркот. Овој настан може да се прошири со учество и на ученици од другите средни училишта од општините Охрид и Ресен.

Во 2019 година имаше повеќе поединечни активности со ученици од училиштата од општина Охрид, Ресен и Струга. Значајни настани кои ја одбележаа 2019 година беше 25 Октомври - Денот на прогласувањето на Паркот. По повод овој ден беше организиран ликовен конкурс на тема: „Убавините на Национален парк Галичица“, на кој право на учество имаа сите ученици од I до IX одделение од основните училишта во општините Охрид и Ресен. Се очекува оваа активност да продолжи да се одржува секоја наредна година. Друг значаен настан беше 11 Декември, одбележувањето на Меѓународниот ден на планината. НПГ овој ден го одбележа заедно со најмалите, односно во соработка со детските градинки во општина Охрид. Како и претходниот, така и за овој настан се планира да продолжи и во наредните години. Од одбележувањето на други значајни светски денови се издвојуваат и 26 Јануари-Светскиот ден за едукација за заштита на животната средина, кој се одбележа заедно со волонтерите од Клуб 14 и Клуб на млади при ОО „Црвен крст“ – Охрид и 2 Февруари-Светскиот ден на мочуриштата. ЈУНПГ во соработка со МЕД и Паркот на природа „Езерани“, како и во соработка со сновните училишта од општина Ресен го одбележа во Инфо-центарот во Стење.

Во табелата што следи, дадени се позначајни активности за одбележани традиционални и значајни Светски денови во текот на 2019 и почетокот на 2020 година, вкупен број на учесници, како и поделно број на жени и број на млади присутни на организираните настани.

Табела 3: Одбележани значајни традиционални денови и посетеноство 2019 година

Реден број	Активност	Број на млади	Број на жени	Вкупен број на учесници
1.	Во соработка на НПГ со ПОНТ се снимаше видео, во кое како дел беше спроведено предавање (презентација), со цел подигнување на јавната свест за заштита на природата.	10 (ученици на возраст од 10-12 години)	1 (наставник)	11
2.	Во соработка на НПГ со МЕД, беше спроведена теренска настава (едукативна пешачка тура од превојот Баба до врвот Лако Сигној).	6 (ученици на возраст од 15-17 години)		6
3.	Едукативна прошетка и посета на ЈУНПГ, Инфо Центарот во Охрид од страна на учениците од ОУ „ Браќа Миладиновци“, Струга.	20 (ученици од 11-14 години)	3 (наставници)	23

4.	Организирање ликовен конкурс на тема „Убавините на Националниот парк Галичица“ по повод денот на НПГ, 25 Октомври.	106 (ученици од 7-14 години)		106
5.	Еразмус посета на НПГ, каде што беше проследена презентација на тема „Климатски промени“.		13 (наставници)	14
6.	Во соработка на НПГ со ОО „Црвен крст“ од Охрид, беше проследена презентација од страна на волонтерите од Клуб на млади и Клуб 14.	77 (ученици од 11-18 години)		77
7.	Посета на претставници од Пчињскиот и Јабланичкиот регион на Р. Србија на НПГ каде што беше проследена презентација на тема „Туризмот и туристичкиот потенцијал на Националниот парк Галичица“.		7	21
8.	Во соработка на НПГ со Детските градинки од општина Охрид, по повод Светскиот ден на планината , дел од вработените на НПГ беа во посета на градинките.	280 (дечиња од 2-6 години)	29 (воспитувачки и негувателки)	309
9.	Во соработка на НПГ со МЕД беше спроведена еколошка едукација на ученици од I до V одделение од ОУ „Славејко Арсов“ од с.Подмочани, општина Ресен.	17 (ученици од 7-11 години)	5 (наставници)	23
10.	Во соработка на НПГ со ОО Црвен крст од Охрид, волонтерите од Клуб на млади и Клуб 14 по повод Светскиот ден за едукација за заштита на животната средина (26 Јануари) беа во посета на Едукативната патека во близина на Инфо-центарот и самиот Инфо-центар во Охрид.	40 (ученици од 11-17 години)		40
11.	Во соработка на НПГ со МЕД, со Паркот на природа „Езерани“, основните училишта од општина Ресен и со Општина Ресен, се одбележа Светскиот ден на мошуриштата (2 Февруари)	28 (ученици од 11-14 години)	5	34
12.	Во соработка на НПГ со ОО „Црвен Крст“ – Охрид, беше реализирана средба со дел од волонтерите на ПХВ програмата.	7 (ученици од 15-17 години)		7
Вкупно		591	63	671

Паркот во 2019 година креира нова веб-страница: <http://galicica.org.mk> и мобилна апликација кои се достапни на македонски, англиски, албански и холандски јазик. Страната ја информира заинтересираната јавност за основните карактеристики на Паркот (атракциите, патеките, флората и фауната, културното и историското наследство, бројот на посетители на годишно ниво итн.). Мобилната апликација ја има истата цел како и страната, дополнително овозможувајќи им подобро снаоѓање во природа, но и грижејќи се за безбедноста на посетителите.

Во 2020 година се подготвени, дизајнирани и испечатени нови информативни материјали (летоци и брошури) кои ќе се дистрибуираат до пошироката јавност, каде приоритет ќе имаат целните групи. Во

просториите на Инфо-центрите во Охрид и Стење, како и на веб-страницата се изложени сувенири со обележја од Паркот, достапни за продажба.

Националниот парк Галичица се наоѓа на територија на Охрид и Ресен во Република Северна Македонија. Во продолжение следуваат статистички податоци за основните и средните училишта кои се наоѓаат и во двете општини, вкупниот број на ученици и вкупниот број на наставници во овие училишта.

Во следната табела се прикажани статистичките податоци од почетокот на учебната 2018 – 2019 година (овие податоци се преземени од Државниот завод за статистика на Република Северна Македонија).

Табела 1: Број на основни и средни училишта и број на ученици во Охрид и Ресен 2018 – 2019

Статистички податоци од почеток на учебна 2018 – 2019 година				
<u>Основни училишта</u>				
Општина	Број на основни училишта	Вкупен број на ученици	Вкупен број на наставници	Број на жени во наставниот кадар
Охрид	8	4 672	390	317
Ресен	5	1 064	163	126
<u>Средни училишта</u>				
Општина	Број на средни училишта	Вкупен број на ученици	Вкупен број на наставници	Број на жени во наставниот кадар
Охрид	4	1 982	175	110
Ресен	1	317	53	27
Вкупно	18	8 035	781	580

Во границите на Паркот се лоцирани 17 населени места, од кои 14 во општина Охрид и 3 во општина Ресен. Вкупното население во Паркот во 2015 година изнесува 5 281 жители, од кои 4 828 живеат во општината Охрид, а бројот на жители во населените места на Паркот во општина Ресен изнесува 453. Во населените места кои се лоцирани во непосредна близина на Паркот – градот Охрид, Велгошти и Шурленци, бројот на жители изнесува 42 032.

Табелата содржи статистички податоци од 2015 година за населението во Паркот и во негова непосредна близина.

Табела 2: Население во НПГ 2015 година

Статистички податоци од 2015 година			
Населено Место	Жители		
	Жени	Мажи	Вкупно
<u>Општина Охрид</u>			4 828
Коњско	9	11	20
Долно Коњско	332	345	677
Елешец	30	34	64

Елшани	262	286	549
Лагадин	9	9	19
Љубаништа	72	87	159
Населба Исток	54	55	109
Пештани	620	613	1233
Рамне	290	298	588
Рача	472	499	970
Свети Стефан	52	52	104
Шипокно	3	2	5
Трпејца	138	144	282
Велестово	26	23	49
Општина Ресен			453
Коњско	1	2	3
Лескоец	6	6	12
Стење	219	219	438
Во непосредна близина на НПГ			42 032
Охрид	19 881	19 216	39 097
Велгошти	1418	1428	2846
Шурленци	45	44	89
Вкупно	23 940	23 374	47 314

Следниот графикон го претставува вкупниот број на туристи кои го посетиле Охрид и ноќевања кои тие ги оствариле во 2018 и 2019 година, по месеци. Од графиконот многу лесно може да се забележи изразената сезоналност на туризмот во Охрид и должината на сезоната во вистинска смисла на зборот. Имено, како што може да се виде, Охрид е најпосетен во јули и август кога се остваруваат и најголем број ноќевања. Исто така, може да се забележи дека бројот на туристи и остварени ноќевања се зголемува во периодот од 2018 до 2019.

Фигура 1: Број на туристи и остварени ноќевања во Охрид 2018 – 2019



Следниот графикон го претставува вкупниот број на туристи кои го посетиле Ресен и ноќевања кои тие ги оствариле во 2018 и 2019 година, по месеци. Од графиконот многу лесно може да се забележи премногу изразената сезоналност на туризмот во Ресен и должината на сезоната во вистинска смисла на зборот. Имено, како што може да се виде, Ресен е најпосетен во јули и август кога се остваруваат и најголем број ноќевања, но за разлика од Охрид кога и во текот на другите месеци има некаква туристичка активност, во случајот со Ресен може да се каже дека истиот скоро и да не е посетуван во текот на останатите месеци од годината. Исто така, може да се забележи дека бројот на туристи и остварени ноќевања се зголемува во периодот од 2018 до 2019.

Фигура 2: Број на туристи и остварени ноќевања во Ресен 2018 – 2019



Во иднина се очекува овие статистички податоци да помогнат во поставувањето таргети на утврдените показатели со цел успешност на постигнувањето на целите.

7. Визија, мисија и стратешки цели на Стратегијата за ЕЕ

Со подготовка на Стратегијата за еколошка едукација на НПГ во периодот 2021 – 2025 година е направен само првиот чекор за информирање, подигнување на јавната свест и едукација на јавноста (ставјќи акцент на приоритетните целни групи) до 2025 година. Сега е потребно да ги пренасочиме нашите приоритети кон имплементација на оваа Стратегија. Вклучувајќи го партиципативниот приод за нејзина подготовка обезбедуваме простор за полесна имплементација на истата.

Визијата, која го претставува долгорочниот поглед концентриран на иднината, мисијата, која ја определува основната наша цел и активностите коишто ги преземаме за реализација на визијата, како и комбинацијата од специфичните цели и мерки за нивно најефективно и најефикасно постигнување, ни ја покажуваат насоката по којашто сакаме да се движиме. Најважниот дел од спроведувањето на Стратегијата е ЈУНПГ да биде сигурна дека се движи во правилна насока, односно кон реализација на својата крајна визија.

Визија

Локалното население, посетителите, заинтересираните страни како и вработените во ЈУНПГ знаат што значи еколошка едукација и се однесуваат согласно потребите од заштита на природните вредности. Постојат предуслови за моделирање на здрава, свесна и одговорна млада популација.

Мисија

ЈУНПГ континуирано работи на следење и подобрување на условите за спроведување на еколошка едукација, преку развој на персоналните и инфраструктурните капацитети, како и со редовни и корисни настани и активности.

Стратешки цели

Имајќи ја предвид визијата за еколошка едукација се поставува следната основна цел и со неа поврзаните посебни цели, кои треба да се постигнат преку спроведувањето на овој стратешки документ во наредните пет години.

Основна цел

Функционалната инфраструктура, развиената комуникациска стратегија за редовно информирање на целните групи, различните информативни содржини и знаењето за биодиверзитетот и другите значајни природни карактеристики, обезбедува едукациска платформа за остварување позитивни искуства со природата, како и емотивна и научна основа потребна за одговорно однесување за заштита на природата.





Посебни цели

- Постојната инфраструктура за информирање и еколошка едукација на посетителите е континуирано одржувана и надградувана.
- Пошироката јавност е редовно информирана за активностите на ЈУНПГ во полето на заштита на природата.
- Промотивен материјал со едукативен и информативен карактер е редовно подготвен и дистрибуиран.
- Активностите на ЈУНПГ придонесуваат за подигнување на јавната свест за потребата од зачувување на природата.

Во табелата што следи претставена е избалансираната карта за запишување резултат, алатка која ни помага да направиме системска рамка за стратешко планирање.

Избалансираната карта се состои од дефинирани приоритетни стратешки цели, утврдени показатели со кои се мери успешноста на постигнувањето на целите (почетните вредности во 2021 година и целните вредности во 2025 година) и мерки кои се преземаат за постигнување на стратешките цели најефективно и најефикасно.

Табела 3: Избалансирана карта на показатели на стратегијата за еколошка едукација во НПГ 2021 – 2025 година

Избалансирана карта на показатели на Стратегијата за ЕЕ во период 2021 – 2025 година				
<u>Локалното население, посетителите, заинтересираните страни како и вработените во ЈУНПГ знаат што значи ЕЕ и се однесуваат согласно потребите од заштита на природните вредности. Постојат предуслови за моделирање на здрава, свесна и одговорна млада популација.</u>				
Приоритетни стратешки цели	Показатели	Почетни вредности	Целни вредности	Мерки
		2021 година	2025 година	
<u>Одржување и надградба на постојната инфраструктура за еколошка едукација</u>				
Постојната инфраструктура за информирање и еколошка едукација на посетителите е континуирано одржувана и надградувана.	Вкупна должина на одржувана едукативна патека	0 м	400 м	<ul style="list-style-type: none">  Одржување и надградба на Едукативната патека – „Галичица на дланка“.  Одржување и функционалност на зелената училишница, која е во склоп на едукативната патека.  Воспоставување и одржување на тематски патеки во НПГ
	Вкупен број на функционални информативно-едукативни табли долж едукативната патека	4	11	
	Функционална зелена училишница на едукативната патека	0	1	
	Број на организирани настани во училишницата	0	50	
	Број на посетители на училишницата во рамки на организирани настани	0	2000	
	Број и тематска структура на воспоставени тематски патеки во НПГ	0	1	
	Вкупна должина на воспоставени и одржувани тематски патеки	0 м	1000 м	
	Број на посетители на воспоставените тематски патеки	0	10 000	
Вкупен број на функционални информативно-едукативни табли по тематската патека	0	сите		
<u>Воспоставување на систем за информирање на јавноста</u>				
Пошироката јавност е редовно информирана за активностите на ЈУНПГ во полето на заштита на природата.	Број на контакти воконтактна(mailing) листа на сите активни локални и национални медиуми	0	500	<ul style="list-style-type: none">  Овозможување транспарентност во споделување информации на локални и национални медиуми.
	Број на испратени соопштенија до јавност до сите медиуми	0	50	
	Назначено лице за односи со јавност	1	2	
	Број на реализирани гостувања и развиени репортажи за НПГ	Нема евиденција	15	

Подготовка и дистрибуција на информативен и едукативен материјал

Промотивен материјал со едукативен и информативен карактер е редовно подготвен и дистрибуиран.	Број на подготвени и испечатени промотивни материјали	Нема евиденција	25 000	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Подготовка, дизајн и печатење на промотивен материјал со тематска содржина или пак наменски промотивен материјал. ✚ Дистрибуирање на промотивниот материјал до целната група. ✚ Развивање едукативни пакети, со адаптирани едукативни содржини на различни возрастни групи.
	Број на дистрибуиран промотивен материјал	Нема евиденција	20 000	
	Број на целни групи на кои им се дистрибуирани материјалите	Нема евиденција	5	
	Број на развиени едукативни пакети	0	3	
	Број (тираж) на подготвени едукативни пакети	0	15	
	Број на посетители кои ги користат едукативните пакети	0	500	
	Број на настани на кои се користат едукативните пакети	0	10	

Подигнување на јавната свест за заштита на природата

Активностите на ЈУНПГ придонесуваат за подигнување на јавната свест за потребата од зачувување на природата.	Број на организирани работилници	Нема евиденција (8 за 2019 година)	25	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Организирање работилници на различни теми, согласно целната група. ✚ Продолжување со одбележувањето на традиционални денови значајни за НПГ. ✚ Одбележување Светски значајни денови за заштита на природата. ✚ Едукативни прошетки по едукативна патека, пред сè наменети за младата популација. ✚ Подготовка на типизирани предавања и стандардизирани презентации.
	Број на учесници на тематските работилници	Нема евиденција (182 за 2019 година)	350	
	Број на женски учесници на тематските работилници	Нема евиденција (20 за 2019 година)	170	
	Број на млади учесници на тематските работилници	Нема евиденција (127 за 2019 година)	1000	
	Број на одбележани традиционални светски денови	Нема евиденција (4 за 2019 година)	65	
	Број на учесници на настаните организирани за одбележување на значајните денови	Нема евиденција (454 за 2019 година)	3250	
	Број на одржани работилници за обука на наставници-водичи за прошетки по едукативната патека	0	10	
	Број на обучени наставници-водичи	0	25	
	Број на различни училишта, детски градинки и сл. кои имаат обучени наставници-водичи	0	13	
	Број на подготвени стандардизирани презентации	0	4	
	Број на подготвени типизирани предавања и презентации	0	5	

	Број на вработени обучени за спроведување на овие предавања и презентации	0	7	
--	---	---	---	--

8. Засегнати субјекти и целни групи

За информирање, подигнување на јавната свест, како и образование/едукација НПГ и потребата од заштита на природните и културните вредности, клучна публика се вработените во ЈУНПГ. Раководството на ЈУНПГ и нејзините вработени се најрелевантниот комуникациски канал кон јавноста, бидејќи тие се во постојана секојдневна интеракција со надворешната публика. Вработените претставуваат главен двигател и секако најзаинтересираните за соодветно и непречено управување со сите трендови за заштита на природата на НПГ. За остварување на визијата, покрај интерната публика треба да се вклучат и засегнати страни и целни групи, кои ја претставуваат надворешната публика.

Засегнатите страни и целните групи, како и програмата и формата на нивно вклучување, проследено со соодветен коментар и препораки, се прикажани во следната табела.

Табела 4: Засегнати страни, целни групи и програми и форми на вклучување

Засегнати/Целни групи	Програма и форма на вклучување	Коментари/ Препораки
Меѓународни организации	Програма 8, постојни партнерства	Важно за добивање финансии/Потребна е јасна одговорност на администрацијата на ЈУНПГ.
Верски заедници	Програма 8, воспоставување партнерство	Поседува имоти во Паркот (културно наследство).
Основни училишта, средни и приватни училишта	Програма 7, постојни партнерства	Да бидат вклучени во редовните активности за еколошка едукација на Паркот, прошетка по едукативна патека, користење на зелена училница и посета на Инфо-центрите во Охрид и Стење.
Општини (Охрид и Ресен)	Програма 8, постојни партнерства	Орган на одлучување за развојот на целата инфраструктура во границите на Паркот, главни засегнати субјекти.
Универзитети	Програма 7 и 8, постојни партнерства	Соработка со Факултетот за туризам и угостителство, Охрид.
Јавни претпријатија (Македонијапат, Аеродром, EVN-ESM, Водостопанство)	Програма 8, постојни партнерства	Пристап до широката јавност.
Проаква (водоснабдување)	Програма 8, воспоставување соработка	Соработка за обезбедување минимум еколошки услови за дивата фауна.
ЈП „Национални шуми“ (подружници Охрид и Ресен)	Програми 2, 3 и 8, воспоставување соработка	Утврдување на заедничките граници.
Хотели-Сместувачки капацитети	Програма 5, воспоставување соработка	Пристап до широката јавност/Дистрибуција на информации за природните вредности и однесувањето кон животната средина (дистрибуција на инфо материјали).
Туристички агенции и тур-оператори	Програма 5, воспоставување соработка	Пристап до широката јавност/Дистрибуција на информации за природните вредности и однесувањето кон животната средина (дистрибуција на информативни материјали).
Туристички водичи	Програма 5, воспоставување соработка	Пристап до одредена целна група/Давање точни информации за клучните вредности на Паркот/Информации за правила и прописи на однесувањето во НПГ (дистрибуција на информативни материјали).

Домашни и меѓународни туристи	Програма 5	Значајно е да се дадат насоки како да се однесуваат во Паркот и да се привлечат поголем број посетители.
Министерство за животна средина и просторно планирање (МЖСПП)	Програма 1, 2, 3, 5, 7 и 8, постојни партнерства	МЖСПП е надлежно министерство за НПГ.
Министерство за образование и наука	Програма 1 и 7, воспоставување соработка	Поддршка на активностите за еколошка едукација и вклучување на истите во Годишната програма на училиштата.
Полиција и гранична полиција	Програма 8, постојни партнерства	Клучните засегнати субјекти за контрола на криволовците, собирачите на дрва, недрвни шумски производи и други природни ресурси.
Противпожарна бригада	Програма 2, 3 и 8, постојни партнерства	Главните засегнати субјекти за информирање на јавноста за безбедно однесување во шумите
НВО-и (НВО-и за ЖС, Црвен крст, Спортски друштва и др.)	Сите програми, постојни партнерства	Постои меморандум со ОО „Црвен крст“ и Алпинистички клуб „Патагонија“ /Водичите на планина може да бидат вклучени во еколошката едукација.
Продавачи на сувенири	Програма 5, 6 и 8	Мотиви од НПГ (лого, фауна, флора, атракции, видиковци, културно наследство).
Возачи на чамци и бродови	Програма 5 и 8	Потребна е обука за точно информирање за еколошките содржини/Има директен пристап до широката јавност (дистрибуција на инфо материјали).
Детски градинки	Програма 7, постојни партнерства	Да се вклучени во редовната еколошка едукација на Паркот, зелени училници, посета на Инфо центрите во Охрид и Стење.
Медиуми	Програма 7 и 8 (Регионални и национални), воспоставување соработка	Редовно информирање и назначено лице за односи со јавност.
Прекршители на законот	Програма 8	Треба да се информирани за штетата која ја чинат на дивниот свет и последиците за нив од прекршување на законот.
Собирачи на дрва и недрвни шумски производи	Програма 3 и 6	Потребно е да се информираат за одржливото користење на шумите/Потребно е да се информираат за одржливото користење на значајните видови растенија.
Жители на селата во НПГ	Програма 3, 5 и 6	Потребно е да се информираат за сите аспекти на одржливото користење на ресурсите.
Форум за животна средина на НПГ	Програма 6 и 8	Треба да се продолжи со редовни состаноци и конкретни акции предводени од Форумот за животна средина.
Маргинални групи	Програма 3, 5 и 6	Стари лица (вдовици, вдовци), кои понекогаш се единствените луѓе останати во селата во НПГ, главни засегнати субјекти за одржливо користење на природните ресурси во околината на селата.
Реакреативци	Програма 5	Треба да се информираат како да се однесуваат во НПГ.
Параглајдеристи	Програма 5, Програма 8, воспоставување соработка	Треба да се информираат како да се однесуваат во НПГ.

Вработени во ЈУНПГ	Програма 7, Програма 8	Треба да знаат за сите Програми кои се однесуваат на еколошката едукација во Паркот со цел да ги информираат и едуцираат посетителите и сите засегнати субјекти.
--------------------	------------------------	--

* Подредување на засегнатите страни по приоритет според методологијата на П. Блок (1989).

9. Приоритети на Стратегијата за ЕЕ

Еколошка едукација за целни групи

Еколошка едукација за деца

Децата треба да го започнат своето образование за животната средина на училиште. Иднината на планетата Земја еден ќе биде во нивни раце, па затоа од клучно значење за нив е да научат како мудро да ги користат природните ресурси и од најрана возраст свесно да пристапуваат кон зачувување на природата. Резултатите од овој тежок тест би можеле да бидат подобар, поодржлив и населен свет.

Основното образование е клучна фаза во развојот на однесувањето на една личност, социјална свест, несебичност. На училиште учиме вредности и однесувања што ќе останат со нас во текот на зрелоста и кои ќе нè дефинираат кои сме. Тоа е она што го прави толку важно да се предизвика интерес за грижа и заштита на животната средина додека децата сè уште се на училиште. Целта на подучувањето на образованието на децата за животната средина е тие да се грижат за природата како дел од нивниот живот, а не само да го проучуваат. Идејата зад оваа тема е младите да развијат цврст еколошки начин на размислување и да го искористат за надминување на денешните предизвици за животната средина со проактивен став и силна посветеност.

Еколошката едукација е процес во животот на секој поединец и треба да биде вклучен во наставната програма во секое основно и средно училиште, како и во други активности, како што се семинари, конференции, разговори и сл. Начинот на кој се учи во училиницата треба да се прилагоди на возраста и зрелоста на децата и покрај теоретски дел, треба да вклучи и практичен дел, збогатен со забавни и поучни активности. Постојат многу активности што можат да се направат на отворено, на лесно достапни места. Децата можат да одат на отворено за да учат за растенија, дрвја, птици, инсекти, да ги набљудуваат и осознаваат за да можат да ги препознаат и сфатат еколошките проблеми како што се загадувањето, емисијата на гасови, потрошувачката на енергија, рециклирањето, добрата употреба на водата и цела низа други важни аспекти.

Имајќи ја предвид визијата и аргументите изложени погоре, ЈУНПГ со својата адаптирана и функционална инфраструктура, Едукативната патека, зелената училница, едукативните содржини на информативните табли, разновидните материјали во инфо-центрите, им нуди можност на детските градинки, основните и средните училишта полесна реализација на своите наставни содржини, дополнување на истите, можност за одржување часови на отворено, креативни и поучни работилници, сè со цел да се обезбеди едукација на децата (од различни возрастни групи) за природните вредности на Паркот, но и за зачувување на животната средина воопшто.

ЈУНПГ ја има адаптирано својата едукативна патека „Галичица на дланка“ и зелената училница на отворено за посети на деца од основните и средните училишта. Во должина на патеката се креирани информативни табли со едукативни содржини кои ќе им помогнат на наставниците во дополнувањето на наставната програма и полесно реализирање на наставата на отворено. На децата им се нуди нов и интересен начин преку дружење и прошетка во природа, полесно совладување на наставните содржини и овозможување на поврзаност и блискост со природата. Организирање на различни работилници, презентации, како и демонстрации од страна на вработените на ЈУНПГ, при посетата на инфо-центрите на

НПГ во Охрид и Стење им се нуди можност за поголема информираност на учениците за значењето на природните и културните вредности на Паркот.

Еколошка едукација за посетители

Квалитетот на природната животна средина сè почесто претставува главна атракција за туристите и заштитените подрачја привлекуваат сè поголем број посетители. Ова отвора голем поттик за одржлив развој на локалните заедници преку развој на нови форми на туризам, но отвора и големи можности за подигнување на јавната свест и поддршка за зачувување на природата.

Давањето високо квалитетни информации, соодветни објаснувања и еколошка едукација, е клуч за успешна имплементација на Стратегијата за еколошка едукација на НПГ. Ако посетителите најдат интересни и достапни информации, се подобрува можноста тие повеќе да уживаат во посетата, што води до нивно повторно доаѓање и препораки на други.

Вработените во ЈУНПГ имаат за цел да ги информираат и едуцираат посетителите за посебните квалитети на Паркот, за да ја подигне свеста за посебните квалитети и да го подобри прифаќањето на потребата од негова заштита.

Заради збогатување на искуството и подигнување на свеста за природните и културните вредности на Паркот, инфо-центрите за посетители и информативни пунктови се во функција на презентација и интерпретација на вредностите на Паркот, односно еколошка едукација на посетителите. Една од активностите на ЈУНПГ е понудата на разновидни програми и активности предводени од обучени и овластени водичи, информации за сместувачките и угостителските капацитети, информации за превоз, локални органски производители, автентични сувенири и сл. Инфраструктурата е квалитетна и функционална, но пред сè едноставна, за да се зачува природниот изглед на средината. Таа придонесува за подобро управување и контрола на активностите на посетителите во Паркот (пр. палење оган на соодветно обележани, уредени и опремени места, движење по обележани патеки и сл.). Со тоа се заштитува природата и не се нарушува еколошкиот капацитет на одделни локалитети во Паркот.

Со привлекување на посетителите во Паркот се отвора можност тие да научат повеќе за него низ директен контакт со природата, особено за взаемната врска меѓу човекот, односно општествените и природните системи. Крајната цел е, преку подигнување на свеста за природата и животната средина воопшто, човековото однесување да се сообрази со процесите во природните системи и ограничувањата кои произлегуваат од тоа.

Еколошка едукација за локално население

НПГ го поддржува социо-економскиот локален развој преку зајакнување на врските помеѓу човекот и природата, промоција на природното и културното наследство и поддршка на локални иницијативи, со цел подобра промоција на регионот. На тој начин се придонесува за создавање препознатлив белег за регионот, негова поширока афирмација, како и економски бенефит.

Според ова, локалното население треба да ја разбере важноста на НПГ за нивниот секојдневен живот, бенефициите што ги имаат како локално население кое живее на територија на заштитено подрачје, но и одговорностите кои произлегуваат од тоа. Од досегашните одржани дебати, јавни расправи, работилници и сл. со членови од локалното население се заклучува дека локалното население не е доволно информирано за предностите кои ги нуди едно заштитено подрачје. Оттука се јавува потреба од еколошка едукација за оваа целна група, која е од големо значење и претставува еден од приоритетите на ЈУНПГ.

Во периодот од пет години планирани се повеќе активности за информирање, подигнување на јавната свест и еколошка едукација за локалното население. Подготвени се промотивни материјали (летоци, брошури) со едукативни содржини („Флора“, „Фауна“, „Геоморфологија на НПГ“, „Остров Голем

Град”, „Комплекс Свети Наум” и сл.) кои ќе бидат дистрибуирани до оваа целна група. Со членовите од Форумот за животна средина и Советот на засегнати страни, кои се дел од локалното население, е планирано одржување на различни презентации, предавања, работилници, вебинари со теми поврзани со клучните вредности на Паркот. Целта на овие настани ќе биде информирањето на локалното население за природното и културното богатство на Паркот (биолошката разновидност и нивната потреба од зачувување, пределските, културно-историските вредности и сл.).

Дополнително се развива идејата за примена на Citizen Science од страна на локалното население. Тоа е практика на учество на јавноста и соработка во научни истражувања што придонесува за зголемување на научното знаење. Преку оваа практика, луѓето споделуваат и придонесуваат во збогатувањето на програмите (дата базите) за набљудување и собирање податоци.

Еколошка едукација за туристички агенции

Со оглед на местоположбата на Паркот, неговата близина до атрактивните туристички центри, Охрид и Преспа, кои се често посетувани од страна на голем број туристи, потребна е соработка со различните туристички агенции, кои што се многубројни во овој регион. Туристичките агенции нудат голем број туристички понуди, во кои се вклучени и посетите на НПГ.

Еколошката едукација на дел од посетителите најдобро е да се спроведи преку тур-операторите и туристичките агенции, имајќи го предвид недоволниот професионален капацитет на ЈУНПГ и изнаоѓањето оптимално решение за опфаќање на поголем број на оваа целна група. ЈУНПГ планира доставување на промотивен материјал до голем број туристички агенции. Изборот на промотивниот материјал ќе биде во согласност со видот на посетители и нивниот интерес. Организирањето работилници во инфо-центрите на Паркот со претставници од туристичките агенции, води кон добивање веродостојни информации за вредностите на Паркот, но и информации за правила и однесување на посетителите во Паркот. Се очекува туристичките работници да ги пренесат овие информации на посетителите или да ги насочат кон инфо-центрите каде посетителите би ги добиле потребните информации од страна на вработените во Паркот.

Планирани се специјализирани обуки и за туристичките водичи, со цел посетителите во иднина да добиваат високо квалитетни информации за Паркот и неговите вредности. Специјализираната обука за биодиверзитет, ќе овозможи конзистентност, логичност и точност на пренесените информации и препораки за водење на посетители во Паркот. ЈУНПГ има изготвено Прирачник за туристички водичи кој изобилува со важни информации за клучните вредности на Паркот. За секој обучен туристички водич, овој прирачник би претставувал значајна алатка за полесно водење на посетителите, но и можност за точни одговори на прашањата од страна на посетителите.

Со преземање на овие активности се очекува да се зголеми посетеноста на Паркот, но и да се привлечат таков вид посетители кои ја сакаат природата и одговорно се однесуваат кон неа.

Еколошка едукација за хотели и сместувачки капацитети

Како и за туристичките агенции, се јавува потреба од еколошка едукација и за вработените во хотелите и сместувачките капацитети. И од двете страни на НПГ, покрај крајбрежјето на Охридското Езеро од едната страна, како и во самиот град Охрид и покрај крајбрежјето на Преспанското Езеро, се наоѓаат голем број хотели и сместувачки капацитети. Со збогатување на туристичките понуди, во последните години имаме зголемен број посетители и потреба од зголемување на сместувачкиот капацитет. За остварување на нашата визија, едукацијата на вработените во овие капацитети е неопходна и од големо значење за поттикнувањето на јавната свест кај посетителите.

ЈУНПГ има планирано посета на одреден број хотели и сместувачки капацитети од Охридскиот и Преспанскиот Регион, и дистрибуирање информативен и едукативен материјал. Неопходно е да се изврши

и еколошка едукација на лицата вработени како рецепционери, кои се во директен контакт со посетителите. На овие лица би им се дале сугестии како да постапат со заинтересираните посетители, како и значајни информации кои би им помогнале на заинтересираните. Инструкциите за вработените ќе содржи и упатување на посетителите кон инфо-центрите на НПГ, кои индивидуално или во организирани групи (со претходна најава за организираниите) ќе не посетат и ќе добијат подетални информации, според нивните барања. Поставувањето мултимедијални штандови во хотелите би ја зголемиле информираноста на посетителите.

Соработката со оваа целна група ќе потпомогне кон остварување на заедничката цел, информираност, задоволство на посетителите, како и промоција која ќе придонесе зголемена посетеност.

Инфраструктура за еколошка едукација

Во следниот период или во периодот на имплементација на Стратегијата за еколошка едукација треба да се пристапи кон формирање на тематски патеки на различни места во Паркот. Овие тематски патеки не се во состав на системот на патеки на НПГ, а ќе бидат наменети за одредени целни групи на посетители. Темите кои ќе ги покриваат се избрани во согласност со досегашните информации за интересите на Паркот и се во согласност со можностите кои ги нуди Паркот. Сепак, потребно ќе биде да се направи проект за точната локација и карактеристиките на секоја од предвидените тематски патеки. Инаку, за следниот петгодишен период е планирано воспоставување Историска патека.

Првата светска војна започнала во Европа на 28 јули 1914 и траела до 11 ноември 1918 година. Македонскиот фронт кој е познат и како Солунски и Јужен фронт, се простирал од демаркационата линија кај Св. Наум до Орфанскиот Залив во Егејско Море, во должина од околу 600 км. Тој минувал низ четири земји: Албанија, Грција, Бугарија и тогашна Србија во чиј состав била и територијата на денешна Република Северна Македонија. Фронтот главно се протегал низ Македонија и практично ја делел нејзината територија на две половини. Истото важело и за планината Галичица. Од северната страна на борбената линија се наоѓале војските на Централните сили – Бугарија, Германија и Австро-Унгарија, додека пак од јужната биле силите на Антантата – Србија, Грција, Англија и Франција.

Историската тематска патека директно ќе ја пренесе атмосферата од делот на Македонскиот фронт на планината Галичица, кој сега е доста помирен и потивок во однос на годините кога бил најактивен. До местото од интерес се стигнува по еден спореден, земјен пат (познат и како „Пат до Врвот“) кој се надоврзува на патниот правец Отешево – Трпејца кој води низ планината Галичица.

Првото интересно нешто на кое се наидува за време на патувањето е Лескоечката Пештера, која побудува љубопитност поради тоа што се наоѓа во еден доста забележителен камен отсек и има 3 влеза. Постојат повеќе приказни меѓу мештаните дека во оваа пештера се пронајдени остатоци од Првата светска војна, вклучувајќи и неотворени шишиња на француски коњак.

По половина час пешачење можат да се забележат и првите остатоци од фронтот, камени сидови кои служеле за одбрана на војниците. Ова е доста интересен податок кога се има предвид дека во Првата светска војна главно се водела рововска битка, но поради спецификите на теренот во овој реон, копањето на ровови е доста тешко, па затоа војниците ги граделе овие камени сидови кои биле доста лесни за конструирање со оглед на изобилството на камења на Галичица.

Според страната кон која се свртени овие сидови, најверојатно е дека тие се оригинално изградени од страна на војските на Централните сили. Овие сидови продолжуваат да се среќаваат се до местото од каде што истовремено можат да се видат и Преспанското и Охридското Езеро.

Штом ќе се пристигне до ова место, остануваат уште дваесетина минути пешачење до делот каде што завршува земјениот пат и каде што можат да се видат повеќе објекти изградени во блиското минато,

уште една, но не толку атрактивна пештера, а се забележуваат и ровови за кои постои веројатност дека потекнуваат од периодот кога Македонскиот фронт бил активен.

Подигнување на капацитетот на ЈУНПГ и обуки

За целосно и ефикасно спроведување на планираните активности за еколошка едукација, се јавува потреба од подигнување на персоналниот капацитет на ЈУНПГ, како и обуки кои ќе помогнат во усовршувањето на професионалниот развој на вработените на полето за еколошка едукација. Клучни за успешна реализација на активностите пред сè се чуварите на Паркот, соработниците за еколошка едукација и алтернативни активности, но значајна улога имаат и другите вработени.

Поради малите познавања и немањето искуство за еколошка едукација со различни целни групи, чуварите на Паркот имаат потреба да научат во детали за природните и културните вредности на НПГ, со цел да можат да ги промовираат убавините на НПГ. За таа цел во текот на 2020 година, чуварите посетија Обука за поддршка на посетители, Обука за странски јазици, Обука за *word* и *excel*, Обука за комуникациски вештини. Обуките беа организирани со цел да им помогнат на чуварите во усовршување на своите професионални компетенции и полесно исполнување на работните цели и задачи. Поради можноста за подигнување на професионалниот капацитет и вработувањето на нови лица во ЈУНПГ, се јавува потреба од повторно спроведување на дел од обуките и посета на нови (според потребата) во 2025 година.

Во 2020 година беа спроведени и Обука за биологија и екологија на видови и живеалишта (видови и живеалишта кои се дел од Програмата за долгорочен мониторинг на биолошка разновидност), Обука за дополнителни видови (нови видови кои ќе бидат вклучени во Програмата за долгорочен мониторинг на биолошка разновидност), Обука за инвазивни видови, Обука за географски информациона систем, на кои учествуваа поголемиот број вработени.

Во петгодишниот период се планирани и дисеминација за еколошка едукација на сите вработени во ЈУНПГ од страна на соработниците за еколошка едукација и алтернативни активности и дисеминација за еколошка едукација на туристичките водичи, возачите на чамци (Св. Наум и Голем Град) и сезонските работници за наплата. Дисеминација за клучните вредности на Паркот ќе се спроведуваат и за наставниците, кои ќе применуваат прошетка по едукативната патека и настава на отворено.

Со спроведување на обуките и дисеминациите би биле чекор напред во реализирање на визијата на Стратегијата за еколошка едукација.

10. Активности за еколошка едукација

Постојат низа традиционални и светски меморијални денови, кои треба да се искористат за подигнување на свеста за зачувување на животната средина. Во фокусот на ЈУНПГ за наредните 5 години (од 2021 – 2025 година) ќе бидат најмладите, за кои се предвидени низа активности за еколошка едукација. Во табелата што следи, дадени се значајни светски денови за одбележување, кои ќе се реализираат во соработка со други организации, со цел зајакнување на еколошката едукација.

Табела со традиционални и светски значајни денови на тема - заштита на природа (обележани се значајните денови за НПГ со цел зајакнување на еколошката едукација).

Табела 5: Значајни денови за одбележување

Датум	Значајни денови	Извор/ Коментари/ Препораки
26.1.2020	Светски ден за едукација за заштитата на животната средина	Одбележување на овој ден со Еколошкиот клуб, ОО „Црвен Крст“ – Охрид

2.2.2020	Светски ден на водните живеалишта	https://www.ramsar.org/activity/world-wetlands-day , одбележување на овој ден во соработка со Македонско еколошко друштво (МЕД), каде учество ќе земат учениците од основните училишта од општина Ресен
22.3.2020	Светски ден за заштита на водите	Во соработка со Јавна научна установа „Хидробиолошки завод “- Охрид и ученици до 14 години
22.4.2020	Ден на планетата Земја	Одбележување во соработка со Еколошкиот клуб, ОО „Црвен Крст “- Охрид
9.5.2020	Меѓународен ден на птици	Одбележување во соработка со училиштата од регионот (основни и средни училишта од општините Охрид и Ресен)
22.5.2020	Меѓународен ден на биолошката разновидност	https://www.cbd.int/idb/ , во соработка со Центарот за животни вештини Brainobrain „Црвен Крст“- Охрид
24.5.2020	Европски ден на парковите	Одбележување во соработка со ОО „Црвен крст“ – Охрид
28.5.2020	Светски ден на пеперуги	Одбележување во соработка со училиштата од регионот (основни и средни училишта од општините Охрид и Ресен)
Мај	Марш за парковите	Меѓународен ден - во пролет / Паркот веќе спроведува сличен настан за студенти и ученици (досега во соработка со Гимназијата од општина Охрид) / треба да се продолжи во пошироки рамки (со други средни училишта од регионот)
05.06.2020	Светски ден на животната средина	https://www.worldenvironmentday.global/
27.09.2020	Ден на туризмот	Организирање настан во соработка со ФТУ и Општина Охрид
04.10.2020	Светски ден за заштита на животните	Во соработка со МЕД
25.10.2020	Годишнина на НПГ	www.galicica.org.mk , Се планира традиционално одбележување на годишнината на НПГ во соработка со училиштата од регионот
11.12.2020	Светски ден на планината	http://www.fao.org/international-mountain-day/en/ , продолжување со одбележувањето на овој ден во детските градинки од општина Охрид
Мај	Месец на грижа за животната средина	Да се организира чистење на паркот од смет

11. Акционен план за спроведување на Стратегијата за еколошка едукација

Основна цел

Функционалната инфраструктура, развиената комуникациска стратегија за редовно информирање на целните групи, различните информативни содржини и знаењето за биодиверзитетот и другите значајни природни карактеристики, обезбедува едукациска платформа за остварување позитивни искуства со природата, како и емотивна и научна основа потребна за одговорно однесување за заштита на природата.

Во насока на постигнување на основната цел, Акциониот план содржи активности со кои треба да се обезбеди редовно одржување и надградба на постојната инфраструктурата за еколошка едукација, воспоставување систем за информирање на јавноста, подготовка и дистрибуција на информативен и едукативен материјал, настани за подигнување на јавната свест за заштита на природата и потребни дисеминации и обуки на вработените и целните групи.

Следната табела го содржи Акциониот план на Стратегијата за еколошка едукација.

Табела 6: Акционен план за Стратегијата за еколошка едукација во НПГ 2021-2025 година

Акционен план за спроведување на Стратегијата за еколошка едукација за период 2021 – 2025 година									
Активности	Краток опис на активности	Модел на финансирање	Инвестиција (Денари)	Период на имплементација (години)					Одговорен
				1	2	3	4	5	
<u>Инфраструктура</u>									
Одржување и надградба на Едукативната патека - „Галичица на дланка“.	Одржување на едикативната патека и збогатување со нови содржини.	ЈУНПГ	307 500						ЈУНПГ
Одржување и функционалност на зелената училница, која е во склоп на едукативната патека.	Одржување на зелената училница и збогатување со нови содржини.	ЈУНПГ	307 500						ЈУНПГ
Воспоставување и одржување на тематски патеки во НПГ.	Воспоставување Историска патека и одржување на истата.	ЈУНПГ/Проекти	1 629 750						ЈУНПГ, Алпинистички клуб „Патагонија“
<u>Информативен и едукативен материјал</u>									
Подготовка, дизајн и печатење на промотивен материјал со тематска содржина или пак наменски промотивен материјал.	Промотивен материјал (летоци, брошури) со различни теми (флора, фауна, геоморфологија и сл.) и наменски информативен материјал (пр. леток за пеперутки, наменет за одбележување на Светскиот ден на пеперутката).	ЈУНПГ	430 500						ЈУНПГ
Дистрибуирање на промотивниот материјал до целната група.	Дистрибуција на информативен и промотивен материјал до приоритетните целни групи.	ЈУНПГ	0						ЈУНПГ
Развивање едукативни пакети, со адаптирани едукативни содржини на различни возрастни групи.	Креирање 3 едукативни пакети со различни едукативни содржини наменети за деца од предшколска возраст, за ученици од одделенска и предметна настава.	ЈУНПГ	510 450						ЈУНПГ
Подготовка на типизирани предавања и стандардизирани презентации.	Стандардизирани презентации адаптирани на различни возрастни групи и типизирани предавања	ЈУНПГ	0						ЈУНПГ

	според интересите на посетителите (Климатски промени и сл.).								
<u>Информирање на јавноста</u>									
Овозможување транспарентност во споделување информации на локални и национални медиуми.	Воспоставување систем за информирање на јавноста, подготовка на контактна листа, извештаи за испратени соопштенија до јавноста, назначено лице за односи со јавност и сл.	ЈУНПГ	0						ЈУНПГ
<u>Настани за подигнување на јавната свест</u>									
Организирање работилници на различни теми, согласно целната група.	Работилници со подготвени различни типизирани предавања.	ЈУНПГ	0						ЈУНПГ
Продолжување со одбележувањето на традиционални денови значајни за НПГ.	Продолжување со традиционалното одбележување на Годишнината на НПГ со организирање разни манифестации.	ЈУНПГ	78 412,5						ЈУНПГ
Одбележување Светски значајни денови за заштита на природата.	Одбележувањето ќе се спроведува во соработка со различни организации, детски градинки, училишта и др.	ЈУНПГ	682 650						ЈУНПГ
Едукативни прошетки по едукативна патека, пред сè наменети за младата популација.	Прошетка по едукативната патека и одржување часови на отворено наменети за учениците од основните и средните училишта.	ЈУНПГ	9 225						ЈУНПГ
<u>Обуки и дисеминации</u>									
Обука на чувари за поддршка на посетители.	Во 2025 година е планирана обука за поддршка на посетители на нововработените чувари.	ЈУНПГ	92 250						ЈУНПГ
Обука на вработени за комуникациски вештини.	Во 2025 година е планирана обука за комуникациски вештини на нововработените лица.	ЈУНПГ	92 250						ЈУНПГ
Дисеминација за еколошка едукација на сите вработени во ЈУНПГ од страна на соработниците за еколошка едукација и алтернативни активности.	Дисеминација за ЕЕ одржана од страна на соработниците за еколошка едукација и алтернативни активности од страна на вработените на ЈУНПГ.	ЈУНПГ	0						ЈУНПГ

<p>Дисеминација за еколошка едукација на туристичките водичи, возачите на кајчиња (Св. Наум и Голем Град) и сезонските работници за наплата.</p>	<p>Одржување дисеминација за ЕЕ на туристичките водичи, возачите на кајчиња, сезонските работници за наплата на влезовите од Паркот од страна на вработените на ЈУНПГ.</p>	<p>ЈУНПГ</p>	<p>0</p>						<p>ЈУНПГ</p>
<p>Дисеминација за клучните вредности на Паркот за наставниците кои ќе применуваат прошетки по Едукативна патека и настава на отворено.</p>	<p>Одржување дисеминација за клучните вредности на НПГ на наставниците од основните училишта во општините Охрид и Ресен од страна на вработените на ЈУНПГ.</p>	<p>ЈУНПГ</p>	<p>0</p>						<p>ЈУНПГ</p>

12. Креирање стратешки партнерства и вмрежување

Партнерството и вмрежувањето се средства кои ги поврзуваат организациите како и луѓето кои работат во нив, ја подобруваат комуникацијата и соработката меѓу оние кои делат иста визија, вредности или цели. Една од основните цели е размена на информации, искуства, остварување идеи, реализирање активности кои се заеднички за организациите и овозможуваат подобри услуги и поголемо учество на корисниците.

За спроведување на планираните активности, НПГ има потреба од силно партнерство на полето на еколошка едукација. Со цел да се воспостави долгорочна соработка треба да се воспостават серија партнерства и истите видно да се интензивираат. Постои генерална потреба за распределба на одговорноста за стратешките партнери помеѓу вработените на Паркот, за овозможување тесна соработка и континуитет на истата.

Национална соработка

- Продолжување на соработката со Министерство за животна средина и просторно планирање (МЖСПП), Скопје
- Продолжување на соработката со Алпинистички клуб „Патагонија“ – Охрид
- Продолжување на соработката со Велосипедски клуб „Еден“ – Охрид
- Продолжување на соработката со ОО „Црвен Крст“ – Охрид
- Продолжување на соработката со Центарот за спасување на планина – Охрид
- Продолжување на соработката со Македонско еколошко друштво – Скопје
- Продолжување на соработката со „БИОЕКО“ – Скопје
- Продолжување на соработката со Форум за животна средина на НПГ – Охрид
- Продолжување на соработката со Општина Охрид и Општина Ресен
- Продолжување на соработката со Противпожарна бригада, Охрид и Ресен
- Продолжување на соработката со Државен завод за статистика – Скопје
- Продолжување на соработката со Дирекцијата за заштита и спасување – Скопје
- Продолжување на соработката со Центар за упавување со кризи – Скопје
- Продолжување на соработката со Гранична полиција – Охрид
- Продолжување на соработката со Шумска полиција – Охрид
- Продолжување на соработката со високообразовни институции
- Продолжување на соработката со ФТУ – Охрид
- Продолжување на соработката со Природно математички факултет – Скопје
- Продолжување на соработката со Шумарски Факултет – Скопје
- Продолжување на соработката со Јавна научна установа „Хидробиолошки завод“ – Охрид
- Продолжување на соработката со Агенција за планирање на просторот – Скопје
- Продолжување на соработката со НП „Пелистер“ – Битола
- Продолжување на соработката со НП „Маврово“ – Маврови Анови
- Продолжување на соработката со ЈПУЗПП – „Јасен“ – Скопје
- Продолжување на соработката со ЈП „Македонија пат“ – Скопје
- Продолжување на соработката со детските градинки во општина Охрид
- Продолжување на соработката со основните училишта во општина Охрид и општина Ресен
- Продолжување на соработката со средните училишта во општина Охрид и општина Ресен
- Продолжување на соработката со дел од приватните училишта во регионот
- Продолжување на соработката со Асоцијацијата за спортови „Спорт за сите – сите за спорт“
- Воспоставување соработка со детските градинки во општина Ресен
- Воспоставување соработка со параглајдинг клубови
- Воспоставување соработка со „Завод и музеј“ – Охрид
- Воспоставување соработка со ЈП „Комуналец“ – Охрид

- Воспоставување соработка со Здружение на туристички водичи и придружници на Република Северна Македонија
- Воспоставување соработка со туристички агенции, сместувачки капацитети
- Воспоставување соработка со медиуми
- Воспоставување соработка со ХОТАМ
- Воспоставување соработка со Македонска православна црква
- Воспоставување соработка со ЈП „Национални шуми“, подружница „Шумско стопанство Галичица“ – Охрид
- Воспоставување соработка со ЈП „Национални шуми“, подружница „Шумско стопанство“ – Преспа Дрво, Ресен
- Воспоставување соработка со ЈП „Проаква“ – Охрид
- Воспоставување соработка со Министерство за образование и наука – Скопје

Меѓународна соработка

- Продолжување на соработката со НП „Преспа“ – Албанија
- Продолжување на соработката со „РАПА“, „НАПА“ – Албанија
- Продолжување на соработката со НП „Преспа“ – Грција
- Продолжување на соработката со „СПП“ – Грција
- Продолжување на соработката со НП „Пирин“ – Бугарија
- Продолжување на соработката со НП „Тара“ – Србија
- Продолжување на соработката со НП „Белунски Доломити“ – Италија
- Продолжување на соработката со НП „Триглав“ – Словенија
- Продолжување на соработката со „Скоцјанска јама“ – Словенија
- Продолжување на соработката со „Охрид – Преспа прекуграничен резерват“
- Учество во телата на „Прекуграничен биосферен резерват Охрид – Преспа“
- Зачленување во Еуропарк-федерацијата
- Воспоставување соработка со меѓународни организации активни на полето на еколошка едукација

13. Подготовка и одобрување на „Правила и прописи за однесување во НПГ“

Со цел да се структурираат потребните публикувани материјали како и активностите за еколошка едукација, се идентификувани полињата на информирање кои треба да им се пренесат на различните целни групи. Потребните информации потоа директно се рефлектираат во листата на публикации (значење на информацијата) дадени во втората колона. Дадената листа на публикации ќе придонесе за поинтезивна еколошка едукација на НПГ и подигнување на јавната свест за заштита на природата.

Табела 7: Правила и прописи за однесување во НПГ

Информација која ќе се пренесе	Значење на информацијата (Листа на публикации)	Главни целни групи
Не пали оган!	Летоци, информативни табли, медиуми, веб-страница	Сите посетители на Паркот, жители во Паркот
Не сечи дрвја!	Летоци, информативни табли, медиуми, веб страна	Локални жители, собирачи на недрвни шумски производи
Забранет лов-риболов!	Летоци, информативни табли, веб-страница, медиуми	Сите посетители на Паркот, жители во Паркот, Криволовци, здруженија на ловџии
Забрането водење миленичиња!	Летоци, информативни табли, медиуми, веб-страница	Сите посетители на Паркот, жители во Паркот

Забрането кампување и ноќевање под шатори на отворено освен на места уредени за тоа!	Летоци, информативни табли, медиуми, веб-страница	Сите посетители на Паркот, жители во Паркот
Информации за биодиверзитетот (Флора и фауна)	Летоци, информативни табли, видеовци, монографија, документарен филм, веб-страница	Сите посетители на Паркот, вработените во НПГ, локално население
Информации за историјата и традицијата	Летоци, информативни табли, видеовци, монографија, документарен филм	Сите посетители на паркот, вработените во НПГ, локално население, училишта и универзитети
Информации за границите и зоните во Паркот	Мапа со коментари, веб-страница	Сите посетители на Паркот, туристи, туристички агенции и тур-оператори
Информации за целите на Паркот	Летоци, брошури (верзија на ПУ за јавност), видеовци, монографија, медиуми, веб-страница	Сите посетители на Паркот, општините Охрид и Ресен, локално население, туристички агенции и тур-оператори
Не загадувај ја водата!	Летоци, информативни табли, видеовци, веб-страница	Локално население, општините Охрид и Ресен, туристи
Не оставај го цврстиот отпад во околината!	Летоци, информативни табли, видеовци, веб-страница	Сите посетители на Паркот, општините Охрид и Ресен
Информации за патеките-патиштата (Планинарски, велосипедски, за мотор и др.)	Мапа со коментари (вклучително зонирање) информативни табли, патокази, мобилна апликација, веб-страница	Сите посетители на Паркот, туристи, туристички агенции и тур-оператори
Информации за одржливиот развој	Брошура, леток, медиуми	Локално население, општините Охрид и Ресен, Собирачи на недрвни шумски производи, стари лица
Информација - зошто да не се фрла отпадот во природата	Летоци, информативни табли, медиуми, веб-страница	Локално население, општините Охрид и Ресен, посетители на НПГ
Информации за тоа што е екосистем, биодиверзитет и заштитени подрачја	Брошура, монографија, веб-страница	Посетители на Паркот, локално население, општините Охрид и Ресен, вработени во НПГ, училишта и универзитети
Информации за загрозените видови во НПГ	Брошура, документарен филм	Посетители на Паркот, локално население, општините Охрид и Ресен, вработени во НПГ, училишта и универзитети
Информации за меѓународните стандарди за заштитени подрачја	Брошура, летоци, медиуми	Посетители на Паркот, локално население, општините Охрид и Ресен, вработени во НПГ, училишта и универзитети
Зошто е значаен Паркот за тебе?	Брошура	Посетители на Паркот, локално население, општините Охрид и Ресен, вработени во НПГ, училишта и универзитети
Зошто Паркот е важен за развојот на туризмот?	Брошура, медиуми	Општини, локално население, туристички агенции и тур-оператори
Зошто рисот е ретка мачка?	Брошура, леток, монографија	Посетители на паркот, училишта и универзитети
Зошто волкот не е лош?	Брошура, леток, монографија	Посетители на Паркот, локално население, ловечки здруженија, училишта и универзитети

Информации за лилјациите во Паркот	Брошура, леток, монографија, веб-страница	Посетители на Паркот, училишта и универзитети
Информации за растенијата во Паркот	Брошура, леток, монографија, веб-страница	Посетители на Паркот, собирачи на недрвни шумски производи, училишта и универзитети
Информации за цицачите во Паркот	Брошура, леток, монографија, веб-страница	Посетители на Паркот, ловечки здруженија, криволовци, училишта и универзитети
Информации за влекачите и амфибиите во Паркот	Брошура, леток, монографија, веб-страница	Посетители на Паркот, училишта и универзитети
Информации за пештерите во Паркот	Брошура, леток, монографија, веб-страница	Посетители на Паркот, училишта и универзитети

14. Корпоративен идентитет на ЈУНПГ

Логото е еден од основните елементи на корпоративниот идентитет на НПГ кое игра клучна улога во градењето на лојалноста и довербата кај посетителите. Логото е визуелна претстава за она што претставува Паркот и е една од најсилните алатки за градење и утврдување на името (односно брендот), како и за одржување на неговата вредност. Задржувањето на постојното лого на НПГ е од големо значење, затоа што е веќе препознатливо за одреден дел од јавноста, како и за дел од посетителите.

Изработката на рекламен материјал (корпоративно видео), промотивен материјал (летоци, брошури) и потрошен материјал (визит-карти, меморандуми, пликоа и сл.) со користење на оригиналното лого и препознатливите фонтови, бои, симболи, придонесуваат за силна визуелна идентификација на Паркот и ги претставуваат вистинските вредности и идеи.

Унифицираното претставување (дизајнот на униформата кај вработените) придонесува за развојот на управувањето со Паркот кон заштита на природата. Постојните публикации, информативни табли, веб-страницата (<http://galicica.org.mk>), мобилната апликација, фејсбук-профилот, инстаграм-профилот, треба да бидат вклучени во корпоративниот идентитет.

Корпоративниот идентитет на сите публикации и останатите обележја видливи за јавноста е важен за гарантирање на подобро идентификување на локалните жители и зголемување на видливоста кај посетителите.



**СТРАТЕГИЈА ЗА РАЗВОЈ НА ОДРЖЛИВ ТУРИЗАМ ВО НАЦИОНАЛЕН ПАРК ГАЛИЧИЦА ЗА ПЕРИОДОТ
2021 – 2025**

ОХРИД, АПРИЛ 2020 ГОДИНА

СОДРЖИНА:

СОДРЖИНА	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
ЛИСТА НА ФИГУРИ	VII
ЛИСТА НА ТАБЕЛИ	VIII
ЛИСТА НА КУТИИ	IX
ВОВЕД	1
МЕТОДОЛОГИЈА	2
ПРОФИЛ НА НАЦИОНАЛЕН ПАРК ГАЛИЧИЦА КАКО ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА	4
<u>Општи податоци</u>	4
АНАЛИЗА НА ПОТЕНЦИЈАЛНИТЕ СЕГМЕНТИ ЗА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР ВО НПГ	8
<u>АНАЛИЗА НА ПРИРОДНИТЕ РЕСУРСИ КАКО РЕГИОНАЛНИ ТУРИСТИЧКИ АТРАКТИВНОСТИ</u>	8
<u>АНАЛИЗА НА КУЛТУРНО-ИСТОРИСКИТЕ РЕСУРСИ КАКО РЕГИОНАЛНИ ТУРИСТИЧКИ АТРАКТИВНОСТИ</u>	8
<u>Недвижно културно наследство</u>	9
<u>Урбанистичко-архитектонски вредности</u>	9
<u>Вреднување на градителското наследство на Охридскиот Регион</u>	9
<u>Манастирски комплекс “Свети Архангел Михаил – Свети Наум”</u>	10
<u>Манастирски комплекс “Света Богородица Захумска – Заум”</u>	10
<u>Културно – уметнички вредности</u>	10
<u>Ранохристијанска базилика – Студенчишта</u>	12
<u>Манастир “Свети Наум”</u>	12
<u>Црква “Света Богородица – Захумска”</u>	12
<u>Пештерна црква “Свети Стефан”</u>	12
<u>Пештерна црква “Света Богородица –Пештанска”</u>	13
<u>Црква “Успение на Богородица” – Велестово</u>	13
<u>Старата населба Голем Град – Преспанско Езеро</u>	13
<u>АНАЛИЗА НА ДЕМОГРАФСКИТЕ РЕСУРСИ И НАСЕЛБИ</u>	14
<u>АНАЛИЗА НА РЕЦЕПТИВНИТЕ ФАКТОРИ</u>	17
<u>ТУРИСТИЧКИ ПРОМЕТ</u>	20
<u>ТУРИСТИЧКИ ПАЗАРИ</u>	23
<u>ДРУГИ ЗНАЧАЈНИ СЕГМЕНТИ</u>	27
<u>Патна инфраструктура</u>	27
<u>Воздухопловен сообраќај</u>	28
<u>Гранични премини</u>	29
<u>Водоснабдување и одведување на комунални води</u>	29
SWOT-АНАЛИЗА ЗА РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ ВО НПГ	29
<u>КРАТКО ОБЈАСНУВАЊЕ НА SWOT-АНАЛИЗАТА</u>	29

ЈАКИ СТРАНИ.....	30
СЛАБИ СТРАНИ.....	31
МОЖНОСТИ.....	31
ЗАКАНИ.....	31
АНАЛИЗА НА КОНКУРЕНТСКИ РЕГИОНИ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА И СТРАНСТВО _____	33
КОНКУРЕНТНОСТ НА РЕГИОНОТ ВО РЕГИОНАЛЕН КОНТЕКСТ	33
КОНКУРЕНТНОСТ НА РЕГИОНОТ ВО НАЦИОНАЛЕН КОНТЕКСТ	36
ВИЗИЈА, МИСИЈА, ПРИНЦИПИ, СТРАТЕШКИ ОБЛАСТИ И ПРИОРИТЕТИ	37
ВИЗИЈА НА СТРАТЕГИЈАТА ЗА РАЗВОЈ НА ОДРЖЛИВ ТУРИЗАМ ВО НПГ	37
МИСИЈА НА ЈУНПГ ВО СТРАТЕГИЈАТА ЗА РАЗВОЈ НА ОДРЖЛИВ ТУРИЗАМ ВО НПГ	37
ПРИНЦИПИ ВРЗ КОИ ЌЕ СЕ БАЗИРА РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ ВО НПГ	37
<i>Одржлив туризам</i>	37
<i>Профитабилност</i>	38
<i>Селективни (приоритетни) инвестиции</i>	38
<i>Целен маркетинг</i>	39
СТРАТЕШКИ ОБЛАСТИ, СТРАТЕШКИ ПРИОРИТЕТНИ ЦЕЛИ И МЕРКИ	39
<i>Развој на човечки и институционални капацитети</i>	40
<i>Туристичка инфраструктура</i>	41
<i>Туристичка понуда</i>	41
<i>Маркетинг</i>	42
ФОРМИРАЊЕ ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ И УСЛУГИ	43
ПРИНЦИПИ НА ФОРМИРАЊЕ ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ И ПОНУДИ	43
КОНЦЕПТ ЗА РАЗВОЈ НА ОДРЖЛИВ ТУРИЗАМ ВО НПГ	44
<i>Ефикасно и ефективно управување</i>	44
<i>Анализа за капацитет на издржливост во туризмот</i>	44
<i>Развој на туризам наменет за сите</i>	44
<i>Промоција на алтернативните форми на туризам</i>	44
<i>Брендирање на туристички производи во Паркот</i>	45
<i>Поставување на информативни центри</i>	45
СЕГМЕНТАЦИЈА НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР НА НПГ	45
ТЕМАТСКИ ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ И ПОНУДИ	46
<i>Развој на здравствен туризам</i>	46
<i>Развој на научен туризам</i>	47
<i>Развој на културен туризам</i>	47
<i>Развој на религиозен – манастирски туризам</i>	49
Манастирски комплекс “Свети Архангел Михаил – Свети Наум”	50

Манастирски комплекс “Света Богородица Захумска – Заум”	50
Пештерна црква “Свети Стефан”	51
Пештерна црква “Света Богородица – Пештанска”.....	51
Црква “Успение на Богородица”, Велестово	51
<i>Развој на гастрономски туризам</i>	52
<i>Развој на конгресен туризам</i>	53
<i>Развој на други алтернативни понуди</i>	53
Пешачки, велосипедски и планинарски патеки.....	53
Планинарски тури.....	55
Планински велосипедизам.....	55
Крос кантри велосипедизам.....	55
Алпинизам.....	56
Параглајдинг	56
Посета на Билјанини Извори	56
Високопланински пасишта, излетнички места и туристички атракции	56
Спелеологија	58
Пештера Саматска Дупка	58
Џип сафари, сафари, оф-роуд, мототуризам.....	58
Адреналински паркови	59
Зип-линии (zip-line).....	59
ИНТЕГРИРАНИ ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ И ПОНУДИ	59
<i>Туристички руди</i>	59
<i>Предлог тематски патеки во НПГ</i>	61
<i>Предлог на клучни проекти за развој на туризмот во НПГ</i>	62
ПЛАН ЗА МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА НА СТРАТЕШКИТЕ ЦЕЛИ И ИНДИКАТОРИ.....	63
АКЦИОНЕН ПЛАН.....	69
Потреба и цел на Акциониот план.....	69
Акционен план за имплементација на Стратегијата за развој на одржлив туризам во НПГ 2021-2025	70
Листа на фигури	
Фигура 1: Мапа на Национален парк Галичица	6
Фигура 2: Проценка за население во Охрид и Ресен, 2016 – 2018 година	7
Фигура 3: Население во Охрид и Ресен, попис на население 2002 година	14
Фигура 4: Полова структура на население во Охрид и Ресен, попис на население 2002 година	14
Фигура 5: Полова структура на население во Охрид и Ресен, проценки 2016, 2017 и 2018 година	15
Фигура 6: Старосна структура на население во Охрид, проценки 2016, 2017 и 2018 година	16

<u>Фигура 7: Старосна структура на население во Ресен, проценки 2016, 2017 и 2018 година</u>	16
<u>Фигура 8: Внатрешни миграции и емиграција на население од Охрид и Ресен, 2013 – 2018</u>	17
<u>Фигура 9: Внатрешни миграции и имиграција на население од Охрид и Ресен, 2013 – 2018</u>	17
<u>Фигура 10: Број на соби и легла во Југозападен Регион, 2013 – 2018</u>	18
<u>Фигура 11: Број на угостителски објекти и седишта во Југозападен Регион, 2013 – 2018 година</u>	18
<u>Фигура 12: Период на изградба на угостителски и туристички капацитети во Југозападен плански Регион</u>	19
<u>Фигура 13: Активност на угостителските и туристичките капацитети во Југозападниот плански Регион</u>	19
<u>Фигура 14: Вкупен број на туристи во Југозападен плански Регион, 2013 – 2018 година</u>	20
<u>Фигура 15: Удел на Југозападен плански Регион во вкупниот број на туристи на национално ниво 2013 – 2018</u>	20
<u>Фигура 16: Број на туристи и остварени ноќевања во Охрид 2018 – 2019</u>	21
<u>Фигура 17: Број на туристи и остварени ноќевања во Ресен 2018 – 2019</u>	21
<u>Фигура 18: Број на туристи и ноќевања во Република Северна Македонија, 2010 – 2018</u>	22
<u>Фигура 19: Промет во угостителство и туризам во Република Северна Македонија, 2013 – 2018</u>	22
<u>Фигура 20: Цени во угостителство и туризам на национално ниво, 2017 – 2018 година</u>	23
<u>Фигура 21: Учество на туризмот во БДП на Република Северна Македонија, 2003 – 2017 година</u>	23
<u>Фигура 22: Број на домашни и странски туристи во Охрид и Ресен, 2017 – 2018 година, по месеци</u>	24
<u>Фигура 23: Број на остварени ноќевања на домашни и странски туристи во Охрид и Ресен, 2017 – 2018, по месеци</u>	24
<u>Фигура 24: Број на туристи по земја во Охрид, 2017 – 2018, по месеци</u>	25
<u>Фигура 25: Број на туристи во Југозападен плански Регион по земји, 2016 – 2018 година</u>	25
<u>Фигура 26: Број на остварени ноќевања Југозападен плански Регион по земји, 2016 – 2018 година</u>	26
<u>Фигура 27: Патници на аеродром Св. Апостол Павле Охрид, 2018 – 2019</u>	28
<u>Фигура 28: Индекс на конкурентност за 2019 година, Северна Македонија, Албанија и Грција</u>	35
<u>Фигура 29: Подиндекси на Индексот за конкурентност за 2019 година, Северна Македонија, Албанија и Грција</u>	36
<u>Фигура 30: Приход на туристичката индустрија во Република Северна Македонија (2007 – 2018), во милиони долари</u>	38

Листа на табели

<u>Табела 1: Население во НПГ – 2015 година</u>	6
<u>Табела 2: Население во Охрид и Ресен, проценки 2016, 2017 и 2018 година</u>	15
<u>Табела 3: SWOT-анализа на Национален парк Галичица</u>	32
<u>Табела 4: Стратешки цели и мерки за развој на човечки и институционални капацитети</u>	40
<u>Табела 5: Стратешки цели и мерки за развој на туристичка инфраструктура</u>	41
<u>Табела 6: Стратешки цели и мерки за развој на туристичка понуда</u>	42

<u>Табела 7: Стратешки цели и мерки за маркетинг</u>	43
<u>Табела 8: Структура на Системот на патеки на НП Галичица</u>	55
<u>Табела 9: Избалансирана карта на показатели за Стратегија за развој на одржлив туризам во НПГ 2021 – 2025</u>	64

Листа на кутии

<u>Кутија 1: Визија на Стратегијата за развој на одржлив туризам во НПГ</u>	37
<u>Кутија 2: Мисија на ЈУНПГ во имплементирање на Визијата за Стратегијата за развој на одржлив туризам</u>	37

Вовед

Стратегијата за развој на одржлив туризам во **Националниот парк Галичица** (НПГ) 2021 – 2025 година е документ развиен од страна на вработените во Јавната установа “Национален парк Галичица” (ЈУНПГ), конститутивен дел од Планот за управување со НПГ 2021 – 2030 година. Оваа стратегија дава јасна визија како туристичката индустрија, развојот на одржлив туризам може да го зголеми своето социјално и економско влијание врз регионот, без притоа да наштети на зачувувањето на природното и културно богатство со кое располага ова заштитено подрачје.

Визијата на оваа петгодишна стратегија е:

„Националниот парк Галичица во следните неколку години да се развие како туристичка дестинација, чии производи и услуги ќе се базираат на природното и културното наследство, преку овозможување на традиционални производи и услуги кои со својата уникатност и квалитет ќе ги задоволуваат барањата и потребите на современите туристи.“

За исполнување на оваа визија, Стратегијата вклучува:

- Петгодишна рамка за имплементација која ги адресира тековните трендови и очекувањата за во иднина;
- Стратешки области на кои е фокусиран развојот во НПГ;
- Стратешки приоритетни цели и клучни индикатори и таргети кои треба да претставуваат двигатели на постигнувањето на визијата;
- Листа на мерки и активности кои се вклучени во Планот за управување со НПГ 2021-2030, а ќе бидат вградени во годишните програми за заштита на природата согласно Законот за заштита на природата;
- Водич за локално население, вршителите на дејност во НПГ и други заинтересирани страни за приоритетите на ЈУНПГ во развојот на одржлив туризам;
- Преглед на политиките и правилата на НПГ за развој на одржлив туризам во согласност со зонирањето на Паркот.

Целта на оваа Стратегија е да даде насоки за развој на одржливиот туризам на НПГ преку искористување на потенцијалот кој постои во регионот за туристички развој, при тоа имајќи ги предвид одредбите од законската регулатива кои се однесуваат на туристичкиот развој во заштитени подрачја, како и ограничувањата кои постојат во регионот, имајќи предвид дека скоро 2/3 од Паркот се наоѓаат во Природното и културното наследство на Охридскиот Регион впишан на листата на УНЕСКО.

Успехот на реализацијата на предвидените активности и визијата на оваа Стратегија е во целосна поврзаност со законот на економијата, т.е. Закон за понуда и побарувачка. Целните групи на оваа стратегија ги вклучуваат: домашниот туристички пазар и посетеноста од странските туристи (дојдовен или incoming туризам). Од друга страна пак, предвизвиците со кои ЈУНПГ треба да се соочи при реализацијата на предвидените активности вклучуваат: продолжување на туристичката сезона, продолжување на престојот на посетителите, развиеноста на туристичката понуда, односот кон туризмот, како и фокусирање на активностите за финансиски помоќна туристичка клиентела или зголемување на потрошувачката на сегашната клиентела итн.

Реализацијата на целите и мерките кои се дел од оваа Стратегија зависат од вклученоста на голем број засегнати страни почнувајќи од општините на чија територија се протега Паркот (Охрид и Ресен), Агенцијата за поддршка и развој на туризмот на РСМ, соодветните министерства и агенции, туристичката индустрија во целина и стопанството во регионот, како и локалното население.

Во периодот на спроведувањето на оваа Стратегија, НПГ треба да овозможи зголемување на растот на туристичката потрошувачка. Постигнувањето на оваа цел, несомнено ќе има значителен позитивен ефект врз демографските и социо-економските состојби во регионот, а ќе се одрази позитивно и врз ефикасноста на управувањето на ЈУНПГ со заштитеното подрачје.

Методологија

Процесот на изработка на Стратегијата за развој на одржлив туризам во НПГ 2021-2025 е во тесна корелација со процесот на изработка на План за управување со НПГ 2021-2030 година. Стратегијата беше подготвена пред подготовката на оперативниот план за спроведување на активностите предвидени во Планот за управување 2021-2030. Имено, активностите кои се предвидени за реализација во планскиот период на Планот за управување произлегоа од подготвената стратегија, а во согласност со Законот за заштита на природата (“Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 67/04, 14/06, 84/07, 35/10, 47/11, 148/11, 59/12, 13/13, 163/13, 41/14, 146/15, 39/16, 63/16 и 113/18), како и врз основа на Правилникот за содржината на плановите за управување со заштитени подрачја и содржината на годишните програми за заштита на природата („Службен Весник на Република Северна Македонија“ бр. 26 од 2012 година).

Во Годишната програма за заштита на природата, ЈУНПГ, покрај наративниот дел, почнувајќи од 2018 година започна со определување на индикатори со кои може полесно да се врши евалуација на исполнувањето на активностите за односната година. Понатаму, во месец октомври секоја година се спроведува партиципативен метод на оценка на ефикасноста на управувањето со заштитеното подрачје преку користење на МЕТТ-алатката (Management Effectiveness Tracking Tool) за оценка на ефикасноста на управувањето. Почнувајќи од 2019 година, ЈУНПГ ја користи напредната МЕТТ-алатка за оценка на ефективност на управувањето со која се допринесува за подобар процес на евалуација на сработеното, но и поквалитетно планирање на следни активности со кои ќе се подобри состојбата на полињата каде има недостатоци, а ќе се задржи ефективното управување во полињата каде установата бележи успеси. Имено, со примената на оваа напредна алатка, вработените во установата и заинтересираните страни се во можност да извршат оценка на ефективност на работата врз основа на пишани документи и процедури кои можат да ги повторуваат од година во година. Со тоа се добиваат значителни информации кои се споредливи со кои може полесно да се оцени ефективност на управувањето низ годините. Исто така, во напредната МЕТТ-алатка се внесуваат и наративни објаснувања за оценката за секое од поединечните прашања, со што вработените и заинтересираните страни се во можност полесно да ги определат слабите, но и јаките страни на управувањето. Врз основа на тоа, а во делот на алатката кој бара да се предвидат следни активности за подобрување на управувањето, вработените се во можност да дадат конкретни предлози со кои тоа ќе се направи и да работат во согласност со своите предлози и сугестии.

Исто така, треба да се истакне дека започнувајќи од 2019 година, ЈУНПГ ги формираше и започна да ги консултира Советот на засегнати страни (СЗС) и Научниот совет (НС) за прашања поврзани со управувањето. На крај, во координација и комуникација со други активни чинители во регионот, ЈУНПГ има развиено принцип на разгледување и доколку е можно, спроведувањена некои од нивните предлози во своите стратегии, вклучително и во оваа Стратегија.

Следствено, при изработката на оваа Стратегија беше користен т.н. метод „оддолу нагоре“ (bottom-up). Овој метод е инструмент за олеснување на примената на партиципативен развоен пристап што ги вклучува сите членови на регионот разбран како заедница. Овој инструмент се користи за пренесување информации, идентификување потреби и утврдување основа за регионална акција. Пристапот „оддолу - нагоре“ активно ги вклучува субјектите од регионот во процесот на планирање и одлучување поврзан со нивниот развој. Вклучувањето на регионалните чинители ги опфаќа населението во целост (преку нивни претставници во Форумот за животна средина и Советот на засегнатите страни на НПГ), економски и социјални интересни групи, како и репрезентативни јавни и приватни институции.

Ваквиот пристап гарантира дека стратешките приоритети на национално ниво се одразени во регионалните иницијативи со истовремено нивно прилагодување на регионалните и локалните потреби.

Пристапот оддолу-нагоре означува дека локалните/регионалните чинители учествуваат во одлучувањето за Стратегијата и во изборот на приоритетите на кои треба да се работи во нивниот

регион. Искуството покажува дека пристапот оддолу-нагоре не треба да се смета како алтернатива или спротивен на пристапите одгоре-надолу од националните власти, туку попрво како комбинација и интеракција со нив, со цел да се постигнат подобри општи резултати.

Ваквиот методолошки пристап подразбира вклучување на чинителите во сите фази и на сите нивоа на подготовка и воспоставување врски и односи за градење синергии на вертикално и хоризонтално ниво помеѓу секој еден чинител од регионот, почнувајќи од граѓаните, па сè до централната власт. За да се осигура активното користење на ваквиот методолошки пристап беше запазена комуникацијата и соработката помеѓу членовите на тимот и заинтересираните страни.

Со оглед на новонастанатата ситуација поврзана со проширувањето на вирусот КОВИД-19, во Република Северна Македонија, а во согласност со препораките на Владата на Република Северна Македонија за спречување на ширењето на вирусот, ЈУНПГ не беше во можност да организира физичко присуство на заинтересираните страни при изработката на Стратегијата. Но, сепак, следејќи ги препораките, ЈУНПГ спроведе електронска комуникација со заинтересираните страни, и тоа:

- Спроведе прашалник за развој на SWOT- анализа на сите заинтересирани страни во листата на контакти на ЈУНПГ (листата е во прилог);
- Изврши консултации со Општина Охрид и Општина Ресен;
- По електронски пат ги сподели и прибара коментарите и сугестиите од засегнатите страни кои се вклучени во оваа Стратегија.

Сите овие активности беа спроведени во почетокот на април 2020 година, а имаа за цел да ги вклучат чинителите и од нив да генерираат податоци, ставови и идеи и истите да ги вградат во развојот на документот.

Методолошкиот пристап подразбира искористување на сеопфатната анализа на просторот на регионот (внатрешно и надворешно окружување), од аспект на карактеристиките на природните, културните и другите ресурси, анализа на постоечките вредности, инфраструктурните услови и погодности и други критериуми врз основа на кои во дијалог со заинтересираните страни беа дефинирани можните приоритети и области на дејствување, како и стратешките цели и мерки за интервенција.

При процесот на изработката на Стратегијата беа употребени класичните научни методи (анализа, синтеза, индукција, дедукција, итн.) од една страна и релевантни специфични методи за пооделните анализи, согласно потребите, како и добрите практики во изработката на овој тип стратешки документи.

При изработката на оваа Стратегија беа користени мноштво документи поврзани со туризмот, туристичкиот развој и развојот на алтернативниот туризам на централно и локално ниво, и тоа:

- Закон за заштита на природата;
- Закон за туристичка дејност;
- Закон за прогласување (репрогласување) на Галичица за Национален парк;
- Законот за управување со природното и културното наследство во Охридскиот Регион;
- Национална стратегија за развој на туризмот на РСМ 2009 – 2013;
- Национална стратегија за рурален туризам на РСМ 2012 – 2017;
- Национална програма за развој на земјоделството и рурален развој 2009 – 2013;
- Стратегијата за рамномерен регионален развој 2009 – 2019 (ревидирана верзија од 2014);
- Програма за поттикнување на развојот на туризмот во општина Охрид 2019 и 2020;
- Програма за поддршка на локалниот економски развој на општина Охрид 2019 и 2020;
- Локална стратегија за развој на туризмот во Ресен 2019 – 2024;
- Стратегија за развој на општина Ресен 2016 – 2021;
- План за управување со НПГ 2011 – 2020;
- Стратегија за одржлив развој на НПГ 2011 – 2015;

- План за управување со Светското природно и културно наследство на Охридскиот Регион со Акциски план;
- Стратешките документи на општините;
- Други.

Поради ваквата специфичност методолошкиот пристап се темелеше на принципите на постепеност и последователност во реализацијата на активностите и анализата на резултатите, но и на принципите на интердисциплинарност при изработката на Стратегијата.

Дополнително, на самиот почеток и во текот на процесот на изготвување на Стратегијата беа дефинирани принципите по кои истата ќе биде реализирана, и тоа:

- транспарентност,
- партиципативност и
- следење на законската рамка.

Принципите на транспарентност и партиципативност во процесот беа запазени преку:

- отворен пристап во работата (јавност),
- можност за целосна вклученост во процесот,
- понудено учество на сите засегнати страни,
- усогласување и координација и
- дефинирање заеднички предлози и заклучоци.

Покрај користењето на податоците од релевантните документи реализирани се и други активности при што се добиени следниве резултати:

- Анализа на надворешното окружување на регионот;
- Анализа на внатрешното окружување на регионот;
- Изработена е SWOT-анализа за развојот на туризмот во НПГ;
- Изработена е анализа на конкурентски региони во Република Северна Македонија и странство;
- Извршено е позиционирање на НПГ во однос на туризмот;
- Дефинирана е визија на Стратегијата за развој на одржлив туризам 2021 – 2025;
- Дефинирана е мисија на ЈУНПГ во Стратегијата за развој на одржлив туризам 2021 – 2025;
- Дефинирани се мерки и активности за имплементација на Стратегијата;
- Подготвен е План за мониторинг и евалуација на стратешките цели и индикатори и
- Како дел од Стратегијата подготвен е Акционен план со конкретни мерки/проекти со вклучена кост бенефит (cost benefit) анализа.

Профил на Национален парк Галичица како туристичка дестинација

Општи податоци

НПГ се наоѓа во југозападниот дел на Република Северна Македонија, на планинскиот масив Галичица, вклучително и делови од нејзините ограноци Исток и Пречна Планина, како и островот Голем Град во Преспанското Езеро. Планината Галичица е дел од Шарско-пиндскиот систем на планини. Големите отворени површини кон Охридското и Преспанското Езеро кои ја ограничуваат од исток и запад, придонесуваат во нејзиното јасно визуелно одвојување како засебна целина.

Најголем дел од земјиштето во границите на Паркот е во државна сопственост. Во моментот Јавна установа “Национален парк Галичица” не располага со ажуриран попис на катастарски парцели во државна сопственост кои се во границите на Паркот, односно попис на парцели кои се наоѓаат во приватна сопственост. Според податоците на статистичката служба во Охрид од 1985 година, површината на парцелите во границите на Паркот во државна сопственост изнесува 22 184 ха, а во приватна сопственост 2498 ха. Значителна промена во сопственичката структура настана со измените согласно решението за денационализација ДН. бр. 19-620/03-2 од 20.3.2009 година донесено од

министерот за финансии преку Комисијата за одлучување по барањата за денационализација поднесени од старешините на верските објекти на верските заедници во Република Северна Македонија, при што површината на парцелите во границите на Паркот во државна сопственост се намали и сега изнесува 19 502 ха, а површината на парцели во приватна сопственост се зголеми на 5180 ха. Во моментот 79 % од вкупната површина на Паркот е во државна сопственост.

НПГ препознатлив по својата богата и ретка природа и неповторлива убавина, во 1958 година е прогласен за национален парк со цел да се зачува растителниот и животинскиот свет и природниот изглед на планината Галичица. Околу 2/3 од Паркот е вклучен во границите на светското природно и културно наследство на Охридскиот Регион, впишано на листата на Светско културно и природно наследство на УНЕСКО.

Надморската висина на планинскиот масив Галичица во Македонија се движи од 695 метри н.в. (нивото на Охридското Езеро), односно 850 метри н.в. (нивото на Преспанското Езеро), до 2265 метри н.в. на граничен столб Ф10. Помаркантни коти кои доминираат со релјефот се: Магаро-2254 метри н.в.; Лако Сигној-1984 метри н.в.; Гога-1737 метри н.в. и др.

Основната геолошка подлога на Галичица е од палеозојски метаморфни силикати, прекриени со слој од масивни порозни варовници, дебел 500-550 м. Поради порозноста на масивните варовници постои подземна врска на Преспанското и Охридското Езеро која е научно потврдена. Водите од Преспанското Езеро на западните падини на Галичица извираат на многу крајбрежни и подводни карстни извори. Највпечатливи карстни извори на Охридското Езеро се изворите кај манастирот „Св. Наум“. Се состојат од 30 подводни и 15 крајбрежни извори, со вкупен капацитет од околу 7,5 метри кубни вода во секунда.

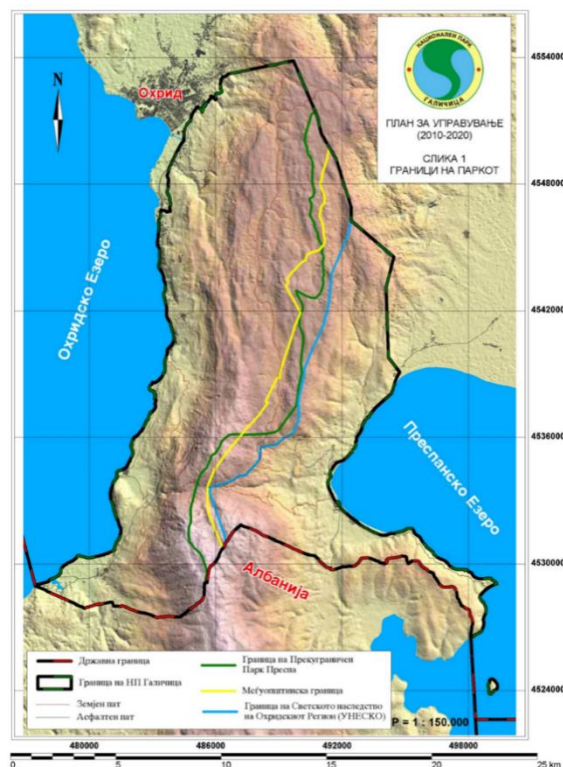
Паркот претставува жариште на биолошката разновидност во регионот, но и пошироко, во глобални рамки. Паркот се издвојува од другите подрачја со слична големина по исклучителното богатство на живеалишта и видови на релативно мала територија. На површина од приближно 24 000 хектари, се среќаваат повеќе од 37 типови живеалишта, 40 растителни заедници, околу 1600 таксони од васкуларни растенија, над 143 видови лихеноидни габи, повеќе од 480 видови габи и преку 3279 таксони од фауната. Во паркот се среќаваат 4 таксони од без ‘рбетните и 13 од ‘рбетниците кои се сметаат за глобално загрозувани. Неколку стотини ретки и заштитени видови во паркот се претставени со значајни популации. Некои од нив се среќаваат само во границите на паркот и тоа: 29 таксони алги, 12 видови васкуларни растенија, 68 таксони без ‘рбетни и 4 таксони од ‘рбетни животни. Покрај тоа, паркот го населуваат поголем број таксони кои се среќаваат само во Македонија или Балканот и тоа: 46 таксони виши растенија, 89 таксони без ‘рбетници и 14 таксони ‘рбетници.

Културно-историскиот регион содржи повеќе слојни вредности. Нив ги сочинуваат пред се географско-амбиенталните својства на Охридското Езеро и планинските венци кои претставуваат граница на заштитениот регион. Користејќи го езерото како основен извор на живот, многу генерации оставиле зад себе синтези на природното, руралното и урбаното. Од големиот број културно-историски споменици на територијата на Паркот позначајни се: манастирот „Св. Наум“, црквата „Св. Богородица-Захумска“, археолошките наоѓалишта на островот Голем Град и многу други.

Како комплексна целина, паркот заедно со Охридското и Преспанското Езеро, претставува релативно ограничена подрачје со многу богата биолошка разновидност, висок степен на хетерогеност и ендемизам и во таа смисла се смета за навистина многу вреден локалитет во Европа.

Националниот парк Галичица потпаѓа под две општини во Република Северна Македонија – Охрид и Ресен. Во границите на Паркот се лоцирани 17 населени места, од кои 14 во општина Охрид и 3 во општина Ресен .

Фигура 1: Мапа на Национален парк Галичица



Вкупното население во Паркот во 2015 година изнесувало 5281 жители, од кои 91% (4828) живеат во општината Охрид, која зафаќа 62% од територијата на Паркот. Бројот на жители во населените места на Паркот во општината Ресен изнесува 453. Во населените места кои се лоцирани во непосредна близина на Паркот – градот Охрид, Велгошти и Шурленци – бројот на жители изнесува 42 032. Податоците за населението во границите на Паркот, од 2015 година, се дадени во следната табелата:

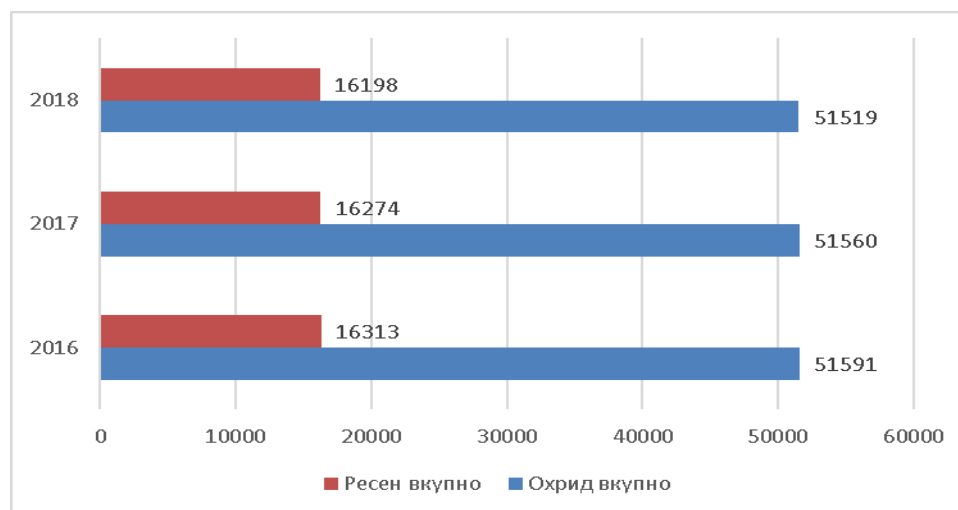
Табела 1: Население во НПГ – 2015 година

Населено Место	Жени	Мажи	Вкупно
Општина Охрид			4 828
Коњско	9	11	20
Долно Коњско	332	345	677
Елшец	30	34	64
Елшани	262	286	549
Лагадин	9	9	19
Љубаништа	72	87	159
Населба Исток	54	55	109

Пештани	620	613	1233
Рамне	290	298	588
Рача	472	499	970
Свети Стефан	52	52	104
Шипокно	3	2	5
Трпејца	138	144	282
Велестово	26	23	49
Општина Ресен			453
Коњско	1	2	3
Лескоец	6	6	12
Стење	219	219	438
Во непосредна близина на НПГ			42 032
Охрид	19 881	19 216	39 097
Велгошти	1418	1428	2846
Шурленци	45	44	89

Во недостиг на информации за вкупниот број на жители во општините добиени преку официјално спроведен попис на населението, Државниот завод за статистика има објавено информации за проценки за овие индикатори, кои се прикажани со графиконот подолу и тоа за 2016, 2017 и 2018 година.

Фигура 2: Проценка за население во Охрид и Ресен, 2016 – 2018 година



Традиционално гледано, населението од Охрид генерално се занимава со активности од областа на туризмот, со незначителен број од истото кое како главна активност има некоја друга стопанска гранка. Во Ресен, од друга страна пак, населението се занимава со земјоделие и туризам. Затоа, развојот на туризмот има големо значење за регионот бидејќи може да вработува голем број лица. Овој сектор е клиентски ориентиран и цели кон различни целни групи и ефектите од него можат да бидат како и оние на извозот. Освен од постоечката инфраструктура и понуда, туризмот е зависен од соработка со партнери надвор од регионот и секако, од странските партнери. Поволен внатрешен фактор е релативно евтината работна сила, близината до европските пазари. Поволни надворешни фактори се спремноста на домашните и странските партнери да вложуваат во туристичката индустрија во регионот.

Анализа на потенцијалните сегменти за туристичкиот пазар во НПГ

Развојот на одржлив туризам на НПГ е во тесна корелација со одредени карактеристики кои може да се сметаат како основа за туристичките активности. Имено, Галичица е позната туристичка дестинација во државата но и регионот благодарение на, меѓу другото, импресивните природни карактеристики со кои се одликува и по кои се разликува од останатите планини во државата и регионот. Овие природни карактеристики и нивната корелација со можноста за развој на одржлив туризам се објаснети подолу.

Анализа на природните ресурси како регионални туристички атрактивности

НПГ е познат по своите бројни и разновидни природни вредности, вклучувајќи биолошки, еколошки, релјефни, геолошки, климатски, хидрографски карактеристики. Сепак, не сите од овие извонредни природни карактеристики се подеднакво афирмирани со цел развој на одржлив туризам на територијата на НПГ. За таа цел, со оваа Стратегија се предвидува избалансирано и внимателно афирмирање на сите природни вредности со цел развој на одржливиот туризам, при тоа внимавајќи и посветувајќи посебно внимание на аспектите поврзани со заштитата на животната средина и внимателниот развој, со цел да не се доведе подрачјето во ситуација кога ќе ги загрози или уништи гореспоменатите природни карактеристики.

Имено, релјефните карактеристики, заедно со своите геоморфолошки и карстни обележја, фосилниот – глацијален и рецентниот релјеф, како и хидролошките и биолошко-еколошките карактеристики кои претставуваат основа за развој на одржлив туризам во НПГ се детално елаборирани во Планот за управување 2021 – 2030 година, во делот за вредности и опис на Паркот. Исто така, дел од овие карактеристики се објаснети подолу во оваа Стратегија, како конкретни локалитети за развој на различен тип туризам. Заради тоа, истите нема да бидат повторно анализиран во овој дел од Стратегијата.

Анализа на културно-историските ресурси како регионални туристички атрактивности

НПГ, покрај со природни богатства, се одликува и со мноштво културни и историски вредности и карактеристики кои можат да претставуваат, а во некои случаи и се, основа за развој на одржливиот туризам во регионот. Археолошките локалитети, музеите, црквите, манастирите, џамиите, спомениците и спомен обележјата, фестивалите и другите манифестации поседуваат изразен потенцијал за развој на културниот туризам. Притоа, доколку тие умешно и креативно се искористат како целина или бидат употребени со еден свој дел, сегмент или значење можат да придонесат и во развивањето на интегрирани туристички производи.

Културното наследство на регионот е симбиоза на непроценливи материјални и духовни вредности во една урбанистичко-архитектонска целина сочинувајќи нераскинливо единство на традиционални и уметнички вредности и книжевни, документациони фондови почнувајќи од праисторијата до денес.

Недвижно културно наследство

Основните споменички вредности на Охридскиот Регион претставуваат склад од историски заштитени градски јадра, природна урбана структура езеро – брег, духовни центри лоцирани покрај брегот на езерото, органски урбани структури лоцирани покрај брегот на езерото со специфичен начин на живеење и рурални населби лоцирани во сочувана животна средина.

Урбанистичко-архитектонски вредности

Анализирајќи ги градбите, почнувајќи од праисторијата со постоењето на големиот број на наколни населби чии остатоци се видливи и денес на езерското дно, преку антиката, средниот век, византискиот период, отоманскиот период, преродбенскиот период, периодот помеѓу двете светски војни, периодот во рамките на СФРЈ како и последниот период во рамките на самостојна Македонија, се потенцира урбанизам кој не е регулиран со планови и прописи, на територија толку густо изградена со максимално задоволување на потребите на секој поединец и примарните постулати на урбаната регулација. Тоа е органски урбанизам каде урбаното ткиво расте и се развива според строгите закони и потребите на човекот.

За разлика од градските јадра каде урбанизацијата била подредена на потребите на човекот, лоцирањето на духовните центри било условено од големите вредности на природниот пејзаж збогатен со неповторливи визури кон езерото користејќи ги богатите зелени падини на планините, природните извори, подножјата на стрмните карпести предели и мистичноста на просторот.

Охридското Езеро покрај тоа што претставува природен феномен, претставувало и значаен извор на храна на населението. Како последица на тоа се неколкуте рибарски населби лоцирани покрај неговите брегови. Плодните котлини оформени помеѓу планинските масиви во регионот создале услови за развој на рурални населби со специфична архитектура и со пространи плодни полиња кои се користеле за лозарско и овоштарско производство. Вредно е да се наспомене дека руралните населби кои се наоѓаат во подножјето на планините се уште живеат, но останатите кои се наоѓаат на планинските падини се напуштени, а населението мигрирало во градовите.

И во поново време, кога урбанизацијата агресивно го напаѓа крајбрежниот дел околу Охридското Езеро, единствено останува ненарушена вертикалната проекција на старото градско јадро на Охрид во кое доминира цитаделата од Самуиловата тврдина на врвот од ридот и сочуваниот периметрален бедемски ѕид со градски порти во кој е сочуван и неизграден пошумен терен под кој по изохипсите на теренот се развива градското јадро театрално спуштајќи се кон езерскиот брег.

1.1.1.1. Вреднување на градителското наследство на Охридскиот Регион

Потенцијалната споменичка вредност на урбаната целина на регионот е многу позначајна од севкупноста на материјално сочуваните податоци. Сочувана е старата матрица на некогашните решенија и урбани агломерации, но целосниот културно-историски и градителско-уметнички потенцијал не е целосно утврден дури ни за највредните градби на просторот, кои се прогласени за споменични добра.

Треба да се истакне дека вреднувањето на културното наследство има двојна цел: да ја нагласи вредноста на архитектонскиот ентитет и да ја процени неговата улога во продлабочувањето на сознанијата за генезата на урбаните агломерации.

На основа на досегашните истражувања на урбаното минато и наследство на регионот како и аналогните искуства до сега во изготвените студии за регионот направена е една почетна скала на вреднување:

- **Споменички добра:** ансамбли и градби со високо културно - историски, градителско - уметнички потенцијал, извор на податоци за минатото на градот, општествени случувања и влијанија од развиените духовни центри, комплексна вредност на наследството: архитектура, црковен мобилијар, богата црковна архива и

друго. Посебно значење имаат археолошките остатоци покрај најзначајните сакрални и други градби;

- **Архитектонско-стилски ансамбли** како просторни целини настанати низ повеќе хронолошко-стилски периоди, сочувани значајни архитектонски елементи на автентичните решенија;
- **Поединечни објекти од станбената архитектура** сочувани во својот изворен облик, распоредени во низи долж некогашните елитни градски улици;
- **Неостолската архитектура** претставена преку сакрална и станбена архитектура како и објекти од јавен карактер датирани во периодот од крајот на XIX и почетокот на XX век;
- **Богат фонд на сочувана фрагментарна камена пластика** значајна за некогашната генеза на градбите и урбаните целини откриени при археолошки истражувања или при ископ на земја за изградба на нови објекти;
- **Амбиентални вредности на профаната архитектура** со сите стилски карактеристики лоцирани на ридестиот терен вклопени во зеленило или во крајбрежниот дел од градот;
- **Нескладно со амбиентот:** изградба на повеќекатници со гломазни волумени и несоодветна архитектура неусогласени со ситната структура на градот.

1.1.1.2. Манастирски комплекс Свети Архангел Михаил – Свети Наум

Црквата посветена на архангелите изградена е на висок стрмен брег, обиколена од сите страни со манастирски конаци и трпезарија, освен од јужната страна каде се отвора прекрасен видик кон езерото. Источно од манастирот, во неговата непосредна близина, широко се разливаат обилните извори на извориштето Свети Наум. Навистина импресивна е глетката на бистрите и студени води кои се влеваат во водите на Охридското Езеро, на малите острови обраснати со бујна вегетација кои се формирани околу изворите на реката. Свети Наум ја избрал оваа тивка и благородна природа за свое живеалиште, место од каде што ја развил племенитата мисија за просветување на човекот.

1.1.1.3. Манастирски комплекс Света Богородица Захумска – Заум

На источниот брег на Охридското Езеро, во непосредна близина на рибарското село Трпејца, се наоѓа манастирскиот комплекс “Света Богородица-Захумска”. Лоцирана е на самиот брег од Охридското Езеро, додека во позадината на манастирот се издига стрмен карпест терен кој овозможува овој комплекс да изгледа уште поубаво. Манастирската црква се наоѓа во средината на овој комплекс, а остатоци од некогашните конаци се наоѓаат од нејзината северна страна. Манастирската црква претставува прекрасно архитектонско остварување, со педантно изведена фасадна декорација, елегантни пропорции и нагласена висина.

Културно–уметнички вредности

Универзалните вредности на светското културно-историско и природно наследство на Охридскиот Регион не би биле она што сè без извонредните дела од областа на сликарството, вајарството, применетите уметности, како и нематеријалното културно наследство или така наречената жива култура:

- **Сликарство:** мозаици, фреско-живопис, икони, ѕидни декорации, илуминации на ракописи, графики, слики на платно;
- **Вајарство и резба:** скулптури, камена пластика, иконостаси, владички тронове и друг црковен мобилијар, дрвени резбани украси;

- **Применети уметности:** предмети од керамика, стакло, дрво, метал, текстил, кожа, хартија и разни други дела на традиционалните уметнички занаети;
- **Нематеријално културно наследство:** традиционални обичаи и верски и културни манифестации.

Некои од овие уметнички дела претставуваат интегрален и неделив сегмент од објектите во кои се наоѓаат, како што се подните мозаици на ранохристијанските базилики, фреските и иконостасите во црквите од византискиот, поствизантискиот и периодот на преродбата, иконите, ѕидните украси итн., така што со своите културно-уметнички вредности во голема мера придонесуваат за значењето на самите објекти во кои се наоѓаат и чуваат. Такви се поголемиот број ранохристијански базилики во заштитеното подрачје, бројните цркви од наведените периоди, дел од сочуваните автентични ентериери во објектите од староградската архитектура, итн.

Подрачјето е препознатливо според автентичноста на овие уметнички дела, како што се средновековните фрески, дело на бројни анонимни сликари, но и на едни од најпознатите во својата епоха – Михаил Астрапа и Евтихиј, зографите од познатата Охридска сликарска школа од XV век, светски познатата охридска збирка икони, делата од познатата Охридска резбарска школа и многу други.

Археолошкото наследство на заштитеното подрачје на Охрид има свој континуитет од праисториските, преку античките, па сè до средновековните наоѓалишта и локалитети што ни овозможува да го следиме цивилизацискиот континуитет и културната историја на регионот.

Оттогаш, па сè до почетокот на VI век во регионот, како и во неговата поблиска и подалечна околина се подигнати поголем број ранохристијански базилики. Нивните подови се украсени со исклучително вредни подни мозаици со геометриски орнаменти, многубројни претстави на птици и разни животни, но исто така и антропоморфни претстави. Во регионот денес има архитектонски остатоци од уште пет други базилики, меѓу кои со своите извонредни подни мозаици се издвојува и базиликата кај Студенчишта која се наоѓа во границите на Паркот.

Последен запис за историјата на античкиот Лихнид е веста за неговото разурнување кога, како и повеќе други места во Македонија, го погодил и до темели го разурнал катастрофален земјотрес што се случил во 518 год.

Големиот број на помали цркви кои почнале да никнат од средината на XIV век ја наложил потребата од изработка на бројни икони со што сликарите од локалните работилници биле ангажирани во целост.

Охридскиот Регион има мошне стара и долга везбена традиција, особено во областа на црковниот уметнички вез, но за жал најрепрезентативните примероци, меѓу кои и познатата плаштаница на византискиот император Андроник II Палеолог, што ја дарувал на црквата „Света Богородица Перивлепта“, исчезнале од Охрид и денес се чуваат во витрините на музеите во некои соседни земји. Меѓу везените предмети што се сочувани во Охрид се четирите крстови, делови од омофор или сакос, со везени претстави на големите празници, бисти на пророци и други светители. Стилските и иконографските особини на овие крстови и начинот на изработката укажуваат дека тие настанале во XV век.

Ткаењето е исто така една од старите, традиционални дејности на подрачјето на Охридскиот Регион, а по својата уметничка вредност и шаренило особено се издвојуваат охридските килими, ткаени претежно во XIX век за да ги красат подовите на гостинските соби во куќите на богатите охридски семејства. Килимите, заедно со уште некои други видови ткаени предмети за украсување на куќите или за секојдневна употреба, со своите симболи, шари и бои ја изразуваат традицијата и топлиот колорит на охридското поднебје.

Во регионот постои и голема збирка на сликарски и вајарски дела од современата уметност од крајот на XIX и XX век, кои ги создале познати македонски уметници и уметници од просторите на цела поранешна Југославија.

Нематеријалното културно наследство, исто така е многу значаен сегмент на културно-уметничките вредности на подрачјето на регионот, а него го сочинуваат бројни верски и културни манифестации кои традиционално, со години, а некои и со векови наназад се одржуваат во регионот.

1.1.1.4. Ранохристијанска базилика – Студенчишта

Во близина на Билјанините Извори, во месноста Студенчишта, сочувани се остатоците на базилика која, според досегашните истражувања оваа ранохристијанска градба потекнува од V-VI век. На нејзините подни мозаици, во кружни медалјони, среќаваме претстави на долгоноги птици, претставени во резервирани движења и, што е можеби и најзначајно за овој регион, претстави на риби во вода. Мотивот на рибарски јазол, како и орнаментот во форма на рибини крлушки на мозаиците во некои градби од доцната антика и ранохристијанскиот период во овој регион, зборуваат за риболовот како едно од најстарите занимања на овој народ како и за богатството на езерото со риба.

1.1.1.5. Манастир Свети Наум

Свети Наум Охридски црквата ја подигнал во 900 година и им ја посветил на светите архангели Михаил и Гаврил. Во 910 година, по смртта, свети Наум бил погребан во малата капела во црквата. Капелата е украсена со прекрасни фрески со сцени од животот и чудата на свети Наум. Подоцна, во времето на турското владеење, црквата била целосно разурната. Денешната црква била изградена во неколку фази во периодот помеѓу XVI и XVII век врз темелите на старата црква. Во црквата денес не е сочувана фреско-декорацијата од X век, а постојните фрески биле насликани во 1806 година. Друг карактеристичен елемент во црквата е нејзиниот иконостас во позлатена резба, изработен во 1711 година, заедно со повеќето икони.

1.1.1.6. Црква Света Богородица-Захумска

Ктиторскиот натпис над влезот во наосот кажува дека таа била подигната и украсена со фрески во 1361 година. Ктитор на црквата бил кесарот Гргур, а патрон на нејзината внатрешна декорација деволскиот епископ Григориј, една од највлијателните личности на Охридската архиепископија од средината на XIV век. Црквата е изградена во форма на впишан крст во правоаголник и има нагласена висина по што се издвојува од постарите архитектонски решенија на црквите од охридскиот круг. Над централниот дел има купола, потпрена на четири столбови, а на источната страна тристрана апсида. Во времето на нејзината изградба црквата имала и нартекс на западната страна.

Фреско-декорацијата во црквата “Света Богородица-Захумска” е доста оштетена, но сепак зазема значајно место во охридската уметност од XIV век бидејќи нејзините творци, покрај тематските карактеристики и традиции на охридското сликарство, овде ги презентирале и новите струења во византиската уметност од тоа време. Непознатите сликари на овие фрески го покажале нивниот рафиниран вкус и чувството за нарација во композициите, а колоритот е жив со светла колористичка гама. По овие карактеристики сликарите на црквата “Света Богородица-Захумска” се издвојуваат од нивните современици кои работеле во Охрид, но својата уметничка наобразба ја стекнале најверојатно во уметничките работилници во Солун.

1.1.1.7. Пештерна црква Свети Стефан

Црквата “Свети Стефан”, во месноста Панцир, е сместена во шуплина на карпа високо над Охридското Езеро, на околу 5 км на патот од Охрид кон Свети Наум. Црквата е најверојатно постара, но внатрешната декорација била изведена во XV век. Фреско-сликарството на оваа црква поседува високи уметнички квалитети но, за жал, оштетено е во голема мера. Богородица со Христос како и некои од црковните отци како свети Василиј Велики, свети Јован Златоуст и свети Атанасиј Александриски се некои од сочуваните сликани претстави во оваа црква. На северниот ѕид се насликани уште и композицијата на Деисисот и фигурата на света Петка, додека патронот на црквата, архиѓаконот Стефан е претставен во нишата на проскомидијата.

1.1.1.8. Пештерна црква Света Богородица-Пештанска

Црквата “Света Богородица” се наоѓа во карпите на источниот брег на Охридското Езеро, близу населбата Пештани. Внатрешноста на црквата е во целост покриена со фрески кои се добро сочувани и може да се датираат во средината на XIV век. Фреско-декорацијата е изведена директно врз нерамната површина на карпите и сцените се прилагодени на нивниот облик. Помеѓу најзначајните композиции се сцените од големите празници: Благовештение, Рождество, Сретение Христово, Крштевање, Влегување во Ерусалим, Распятие, како и претставите на светите војни и лекари и најпочитуваните светители во Охрид, светите Климент и Наум Охридски.

И покрај големата влага во пештерата што предизвикува доста оштетувања на фреските, ова е најголемиот фреско-ансамбл сочуван во некоја од пештерните цркви на бреговите на Охридското Езеро.

1.1.1.9. Црква Успение на Богородица – Велестово

Црквата “Успение на Богородица” се наоѓа во центарот на с. Велестово. Станува збор за мала, еднокорабна градба со полуоблест свод и тристрана апсида на источната страна, а како материјал за градба е употребен кршен и делкан камен. Пред повеќе години оригиналните фрески во нејзината внатрешност биле премачкани со нов слој слики, но притоа е почитуван стариот распоред на претставите и иконографската концепција останала ненарушена. Конзервација на архитектурата и живописот на црквата е извршена во 1966 година при што се откриени и неколку натписи испишани со старословенско писмо. Живописот во црквата е изведен во две фази. Првата, започнала во месец мај 1444 година, а фреските настанале со залагање на попот Ѓорѓи, и повеќе други ктитори чии имиња се споменуваат во едниот од натписите. Според вториот натпис, што се наоѓа над западниот влез, декорацијата на храмот е довршена во втората фаза, изведена во 1450/51 година. Во натписот се споменуваат повеќе ктитори, а посебно важен е податокот дека, во времето на завршувањето на декорацијата во велестовската црква, на чело на Охридската архиепископија се наоѓал архиепископот Никола.

Зографите од првата фаза на украсувањето на црквата, веројатно двајца, во целина оставиле подобро сликарство со помирен и посигурен цртеж. Тие се претставиле како доста зрели творци, што не може да се каже и за сликарот или сликарите од втората фаза. Првата фаза покажува континуитет на сликарството што се негувало во Охрид, додека втората фаза покажува дека воопшто не бил значаен квалитетот и уметничките знаења на зографот, туку едноставно било важно да се доврши живописувањето на црквата. Во горните зони на ѕидовите се насликани сцени од големите празници, а пред самиот иконостас е насликана Богородица со Христос во рацете. Веднаш до неа се свети Никола, свети Климент Охридски и света Марина, а на северниот ѕид се насликани светите војни Теодор Стратилат на коњ, Прокопиј, Меркуриј, Димитриј и Свети Георгиј.

1.1.1.10. Старата населба Голем Град – Преспанско Езеро

Овој необичен локалитет, покажува една долга хронологија на живеење или престој на човекот на тој простор, почнувајќи од почетокот на првиот милениум пред н.е. па сè до средниот век. Островот, со површина од 22 ха, претставува пространа карпа која се издига на 30 м од површината на водата. Се наоѓа на тромеѓието помеѓу Македонија, Албанија и Грција. Најстарите артефакти од керамички садови и камено оружје укажуваат на присуство на неолитскиот човек. Подоцна во доцнобронзеното и раножелезното време престојот на островот е поинтензивен, најверојатно поради рибарење. Но, во раноантичката епоха, почнувајќи од IV век пред н.е., очигледно тука постојано се живеело. Малата селска населба, која припаѓала на македонското племе Орести, посебно ќе заживее во периодот од IV до I век пред н.е. Од тоа време се констатирани погребувања со наоди од златен и сребрен накит, од оружје и монети.

Населбата од III и II век е сместена во централниот простор на островот помеѓу средновековните цркви “Свети Димитрија” и “Свети Петар”. Куќите биле градени од дрво и кал односно ѕидните платна се изведувани од преплет на гранки од фоја која расте во просторот на Преспа, покривани со слама, кој манир на градење ќе се зачува до средината на минатиот век кај населбите на брегот на езерото. Куќите

биле покривани и со тегули, откриени при ископувањата. Во римската епоха животот продолжува со градење куќи со камен и малтер, кои сега се поставени во јужниот дел од островот, посебно од IV век, па натака. Близу до нив во тоа време е изградена цистерна, потпрена на карпите од југоисточниот раб на островот. Изградена во камен и хидрауличен малтер, таа се полнела со дождовница преку каналите кои биле вградени во северниот ѕид на градбата. Населението во римско време ги прифатило достигнувањата на новата цивилизација.

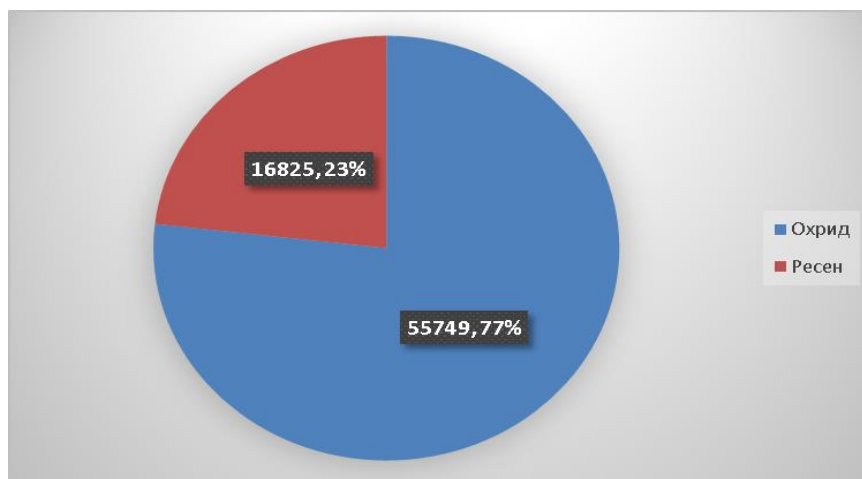
Во ранохристијанската епоха изградени се двете цркви. Од сакралните градби посебно се истакнува еднородната базилика со нартекс и бочни анекси, која била декорирана и со мозаик, поставен пред главниот влез на олтарот.

Од средниот век населбата не се обновува. Во тоа време се одвива монашки живот и интензивно градење на цркви, шест на број досега откриени и проучувани, вклучувајќи ги и двете ранохристијански. Најзачувани се ансамблиите од црквата “Свети Петар”.

Анализа на демографските ресурси и населби

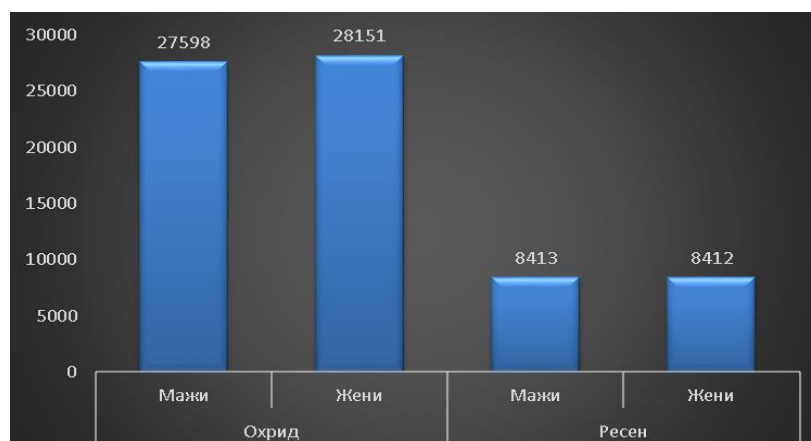
Последните официјални информации за населението во Република Северна Македонија, добиени преку организирање на попис на населението, за жал, датираат од последниот спроведен попис во 2002 година. Според пописот на населението во 2002 година, демографските карактеристики на Охрид и Ресен се следните:

Фигура 3: Население во Охрид и Ресен, попис на население 2002 година



Како што може да се види од претходниот графикон, во 2002 година, општина Охрид учествува со 77% од вкупното население на регионот, или 55 749 жители. Општина Ресен учествува со 23% од вкупното население, или 16 825 жители.

Фигура 4: Полова структура на население во Охрид и Ресен, попис на население 2002 година



Но, овие информации се навистина застарени и не ја отсликуваат реалната состојба со населението во регионот. Затоа, како што веќе беше истакнато погоре, Државниот завод за статистика, спроведува активности за проценка на населението во државата, во отсуство на спроведен попис на населението. Следната табела ја претставува проценката за бројот на населението во општина Охрид и Ресен за 2016, 2017 и 2018 година.

Табела 2: Население во Охрид и Ресен, проценки 2016, 2017 и 2018 година

	2016	2017	2018
Охрид	51 591	51 560	51 519
Ресен	16 313	16 274	16 198

Како што може да се види од табелата погоре, според проценката на населението спроведено од Државниот завод за статистика, вкупниот број на население во двете општини е намален, при што намалувањето на населението во општина Охрид е значително поголемо во споредба со намалувањето на бројот на население во општина Ресен. Но, иако населението е намалено, заради миграции и емиграции на населението, сепак се гледа дека во текот на трите години, бројот на населението е стабилен за двете општини.

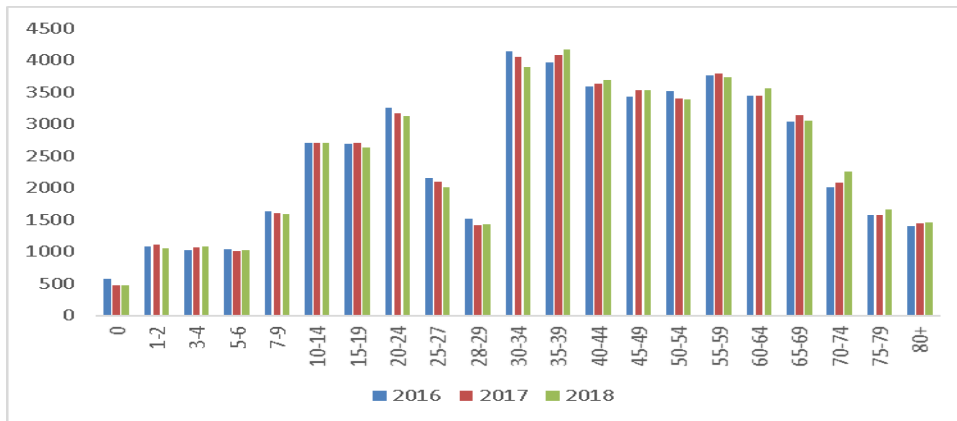
Следниот графикон, ја претставува половата структура на населението во двете општини, според проценките за 2016, 2017 и 2018 година. Како што може да се забележи од графиконот, во Охрид, бројот на женското население е поголем во споредба со машкото, додека пак во Ресен живеат повеќе мажи отколку жени.

Фигура 5: Полова структура на население во Охрид и Ресен, проценки 2016, 2017 и 2018 година



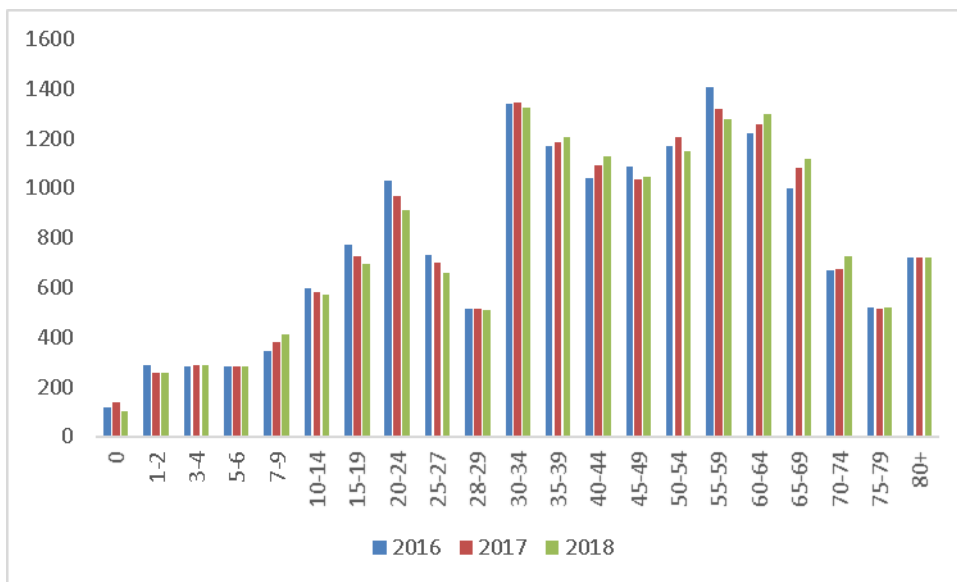
Следните два графикони ја отсликуваат старосната структура на населението во Охрид и Ресен за разгледуваниот период од 2016 до 2018 година. Овие карактеристики се мошне важни во однос на капацитетот на пазарот на труд за можен развој на одржлив туризам и генерално, за економски развој на општините.

Фигура 6: Старосна структура на население во Охрид, проценки 2016, 2017 и 2018 година



Возрасната структура на населението е уште една значајна демографска карактеристика. Имено, оваа структура е важна од аспект на можност за развој на одржлив туризам, бидејќи само економски активно и способно население за развој на било какви индустриски активности е основа за континуиран и одржлив развој на истата активност, во овој случај – туризмот. Како што може да се забележи од графиконот погоре, возрасната структура на населението во Охрид, според проценките за периодот 2016 – 2018 е релативно стабилна. Но, треба да се истакне дека според информациите во годините од разгледуваниот период е забележано намалување на бројот на население на возраст од 20 до 34 години, што може да се карактеризира како еден недостаток на пазарот на труд. Ова намалување, главно се должи на внатрешните миграции и емиграцијата на младото население. Од друга страна пак, за истиот период забележано е зголемување на бројот на населението на возраст од 65 години и повеќе.

Фигура 7: Старосна структура на население во Ресен, проценки 2016, 2017 и 2018 година

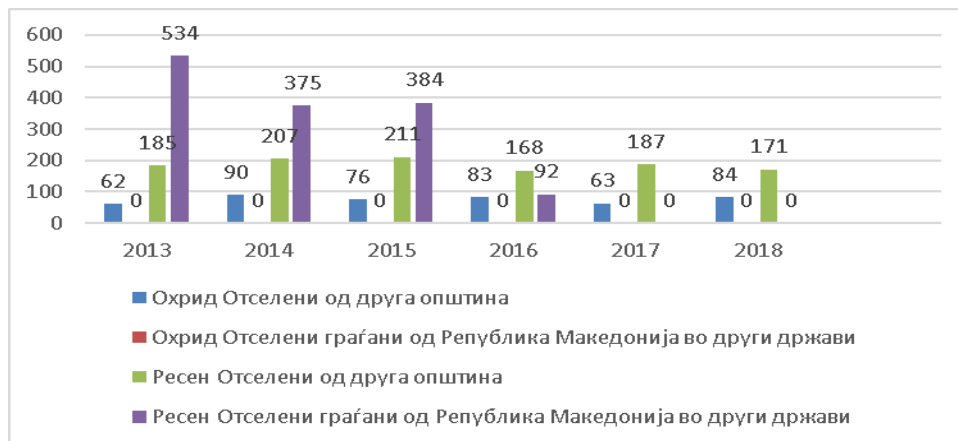


Во општина Ресен, според претходниот графикон, може да се забележи дека ситуацијата е слична. Имено, во Ресен е забележан континуиран пад на бројот на населението на возраст од 10 до 29 години. Исто така, како што може да се забележи во Ресен се намалува и бројот на населението на возраст од 45 до 59 годишна возраст. Од друга страна пак, забележан е раст на бројот на населението на возраст од 35 до 44 години и оние кои се постари од 64 години.

Како што беше веќе спомнато погоре, оваа ситуација е, покрај другото и заради интензивна внатрешна миграција на населението и на емиграција во странство. Следниот графикон ги претставува бројот на отселени лица од Охрид и Ресен и тоа внатрешно во други општини низ државата и надвор од

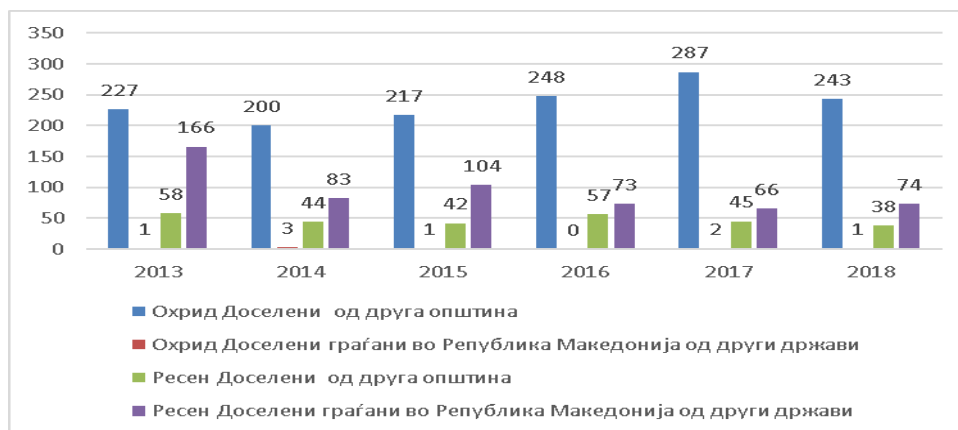
неа. Како што може да се виде од следниот графикон, за Охрид недостигаат информации за број на лица кои ја напуштиле државата во разгледуваниот период. Од друга страна пак, од Ресен се отселиле (емигрирале во странство), 534 лица во 2013, а потоа овој број забележува тенденција на опаѓање до 2018 година. Внатрешната миграција е релативно незначителна и стабилна за двата градови.

Фигура 8: Внатрешни миграции и емиграција на населението од Охрид и Ресен, 2013 – 2018



Отселувањето на населението од двете општини има значителен негативен ефект врз локалниот развој и пазарот на трудот од општините. Но, според информациите на Државниот завод за статистика, општините исто така се соочуваат и со доселување на лица од други региони на државата или од други држави. Охрид се соочува со доселување на лица од други региони на Република Северна Македонија, и тоа најмногу во 2017 година кога се доселиле вкупно 287 лица од други региони. Доселувањето на лица од други држави во Охрид е минорно. Од друга страна пак, Ресен се соочува со значително повисок број на доселени лица од други држави, и тоа најмногу во 2015 (104 лица), а внатрешната миграција е стабилна во текот на разгледуваниот период.

Фигура 9: Внатрешни миграции и имиграција на населението од Охрид и Ресен, 2013 – 2018



Туризмот, услужните дејности и занимања поврзани со употреба на земјишните површини (земјоделство, шумарство и слично), преовладуваат во економијата во границите на Паркот, но и во двете општини, т.е. Охрид и Ресен.

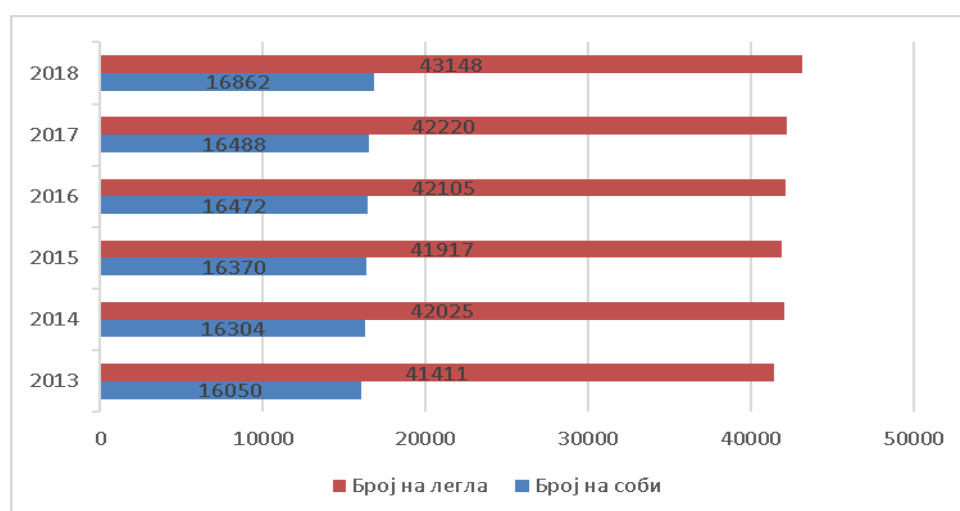
Анализа на рецептивните фактори

Основата на туризмот во една држава ја претставува угостителството (капацитетите на хотелиерство, ресторани и кетеринг субјекти – ХОРЕКА). Без соодветен број објекти и капацитети во угостителството, економската функција на туризмот нема да постои. Имено, угостителските капацитети се основен критериум за вреднување и оценка на една туристичка дестинација во поглед на својата

туристичка развиеност. Ова вреднување, според овој критериум може да биде направено на национално ниво, на регионално или локално (општинско) ниво.

Во таа смисла, на ниво на цел Југозападен плански Регион, во кој припраѓаат и општините Охрид и Ресен, има незначително зголемување на бројот на соби за туристички цели во периодот од 2013 – 2018 година. Истото важи и за бројот на легла за туристички цели, но тука нема континуиран раст како што е случај со бројот на соби. При тоа, согласно информациите од Државниот завод за статистика во цел регион во 2018 година има вкупно 16 862 соби и 43 148 легла.

Фигура 10: Број на соби и легла во Југозападен Регион, 2013 – 2018



Што се однесува пак до бројот на угостителски објекти и седишта, за истиот период е забележано дека во Југозападниот плански Регион има тренд на зголемување на бројот на деловни единици во периодот од 2013 – 2016, а потоа следи намалување со драстично намалување во 2018 година. Бројот на седишта во деловните единици е карактеризиран со драстично намалување во 2015 и 2016 (заради законските одредби за лимитирање на бројот на седиштата надвор од деловните единици) и потоа повторно зголемување во годините што следат.

Фигура 11: Број на угостителски објекти и седишта во Југозападен Регион, 2013 – 2018 година



Според податоците за туристичките и угостителските капацитети од 2015 година (последни што се издадени од страна на Државниот завод за статистика за оваа проблематика), најголем број од

Туристички промет

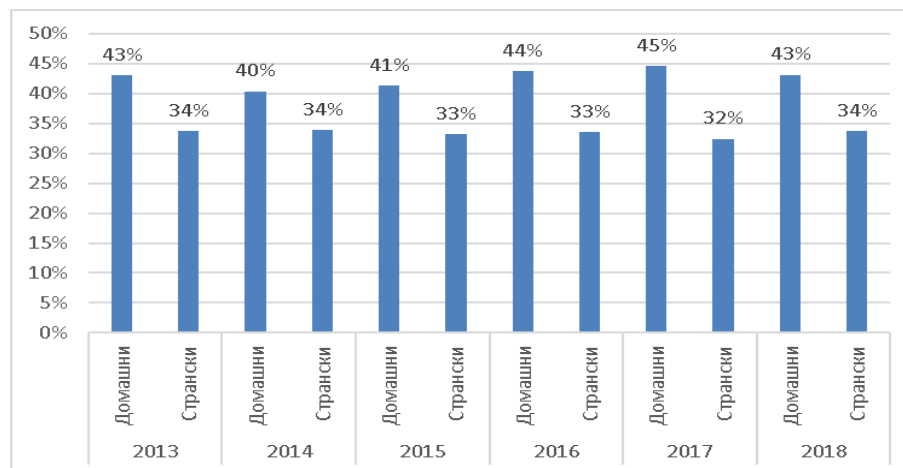
Вкупниот број на туристи во Југозападниот плански Регион во периодот од 2013 – 2018 е претставен подолу на следниот графикон. Како што може да се види низ анализираниот период има значителен пораст на бројот на туристите кои го посетиле овој регион, почнувајќи со околу 250 000 туристи во 2013 и над 400 000 туристи во 2018 година. Уделот на странските туристи во вкупниот број на туристи за регионот е поголем во сите години и бележи континуиран раст.

Фигура 14: Вкупен број на туристи во Југозападен плански Регион, 2013 – 2018 година



Југозападниот плански Регион, заедно со Скопскиот Регион имаат најголем удел во вкупниот број на туристи кои ја посетуваат Северна Македонија. Следниот графикон јасно прикажува дека уделот на Југозападниот плански Регион во вкупниот број на туристи е значителен, и тоа: околу 43% од вкупниот број на домашни туристи и околу 33% од вкупниот број на странски туристи престојувале во овој регион во периодот од 2013 – 2018 година.

Фигура 15: Удел на Југозападен плански Регион во вкупниот број на туристи на национално ниво 2013 – 2018



Следниот графикон го претставува вкупниот број на туристи кои го посетиле Охрид и ноќевања кои тие ги оствариле во 2018 и 2019 година, по месеци. Од графиконот многу лесно може да се забележи изразената сезоналност на туризмот во Охрид и должината на сезоната во вистинска смисла на зборот. Имено, како што може да се виде, Охрид е најпосетен во јули и август кога се остваруваат и најголем број ноќевања. Исто така, може да се забележи дека бројот на туристи и остварени ноќевања се зголемува во периодот од 2018 до 2019.

Фигура 16: Број на туристи и остварени ноќевања во Охрид 2018 – 2019



Следниот графикон го претставува вкупниот број на туристи кои го посетиле Ресен и ноќевања кои тие ги оствариле во 2018 и 2019 година, по месеци. Од графиконот многу лесно може да се забележи премногу изразената сезоналност на туризмот во Ресен и должината на сезоната во вистинска смисла на зборот. Имено, како што може да се виде, Ресен е најпосетен во јули и август кога се остваруваат и најголем број ноќевања, но за разлика од Охрид кога и во текот на другите месеци има некаква туристичка активност, во случајот со Ресен може да се каже дека истиот скоро и да не е посетуван во текот на останатите месеци од годината. Исто така, може да се забележи дека бројот на туристи и остварени ноќевања се зголемува во периодот од 2018 до 2019.

Фигура 17: Број на туристи и остварени ноќевања во Ресен 2018 – 2019



Следниот графикон, само за илустрација ги претставува бројот на домашни и странски туристи и остварените ноќевања на национално ниво во текот на периодот од 2010 – 2018 година. Како што може да се забележи бројот на домашните туристи следи стабилен тренд, додека пак бројот на странските туристи континуирано расте во периодот кој е резгледуван. Што се однесува до бројот на остварени ноќевања, кај домашните туристи е забележан тренд на опаѓање во периодот од 2010 – 2014, а потоа ноќевањата се зголемуваат. Остварените ноќевања на странските туристи континуирано растат во текот на анализираниот период.

Фигура 18: Број на туристи и ноќевања во Република Северна Македонија, 2010 – 2018



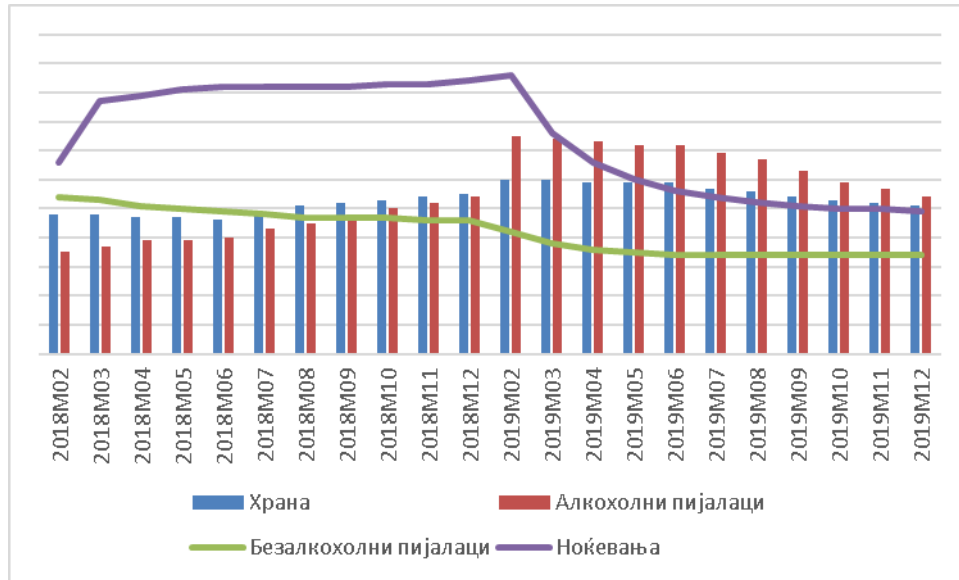
Остварениот промет во секторот угостителство и туризам на национално ниво е претставен со следниот графикон. Како што може да се забележи во текот на анализираниот период од 2013 – 2018 година, прометот на овој економски сектор е во постојан раст. Овој раст се должи пред се на зголемениот број на странски туристи кој беше претставен погоре, но и на ценовната политика која ќе биде елаборирана подолу во Стратегијата.

Фигура 19: Промет во угостителство и туризам во Република Северна Македонија, 2013 – 2018



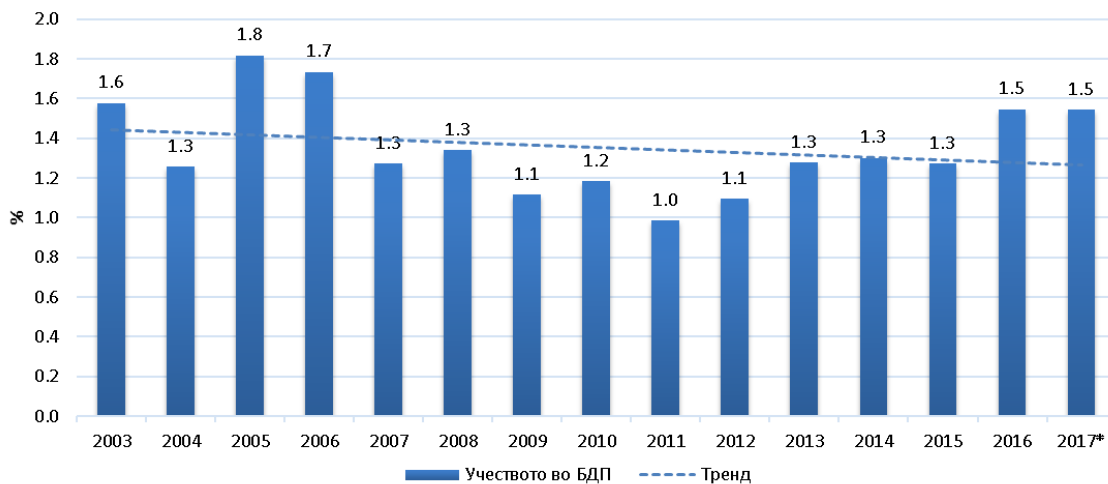
Според информациите добиени од Државниот завод за статистика ценовната политика бележи значителна промена во текот на последните две години од анализираниот период, т.е. 2017 и 2018 година. Имено, како што може да се види од следниот графикон, цените на алкохолните пијалаци и храната бележат значително зголемување со почетокот на 2018 година, а потоа следува тренд на намалување по месеци. Од друга страна пак, цените на безалкохолните пијалаци и ноќевањата бележат тренд на намалување од почетокот на 2018 година, по месеци во текот на годината, ако се споредени со оние од 2017 година во односните месеци. Ова се должи на одредени промени на законска регулатива која влијаеше на цените во анализираниот период.

Фигура 20: Цени во угостителство и туризам на национално ниво, 2017 – 2018 година



Учеството во БДП претставува процентуално учество на бруто-додадената вредност од областа на туризмот во вкупниот бруто-домашен производ на национално ниво. Учеството на туризмот во бруто-домашниот производ има постојан тренд на опаѓање во текот на анализираниот период од 2003 – 2017 година при што во 2017 во однос на 2003 година има пад од 2,11%, и изнесува 1,5%, што укажува на мал удел на туризмот врз економскиот развој на Република Северна Македонија.

Фигура 21: Учество на туризмот во БДП на Република Северна Македонија, 2003 – 2017 година



Од претходниот графикон може да се забележи дека учеството на турзмот во БДП е релативно ниско и има опаѓачки карактеристики во периодот од 2003 до 2011 година, односно во 2011 споредено со 2003 година има пад од 37,6%. Учеството на турзмот во БДП има пораст во периодот од 2011 до 2017 година од 56,87%, што укажува на поголемо учество на туризмот врз економскиот развој на Република Северна Македонија. Туризмот имал најголем удел во 2005 година со учество од 1,82%, а најмал од 0,98% во 2011 година.

Туристички пазари

Југозападниот плански Регион, а со тоа и НПГ, Охрид и Ресен се посетувани од различен вид туристи низ годините наназад. Следниот графикон го претставува вкупниот број на посетители (домашни и странски) на Охрид и Ресен во текот на 2017 – 2018 година, по месеци. Како што може да се забележи во текот на летните месеци (јули и август), како што беше наведено погоре има најголем број туристи во овие две општини, при што во текот на август 2018 година бројот на странски туристи го надминува бројот на домашни туристи во Охрид и го достигнува својот максимум за анализираниот период.

Фигура 22: Број на домашни и странски туристи во Охрид и Ресен, 2017 – 2018 година, по месеци



Овие туристи кои ги посетиле двете општини имаат остварено различен број ноќевања. Следниот графикон го претставува бројот на остварени ноќевања во Охрид и Ресен од страна на домашните и странските туристи, за истоимениот период, анализиран по месеци.

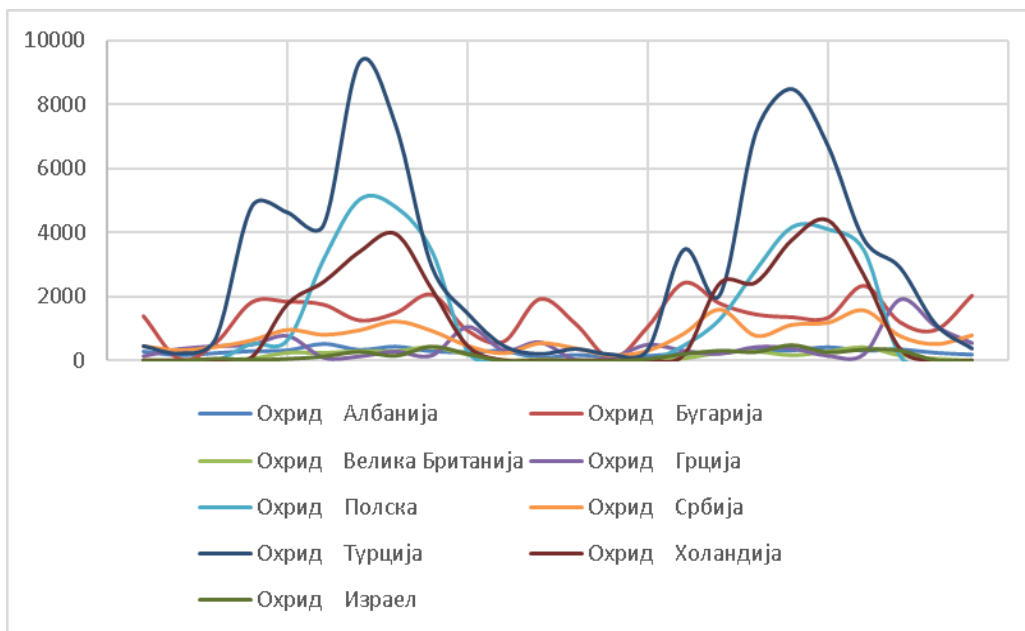
Фигура 23: Број на остварени ноќевања на домашни и странски туристи во Охрид и Ресен, 2017 – 2018, по месеци



Како што може да се забележи, бројот на остварени ноќевања е значително поголем од страна на домашните туристи, но исто така треба да се истакне дека овие ноќевања се остварени и во подолг временски период, т.е. почнувајќи од јуни заклучно со септември во двете години.

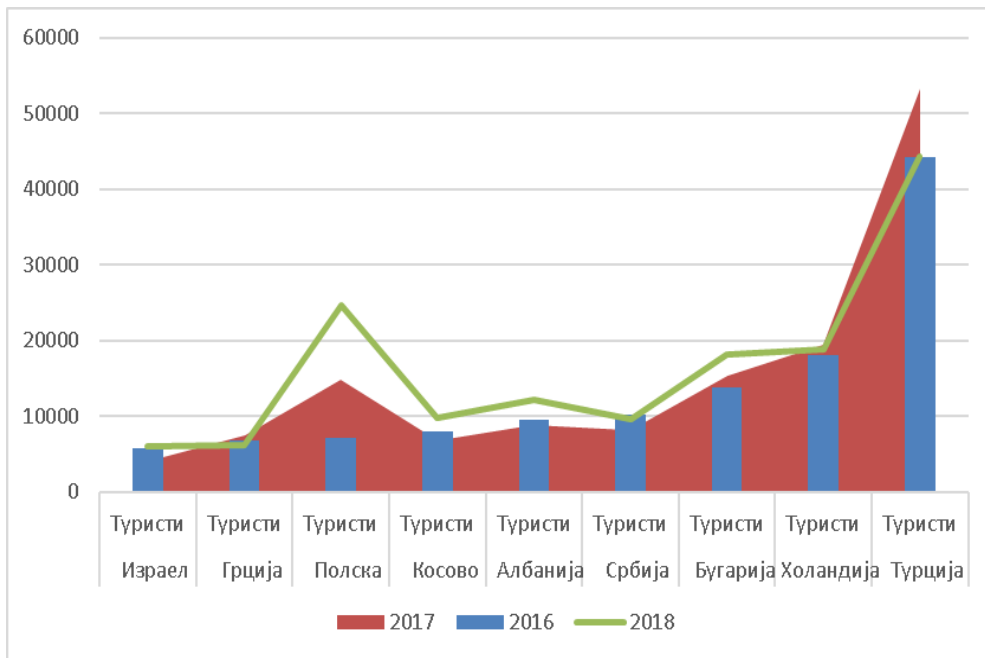
Бројот на туристи по земја од која доаѓаат е анализиран со наредниот графикон, и тоа земајќи ги предвид земјите од кои имало најмногу дојдени странски туристи во текот на 2017 – 2018 година по месеци. Како што може да се забележи бројот на турски туристи е најголем, следен од туристите од Полска, Бугарија и Холандија.

Фигура 24: Број на туристи по земја во Охрид, 2017-2018, по месеци



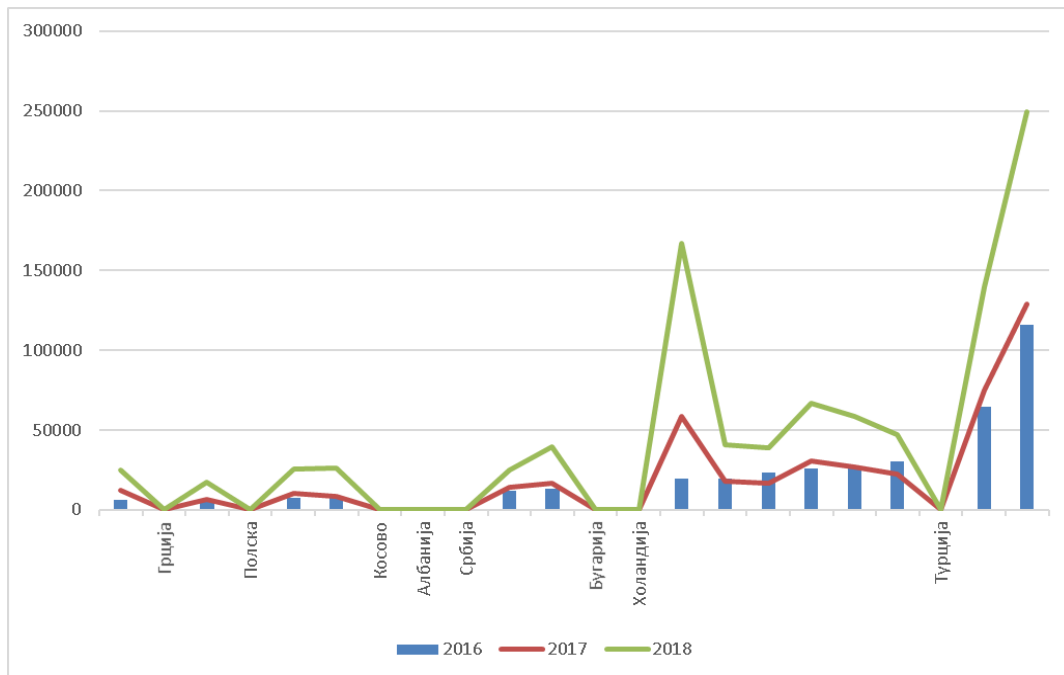
Во текот на последните три години од анализираниот период, според информациите од Државниот завод за статистика, туристите од Турција се одликуваат со најголем број на посетители на југозападниот плански регион. Потоа следат посетителите од Холандија, Бугарија и Србија. Она што треба да се истакне е дека бројот на туристите од овие држави е во постојан раст во периодот од 2016 – 2018 година.

Фигура 25: Број на туристи во југозападен плански регион по земји, 2016 – 2018 година



Бројот на остварени ноќевања на овие странски туристи исто така бележи тренд на раст за време на анализираниот период. Повторно турските туристи имаат забележано најмногу ноќевања, но карактеристично е дека иако по бројност не се следни, холандските туристи имаат остварено повеќе ноќевања во споредба со побројните туристи од Бугарија и Србија.

Фигура26: Број на остварени ноќевања Југозападен плански Регион по земји, 2016 – 2018 година



Други значајни сегменти

Патна инфраструктура

Патната инфраструктура во Југозападниот плански Регион се состои од локална, регионална и “А” патна мрежа. Низ регионот поминува европскиот Коридор VIII.

Постојната патна инфраструктура во Југозападниот плански Регион се состои од 1278 км локални патишта, 303 км регионални патишта и 127 км “А” државни патишта.

Главни патни правци, што го поврзуваат овој регион со другите региони се државниот пат А2 Скопје - Гостивар - Кичево - Струга - граница со Албанија и државниот пат А3, врска со А2 - Охрид - Ресен. Патната мрежа во овој Регион е недоразвиена, особено регионалната патна мрежа од 2 категорија. Густината на патната мрежа во Југозападниот плански Регион изнесува 0,41 и е помала за 25% од густината на патната мрежа на ниво на Република Северна Македонија (0,55).

Постојната состојба на дел од патниот правец А2 Гостивар - Кичево - Струга - граница со Албанија е во релативно лоша состојба, пред сè, поради оштетените коловозни површини и несоодветните технички елементи на овие делници. Во тек е градба на автопатско решение на трасата од Кичево до Охрид што во голема мера ќе го подобри патувањето на овој патен правец.

Потребно е да се спомене и регионалниот патен правец Р1301 Охрид - Пештани - Љубаништа - граница со Албанија кој исто така, има оштетени коловози и несоодветни технички елементи, што претставува проблем за нормалното одвивање на сообраќајот, особено во летниот период кога протокот на возила е доста голем. Регионалниот патен правец Р1208 Охрид - Струга (стар пат) - Радожда, како и Р1303 Кичево - Македонски Брод и Р1305 (врска со А2 - Демир Хисар) се во лоша состојба на одредени делници. Регионалната патна мрежа од втора категорија е недоизградена и добар дел од патните правци имаат земјени коловози. Покрај регионалните и локалните патишта, согласно Законот за јавните патишта, во Паркот постојат повеќе неklasифицирани (земјени) патишта од кои поважни се:

- **Велестово – Два Јавори (преку Крстец, Дофа, Шарбојца и Суво Поле; 16,5 км);**
- **Поник – Летница (3,0 км);**
- **Два Јавори - Ѓерека (преку Косто Бачило; 3,6 км);**
- **Суво Поле – Томорос (2,7 км);**
- **Суво Поле – Ѓерека (1,64 км);**
- **Суво Поле – Мечкина Локва (1,0 км);**

- Шарбојца (планинска куќа) – Шаргуле (1,8 км);
- Шарбојца (планинска куќа) – Џамивчено (преку Симонческа Локва; 2,6 км);
- Ѓафа – Рамни Дол (преку Кучо Поле; 3,8 км);
- Игралште Пештани – Глајшо (преку Добра; 3,8 км);
- Глајшо – спојување со Р-504 (1,7 км);
- Коњско (црква Свети Мартинија) – Света Петка (преку Труглајш; 2,1 км);
- Вели Даб – Глајшо (4,4 км);
- Дервен – Војтино – граница со Албанија (9 км);
- Белков Извор – Попов Извор (1,5 км);
- Извор Калино – Пропас (1,3 км);
- Црква Свети Атанасиј – Коштуна (1,7 км);
- Црква Свети Илија – Петринско Поле (преку Горни Исток; 8,8 км);
- Горни Исток – Црвен Камен (преку Источка Бигла; 3,1 км);
- Скала – Дофа (преку Летнички Бунари и Ѓафа; 7,2 км);
- Ѓафа – Коњски Меризи (преку Вардуљ; 2,4 км);
- Коњски Меризи – Дупкана (преку Рамненска Ливада и Гумење; 2,5 км);
- Отешево - Ломје (6 км);
- Отешево - Ливада (3 км);
- Рамни Пат – Сирхан (1,46 км);
- Чавкалица - Голем Рид (4 км);
- Турска Ливада - Зајакој Нивје - Котарон (3 км);
- Стење (фабрика) – Котарон (5 км);
- Премин Стење - Воден Камен (3 км);
- Отешево (тунел) - Кале - Отешево (6 км);
- Липона Ливада – Стење (преку Волко Легало, Вршинана, Турска Ливада; 10 км);
- Баба – Лако Сигној (2,8 км);

Како и насекаде во Република Северна Македонија, така и во Југозападниот плански Регион, локалната патна мрежа главно е во лоша состојба, а на одредени делници квалитетот е на толку ниско ниво што претставува потенцијална опасност за нормално одвивање на сообраќајот.

Воздухопловен сообраќај

Во Југозападниот плански Регион е лоциран аеродромот “Св. Апостол Павле” кој се наоѓа во општина Дебрца на 9 км од Охрид.

Бројот на патници на овој аеродром се одликува со сезонски карактер, но истиот е значително зголемен во последните години. Бројот на превезени патници на аеродромот “Св. Апостол Павле” во 2018-2019 година, по месеци е прикажан со следниот график. Како што може да се види, превозот на патници на овој аеродром е најголем во периодот од мај до септември, при што во 2019 година во тој период е значително поголем одколку во 2018 година за истоимениот период.

Фигура 27: Патници на аеродром Св. Апостол Павле Охрид, 2018 – 2019



Гранични премини

Во Југозападниот плански Регион се лоцирани 5 гранични премини и тоа четири со Албанија (Блато, Ќафасан, Св. Наум и Џешиште) и еден на охридскиот аеродром. Исто така постои и граничниот премин Стење со Албанија на ресенската страна на НПГ.

Водоснабдување и одведување на комунални води

Водоснабдувањето и одведувањето на комуналните отпадни води во сите општини се одвива преку воспоставени претпријатија за таа намена. Во сите урбани центри во регионот постои градски систем за снабдување со вода. Руралните места се снабдуваат со вода за пиење од локални водоводи или бунари. Во градот Охрид се врши централно водоснабдување за: градот Охрид, населените места Орман, Рача, Св. Стефан, Долно Коњско, Лагадин, Пештани и туристичките локалитети долж брегот на езерото. Од локални водоводи се снабдуваат населените места Велгошти, Трпејца, с. Љубаништа и во с. Лескоец.

авните претпријатија кои се одговорни за одведување на отпадните комунални, атмосферски и индустриски води управуваат со вкупно 263.3 км колекторска и градска мрежа која претежно е лоцирана во урбаните центри на општините. Во Охридскиот Регион изградена е секундарна канализациона мрежа во должина од околу 108 км и тоа во градот Охрид и населените места Долно Коњско и Лагадин. Изградена е атмосферска канализација во должина од 8629 м. Процентот на приклученост на корисниците во канализациониот систем за град Охрид е 92%. Станицата за третман на отпадните води за градовите Охрид и Струга, како и за населените места и туристичките капацитети кои се лоцирани на охридското крајбрежје се наоѓа на околу 4 км од градот Струга (помеѓу селата Враништа и Ложани). Станицата обезбедува механички и биолошки третман на отпадните води.

За индустриските отпадни води задолжителен е предтретман пред испуштање на отпадните води во канализацијата. Капацитетот на изградената станица е за 120 000 еквивалентни жители, а пречистената вода се испушта во реката Црн Дрим.

SWOT-анализа за развојот на туризмот во НПГ

Кратко објаснување на SWOT-анализата

SWOT-анализата (или SWOT-матрицата) е техника за стратешко планирање што се користи за да му помогне на лице или организација да ги идентификува предностите, слабите страни, можностите и заканиите поврзани со деловната конкуренција или планирање на проекти или активности. Оваа матрица е дизајнирана за употреба во прелиминарните фази на процесите на одлучување и може да се користи како алатка за проценка на стратешката позиција на еден град, регион, компанија или организација. Наменета е да ги специфицира целите на деловниот потфат или проект и да ги идентификува внатрешните и надворешните фактори кои се повољни и неповољни за постигнување на

тие цели. При развојот на SWOT-анализата учесниците во нејзината подготовка честопати поставуваат и одговараат на прашања за да генерираат значајни информации за секоја категорија за да ја направат алатката корисна и да ја идентификуваат нивната конкурентска позиција.

Јаките страни и слабостите се честопати поврзани со внатрешно окружување, додека можностите и заканите обично се фокусираат на надворешното окружување.

Елементите на овој тип анализа се класифицирани на следниот начин:

- Јаки страни: карактеристики на бизнисот или проектот што му даваат предност пред другите;
- Слабости: карактеристики на бизнисот што го ставаат бизнисот или проектот во неповолна положба во однос на другите;
- Можности: елементи во околината што бизнисот или проектот би можеле да ги искористат за подобрување на конкурентноста, ефикасноста и успешноста;
- Закани: елементи во околината што можат да предизвикаат проблеми за бизнисот или проектот.

Степенот до кој внатрешното окружување на анализираниот проект се совпаѓа со надворешното окружување е изразено со концептот на стратешко вклопување. Идентификувањето на SWOT е важно бидејќи резултатите од оваа анализа можат да информираат за подоцнежните чекори за планирање за постигнување на целта. Со други зборови, резултатите кои се добиени преку спроведување на ваков тип на анализа даваат значителни информации на управителите за внатрешното и надворешното окружување за време на планирачкиот процес, но многу лесно може да се следат тие фактори и за време на имплементирачкиот процес. Во таа насока, за време на имплементација на активноста, управителите на проектот или активноста се должни да преземаат соодветни активности со цел да осигураат дека јаките страни ќе останат непроменети и дури и подобри, додека пак слабите страни ќе бидат подобрувани и континуирано контролирани со цел да не доведат до негативни последици врз имплементацијата. Исто така, управителите, знаејќи ги можностите и заканите, можат полесно да донесуваат одлуки со кои ќе ги избегнуваат заканите (ќе го намалат нивното негативно влијание) и ќе ги искористат можностите со цел подобрување на внатрешното окружување (јаки и слаби страни).

Потребно е овој тип анализа да се повторува повеќе пати во текот на спроведувањето на проектот или активноста со оглед на динамичната природа на бизнис окружувањето. Во случајот со подготовка на SWOT-анализа за развој на одржлив туризам неопходен е и партиципативниот метод, при што сите заинтересирани страни ќе имаат можност да одговорат на прашања со што би се идентификувале јаките и слабите страни, можностите и заканите.

SWOT е акроним од првите букви на англиските термини за јаките страни (S – Strengths), недостатоците или слабите страни (W – Weaknesses), можностите или шансите (O – Opportunities) и екстерните закани (T – Threats).

Јаки страни

- Поволна географска положба;
- Умерена клима;
- Недопрена природа и еколошки чиста животна средина;
- Биолошка разновидност со многу ендемски видови;
- Исклучителна универзална вредност на листата на УНЕСКО;
- Разновидност на просторот;
- Богато културно наследство;
- Чиста и неискористена животна средина;
- Долгогодишна традиција;
- Етнографски туристички вредности;
- Културни манифестации;
- Добра инфраструктура, аеродром и главни патишта;

- Гостопримливи луѓе;
- Поволна цена.

Слаби страни

- Недостаток на промотивни активности за дестинацијата;
- Недостаток од статистички податоци за туризмот;
- Недоволна стучност во маркетинг и промоција;
- Непланирано и некоординирано рекламирање и промоција на дестинацијата;
- Нецелосно изградена слика за регионот на туристичкиот пазар;
- Недостаток од туристички истражувања;
- Недостаток на обуки во туризмот и угостителството;
- Изразена сезоналност;
- Сместувачки капацитети под пазарни стандарди;
- Ограничени туристички понуди;
- Слаба мрежа на туристички информативни центри во регионот;
- Неодржана информативна патна сигнализација;
- Недоволна опременост на паркиралишта;
- Слаба развиеност на железничкиот сообраќај, односно непостоење на мрежа до Охрид и Ресен;
- Лоша пристапност до аеродромот;
- Лошо управување со отпадот.

Можности

- Значително поголема промоција на регионот како туристичка дестинација;
- Создавање на сопствен претпознатлив идентитет како атрактивна туристичка дестинација;
- Одржливо управување со НПГ;
- Развој на нови алтернативни видови на туризам;
- Можност за развој на нови туристички производи;
- Продолжување на сезоната;
- Подобрување на квалитетот на сегашниот туристички производ;
- Приспособување на туристичкиот производ кон новонастанатите потреби на туристичкиот пазар;
- Развој на туризам без сообраќај;
- Можности за производство на органска храна;
- Можност за искористување на богатство на традиционални занаети и обичаи;
- Развој на традиционални производи.

Закани

- Уништување на природни и културни вредности;
- Загадување на животната средина и на околината;
- Одлив на млад кадар во странство;
- Слаба соработка помеѓу јавниот и приватниот сектор;
- Нецелосна примена на законска регулатива;
- Политичка нестабилност;
- КОВИД- 19 епидемија;
- Светска економска криза.

Од наведената SWOT-анализа, која исто така е претставена со следната табела, евидентно е дека НПГ располага со голем број на предности, но и со можности кои со засилени активности, може да се претворат во предности. Концептот за развој на овој регион во атрактивна дестинација треба да се темели токму на овие предности и можности, кои може да го претворат регионот во дестинација со

претпознатлив идентитет ширум светот. Концепцијата воедно треба да креира активности преку кои ќе се намалат слабите страни кои ги има овој регион и одбегнување или намалување на негативностите кои би можеле да произлезат од идентификуваните закани.

Табела 3: SWOT- анализа на НПГ

ВНАТРЕШНИ ФАКТОРИ	
ЈАКИ СТРАНИ (+)	СЛАБИ СТРАНИ (-)
<ul style="list-style-type: none"> • Поволна географска положба; • Умерена клима; • Недопрена природа и еколошки чиста животна средна; • Биолошка разновидност со многу ендемски видови; • Исклучителна универзална вредност на листата на УНЕСКО; • Разновидност на просторот; • Богато културно наследство; • Чиста и неискористена животна средина; • Долгогодишна традиција; • Етнографски туристички вредности; • Културни манифестации; • Добра инфраструктура, аеродром и главни патишта; • Гостопримливи луѓе; • Поволна цена. 	<ul style="list-style-type: none"> • Недостаток на промотивни активности за дестинацијата; • Недостаток од статистички податоци за туризмот; • Недоволна стучност во маркетинг и промоција; • Непланирано и некоординирано рекламирање и промоција на дестинацијата; • Нецелосно изградена слика за регионот на туристичкиот пазар; • Недостаток од туристички истражувања; • Недостаток на обуки во туризмот и угостителството; • Изразена сезоналност; • Сместувачки капацитети под пазарни стандарди; • Ограничени туристички понуди; • Слаба мрежа на туристички информативни центри во регионот; • Неодржана информативна патна сигнализација; • Недоволна опременост на паркиралишта; • Слаба развиеност на железничкиот сообраќај, односно непостоење на мрежа до Охрид и Ресен; • Лоша пристапност до аеродромот; • Лошо управување со отпадот.
НАДВОРЕШНИ ФАКТОРИ	
МОЖНОСТИ (+)	ЗАКАНИ (-)

<ul style="list-style-type: none"> • Значително поголема промоција на регионот како туристичка дестинација; • Создавање на сопствен претпознатлив идентитет како атрактивна туристичка дестинација; • Одржливо управување со НПГ; • Развој на нови алтернативни видови на туризам; • Можност за развој на нови туристички производи; • Продолжување на сезоната; • Подобрување на квалитетот на сегашниот туристички производ; • Приспобување на туристичкиот производ кон новонастанатите потреби на туристичкиот пазар; • Развој на туризам без сообраќај; • Можности за производство на органска храна; • Можност за искористување на богатство на традиционални занаети и обичаи; • Развој на традиционални производи. 	<ul style="list-style-type: none"> • Уништување на природни и културни вредности; • Загадување на животната средина и на околината; • Одлив на млад кадар во странство; • Слаба соработка помеѓу јавниот и приватниот сектор; • Нецелосна примена на законска регулатива; • Политичка нестабилност; • КОВИД- 19 епидемија; • Светска економска криза.
--	---

Анализа на конкурентски региони во Република Северна Македонија и странство

Конкурентност на регионот во регионален контекст

Од аспект на конкурентност на регионот во туристичка смисла на зборот, треба да се анализираат повеќе фактори. Така, прво ќе биде анализирана конкурентноста на регионално ниво, а потоа ќе биде анализирана и конкурентноста на државата во светски рамки во поглед на туристичките индикатори.

Во соседните региони во Република Северна Македонија (Полошкиот и Пелагонискиот), како и во Бугарија и Грција постојат препознатливи туристички центри. Некои од нив се со подолга традиција, изградена структура, развиен маркетинг, профилирани пазари и други предности, додека пак други ги немаат овие карактеристики ако се споредени со НПГ и регионот. Мора да се истакне дека особена „опасност“ постои од развојот на Националниот парк “Преспа” во Албанија, каде во изминатиот период беа изградени инфраструктурни објекти за поддршка на туристите и за зголемена туристичка понуда. Исто така, во Албанија, во изминатиот период, имаше значителен финансиски прилив кој се очекува да ги подобри условите за туристите, а со тоа и да привлече поголем број на туристи, што од друга страна пак, претставува реален ризик за намалување на туристичките посети на НПГ и регионот. Во Грција, развиено е земјоделството, а туризмот не е – во регионот на грчкиот дел од Преспа и Националниот парк “Преспа” во Грција. Но, треба да се истакне дека во последните две години, после потпишувањето на Преспанскиот договор меѓу Република Северна Македонија и Грција, значително е зголемен интересот за оваа дестинација. Доколку правилно се управува со дестинацијата во Грција, можно е и таа да претставува конкурент на НПГ и регионот во иднина.

Покрај нив, планинско-рекреативниот туристички производ на НПГ на домашниот пазар се соочува со неколку конкурентни туристички дестинации, меѓу кои внимание заслужуваат Маврово, Попова Шапка, Пелистер, Кожуф и Крушево. Речиси сите спомнати домашни конкурентни дестинации имаат услови за скијање, супраструктурните објекти, како и можност за свртување кон повеќе пазарни сегменти.

Карактеристика која може да биде комплементарна за развојот на одржлив туризам во регионот е езерскиот туризам кој е посебно развиен во Охридскиот Регион, а нешто помалку во Преспанскиот Регион. Овој факт може да допринесе за зголемување на шансите за развој на планинскиот туризам, кој мора да се истакне, во последните неколку години бележи тренд на пораст.

Манастирскиот производ во НПГ се соочува со силна конкуренција во непосредното окружување. Во тој контекст најголемо внимание заслужуваат следните манастирски комплекси: “Св. Климент Охридски – Плаошник” и “Св. Наум Охридски”; “Св. Јован Бигорски”; Св. Ѓорѓи Победоносец – Рајчица; “Св. Богородица” – Калишта; “Св. Пречиста” покрај Кичево, манастирите “Зрзе” и “Трескавец” покрај Прилеп и други.

Сепак, без оглед на конкурентноста на национално и меѓународно ниво која беше анализирана погоре, НПГ има и свои предности кои мора да ги искористи во текот на имплементацијата на оваа стратегија, но и подоцна. Тоа се меѓународните дезигнации (посебно УНЕСКО статусот) кои се атрактивни за туристите, развиена инфраструктура и традиција на туризам од минатото, испреплетените културни и историски вредности кои се одлична основа за одржлив туризам но и фактот дека современите туристи се свртуваат кон т.н. „одржлив туризам“, „екотуризам“, откривањедестинации. Пределските вредности питомите, речиси недопрени планински места, тишината, смиреноста, чистата природа, свежиот воздух, уникатната традиција се она што го бараат и очекуваат туристите од НПГ.

Овде треба да се напомене можноста за туристичко поврзување на НПГ со соседните региони (Полошкиот, Пелагонискиот, па дури и со соседните региони во Албанија и Грција) има огромен потенцијал. Имено, како што беше кажано погоре овие региони веќе се етаблирани на туристичкиот пазар, а некои од нив се нови, потенцијални конкурентни. Но, од економски аспект зборувано, конкуренцијата не носи само негативни последици врз развојот на одреден сегмент. Доколку се направи правилна стратегија и се постапува по неа, конкуренцијата може да се трансформира во можност и придобивка за развој на интегрирани понуди, намалување на промотивни трошоци и зголемување на пазарните целни групи. Ова особено се однесува на поврзувањето со блиските региони во Република Албанија каде постојат ресурси слични по својот карактер кои би можеле да се комбинираат во одредени итинерари, рути и тури на меѓународно ниво. Помеѓу нив спаѓаат археолошките локалитети, селската и градската архитектура, манифестациите и, секако, најмногу објектите кои се дел од верскиот туризам. Придобивките на НПГ би биле зголемена промоција на балканско и на меѓународно ниво, со што самиот регион се позиционира на туристичкиот пазар, кој од друга страна може да помогне во дополнително моделирање на одредени производи.

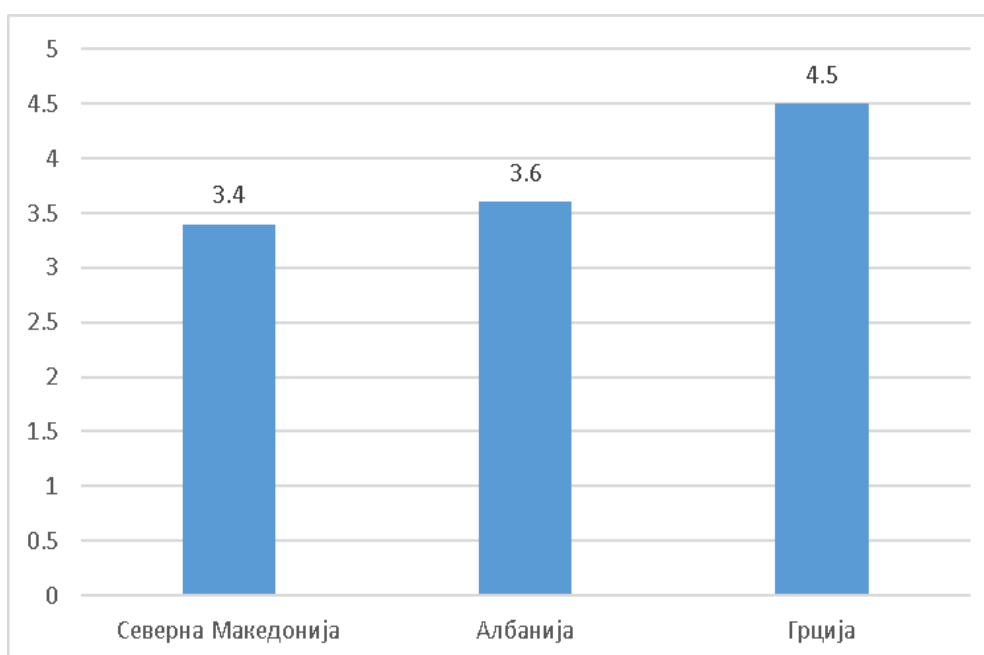
НПГ е составен дел на Северна Македонија, па следствено и конкурентноста на национално ниво е многу важна карактеристика за конкурентноста на НПГ на меѓународно ниво. Во тој контекст во продолжение следува кратка анализа на конкурентноста на државата во светски рамки во областа на патување и туризмот. Опфаќајќи 140 економии, Индексот за конкурентност на патувања и туризам го мери збирот на фактори и политики кои овозможуваат одржлив развој на секторот за патувања и туризам, што придонесува за развој и конкурентност на една земја. Сите, освен една земја на Балканот и Источна Европа ја подобрија својата конкурентност за патување и туризам од последното издание на извештајот од 2019 година. Србија (95-та до 83-та) беше најнапредната во субрегионот - и во регионот на Европа и Евроазија во целина - благодарение на значителните подобрувања во нејзиното овозможување на животната средина (62-та до 56-та), политиката за патувања и туризам и овозможување услови (112-та до 91-та) и воздухот (86-та до 76-та) и копнена инфраструктура (94-та до 85-та). Словенија (36-та) останува најконкурентна економија во подрегионот заради целокупното

олеснување на животната средина (38-то), приоритизација на патувањата и туризмот (33-то), копнена (20-та) и туристичка услуга (27-та) инфраструктура, одржливост на животната средина (8-та) и природни ресурси (26-та). Република Северна Македонија е единствената земја во подрегионот што опадна во конкурентноста на патувања и туризам (89-та на 101-та). Деловно опкружување на нацијата (40-та до 84-та), човечки ресурси и пазарот на трудот (83-та до 108-та), безбедност и сигурност (56-та до 95-та), приоритизација на патувања и туризам (85-та до 114-та), меѓународна отвореност (93-та до 119-та) и копнена инфраструктура (62-та до 104-та) сите значително се влошија. Сепак, Босна и Херцеговина (105-та) е најмалку конкурентната економија во оваа област во субрегионот.

Индексот е мерка на факторите што го прават привлечно да се развива бизнис во индустријата за патувања и туризам на одделни земји, наместо мерка за привлечност на една земја како туристичка дестинација. Извештајот ги рангира избраните држави според Индексот за конкурентност за патувања и туризам (ТТСИ), кој ги оценува од 1 до 6 перформансите на дадена земја во секој специфичен подиндекс. Целокупниот индекс е направен од три главни подиндекси: (1) регулаторна рамка; (2) деловно опкружување и инфраструктура; и (3) човечки, културни и природни ресурси.

Со оглед на близината на Грција и Албанија на НПГ, беше направена анализа на индексот на конкурентност според последниот извештај на трите држави. Како што може да се виде од следниот графикон, индексот на конкурентност на Република Северна Македонија е најнизок и изнесува 3,4 (од максимум 6), следен од Албанија (3,6) и Грција (4,5).

Фигура 28: Индекс на конкурентност за 2019 година, Северна Македонија, Албанија и Грција



Индексот на конкурентност е пресметан, како што веќе беше кажано погоре, врз основа на различните подиндекси групирани во три групи. Имено, подиндексите кои се следат за да се пресмета овој индекс се: овозможување на животна средина; политика за патувања и туризам и услови за овозможување; инфраструктура; природни и културни ресурси; бизнис опкружување, сигурност и безбедност, здравје и хигиена; човечки ресурси и пазар на трудот; ИТ-подготвеност; приоритизација на патувања и туризам; меѓународна отвореност; ценовна конкурентност; одржливост на животната средина; инфраструктура за авионски транспорт; патна и пристанишна инфраструктура; туристичка инфраструктура; природни богатства и културни ресурси и деловни патувања. Подиндексите за трите соседни држави, според последниот извештај се прикажани на сликата подолу. Како што може да се виде, за жал, Република Северна Македонија е во незавидна позиција во споредба со Албанија и Грција во однос на повеќето од овие подиндекси.

Фигура 29: Подиндекси на Индексот за конкурентност за 2019 година, Северна Македонија, Албанија и Грција



Конкурентност на регионот во национален контекст

Охрид е еден од двата најголеми центри на туристичката дејност во Република Северна Македонија. Тој е дом на Охридското Езеро. Охрид е наведен и како културен и природен локалитет на листата на УНЕСКО за светско наследство, како и еден од најпопуларните во земјата. Регионот околу Охрид, Преспа и Струга има богата база на добрасоставена од разновидни и добро сочувани природни карактеристики, како и различно материјално и нематеријално културно наследство. Следниве главни атракции во подрачјето се подвлечени за да го претстават доминантниот профил на понудата на дестинацијата, особено во контекст на приоритетните пазрни сегменти (туристичка побарувачка) дискутирани подолу:

- Охридско и Преспанско Езеро и околната природа;
- Градот Охрид (вклучувајќи ги културните и верските објекти);
- НПГ;
- Пешачење, планинарење, велосипедизам;
- Традиционални и рурални туристички искуства.

Во прилог на најистакнатата атракција, Охридското Езеро, оваа дестинација го вклучува второто езеро по големина во Македонија – Преспанското Езеро . Опишано како подеднакво убаво со Охридското, Преспанското Езеро има значаен, но недоволно искористен туристички потенцијал. Во ова езеро се наоѓа една од најфасцинантните атракции во земјата – островот Голем Град, кој е управуван од ЈУНПГ. Паркот штити богат диверзитет на животински и растителни видови, вклучувајќи и некои ендемски видови. Тој нуди одлични прилики за активни искуства на отворено, како пешачење, велосипедизам, набљудување на природата, сафари разгледување на животни и природа итн. Оваа дестинација исто така се граничи со Албанија, со што се нудат прилики за прекугранични активности кои исто така се особено атрактивни за идентификуваните приоритетни сегменти, особено за оние кои доаѓаат од далечни дестинации. Во прилог на приликите за прекугранична понуда, Охрид е добро позициониран и во однос на врските со другите дестинации во земјата. Се граничи со Пелагонија, кој е дом на добра кои се подеднакво привлечни за идентификуваните приоритетни сегменти. Нејзината локација овозможува поврзување и проширена понуда и со комплементарните атракции и производи во регионот на Река и Маврово, како и со винскиот регион околу Тиквеш. Охридскиот Регион ужива

портфолио на богато сместување, што претставува повеќе од половина (58%) од капацитетот на сместување во земјата. Опфатени се неколку големи хотели со 5 ѕвезди, многу средни објекти од средна класа, како и многу мали семејни капацитети со понуда за ноќевање со појадок. Приватно сместување е исто така достапно. Во споредба со Охридското Езеро, сместување околу Преспанското Езеро е многу скромно, со неколку мали хотели и капацитети кои нудат ноќевање и појадок од кои многу не се официјално заведени.

Визија, мисија, принципи, стратешки области и приоритети

Визија на Стратегијата за развој на одржлив туризам во НПП

Визијата на Стратегијата за развој на одржлив туризам во НПП е претставена во следната кутија.

Кутија 1: Визија на Стратегијата за развој на одржлив туризам во НПП

„Националниот парк Галичица е развиена туристичка дестинација, чии производи и услуги се базираат на природното и културното наследство, преку овозможување на традиционални производи и услуги кои со својата уникатност и квалитет ги задоволуваат барањата и потребите на современите туристи.“

Мисија на ЈУНПП во Стратегијата за развој на одржлив туризам во НПП

Мисијата на ЈУНПП во имплементирањето на Стратегијата за развој на одржлив туризам во НПП е претставена во следната кутија.

Кутија 2: Мисија на ЈУНПП во имплементирање на Визијата за Стратегијата за развој на одржлив туризам

„ЈУНПП е посветена на зачувување на природни и културни ресурси и вредности на Националниот парк Галичица за овозможување континуирано уживање, едукација и инспирација на оваа и идните генерации. Установата има за цел да управува со заштитеното подрачје за проширувањето на придобивките од зачувувањето на природните и културните ресурси и вредности, преку одржлив локален и туристички развој.“

Принципи врз кои ќе се базира развојот на туризмот во НПП

Развојот на одржлив туризам во НПП, за периодот од 2021 – 2025 ќе се базира на неколку водечки принципи кои се изработени и прифатени од изготвувачите на Стратегијата, а кои гарантираат одржлив и урамнотежен туристички развој. Стратешките приоритети разработени во оваа стратегија ќе се базираат на почитување на овие принципи за остварување на приоритетните цели. Принципите се:

- Одржлив туризам;
- Профитабилност;
- Селективни (приоритетни) инвестиции и
- Целен маркетинг.

Одржлив туризам

Туристичките услуги и производи во НПП, главно, како дериват за својата вредност ја имаат културната или природната карактеристика на регионот што го прави истиот посебен, уникатен и посакуван за туристите. Имајќи го предвид овој факт, треба да се истакне дека постојат два предизвици кога се планира туристички развој на НПП. Од една страна е потребно да се максимизира приходот и профитот на локалното население, вршителите на дејност и компаниите кои работат во ова поле. Од друга страна пак, треба да се знае и да се почитува степенот и начинот на искористување и валоризирање на културните и природните ресурси на регионот, при што мора да се осигура дека истите нема да бидат оштетени и/или уништени. **Во повеќето случаи, постојат спротивставени ставови и интереси на компаниите, властите, локалната заедница и одговорниот субјект за управување со ова**

заштитено подрачје. Затоа, потребно е со оваа Стратегија да се постави основа за формирање единствена политика на ниво на НПГ која ќе ги балансира ставовите на гореспоменатите и да генерира и гарантира одржливост на развојот. Само со прифаќање и апликација на овој концепт може да се постави стабилна основа за идниот туристички развој.

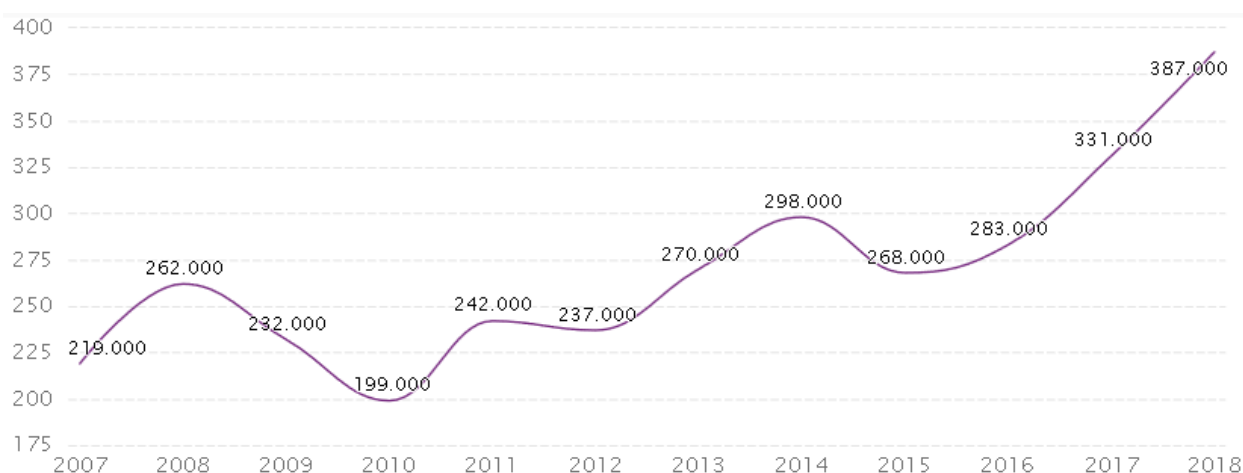
Имено, Стопанската комора за туризам во 2014 година го потпиша Глобалниот етички кодекс во туризмот од приватниот сектор, со кој приватниот сектор преку Комората се обврзува дека ќе ги почитува и промовира 10 принципи за одржлив и одговорен туризам.

Клучните аспекти на политиката за одржлив туризам вклучуваат: користење на земјиштето, менаџмент со физичката средина, конзервирање и ревитализација на местата со природно и културно наследство, развој на производи кои се движени од пазарот и инвестирање во човечки ресурси.

Профитабилност

Туристичката индустрија во Република Северна Македонија има мошне значајна улога во националната економија. Имено, според информациите на Светската банка приходите од туризам во Република Северна Македонија достигнаа 387 милиони американски долари во декември 2018 година, споредено со 331 милиони американски долари за претходната година (2017). Приходите од оваа економска дејност бележат континуиран раст низ годините наназад, со исклучок на периодот од 2008 – 2010 (Глобалната економска криза од 2008 година).

Фигура 30: Приход на туристичката индустрија во Република Северна Македонија (2007 – 2018), во милиони долари



Но, мора да се истакне дека туристичката индустрија во Македонија со години наназад има мошне низок повраток на инвестициите. Бизнисите мора да обезбедат соодветен профит за да осигураат континуиран развој преку инвестиции. Профитабилноста треба да се подобри преку зголемување на искористувањето на средствата во рамките на туристичкиот сектор – на пример, зголемување на индексот на искористеност на сместувачките капацитети или зголемување на бројот на посетители по атракција или пак промена на структурата и профилот на посетителите. Во таа смисла, профитабилноста може да биде потпомогната преку воведување поголема ефикасност, на пример, заеднички маркетинг или преку обезбедување дека зголемувањето на квантитетот на продажбата не е постигнато врз база на конкурентни стратегии на ниски цени.

Селективни (приоритетни) инвестиции

Со оглед на горе наведеното, а имајќи ја предвид и тековната ситуација на економијата во државата и изгледите за нејзината иднина, идните инвестициски стратегии ќе треба да бидат мошне селективни и јасно фокусирани. Со идните неизвесни национални и ЕУ програми потребата од

внимателна селекција и приоритизација е повеќе од неопходна. Значи потребно е приоритизација на инвестициите со цел да се надмине удвојувањето на напорите.

Целен маркетинг

Мора да се потцрта дека ова мора да биде јасен водечки принцип. Во оваа насока како резултат на континуираните промени на ИТ-капацитетите, постојаниот развој и брзите промени на механизмите за достава на информациите преминуваат во норма. Не смее да се претпостави дека во иднина изборот на пазарите, производите и сегментите ќе биде ист како и денес. Потребен е постојан процес на ревизија за да може да се одреди соодветноста на туристичките производи во рамките на регионот и типот на туристичката побарувачка. Промените кои можат да се случат во други региони можат да доведат до неатрактивност на туристичките производи многу побрзо отколку што сметаат самите доставувачи. Основно за идниот успех ќе биде погледот однадвор врз туристичката индустрија и добрата информираност за трендовите и новите производи.

Стратешки области, стратешки приоритетни цели и мерки

Стратешките области се областите кои се окарактеризирани како приоритетни и во кои ќе се вложува и инвестира во текот на имплементацијата на оваа Стратегија. Тие, всушност го претставуваат средишниот простор на Стратегијата и произлегуваат од стратешките прашања и проблеми дефинирани во оваа Стратегија. Понатаму, стратешките области ги дефинираат стратешките цели и мерки кои треба да се преземат за време на имплементацијата на Стратегијата. Во таа смисла, правилниот избор на стратешките области е есенцијален за дефинирање на стратешките цели, нивната насоченост и планираните ефекти преку реализација на конкретно внимателно планирани мерки и активности. Следствено, правилно поставени и дефинирани стратешки области, всушност претставува и база за реализацијата на Стратегијата.

Врз основа на расположливите стратешки и програмски документи на национално, регионално и локално ниво, резултатите од статистичката анализа на податоците со кои ЈУНПГ располага, нејзините поставени цели на управување и детерминирани вредности, како и изградените ставови на засегнатите страни добиени во текот на спроведените состаноци и комуникација за време на подготовката на Планот за управување, но и пред тоа, стратешки области беа дефинирани за Стратегијата за развој на одржлив туризам 2021 – 2025.

При подготовката на Планот за управување и на оваа стратегија беше заклучено дека постојат четири основни сегменти од кои зависи развојот на туристичкиот сектор во НПГ, и тоа: (1) ефикасни институции и способни и компетентни луѓе; (2) функционална, современа и реновирана инфраструктура; (3) дефинирана и проширена туристичка понуда и (4) ефикасна промоција. Врз основа на овие сегменти беа развиени следните четири стратешки области, и тоа:

1. Развој на човечки и институционални капацитети;
2. Туристичка инфраструктура;
3. Туристичка понуда;
4. Маркетинг.

Стратешките цели ги трансформираат стратешките прашања и проблеми во одредена стратешка област во насочени и планирани процеси на постигнување на посакуваните резултати за нивно отстранување. Целите постигнати низ специфично дизајнирани и насочени активности имаат намера да извршат позитивни влијанија и промена на состојбата со која се карактеризира туристичкиот сектор во НПГ во моментот.

Мерките кои се предлагаат во оваа Стратегија се специфично изработени врз основа на стратешките цели и тие претставуваат активности кои се клучни во процесот на преземање конкретни активности за постигнување на целите на Стратегијата. Тие, исто така, се конзистентни со стратешките цели и се дизајнирани истите да ги операционализираат. Секоја стратешка цел има дефинирано неколку мерки. Секоја мерка ќе биде постигната преку имплементација на серија активности (акции) кои се дополнително дефинирани во Акциониот план.

Стратешките цели и стратешките области се меѓузависни и наложуваат координирано и парцијално дејствување во сите четири области со цел да се постигне видлив и значителен ефект за релативно брзо време.

ЈУНПГ ќе ја постигне својата визија за развој на туризмот фокусирајќи се на реализација на следниве стратешки приоритетни цели:

Развој на човечки и институционални капацитети

финирањето на стратешките цели и соодветните мерки во оваа област е направено за да се подобри институционалната основа и да се зајакне човечкиот капацитет како клучен предуслов за имплементација на Стратегијата. Во НПГ, иако официјално постои организациона поставеност за развој на одржлив туризам, сепак во изминатиот период не беа преземени конкретни активности за иницирање и водење на процесот на развој на ваков тип туризам од страна на ЈУНПГ, како установа одговорна за управување со националниот парк. Исто така, постоечките човечки ресурси во сите три сектори (јавен, приватен и граѓански) кои работат во оваа област не ги поседуваат посакуваните знаења и вештини за обезбедување поддршка на туристичкиот сектор и директни зафати во него за подобрување на неговата позиција и перформанси. Затоа, стратешките цели треба да дејствуваат на институционално и организациско зајакнување на сите субјекти кои имаат влијание врз туризмот, заради нивно подобро поврзување, вмрежување и соработка во домените на дизајнирање на туристички производи, понуда и управување со истата. Институционалното и организациско зајакнување и управувањето со туристичката понуда и дестинации е возможно само доколку се подобрат и капацитетите на човечките ресурси за управување и обезбедување услуги.

Следните стратешки приоритетни цели и соодветни мерки се предвидени, со цел остварување на целта на оваа Стратегија:

Табела 3: Стратешки цели и мерки за развој на човечки и институционални капацитети

Стратешка цел 1: Зајакнување на институционалните капацитети за управување со НПГ како туристичка дестинација.	<ol style="list-style-type: none">1. Подобрување на институционалните капацитети за управување со туристичката дестинација НПГ.2. Унапредување на соработката и поддршката на засегнатите страни во туристичкиот сектор.3. Развивање на јавна свест кај вршителите на дејност за значењето на НПГ во развојот на туризмот.4. Развивање на јавна свест кај локалните самоуправи за уделот на НПГ во локалниот економски развој.
Стратешка цел 2: Развивање вештини и знаења кај работната сила за потребите на туристичкиот сектор во НПГ.	<ol style="list-style-type: none">1. Јакнење на човечките капацитети на ЈУНПГ за развој на туризмот во НПГ и едукација на останатите чинители.2. Јакнење на човечките капацитети во туристичкиот сектор од аспект на познавање на НПГ и нејзините вредности.3. Градење на капацитетот на населението во НПГ за развој на туризмот од аспект на познавање на НПГ и нејзините вредности.

Туристичка инфраструктура

Стратешките цели за туристичка инфраструктура се дизајнирани врз основа на прашања кои се однесуваат на идентификуваните проблеми и слабости во оваа област. Следствено, разрешувањето на проблемите поврзани со инфраструктурата, нејзината функционалност и нејзиното одржување е втор предуслов за развој на одржливиот туризам во НПГ, бидејќи функционалната и современа, но и редовно одржувана инфраструктура игра значајна, ако не и главна улога во привлекувањето на посетителите. Формулирањето стратешки цели е во насока на дефинирање мерки и активности со кои ќе се подобри туристичката инфраструктура, и тоа во делот на пристапот и мобилноста на туристите и општиот изглед и капацитет за прифат на туристи на туристичките атрактивности. Исто така, предвидено е да се воспостават континуирани активности за одржување на инфраструктурата со што ќе се осигура нејзина функционалност. Притоа туристичката инфраструктура да биде втемелена врз локалните автентични вредности и заштита на културното наследство, а нејзиниот развој со ништо да не предизвика нарушување на животната средина и намалување на квалитетот на природните ресурси.

Табела 4: Стратешки цели и мерки за развој на туристичка инфраструктура

Специфична цел 1: Овозможување подобар пристап и движење (мобилност) на посетителите во НПГ.	5. Обезбедување и одржување пристап до туристичките атрактивности во НПГ 6. Обезбедување и континуирано одржување на туристичка сигнализација.
Специфична цел 2: Обезбедување соодветни информативни и комунални капацитети за различни намени.	1. Изградба и реконструкција на информативни капацитети во НПГ. 2. Изградба на нова и реконструкција на постоечката комунална инфраструктура на туристичките локалитети во НПГ. 3. Обезбедување интернет пристап на некои локалитети, засилување на мрежно мобилно покривање и изградба на мала инфраструктура за безбеден и удобен престој.
Специфична цел 3: Инфраструктурно уредување и одржување на туристичките локалитети.	1. Изградба, реконструкција и одржување на туристички локалитети.

Туристичка понуда

Стратешките цели поврзани со создавање и дефинирање на препознатлива, современа и интересна туристичка понуда се одговор на проблемите и слабостите поврзани со овој значаен елемент од кој зависи туристичкиот развој на регионот. Имено, имајќи ги предвид сите природни и културни карактеристики, како и дезигнациите со кои се карактеризира НПГ, сепак тоа не е доволно за да се изврши привлекување на нови посетители, но и да се мотивираат повторувачки посети на НПГ. Со други зборови, туристичката понуда претставува составен дел од туристичкиот систем и таа го опфаќа туристичкиот производ како свој најважен сегмент, преку кој се претставува и позиционира на пазарот. Туристи, пак, имаат разновидни мотивации и потреби. Од тука, производите во современиот туризам треба да се јавуваат во многу облици. Анализата укажува дека во НПГ не постои доволно современа и интересна туристичка понуда. Досегашната пракса по однос на туристичката понуда може да се претстави како некоординирана и неорганизирана активност во формирањето на туристичките производи и понуда. Од аспект на заедничка, регионална понуда, пракса и не постои. Сето ова доведува до негативни случувања во туристичкиот сектор што резултираат со бавен развој. Долгорочното планирање на развојот на туризмот ја наметнува потребата за создавање туристичката понуда преку зголемување на бројот и видот на туристички производи и подобрување на нивниот квалитет.

Создавањето на разнообразна, современа и интересна туристичка понуда во НПГ е третиот предуслов за развој на туризмот.

Табела 5: Стратешки цели и мерки за развој на туристичка понуда

<p>Специфична цел 1: Развивање туристички производи и понуда кои ќе ги привлечат новите и старите посетители.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поддршка на засегнатите страни во развојот на туристички производи во НПГ. 2. Развој на туристички производи врз основа на природното наследство во НПГ. 3. Развој на туристички производи врз основа на културно-историското наследство во НПГ. 4. Развој на туристички производи врз основа на традициите во НПГ. 5. Дизајнирање на туристички пакети во НПГ.
<p>Специфична цел 2: Оптимизирање на заедничката корист на населението и бизнис секторот преку одржливиот туризам.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обезбедување интегрална заштита на природното и културното наследство. 2. Градење на туристичкиот ланец на вредности во НПГ преку различни видови туризам.

Маркетинг

Формулирањето на стратешки цели во стратешката област маркетинг е резултат на ставовите и резултатите добиени од работата на установата во полето на туризмот во изминатиот период. Исто така, овие цели се базираат и на размената на искуства со други заштитени подрачја кои се слични со НПГ, или пак имаат или имале сличен тек на развојот на туризмот. Сето тоа е комбинирано со цел да се изнајдат одржливи решенија со кои ќе се подобри ситуацијата во делот на маркетингот и промоцијата на регионот и неговата туристичка понуда, без притоа да се наштети на природното и културно наследство. Имено, имајќи предвид дека Галичица е веќе етаблирана дестинација на туристичкиот пазар, денес предизвикот би вклучувал и да се одреди соодветен максимум на активности кои би значеле континуиран развој на туризмот, но и зачувување на областа. За таа цел, потребни се мерки со кои ќе се утврди капацитетот на издржливост на НПГ, или пак на делови од НПГ кои се најпосетувани. ЈУНПГ, како одговорна институција за управување со ова заштитено подрачје не смее да се доведе во ситуација заради масовниот и интензивен туризам, да се доведат во опасност импресивните природни и културни вредности на Паркот. Понатаму, базирано на резултатите од овие анализи, за позиционирање на пазарот туристичкиот производ треба да биде анализиран и врз база на направените анализи треба да се преземат добро осмислени и креативни промотивни акции за негово пласирање. Тука треба и да се согледаат можностите за креирање бренд од одредени туристички производи. Бидејќи истото придонесува туристичкиот производ или дестинација да бидат препознатливи на пазарот. Досегашната пракса укажува дека во овој дел работите се случуваат стихийно. Потребно е да се обезбедат интегрирани решенија за промоција и маркетинг на регионот и неговите вредности. Исто така, потребна е идентификација на алатките и начините на промоција на туристичките потенцијали, содржините, производите и услугите кои ги има и нуди регионот. Дополнително, подобрениот маркетинг на туризмот во НПГ треба да понуди и соодветни и ефикасни решенија за промоција на автентичните вредности и можностите за одмор и рекреација кои регионот ги поседува, нудејќи начини за негово претворање во препознатлив регион за одмор и релаксација, но и посакувана туристичка дестинација. Следејќи ја филозофијата за идентификација на стратешките области, промоцијата на регионот и брендирањето на неговата автохтона понуда е четвртиот предуслов и сегмент кој треба да се задоволи за да се генерираат позитивни промени и резултати во развој на туризмот.

Табела 6: Стратешки цели и мерки за маркетинг

<p>Специфична цел 1: НПГ може да го издржи притисокот од посетителите без да се наштети на природните и културни вредности на паркот.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Спроведување активности за одредување на капацитетот на издржливост на НПГ и/или на места кои се под најголем притисок од посетителите.2. Резултати и препораки за правилно управување на НПГ во смисла на развој на одржлив туризам без штетно влијание врз природните и културните вредности.3. Адаптивно управување со локациите за посета базирано на резултатите од капацитетот на издржливост.
<p>Специфична цел 2: Креирање позитивна слика за НПГ како атрактивен географско-туристички простор и редовен целен маркетинг.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Целен маркетинг за туристичката дестинација на конкретни целни групи и туристи.2. Брендирање на туристички производи од НПГ.

Формирање туристички производи и услуги

Принципи на формирање туристички производи и понуди

Олеснителна околност во процесот на позиционирање на НПГ како интегрална туристичка дестинација претставува фактот што во овој случај може да се инкорпорираат сите изворни и изведени елементи на целокупната понуда на регионот, кои, со исклучок на географската распределба на две општини, генерално имаат хомогена и споива природа. Ваквите карактеристики овозможуваат да биде лесно да се направи интегриран туристички производ за целата територија на НПГ кој ќе биде препознатлив за целните групи за кои ќе биде наменет.

Природното и културното наследство на еден регион или област генерално претставуваат основа врз која во голем дел се темели туристичката понуда на тој регион или област. Во таа смисла, НПГ изобилува со разни содржини кои до сега беа недоволно или воопшто не беа презентирани, а нивната посетеност беше послаба или минорна. Од друга страна пак, заради традиционална препознатливост на одредени локации во НПГ, некои локалитети беа премногу посетени и со тоа изложени на ризик од наштетување од притисокот на посетата врз културните и природните вредности на односните локалитети. Следствено, земајќи ги предвид сите специфичности на НПГ, како и геопросторните, демографските, културните, природните и другите аспекти, еден од најсоодветните иницијални начини за туристичко активирање на одржлив начин на овој регион е преку воспоставување уникатни и препознатливи туристички производи базирани на веќе познатите и евидентирани природни и културни особености.

Во таа смисла, при дизајнирањето, организацијата, но пред се при реализацијата на рутите и турите кои треба да бидат вклучени во туристичката понуда, неколку препорачливи елементи за патувањето на посетителите треба да се земат предвид, со цел истото да се направи што попријатно и поинтересно. Следните препораки се неколку од овие аспекти кои треба да бидат земени предвид при креирањето на туристичките производи (тури и рути):

- Временски период или времетраење на една тура или рута;
- Оптимална должина на турата или рутата;
- Задржување на предвидените места, локации, обележја и слично;
- Тип на предвидени паузи за време на рутата;

- Тип на природна атракција, споменик или обележје кое се посетува;
- Атрактивноста на локацијата.

Во креирањето на оваа категорија на туристички производи мора да се земат предвид неколку важни репери во кои спаѓаат: можната природна вредност на локацијата, уникатноста, естетската вредност, архитектонска, историска или уметничка вредност, едукативна вредност, општествена вредност, реткост/репрезентативност, евокативност (дали се врзува со легенди, митови, приказни) и др.

Препорачливо е кога еднаш ќе се создаде одредена рута и/или тура, таа мора да има однапред строго зацртан итинерар од кој ретко има отстапувања. Во рамките на рутите и турите не се дозволени импровизации. Алтернатива на одредена дестинација може да има, но не е пожелно да се упатуваат луѓето кон друга локација освен кон онаа којашто стои во итинерарот. Факултативен излет може да постои само ако една рута/тура е составена од повеќе денови, но и во тој случај за секоја дестинација мора однапред да се знаат факултативните излети и да бидат создадени можности за нивна ефикасна реализација.

Исто така, треба да се има предвид дека треба да се развијат повеќе тури или рути кои посетителите може да ги практикуваат. Ова посебно се однесува за наменската замена на одредени рути кои се премногу оптоварени, а со цел заштита од несакани негативни ефекти од претерана посета и фаворизирање на одредена рута или тура.

Концепт за развој на одржлив туризам во НПГ

Концептот за развој на НПГ во претпознатлива туристичка дестинација, треба да биде насочен кон реализација на следните конкретни чекори:

Ефикасно и ефективно управување

При определување на одреден регион како туристичка дестинација, она што мора да се направи е да се создаде модерен и ефикасен менаџмент кој успешно ќе ги води објектите за сместување и другите објекти кои се опфатени во понудата на дестинацијата, како и развивање на вештини за успешен развој на селективните видови, кои се одлика на модерниот туризам. Поради тоа, од пресудно значење е да се поттикнат хотелиерите и туроператорите за усовршување на младиот туристички кадар. Она што е важно во угостителскиот сектор е континуираната едукација на туристичкиот кадар. Иако се смета дека вработувањето на сезонски работници може позитивно да се одрази на работењето, сепак треба многу да се внимава при вработување на сезонски работници кои немаат допирни точки со угостителската дејност, кое пак може да остави негативни последици врз развојот на туризмот во регионот.

Анализа за капацитет на издржливост во туризмот

Изработката на анализа за капацитет на издржливост во туризмот претставува интегриран пристап на утврдување на менаџментот со управувањето со посетителите во одредени подрачја во НПГ. Преку нејзиното изготвување ќе се утврди максималниот број на луѓе кои можат да го посетат Паркот како туристичка дестинација во исто време, без да предизвикаат уништување на физичките, економските, социокултурните аспекти на средината и без да предизвикаат неприфатливо намалување на квалитетот на задоволство кај посетителите. Анализата за издржливост ќе ги опфати физичкиот, социјалниот и економскиот аспект. Со нејзина реализација значително ќе се помогне понатамошното планирање на развојот на селективни форми на туризмот во Паркот.

Развој на туризам наменет за сите

При креирање на туристичка понуда во Паркот, треба да се има во предвид развојот на туризам кој е „наменет за сите“. Станува збор за сите потенцијални туристи, во кои спаѓаат и лица со посебни барања и потреби (инвалидитет, постари лица итн.). Тоа значи дека, потребни се посебни патеки, обележување на истите, парткинг простор и слично, наменет за овие групи на туристи.

Промоција на алтернативните форми на туризам

Алтернативните форми на туризмот се најбрзорастечкиот сегмент во туризмот на глобално ниво. Тоа значи дека, НПГ може да добие големи предности со развој на алтернативни форми и брендирање на традиционални производи од Паркот. За промоција може да се користат разновидни активности како организирање на нова манифестација, која би се одржала во месец мај и би го одбележала почетокот на туристичката сезона во градот Охрид.

Брендирање на туристички производи во Паркот

Во нашата земја веќе е изработен проект за брендирање на езерскиот туризам во Македонија. Овој проект опфаќа низа на специјализирани ексклузивни подароци и сувенири, под слоганот *All you need is love and the lake*. Имено, изработени се уникатни производи наменети за одмор покрај Охридското Езеро, како крпи за плажа, перничина, разновидни тефтери, подметки за чаши и слично со мотиви од Македонија и цитати од Петре М. Андреевски. Општина Дојран е правата општина која веќе ги користи изработените подароци со слоганот *All you need is love and Dojran*. Во таа насока, НПГ треба да преземе иницијатива за користење на овие брендирани парчиња со соодветен слоган, како на пример: *All you need is health, love and Galicica*, водејќи се од претходниот пример.

Поставување на информативни центри

Поставување на туристички информативен центар на места каде биле предвидени, а недостасуваат во чија функција треба да се воспостави телефонска инфо-линија за пријавување на неправилности и/или проблеми од областа на туризмот во Паркот. Во овој центар, туристите ќе добиваат информации за сместување и други корисни информации поврзани со туристичката понуда на НПГ, календар на настани и информации поврзани со НПГ, како дел од понудата за Паркот.

Сегментација на туристичкиот пазар на НПГ

Една од целите на секоја туристичка дестинација е да привлече што поголем број на туристи. За таа цел често пати прв начин на кој се класифицира или сегментира пазарот на посетители е на домашни и странски туристи. Често пати, управителите на туристичките дестинации изработуваат и имплементираат стратегии со кои се фокусираат на еден од овие два најчести сегменти на пазарот на посетители. Но, понекогаш управителите исто така може да се одлучат за управување со туристичката дестинација на начин на кој ќе се влијае врз двата сегменти подеднакво, периодично или на некој друг начин.

Критериум за сегментација на туристичкиот пазар во НПГ може да биде привлекување на нови сегменти на странски туристи. На овој начин ќе се изврши една поопшта сегментација, која не опфаќа само една земја на потекло, туку ги диференцира туристите во однос на тоа дали се домашни или странски туристи. На тој начин исто така преку диверсификација на потрошувачите ќе се намали и изложеноста на ризик на одредена група туристи која може драстично да се намали во текот на годините поради различни причини. Интересот за развој на туризмот во овој регион е долгорочна стабилност и раст на домашниот пазар, бидејќи приливот остварен од развојот на туризмот може значително да влијае врз развојот на економијата во нашата држава. Оваа целна група е доста значајна, бидејќи потенцијалот за привлекување на странски туристи во НПГ е голем, пред се поради специфичната понуда на овој регион како дестинација. Новите светски туристички трендови се поврзани со раст на туристички профили кои бараат нови, непознати, далечни и атрактивни дестинации, кои се зачувани, незагадени, безбедни, креативни и богати со култура и традиција, а токму тоа го нуди Галичица.

Во таа смисла, доколку како сегментација се земе критериумот странски туристи, потребно е туристичките пазари да се поделат на примарни, перспективни и нови пазари. При тоа сегментацијата на пазарот би изгледала вака:

- Примарни пазари за НПГ како туристичка дестинација се: Србија, Грција, Бугарија, Турција и Албанија, пред се поради малата оддалеченост, сличностите во културата и со некои

од нив и во јазикот. Во последно време во примарни пазари спаѓаат и Холандија и земјите од Бенелукс и покрај просторната одалеченост и разликите во јазикот и културата, но заради дадените добри услови и субвенции од страна на Северна Македонија за привлекување на туристи кои доаѓаат од овие држави;

- Перспективни пазари за НПГ како туристичка дестинација се: Германија, Австрија, Хрватска, Црна Гора, Чешка, Полска, Словачка, Романија и Италија;

- Нови пазари за НПГ како туристичка дестинација се: Кина и другите далечно источни држави (азиски пазар), Португалија, Австралија, Израел, Канада и Русија.

Следен чекор при сегментација на странските туристи е определување на целните групи и нивните карактеристики. Целни групи се групи на туристи кон кои ќе биде насочен фокусот на привлекување. Целни групи на кои ќе се фокусираат активностите во планскиот период на оваа стратегија вклучуваат:

- Туристи кои се љубители на планински туризам;
- Туристи кои се љубители на природата ;
- Туристи кои преферираат културни настани, фестивали и манифестации;
- Туристи кои го преферираат културното наследство и други традиционални вредности ;
- Туристи на кои верските објекти им се основа за патување ;
- Рекреативци и спортисти;
- Туристи кои сакаат да патуваат во далечни, нови и непознати туристички дестинации.

Понатаму, покрај овој вид на класификација на целниот пазар, потребно е да се наведат и останатите карактеристики на целниот сегмент, како на пример:

- Повозрасна клиентела (35-39, 40-49, 50-59, 60 и повеќе) ;
- Туристи со средно до високо ниво на приход и со голем потенцијал за потрошувачка;
- Возрасни туристи со над просечни примања (парови од 50 до 60 години) ;
- Еколошки свесни граѓани ;
- Лица кои имаат активен и динамичен стил на живот ;
- Лица кои рекреативно се занимаваат со некаква спортска активност;
- Лица кои имаат позитивен однос кон културно-историското наследство;
- Лица кои со задоволство откриваат нови содржини во дестинацијата и се запознаваат со локланото население .

Тематски туристички производи и понуди

Тематски туристички производи и понуди вклучуваат промоција, посета, разгледување и користење содржини, атракции и вредности кои се слични по своите карактеристики и својства, припаѓаат на една или повеќе слични категории. Такви се на пример туристичките производи само од областа на културниот туризам, или само од верскиот туризам или, пак, комбинација на производи и понуди од археолошки и верски туризам, комбинација од трекинг и планинарење и слично.

Во натамошниот текст се претставени туристичките производи и понуди на најзастапените и најперспективни видови туризам во НПГ.

Развој на здравствен туризам

НПГ благодарение на своите климатски особености има терапевска вредност. Од климатските фактори и елементи кои влијаат на терапевтските ефекети, најважни се деноноќните температурни осцилации на воздухот, траењето на годишната инсолација и јачината на луминозност, како и деноноќните струења на воздухот. Ваквите климатски карактеристики и избалансираните температури имаат смиравувачко дејство врз лицата кои престојуваат на територијата на паркот.

Годишната инсолација (осветленост) изнесува 2300 часови, а јачината на осветленоста со своето стимулативно дејство резултира со регионални услови за хелиотерапија. Постојаните струења на воздухот, го зголемуваат кожното испарување и на тој начин влијае врз зголемување на амплитудите на дишење. На овој начин се активираат кожните функции и погодно влијаат врз крвните садови на

кожата. Влажните ветрови од езерото во исто време го смируваат нервниот систем и ја намалуваат или олеснуваат состојбата кај бронхитичарите.

Од сите наведени карактеристики на НПГ може да се заклучи дека, постојат одлични можности за развој на здравствениот туризам во овој регион.

Освен овие карактеристики на Паркот, како основа или предуслов за развој на здравствениот туризам во Охрид, е присуството на двете специјализирани здравствени установи, Заводот за превенција, лекување и рехабилитација на кардиоваскуларни заболувања “Свети Стефан” и Специјалната болница за ортопедија и трауматологија “Свети Еразмо”. Податоците од Заводот за превенција, лекување и рехабилитација на кардиоваскуларни заболувања “Свети Стефан” говорат дека, во текот на една година, се регистрираат околу 17 илјади прегледи, од кои околу 150 се прегледи направени на странски државјани. Најголемиот број се државјани од соседна Албанија. Бенефитите од развојот на здравствениот туризам може да бидат големи, посебно во правец на продолжување на сезоната, бидејќи овие пациенти доаѓаат во текот на целата година. Целна група за развој на здравствениот туризам во Охрид се државите од северозападна Европа, како Норвешка, Данска, Финска, Холандија, но и државите од Источна и Југоисточна Европа, Полска, Чешка, Романија, Турција. За таа цел, потребна е поголема афирмација на Паркот како дестинација која нуди одлични можности за здравствен туризам.

Развој на научен туризам

Паркот е препознатлив по изобилството од интересни и научно вредни факти како на пример високиот степен на биодиверзитет, ендемизам, геолошки карактеристики итн. Природните вредности на НПГ кои беа елаборирани погоре претставуваат одлична основа за интерес кај научниот свет за нивен мониторинг и анализа. Исто така, како и другите стари езера, така и Охридското Езеро, било населено од карактеристики од стариот терцијален свет, кои се со сосема поинаков состав од денешниот. Само за илустрација, НПГ е *locus classicus* за повеќе од 30 растителни видови што претставува основа за развој на научниот туризам во минатото, денес и во иднина. Поради изолираноста, некои од нив успеале да се зачуваат и до ден денес. Голем е бројот на зоолози, кои откриле голем број на дотогаш непознати риби и полжави, како и други непознати ендемични организми. Основната карактеристика на овој животински свет е нивната ендемичност, по која ова езеро се разликува од сите останати езера во светот. Преспанското Езеро се смета за сестринско езеро на Охридското. Поради неговата помала длабочина, ова езеро не успеало да зачува дел од реликтните организми кои го населувале во минатото, но несомнено сеуште се карактеризира како акватичен екосистем кој е интересен за проучување од страна на научниците.

Освен природните вредности, Паркот располага и со културно-историски вредности кои може да бидат основа за развој на научниот туризам. Поради извонредната убавина и универзалните природни и културни вредности и значење, градот Охрид и Охридското Езеро од 1980 година се впишани во листата на светското наследство на УНЕСКО.

Следствено, присуството на природните ендемични видови, извонредни културно-историски вредности и одржувањето на манифестации од научен карактер, говорат дека Паркот има огромен потенцијал за развој на оваа форма на туризам. На овие научни собири се презентирани разновидни трудви од учесници кои доаѓаат од повеќе земји како Србија, Бугарија, Црна Гора, Албанија, Азербејџан, Ерменија, Грција, Литванија, Романија, Турција, Велика Британија, Украина, Франција, Литванија и други.

Развој на културен туризам

Културниот туризам ќе биде од полза за НПГ бидејќи може да ја зајакне локалната економија, да ја унапреди заштитата на културното наследство, да ја зголеми потрошувачката на посетителите, да обезбеди вработувања, да ја зголеми гордоста и свеста на локалното население за наследството што го

поседува и културниот туризам може и да предизвика штета од зголемена посета, прекумерна употреба, несоодветна употреба на заштитеното културно наследство без да се води сметка за вредноста, што може да доведе до трајно оштетување. За таа цел, според концептот на развој на одржлив туризам е предвидена изработка на студија за издржливост со која ќе се намалат ризиците од ваква несакана појава.

Стратегијата е во согласност со четирите цели на културниот туризам: културното наследство да биде достапно за јавноста, локалното население и посетителите; да се развијат и вршат туристички активности со почитување на културното наследство, локалните култури и начин на живеење; да се создаде дијалог и рамнотежа помеѓу конзерваторските интереси и туристичката индустрија за важноста на културното наследство, вклучувајќи ја потребата од постигнување одржлива иднина за нив; и да се придонесе за долгорочна и внимателна употреба на културното наследство преку донесување стратегии, заштита и конзервација.

Производите на културниот туризам денес можат да се вбројат меѓу самостојните мотиви за доаѓање на туристите во Паркот, бидејќи претставуваат битна содржина за туристичкиот престој. Траги на богата материјална култура откриени до денес во поширокиот Охридски Регион, укажуваат на фактот дека, овој регион низ еден непрекинат континуитет, претставува духовно и културно жариште, па со право може да се каже дека овој регион има улога на културно уметничка ризница. Во градот како и во неговата околина се наоѓаат голем број на споменици на културата кои претставуваат дел од антропогените туристички вредности, кои го прикажуваат богатиот културен спој на ова поднебје.

Територијата на светското културно наследство на Охрид претставува интегрално добро од наследените природни и културни вредности во кои разновидното и богато архитектонско наследство е прошарено со природата и е неделиво од неа. Заради тие карактеристики, целото заштитено подрачје претставува и категорија на културен пејзаж, во кој нераскинливо се поврзани историјата, континуитетот на културната традиција и општествените вредности.

Рибарските населби Трпејца и Пештани се карактеризираат со оригиналниот начин на лоцирањето покрај брегот од езерото, како сведоштво за начинот на живот и културата на живеење во крајбрежниот простор.

Постигнатата складност помеѓу градбите и природното опкружување во заштитеното подрачје на Паркот, настанале како резултат на долгата традиција на живеење на овие простори во повеќе човекови дејности. Во погодната клима во текот на сите епохи на минатото рационалноста, креативноста и знаењето наоѓале погодна почва за создавање и усовршување.

Во близина на Билјанините Извори, во месноста Студенчишта, сочувани се остатоците на ранохристијанска базилика која, според досегашните истражувања потекнува од V-VI век. На нејзините подни мозаици, во кружни медалјони, среќаваме претстави на долгоноги птици, претставени во резервирани движења и, што е можеби и најзначајно за овој регион, претстави на риби во вода. Мотивот на рибарски јазол, како и орнаментот во форма на рибини крлушки на мозаиците во некои градби од доцната антика и ранохристијанскиот период во овој регион, зборуваат за риболовот како едно од најстарите занимања на овој народ како и за богатството на езерото со риба.

Голем Град покажува една долга хронологија на живеење или престој на човекот на тој простор, почнувајќи од почетокот на првиот милениум пред н.е. па сè до средниот век. Островот, со површина од 22 ха, претставува пространа карпа која се издига на 30 м од површината на водата. Се наоѓа на тромеѓето помеѓу Македонија, Албанија и Грција. Најстарите артефакти од керамички садови и камено оружје укажуваат на присуство на неолитскиот човек. Подоцна во доцнобронзеното и раножелезното време престојот на островот е поинтензивен, најверојатно поради рибарење. Но, во раноантичката епоха, почнувајќи од IV век пред н.е., очигледно тука постојано се живеело. Малата селска населба, која припаѓала на македонското племе Орести, посебно ќе заживее во периодот од IV до I век пред н.е. Од тоа време се констатирани погребувања со наоди од златен и сребрен накит, од оружје и монети.

Населбата од III и II век е сместена во централниот простор на островот помеѓу средновековните цркви “Свети Димитрија” и црквата “Свети Петар”. Куќите биле градени од дрво и кал, односно сидните платна се изведувани од преплет на гранки од фоја која расте во просторот на Преспа, покривани со слама, кој манир на градење ќе се зачува до средината на минатиот век кај населбите на брегот на езерото. Куќите биле покривани и со тегули, откриени при ископувањата. Во римската епоха животот продолжува со градење на куќи со камен и малтер, кои се сега поставени во јужниот дел од островот, посебно од 4 век, па натаму. Близу до нив во тоа време е изградена цистерна, потпрена на карпите од југоисточниот раб на островот. Изградена во камен и хидрауличен малтер, таа се полнела со дождовница преку каналите кои биле вградени во северниот сид на градбата. Населението во римско време ги прифатило достигнувањата на новата цивилизација.

Во ранохристијанската епоха изградени се двете цркви. Од сакралните градби посебно се истакнува еднобродната базилика со нартекс и бочни анекси, која била декорирана и со мозаик, поставен пред главниот влез на олтарот.

Од средниот век населбата не се обновува. Во тоа време се одвива монашки живот и интензивно градење на цркви, шест на број до сега откриени и проучувани, вклучувајќи ги и двете ранохристијански. Најзачувани се ансамблиите од црквата “Свети Петар”.

Заливот на коските на Охридското Езеро претставува атрактивен музејски комплекс насловен како Музеј на вода во чии рамки влегуваат повеќе содржини како, претпоставена реконструирана наколна населба на локалитетот Плоча Миќов Град, на дрвена платформа поставена на дрвени колци закачени на дното од езерото, римски каструм кој е конзервиран, реставриран и презентиран на највисокото плато од ридот Градиште, пристапен рустичен објект од камен со музејски витрини и рустичен објект за реализација на подводен туризам. Според археолошките подводни истражувања на овој локалитет, се претпоставува дека Наколните населби биле правени на платформи, кои стоеле на дрвени колци забодени на дното на езерото. На тие наколни платформи се наоѓале куќите на праисториските луѓе, кои со подвижен мост биле споени со брегот. Жителите на овие населби се занимавале најмногу со риболов, но и со земјоделство и лов. За ова говорат разните пронајдени садови и предмети од керамика и камен. Надводните наколни живеалишта се специфични за праисторискиот период и во Македонија ги имало на многу места, односно секаде каде што имало вода (езеро или мочуриште).

Боите на ова топло поднебје се содржани во богато извезените и со срма и мониста украсени народни носии. Денес локалните жители, ги облекуваат народните носии само во ретки свечени прилики, но затоа пак може да се видат при настапите на локалните фолклорни ансамбли или во музејските збирки во Охрид.

Може да се потврди дека Паркот располага со голем број на фактори кои може да се искористат во насока на развој на културниот туризам. Поради тоа, од клучна важност е презентацијата на културно-историското богатство и создавање на културни атракции. За да може овој регион да ги искористи своите потенцијали, освен промоција на културните производи, нивно брендирање и позиционирање на пазарот, потребни се и низа други активности како, обновување на поединечни објекти, уредување на фасади и уредување на просторот, плоштади, крајбрежје на Охридско Езеро итн., за да се комплетира сликата на овој регион како културна дестинација и да се создат услови за развој на нови културни содржини, пример нови манифестации, музеи, фестивали, бидејќи на овој начин, односно со унапредување на развојот на културниот туризам, значително ќе се продолжи сезоната, која е концентрирана само во летните месеци од годината, како што веќе беше истакнато погоре.

Развој на религиозен – манастирски туризам

За разлика од другите региони во светот, во НПГ, па и на ниво на цела држава, верскиот туризам скоро и воопшто не е анализиран како можен сегмент за развој на одржлив туризам. Воопшто земено, верскиот туризам најмногу се манифестира преку посета на цркви и манастири, сместување односно преспивање во манастирски конаци. Иако, Паркот располага со бројни цркви и манастири, кои имаат

голема културно-историска вредност, а со тоа се значајни туристички мотиви, досега во правец за нивно туристичко вреднување и промовирање скоро и да не се преземени некои големи или значајни чекори. Соседните држави, пример соседна Србија и Српската црква имаат своја туристичка агенција „Добročинство“, која успешно го организира и спроведува верскиот туризам. Имајќи предвид дека Охридскиот Регион е „библиска земја“ кој располага со голем број на верски објекти, треба да се направи повеќе во промоција на овој регион како дестинација на верски туризам. Со доаѓањето на првите македонски просветители Климент и Наум во Македонија, по бреговите на Охридското Езеро почнуваат да се градат многубројни цркви и манастири. Во тој правец, еден од главните адути со кој Паркот ќе привлекува домашни и странски туристи, треба да бидат црквите и атрактивните манастири. Со развој на оваа селективна форма на туризам, ќе се привлече „повозрасната“ клиентела, која е многу значајна за развој на туризмот, бидејќи оваа група спаѓа во туристи кои остваруваат најголема потрошувачка при посета на одредена дестинација.

Во продолжение се дадени информации за црквите и манастирите кои може да престатвуваат фактор за развој на одржливиот туризам во НПГ, преку развој на верски туризам.

Манастирски комплекс Свети Архангел Михаил – Свети Наум

Црквата посветена на архангелите изградена е на висок стрмен брег, обиколена од сите страни со манастирски конаци и трпезарија, освен од јужната страна каде се отвора прекрасен видик кон езерото. Источно од манастирот, во неговата непосредна близина, широко се разливаат обилните извори на извориштето Свети Наум. Навистина импресивна е глетката на бистрите и студени води кои се влеваат во водите на Охридското Езеро, на малите острови обраснати со бујна вегетација кои се формирани околу изворите на реката. Свети Наум ја избрал оваа тивка и благородна природа за свое живеалиште, место од каде што ја развил племенитата мисија за просветување на човекот. Свети Наум Охридски црквата ја подигнал во 900 година и им ја посветил на светите архангели Михаил и Гаврил. Во 910 година, по смртта, свети Наум бил погребан во малата капела во црквата. Капелата е украсена со прекрасни фрески со сцени од животот и чудата на свети Наум. Подоцна, во времето на турското владеење, црквата била целосно разурната. Денешната црква била изградена во неколку фази во периодот помеѓу XVI и XVII век врз темелите на старата црква. Во црквата денес не е сочувана фреско-декорацијата од X век, а постојните фрески биле насликани во 1806 година. Друг карактеристичен елемент во црквата е нејзиниот иконостас во позлатена резба, изработен во 1711 година.

Манастирски комплекс Света Богородица Захумска – Заум

На источниот брег на Охридското Езеро, во непосредна близина на рибарското село Трпејца, се наоѓа манастирскиот комплекс “Света Богородица-Захумска”. Лоцирана е на самиот брег од Охридското Езеро, додека во позадината на манастирот се издига стрмен карпест терен кој овозможува овој комплекс да изгледа уште поубаво. Манастирската црква се наоѓа во средината на овој комплекс. Манастирската црква претставува прекрасно архитектонско остварување, со педантно изведена фасадна декорација, елегантни пропорции и нагласена висина.

Ктиторскиот натпис над влезот во наосот кажува дека таа била подигната и украсена со фрески во 1361 година. Ктитор на црквата бил ќесарот Гргур, а патрон на нејзината внатрешна декорација деволскиот епископ Григориј, една од највлијателните личности на Охридската архиепископија од средината на XIV век. Црквата е изградена во форма на впишан крст во правоаголник и има нагласена висина по што се издвојува од постарите архитектонски решенија на црквите од охридскиот круг. Над централниот дел има купола, потпрена на четири столбови, а на источната страна тристрана апсида. Во времето на нејзината изградба црквата имала и нартекс на западната страна.

Фреско-декорацијата во црквата “Света Богородица-Захумска” е доста оштетена, но сепак зазема значајно место во охридската уметност од XIV век бидејќи нејзините творци, покрај тематските карактеристики и традиции на охридското сликарство, овде ги презентирале и новите струења во византиската уметност од тоа време. Непознатите сликари на овие фрески го покажале нивниот рафиниран вкус и чувството за нарација во композициите, а колоритот е жив со светла колористичка

гама. По овие карактеристики сликарите на црквата “Света Богородица-Захумска” се издвојуваат од нивните современици кои работеле во Охрид, но својата уметничка наобразба ја стекнале најверојатно во уметничките работилници во Солун.

Пештерна црква Свети Стефан

Црквата Свети Стефан, во месноста Панцир, е сместена во дупкана карпа високо над Охридското Езеро, на околу 5 км на патот од Охрид кон Свети Наум. Црквата е најверојатно постара, но внатрешната декорација била изведена во XV век. Фреско-сликарството на оваа црква поседува високи уметнички квалитети но, за жал, оштетено е во голема мера. Богородица со Христос како и некои од црковните отци како свети Василиј Велики, свети Јован Златоуст и свети Атанасиј Александриски се некои од сочуваните сликани претстави во оваа црква. На северниот ѕид се уште насликани и композицијата на Деисисот и фигурата на света Петка, додека патронот на црквата, архиѓаконот Стефан е претставен во нишата на проскомидијата.

Пештерна црква Света Богородица Пештанска

Црквата Света Богородица се наоѓа во карпите на источниот брег на Охридското Езеро, близу населбата Пештани. Внатрешноста на црквата е во целост покриена со фрески кои се добро сочувани и може да се датираат во средината на XIV век. Фреско-декорацијата е изведена директно врз нерамната површина на карпите и сцените се прилагодени на нивниот облик. Помеѓу најзначајните композиции се сцените од Големите Празници: Благовештение, Рождество, Сретение Христово, Крштевање, Влегување во Ерусалим, Распятие, како и претставите на светите војни и лекари и најпочитуваните светители во Охрид, светите Климент и Наум Охридски.

И покрај големата влага во пештерата што предизвикува доста оштетувања на фреските, ова е најголемиот фреско ансамбл сочуван во некоја од пештерните цркви на бреговите на Охридското Езеро.

Црква Успение на Богородица- Велестово

Црквата Успение на Богородица се наоѓа во центарот на с. Велестово. Станува збор за мала, еднокорабна градба со полуоблест свод и тристрана апсида на источната страна, а како материјал за градба е употребен кршен и делкан камен. Пред повеќе години оригиналните фрески во нејзината внатрешност биле премачкани со нов слој слики, но притоа е почитуван стариот распоред на претставите и иконографската концепција останала ненарушена. Конзервација на архитектурата и живописот на црквата е извршена во 1966 година при што се откриени и неколку натписи испишани со старословенско писмо. Живописот во црквата е изведен во две фази. Првата, започнала во месец мај 1444 година, а фреските настанале со залагање на попот Ѓорѓи, и повеќе други ктитори чии имиња се споменуваат во едниот од натписите. Според вториот натпис, што се наоѓа над западниот влез, декорацијата на храмот е довршена во втората фаза, изведена во 1450/51 година. Во натписот се споменуваат повеќе ктитори, а посебно важен е податокот дека, во времето на завршувањето на декорацијата во велестовската црква, на чело на Охридската архиепископија се наоѓал архиепископот Никола.

Зографите од првата фаза на украсувањето на црквата, веројатно двајца, во целина оставиле подобро сликарство со помирен и посигурен цртеж. Тие се претставиле како доста зрели творци, што не може да се каже и за сликарот или сликарите од втората фаза. Првата фаза покажува континуитет на сликарството што се негувало во Охрид, додека втората фаза покажува дека воопшто не бил значаен квалитетот и уметничките знаења на зографот, туку едноставно било важно да се доврши живописувањето на црквата. Во горните зони на ѕидовите се насликани сцени од големите празници, а пред самиот иконостас е насликана Богородица со Христос во рацете. Веднаш до неа се свети Никола, свети Климент Охридски и света Марина, а на северниот ѕид се насликани светите војни Теодор Стратилат на коњ, Прокопиј, Меркуриј, Димитриј и Свети Георгиј.

Развој на гастрономски туризам

Покрај обидите да се зачуваат природните и културните ресурси, архитектурата и убавините кои ги нуди Паркот, треба да се негува и култот кон храната, која не може да се сретне на друго место, освен во охридскиот крај. Гастрономската понуда на Охридскиот Регион е богата со традиционални и едноставни рецепти, со оригинален и неповторлив вкус и тоа е она што ја карактеризира традиционалната охридска храна. Таа се состои од здрави намирници кои се застапени на поднебјето во Паркот. Овој регион има можност за развој на здрава органска храна која претставува тренд во современите земји во светот. Во Паркот е развиена цела низа на национални ресторани кои имаат можност концепциски, стилистички и професионално да ги услужат своите гости со традиционалните јадења.

Основата на традиционалната охридска трпеза е езерската риба, која од секогаш била и ќе остане традиционална храна на локалното население. Може да се приготвува на различни начини. Една од нив е охридската пастрмка, која е највкусна кога е подготвена на стар начин, во земјена тава, како што велат на охридски начин со многу кромид и толчени ореви. Јагулата е уште еден рибен специјалитет, која може да се најде на бреговите на Охридското Езеро, приготвена во земјена тава со многу масло и рузмарин. Тајната, пак на вкусната рибна чорба е нејзината подготовка од икрата на рибата.

Некои од познатите традиционални специјалитети на пример ѓомлезе или питулици, се приготвуваат се уште на стар начин, како што се пренесувале со генерации, уште од периодот на владеењето на Османлиите во овој крај. Меѓу највкусните специјалитети кои секогаш се наоѓаат на трpezата на странските посетители, како што говорат угостителите се охридскиот чомлек, од телешко или свинско месо приготвено во грне, најтрадиционално ѓомлезе, кое се прави само со брашно, сол и вода. Постарите жители раскажуваат дека во турско време, кога на гости кај некое семејство ќе дојделе турски аги, домаќините немале со што да ги послужат. Домаќинките морале да се снајдат со состојките кои ги имале на располагање, а тоа биле само брашно и сол. Така произлегло ова јадење, кое ја одржало традицијата со векови. Ѓомлезето има најголема традиција во овој крај и поради тоа постои натпревар за негова подготовка. Овој традиционален специјалитет се приготвува ширум Паркот, но се смета дека е највкусен во Трпејца. Во рачниот прирачник, за храна и пијалоци на *Macedonia-Timeless*, ова вкусно јадење влегува помеѓу 8-те најпознати традиционални јадења во Македонија.

Помеѓу традиционалните јадења е и охридскиот варен ѓеврек, како и традиционалните охридски слатки, кои исто така потекнуваат од периодот на владеењето на Турците. За разлика од оние рецепти кои се пренесени и во останатите градови низ Македонија, охриѓани научиле неколку рецепти за слатки, кои како тајна се чувале, а се карактеристични само за овој крај, како традиционалната слатка шеќерпаре, шампитата и кремпитата, старите рецепти на тулумби, баклави, кадаиф и сутлијаш.

Ракијата и виното кои се произведуваат во охридскиот крај, се познати по квалитетот. Затоа се и најбарани кај купувачите. За западниот крај на Република Северна Македонија познато е дека се произведува типична домашна ракија со висок степен на алкохол. Таа е појака, природна, варена од грозје или од сливи. Треба да е доста лута, за веднаш да се препознае, што е типично за овој регион. Таа се зачинува со анис, нане или други лековити тревки, така што покрај аромата таа добива и лековити својства.

Од наведеното може да се заклучи дека, во Паркот може да се идентификуваат неколку производи кои имаат потенцијал да се заштитат и да станат бренд на Паркот. Тоа се охридската пастрмка, рибјата чорба, ѓомлезе, охридски чомлек, охридскиот варен ѓеврек и охридската ракија. Сите овие производи се автентични за Паркот и истите треба многу почесто и понагласено да се најдат на регионалната трпеза кога станува збор за гастрономската понуда и формирањето на гастрономските туристички производи. На таков начин ќе се потенцира посебноста и спецификите на Паркот и ќе се подобри неговата конкурентност. Угостителите ќе дефинираат и понудат нови локални јадења и ќе ги реафирмираат старите и подзаборавени јадења приготвени во овие краишта, со што ќе се зголеми нивната конкурентност преку понуда на автохтони и специфични специјалитети.

Развој на конгресен туризам

Големите општествени и стопански процеси кои се случуваат во светските општествени и стопански системи, ја наметнуваат потребата од одржување на состаноци како основна форма за комуникација. Во таа насока, како нова појава во современото туристичко стопанство се јавува брзиот пораст на деловното патување, при што пазарот на деловни состаноци доживува експанзија. Исто така треба да се истакне дека конкурентноста на полето на деловното патување според Индексот за конкурентност на Република Северна Македонија беше низок. За оваа форма на туризам, погоден град во нашата земја е Охрид. Знаејќи дека конгресниот туризам е меѓу најпрофитабилните форми на алтернативен туризам, а со самото тоа дека Охрид е нашиот најразвиен туристички центар кој нуди најголем број сместувачки капацитети, тој е најпогодното место за одржување на разновидни состаноци или други собири. Имено, конгресниот туризам од една страна само ја надополнува и продолжува туристичката сезона, а од друга страна пак, природните и антропогени мотиви ја збогатуваат привлечноста на овој простор за развој на овој туризам. Според менаџерите на хотелите во Охридскиот Регион, сè повеќе се вложува во конгресните капацитети, кои и во време на зимскиот период би го одржале својот континуитет во однос на посетата на гостите. Според интернет порталот на списанието од Словенија „Конгрес“, градот Охрид се наоѓа на топ-10 листата на конгресни дестинации во Југоисточна Европа.

Дел од хотелите се наоѓаат во НПГ и нудат можности за организирање на конференции и меѓународни конгреси, деловни состаноци и промоции, опремени со најсовремена аудиовизуелна опрема и соодветни мултимедијални системи со капацитет од 300 до 700 учесници. За најопремени хотели со најсовремена опрема за организирање на разни собири се издвојуваат следните хотели:

- Хотел “Инех – Горица”, кој располага со 5 ВИП апартмани, 150 соби, 3 сали за семинари и 1 конгресна сала со 100 седишта,
- Хотел “Гранит” – Охрид, располага со 2 конгресни сали со капацитет од 120 до 300 седишта и
- Езерскиот комплекс “Метропол”, располага со 1 претседателски апартман, 5 апартмани, 200 соби, 10 конференциски сали, меѓу кои најголемата е конгресната сала со капацитет од 360 седишта и површина од 500 м².

Развој на други алтернативни понуди

1.1.1.11. Пешачки, велосипедски и планинарски патеки

Паркот нуди обележани пешачки, велосипедски и планинарски патеки. Патеките може да водат до селото Велестово, до месноста Крстец, од каде се протега прекрасен видик врз големото карстно поле Гафа и најголем дел од масивот на планината Галичица или до еден од највисоките врвови на Галичица - Магаро.

Во последните неколку години, се забележува значајна промена во поглед на барањата на посетителите. Секоја година се забележува тренд на зголемување на бројот на посетители кои уживаат во активности на отворено.

Врз основа на информациите добиени од посетителите во изминатиот период, познато е дека туристите се заинтересирани за подобрување на инфраструктурата поврзана со патеките како и информации поврзани со клучните природни вредности на Паркот.

Подобрувањето на инфраструктурата за посетители преку ревитализација на планинарските патеки се предуслов за зголемување на атрактивноста на подрачјето.

Според спроведените истражувања во рамки на различни проектни активности наведено е дека во регионот постои недостаток од производи и атракции кои се соодветно насочени кон зголемување на понудата за активности на отворено. Имено, еден од главните недостатоци во поглед на производите и атракциите и немањето на соодветна понуда за активности на отворено, вклучувајќи ги тука пешачењето, планинскиот велосипедизам, планинарењето и слично. До сега, евидентно е дека ваквите

активности се посакувани од страна на организираните посетители и/или индивидуалните туристи, но честопати квалитетот на понудата не соодветствува со нивните очекувања, па ниту пак со реалните околности и услови кои НПГ може да ги понуди. Како главна причина за ова може да се наведат немањето на соодветна инфраструктура од патеки.

Треба да се истакне дека вкупната должина на пешачките патеки низ Паркот се околу 202,6 км. Секако не сите од нив се подеднакво посетени и атрактивни за туристите. Преку истражување на мислењето од минатото, би се пристапило кон дефинирање на патеките кои се најатрактивни и секако на оние што се најмалку посетени. Врз основа на овие информации ќе се пристапи кон ревитализација на истите се со цел патеките да останат како атрактивна понуда на паркот. Исто така, треба да се истакне дека патеките се внимателно дизајнирани и истите ги водат туристите подалеку од жариштата на флора и фауна и на тој начин се врши индиректна заштита на биодиверзитетот на НПГ.

Сегашниот Систем на патеки низ Паркот овозможува посета на локалитети кои изобилуваат со природни, културни и историски вредности.

Изработката на патеките е соодветна на нормите и стандардите за патеки за соодветните целни групи и намени, планинари, туристи, за едукација и слично.

Системот го сочинуваат следните пешачки патеки:

- **Кратки патеки (двонасочни):**

Велгошти – Руса Среда – Богородица; Велестово – Велестовски корита; Рача – Благоец; Свети Стефан – Шипокно; Долно Коњско – манастир Свети Стефан; Коњско – Света Петка; Елшани – Свети Марија; Пештани – црква Свети Ѓорѓи; Трпејца – Чоколско; Љубаништа – Коше – Свети Никола; Стење – Пресвета Богородица (Пречиста); Коњско – Свети Илија; Туристички комплекс Отешево – с. Отешево; Лескоец – Извор; Планинска куќа Шарбојца (Асан Ѓура) – Симонческа Локва – Пештера – Самотска Дупка; Баба – Магаро; Баба – Лако Сигној.

- **Еднодневни пешачки патеки:**

Велгошти – Свети Никола – Љубанска нива – бачилото – Летница – Лом – Рамне – Центар за посетители Охрид; Центар за посетители Охрид – Рамне – Поник – Крстец – Горни Студинец – Велестово – Центар за посетители Охрид; Центар за посетители Охрид – Велестово – Килаец – Стара Рача – Мачука – Коњско – Свети Стефан; Свети Стефан – Коњско – Синев Дол – Шумјак – Елшани – Орелци – Извор Глајшо – Свети Спас – Добра – Пештани; Трпејца – Мал Осој – Дервен – Рампа – Ушине – Љубаништа; Стење – Коњско – Стење; Туристички комплекс Отешево – с. Отешево – Отешевски дол – Шурленци – Сирхан; Центар за посетители Царина – Лескоец – Стење; Планинска куќа Шарбојца (Асан Ѓура) – Гога – Гумно – Дупкана – Џамивче – Планинска куќа Шарбојца.

- **Магистрални дводневни пешачки патеки:**

Центар за посетители Охрид – Рамне – Поник – Крстец – Планинска куќа Шарбојца (Асан Ѓура) – Шаргуле – Ломје – с. Отешево – Туристички комплекс Отешево; Центар за посетители Охрид – Рамне – Поник – Крстец – Планинска куќа Шарбојца (Асан Ѓура) – Бојазон – Ветро Гумно – Рблок – Орелци – Извор Глајшо – Свети Спас – Врв Кодар – Белко Нива – Трпејца; По патеките на светите Климент и Наум Охридски: Охрид – Рача – Шипокно – Коњско – Елшани – Пештани – Градиште – Трпејца – Љубаништа – Свети Наум.

Покрај пешачките, во системот влегуваат и патеки за планински велосипедизам и патеки за моторни возила (мотоцикли и теренски возила).

Системот на патеки на НП Галичица се состои од 38 секвенци со вкупна должина од околу 200 км. Согласно теренските услови патеките се поделени на четири категории:

1. Полесни и пократки секвенци кои бараат помал физички напор (H);
2. Пешачки секвенци по планински гребени на 1600 м надморска висина (G);

3. Потешки и подолги пешачки секвенци со поголема денивелација кои бараат поголем физички напор (Т);
4. Велосипедски секвенци (МТВ).

Покрај овие четири категории Системот на патеки вклучуваат:

- Патека на франкофонијата;
- Патека за еколошка едукација;
- Рекреативно-пешачка патека Трпејца-Чоколско.

По должината на патеките се поставени вкупно 31 информативни табли на кои се поставени информации и детали за секоја од секвенците на системот. Исто така долж патеките има поставено вкупно 200 патокази со податоци за крајната дестинација (времетраење, должина и сл.).

Табела 8: Структура на Системот на патеки на НП Галичица

Категорија на патеки	Должина (км)
Полесни и пократки секвенци кои бараат помал физички напор (Н)	52,7
Пешачки секвенци по планински гребени на 1600 м надморска висина (G)	30,5
Потешки и подолги пешачки секвенци со поголема денивелација кои бараат поголем физички напор (Т)	59,8
Велосипедски секвенци (МТВ)	59,6

1.1.1.12. Планинарски тури

Планината Галичица нуди одлични можности за организирање на разновидни планинарски тури. Една од најпопуларните тури во Охридскиот Регион е турата која започнува од планинската куќа кај месноста Липова Ливада, која продолжува низ предели исполнети со ендемичен биодиверзитет. Турата води до врвот Магаро, од каде се пружаат прекрасни пејсажи и панорами над Охридското и Преспанското Езеро. Оваа тура трае од 3 до 5 часа, со должина од 12 км.

Друга тура која е доста интересна за посетителите е турата Траверс по гребенот на планината Галичица. Оваа тура е наменета за лица кои сакаат повеќе авантура и спортски предизвик. Истата започнува кај превојот Липова Ливада на 1600 метри, а завршува во селото Велестово со пикник. Турата е исполнета со предели со ендемичен биодиверзитет и историски локалитети. Оваа тура е со времетраење од 8 часа, со должина од околу 17 километри.

1.1.1.13. Планински велосипедизам

Планината нуди одлични можности за планински велосипедизам. Патеките се наменети и за возачи кои ги прават почетните чекори, но и за поiskusните. Возењето по овие патеки нуди незаборавен поглед кон Охридското Езеро, збогатено со тревна покривка и изобилство на разновидната флора и интересни рељефни форми. Како што беше наведено погоре, вкупната должина на велосипедските патеки е 55,2 км, а највисоката точка е Крстец со 1555 метри н.в.

1.1.1.14. Крос кантри велосипедизам

Крос кантри (cross country) е најпознат вид на планински велосипедизам, кој се одвива на кружна патека, каде теренот за возење е во брановидна форма. На Галичица постои патека за крос

кантри велосипедизам, со должина од 5,6 км, која започнува кај информативниот центар на паркот, продолжува преку ливадите до Каменоломот и води до густа борова шума, преку која се стигнува до почетната точка.

1.1.1.15. Алпинизам

Највисок степен на достигнување во планинарењето е алпинизмот. Тоа е движење по карпести планини при што не се користат планинарски патишта, туку разни насоки по карпите. Алпинизмот бара постојана физичка кондиција, големо искуство и познавање на техниката на качување. Алпинизмот претставува естетско доживување и спортско делување во планините во секое годишно време заради откривањена убавините и занимивлостите на природата, како и заради јакнење на физичката сила, издржливоста и волјата. Највидлив дел од алпинизмот е физичката работа т.е. качувањето по карпи. Тоа се нарекува алпинистика.

Алпинизмот е активност која се извршува на планина и пред се алпинистите се планинари. Единствена разлика е тоа што тие сакаат да ги посетуваат малку „пострашните“ делови од планината, тие кои се со карпи или кои се многу стрмни и кои најчесто можат да се качуваат само со специјална опрема.

Најголема вредност на алпинизмот е во синтезата на физичката сила и духовните вредности. Совладувајќи ги тешкотиите и опасностите, планинарот го потиснува стравот за да ја почувствува слободата и радоста на животот.

Високите отсеци на планината се извонредни терени за алпинизам. Отсекот под врвот е висок 760 метри и нуди одлични можности за развој на алпинизам, како и отсеците под Голем Врв и Туглајш со 180 метри, кои се наменети за почетници.

1.1.1.16. Параглајдинг

НПГ е популарна дестинација за параглајдеристите. Во НПГ постојат две официјално регистрирани полетувалишта, и тоа кај месноста Баба, на регионалниот пат Охрид-Трпејца-Царина-Ресен, од каде безбедно се слетува на плажата кај автокампот „Љубаништа“ или над селото Трпејца и Поглед (над Велестово) од каде безбедно се слетува кај Спортскиот центар во Охрид.

1.1.1.17. Посета на Билјанини Извори

Билјанините Извори или Студенчишта се најпознат и најопаан симбол на Охрид, создаден од природата. За нив е испеана народната песна „Билјана платно белеше“, која е позната ширум светот. Изворите се наоѓаат во подножјето на палнината Галичица под селото Рача, а околу изворите денес има паркови, спортски терени и познат ресторан.

1.1.1.18. Високопланински пасишта, излетнички места и туристички атракции

За убавината и разновидноста на пределот на планината Галичица придонесуваат и пространите високопланински пасишта кои настанале како резултат на човековото влијание. Друга обележана патека води низ големото карстно поле Суво Поле, а потоа и до планинската куќа во месноста „Асан-Ѓура“. Патеката се двои на две гранки, едната која води до врвот Гога и другата која води до пештерата Саматска Дупка и од тука до селото Коњско или до селото Велестово. Видиковецот Гора се наоѓа на 1735 метри и има прекрасен поглед на двете езера.

Покрај високопланинските пасишта, НПГ нуди и бројни туристички атракции и две излетнички места кои се од особено значење за развој на одржливиот туризам.

Планинската куќа „Шарбојца“ е сместена во централниот дел на НПГ на надморска висина од 1470 м, на локалитетот Шарбојца (Асан Ѓура). До неа се стигнува од две страни и тоа од охридската страна преку селото Велестово по планински пат со должина од 18,6 км од кои 4,1 км се асфалтен пат и 14,5 км се земјен пат. Од преспанската страна се стигнува по пат со вкупна должина од 9,1 км од кои 3,7 км се асфалтен пат и 5,4 км се земјен пат. Оваа планинарска куќа ви овозможува да се отргнете од градското секојдневие и да уживате во непрекорната природа што ја поседува националниот парк.

Планинската куќа располага со 20 кревети во 4 комплетно опремени соби, кујна, соба за дневен престој, мини ресторан за 20 особи и летна тераса што ќе ви овозможи да се чувствувате удобно и комфортно. Во близина на куќата се наоѓа пештерата Самотска Дупка, Симонческа Локва, врвот Томорос и многу други вредности кои трајно ќе останат врежани во вашите сеќавања.

Место за кампирање во дивина „Шарбојца“ се наоѓа во близина на планинската куќа Шарбојца (Асан Ѓура) на надморска висина од 1470 м, во зоната на букова шума и високопланински пасишта. Кампот е наменет за краток престој (преноќување). Местото опфаќа површина од 450 м², (25x18 м), заградена со челична жица и 5 локации за шатори (секоја 10,5 м²), сув тоалет и корпа за отпадоци. На овој локалитет нема извор или бунар на вода.

Излетничкото место Јадера се наоѓа на истоимениот локалитет, покрај асфалтен правец Р-501 (Охрид-Свети Наум), на надморска висина од 790-800 м.

Локалитетот е опремен со следната инфраструктура:

- 3 настрешници со капацитет од по 10 седишта (вкупно 30) и централно поставени маси,
- 12 компети маси со по 2 клупи со капацитет секоја од по 8 седишни места, вкупно 96,
- 2 троделни скари,
- детско игралиште,
- уреден паркинг за 20 автомобили и
- 2 информативни табли.

На излетничкото место Корита кое се наоѓа покрај регионалниот асфалтен правец Р-504 (Трејца-Царина), на надморска висина од 1340-1350 м, посетителите на Паркот можат да се одморат и да се напијат студена вода од еден од ретките извори на планината Галичица.

Локалитетот е опремен со следната инфраструктура:

- 3 настрешници со капацитет од по 10 седишта (вкупно 30) и централно поставени маси;
- 1 настрешница со внатрешно поставени 6 компети маси со по 2 клупи со вкупен капацитет од 24-30 седишни места;
- 7 компети маси со по 2 клупи со капацитет секоја од по 8 седишни места, вкупно 56;
- троделна скара;
- 2 маси (шведска маса кај чешма);
- 2 дрвени мостиња за премин преку поток (1 кај чешма, 1 кај детско игралиште);
- детско игралиште;
- игралиште за мал фудбал;
- уредена чешма;
- 2 уредени бунарчиња и
- 2 информативни табли.

На информативните табли ќе најдете податоци за ендемити кои се среќаваат на Корита. Меѓу нив се издвојува маеров козинец (*Astragalus mayeri*). Овој вид во Македонија единствено се среќава на планината Галичица. Расте на варовнички камењари, на надморска висина од 1200 до 2100 м, а цвета во втората половина на јуни и јули.

Како и мочуришен шаренец (*Euphydryas aurinia*), пеперутка од групата шарени пеперутки (*Nymphalidae*). Овој вид е распространет ширум Европа, но во сè помал број поради што е заштитен со

закон. Типично се среќава на влажни, мочурливи тревести живеалишта (оттука епитетот мочуришен). Во паркот се среќава на места до 1500 метри н.в. и лета во периодот од мај до јуни.

Видиковецот „Лескоски Уши“ се наоѓа на преспанската страна од Паркот, на надморска висина од 1490 м. До локалитетот се стигнува по асфалтен пат кој се одвојува од регионалниот пат (Царина-Стење) и води кон локалитетот Два Јавори. Овој видиковец има поглед кон прекрасните песочни плажи на Стењскиот Залив, како и на Пречна Планина на границата со Албанија.

1.1.1.19. Спелеологија

НПГ нуди можност за научно проучување на пештерите и на нивниот изглед, структура, карактеристики и други форми кои се менувале со текот на времето, односно можност за спелеологија. Спелолошката Федерација на Македонија (СФМ) е поддржана од: Агенцијата за млади и спорт, Министерство за економија - сектор за туризам и угостителство и Министерството за животна средина. Остварување соработка со СФМ може да резултира со систематизација на спелеолошките објекти, да се заштитат истите како и живиот свет во нив, да се унапредат спелеолошките активности, да се промовира спелеологијата во регионот и што е најважно туристички да се уредат некои од спелеолошките објекти.

Пештера Саматска Дупка

Во НПГ се наоѓаат десетина подземни карстни форми, односно пештери. Најголемата меѓу нив е Саматска Дупка, која се наоѓа на источната страна на долината Студино. Нејзината најголема висина изнесува 9 метри, а вкупната должина на пештарата е 224 метри. Во оваа пештера се среќаваат пештерски украси, пештерски бисер и драпери. Според поделбата на пештерите, оваа пештера спаѓа во групата на туристички пештери, што значи дека е многу значајна од аспект на привлечување на туристи.

1.1.1.20. Џип сафари, сафари, оф-роуд, мототуризам

Ако се има предвид големината и разновидноста на пејсажите во НПГ и желбата на туристите да видат што повеќе за ограничено време кое им стои на располагање, едно од неизоставните активности треба да биде џип сафари туризам. Турите со џип можат да бидат полудневни, еднедневни, а поретко и дводневни. Препорачливо е дневно најголемо растојание да изнесува до 100 км, максималната брзина на асфалтните патишта да не е поголема од 50-60 км/ч, а на макадамските од 20-30 км/ч (заради сигурност, но и набљудување на пејсажите). Исто така, на секој пола час возење потребна е пауза на убаво избрано или означено место. Џиповите треба да се соодветно исправни, средени, а преку лето по можност полуотворени. Џип сафари може да се изведува како главна активност претходно договорена преку туристички агенции или, пак, комплементарно и факултативно, како дел од севкупна понуда. Џип сафарито се препорачува да биде преку постојните асфалтни локални патишта со делумен оф-роуд по подобри макадамски патишта. Во вториот случај, треба да се води сметка за екокомпонентата, односно да се избегнува поминување преку недопрени, заштитени и вредни природни предели и повисоки планински подрачја.

Нема потреба од навлегување преку густите шумски подрачја од порано споменатите екопричини и можните нарушувања на природата (во тој случај може да се размисли за посебна еко-такса или, пак, посебни возила со одредени еко стандарди или електровозила). Џип сафари туризмот може да донесе значителни финансиски ефекти и да биде одлична основа за промоција на ресурсите во НПГ.

Во овој дел може да се смести и мотосафарито, односно поминување и разгледување на пејсажите со мотор или четирицикл (мотор со 4 тркала), што може да биде преку свое возило или по принцип на изнајмување. За мотосафарито важат речиси истите принципи како за џип сафари, односно избегнување вредни и еколошки сочувани планински простори.

За остварување на претходното неопходно е мапирање на сите патишта и патеки соодветни за џип и мотосафари, како и нивно означување т.е. сигнализација.

1.1.1.21. Адреналински паркови

Адреналинските паркови се изградени и уредени спортско-рекреативни содржини на релативно мал простор (обично од неколку стотици квадратни метри до неколку хектари) и на одредена висина над тлото (обично неколку метри до неколку десетици метри). Се состојат од разни премини преку јажиња, јаженивисечки мостови, сајли, високи платформи и сл., при што се јавува силна возбуда, понекогаш страв, но и задоволство кога ќе се заврши патеката.

Адреналинските паркови не бараат големи инвестиции, а се особено барани кај туристите желни за адреналинско и авантуристичко доживување. Секако, за нивно поставување има строги сигурносни и други стандарди што мора да се почитуваат. Во рамките на НПГ, речиси секој рекреативен туристички локалитет со сместувачко-угостителски капацитет може да постави адреналински парк за возрасни или деца. Сепак, обично тоа се практикува во локалитети лоцирани во шумски подрачја, на чист воздух и подалеку од градските средини. Со адреналинските паркови, при мали вложувања (неколку десетици до стотина илјади евра), ќе се збогати понудата на одреден туристички центар, како и интересот за негова посета. Тоа ќе биде постигнато, меѓу другото и со зголемување на понудата преку овозможување на „Виа Ферата“ патека.

Виа фератата е качување со употреба на челични кабли, скалила, прицврстени на карпата на која планинарите ставаат афикс со два каиши, што им овозможува на алпинистите да се обезбедат на металниот дел и да го ограничат секое паѓање. Кабелот и другите тела, како што се железните столпчиња (корнизи), штипки, врежани чекори, како и скалите и мостовите, обезбедуваат и подножја и држачи. Ова овозможува искачување на инаку опасни рути без ризици од незаштитено паѓање или потреба од техничка опрема за искачување. Ваквите патеки можат да се разликуваат во должина од кратки патеки со должина од помалку од еден час до долги, барајќи алпинистички патеки кои опфаќаат значителна оддалеченост и надморска висина (1000 метри или повеќе) и потребни се осум или повеќе часови за да се завршат.

1.1.1.22. Зип-линии (zip-line)

Зиплајн е туристичка атракција, која слично на адреналинските паркови, во последните десетина години станува сè побарана и позастапена во светот, во Европа, па и на Балканскиот Полуостров. Се очекува наскоро оваа атрактивност да се рашири и во Република Северна Македонија. Тоа е цврста, челична сајла (понекогаш 2 сајли заради подобра сигурност) која поврзува две блиски места на различна висина, така што овозможува спуштање од повисокото кон пониското место и претставува вистинско адреналинско доживување. Ваква содржина, која не бара особено големи финансиски средства, ќе ја зголеми атрактивноста на некои места и дополнително ќе привлече значителен број туристи. Поставување зип линии се смета дека не влијае неповолно врз животната средина, а ќе овозможи фантастична глетка на пејзажите. За поставување зип-линии важно е истите да не бидат премногу долги (не повеќе од 500-600 м), да има доволен (но не преголем) наклон и сл.

Во НПГ има многу погодни локации за зип линии, но најрационално е истите да бидат поставени до или близу постоечките, односно потенцијалните атрактивни туристички локалитети, и тоа на помала надморска висина (места со повисоки температури во годината и со слаб ветер). Зип-линии можат да бидат и во склоп на адреналински паркови. Но, сепак е потребно да се изработи студија за можностите за поставување на зип линии која ќе ги содржи точно предвидените места за оваа намена.

Интегрирани туристички производи и понуди

Туристички рути

Туристичка рута претставува претходно наменски означена и подготвена патна релација долж која има значајни природни, културни и историски вредности примамливи за набљудување, разгледување и осознавање од страна на туристите. Тоа е современа форма на т.н. нестационарен туризам која сè повеќе се бара од страна на туристите. НПГ има солидна основа и можност да го заживее

туризмот во овој простор токму преку ваков нестационарен тип на посета, односно преку добро осмислени туристички рути.

Самиот пристап за идејно осмислување на туристички рути во подрачјето на НПГ ги има предвид претходните сознанија кои се однесуваат на:

- Значителните природни, културни и историски вредности на регионот кои се недоволно презентирани, искористени и валоризирани;
- Еколошки сочувана и чиста природна средина;
- Досегашната недоволно искористена можност за развој на атрактивни туристички производи;
- Постоене на солидна мрежа од патишта и патеки;
- Опасност од девастација на природното и уништување на културно-историското наследство;
- Туризмот како генератор на економскиот раст во НПГ и фактор за економска самоодржливост на одредени локации, производи, рути или занаети.

При проценка на природната и културно-историската содржина во креирањето на туристичките производи и рути треба да се води сметка за севкупната атрактивност, потоа за понудата и интерактивноста на рутата, изразени преку следното:

- Локација;
- Тип на споменик;
- Природна или културна вредност на локацијата;
- Автентичност на локацијата;
- Зачуваност на споменикот;
- Тип на посета;
- Прифатен капацитет на локалитетот;
- Сигурност на локацијата;
- Туристичка достапност на локацијата;
- Поширока атрактивна зона;
- Степен на користење;
- Можност за групирање во одредена туристичка рута;
- Атрактивност на локацијата.

Атрактивноста на една локација како туристички производ и дел од една туристичка рута во НПГ, а со тоа и на комплетната туристичка рута, треба да се изведе со проценка на следните категории:

- Природна вредност, уникатност;
- Естетска вредност;
- Архитектонска, историска или уметничка вредност;
- Едукативна вредност;
- Општествена вредност;
- Реткост, репрезентативност;
- Евокативност - се врзува со легенди, митови, приказни и сл.;
- Задоволување на одредени цели.

При креирање на туристичките производи во НПГ исто така задолжително се земаат предвид потребите на патникот, посетителот или туристот, неговите очекувања и мотивација да се вклучи во некои од предложените туристички рути. При сето ова мора да се води сметка и за важноста на маркетингот и начинот на кој ќе се претстават туристичките производи во една туристичка рута, со цел нивно подобро позиционирање на туристичкиот пазар.

Во склоп на мултидисциплинарниот приод во креирањето на туристичките производи и туристичките рути во НПГ треба да се следат и одредени европски искуства кои препорачуваат да се

обрне внимание на практичниот развој на рутата, евидентирањето на ресурсите, евалуација на содржината и сите други аспекти кои се дел од движењето на туристите и посетителите долж една рута.

При креирање, организација, но пред сè при реализација на рутите и турите треба да бидат вклучени неколку препорачани елементи за патувањето на посетителите да се направи што е можно попријатно. Би ги навеле следните препораки на кои треба да се обрне особена важност:

- Временски период, т.е. времетраењето на една тура или рута;
- Оптималната должина на една рута/тура;
- Задржувањето на едно место/локација/споменик;
- Тип на пауза;
- Тип на споменик кој се посетува;
- Атрактивноста на локацијата.

Препорачливо е кога еднаш ќе се создаде одредена рута и/или тура, таа мора да има однапред строго потцртан итинерар од кој ретко има отстапувања. Во рамките на рутите и турите не се дозволени импровизации. Алтернатива на одредена дестинација може да има, но не е пожелно да се упатуваат луѓето кон друга локација освен кон онаа којашто стои во итинераторт. Факултативен излет може да постои само ако една рута/тура е составена од повеќе денови, но и во тој случај за секоја дестинација мора однапред да се знаат факултативните излети и да бидат создадени можности за нивна реализација.

Во продолжение се дадени неколку примери на туристички рути од различен вид. Мора да се напомене дека е неопходна изработка на посебна студија, каде детално ќе се разработат најатрактивните и најперспективните туристички рути во регионот.

Предлог тематски патеки во НПГ

Во следниот период или во периодот на имплементација на Стратегијата за развој на одржлив туризам во НПГ треба да се пристапи кон формирање на тематски патеки на различни места во Паркот. Овие тематски патеки не се во состав на системот на патеки на НПГ, а ќе бидат наменети за одредени целни групи на посетители. Темите кои ќе ги покриваат се избрани во согласност со досегашните информации за желбите на посетителите, но и во согласност на условите кои ги нуди НПГ како туристичка дестинација. Сепак, потребно ќе биде да се направи проект за точната локација и карактеристиките на секоја од предвидените тематски патеки. Инаку, предвидена тематска патека за овој плански период е:

- Историска патека

Првата светска војна започнала во Европа на 28 јули 1914 и траела до 11 ноември 1918 година. Македонскиот фронт кој е познат и како Солунски и Јужен фронт, се простирал од Орфанскиот Залив во Егејско Море, до Јадранско Море во должина од околу 600 км. Тој минувал низ четири земји: Албанија, Грција, Бугарија и тогашна Србија во чиј состав била и територијата на денешна Република Северна Македонија.

Фронтот главно се протегал низ Македонија и практично ја делел нејзината територија на две половини. Истото важело и за планината Галичица. Од северната страна на борбената линија се наоѓале војските на Централните сили – Бугарија, Германија и Австро-Унгарија, додека пак од јужната биле силите на Антантата – Србија, Грција, Англија и Франција.

Историската тематска патека директно ќе ја пренесе атмосферата од делот на Македонскиот фронт на планината Галичица, кој сега е доста помирен и потивок во однос на годините кога бил најактивен.

До местото од интерес се стигнува по еден спореден, земјен пат (познат и како “Пат до Врвот”) кој се надоврзува на патниот правец Отешево-Трпејца кој води низ планината Галичица.

Првото интересно нешто на кое се наидува за време на патувањето е Лескоечката Пештера, која побудува љубопитност поради тоа што се наоѓа во еден доста забележителен камен отсек и има 3 влеза.

Постојат повеќе приказни меѓу мештаните дека во оваа пештера се пронајдени остатоци од Првата светска војна, вклучувајќи и неотворени шишиња на француски вињак.

По половина час пешачење можат да се забележат и првите остатоци од фронтот – камени сидови кои служеле за одбрана на војниците. Ова е доста интересен податок кога се има предвид дека во Првата светска војна главно се водела рововска битка, но поради спецификите на теренот во овој реон, копањето на ровови е доста тешко, па затоа војниците ги граделе овие камени сидови кои биле доста лесни за конструирање со оглед на изобилството на камења на Галичица.

Според страната кон која се свртени овие сидови, најверојатно е дека тие се оригинално изградени од страна на војските на Централните сили. Овие сидови продолжуваат да се среќаваат се до местото од каде што истовремено можат да се видат и Преспанското и Охридското Езеро.

Штом ќе се пристигне до ова место, остануваат уште дваесетина минути пешачење до делот каде што завршува земјениот пат и каде што можат да се видат повеќе објекти изградени во блиското минато, уште една, но не толку атрактивна пештера, а се забележуваат и ровови за кои постои веројатност дека потекнуваат од периодот кога Македонскиот фронт бил активен.

Предлог на клучни проекти за развој на туризмот во НПГ

Во прегледот подолу се претставени 9 проекти кои се од клучно значење за зголемување на туристичката понуда, потрошувачка и севкупните ефекти од туризмот во НПГ. Тие се само дел од голем број на предлог проекти, мерки и активности, презентирани во акциониот план. Наведените проекти не бараат изразито високи финансиски средства, можат да се спроведат во релативно краток временски период (3-5 години), а ќе имаат значаен севкупен ефект.

1. Создавање на партнерство и соработка со Општина Охрид и Ресен преку кое ќе се овозможи промоција и информирање на посетителите на градовите преку туристичко-информативни центри (ТИЦ) во општините за понудите во НПГ. Ова е многу значаен проект бидејќи туристичко-информативните центри се неопходна алка за забрзан развој на туризмот во регионот. Крајна цел е испорака на услуги и информации до туристите.
2. “Туристички рути низ Национален парк Галичица”. Проект кој ќе опфати изработка на студија за создавање/креирање оптимални регионални, национални и/или меѓународни рути кои ќе ги опфатат природните и културните ресурси на НПГ. Изработка на мапи и брошури за соодветните рути. Понуда на рутите на локалните и национални туристички агенции.
3. Обука на туристички водичи, за локално и регионално ниво. Цели: организирање обука за туристички водичи, за потребите на туристичкиот развој на ниво на НПГ. Тоа е поради фактот што според законските одредби е дозволено само лиценцирани водичи да водат групи и туристи низ туристичките дестинации во РСМ, но, сепак потребно е тие туристички водичи да бидат точно информирани за специфичностите во поглед на природното и културното наследство во регионот и инфраструктурата, но и за дозволените и забранети активности во паркот. Крајна цел е транспарентност и споделување на точни и проверени информации.
4. Проект за изведување обуки за локалното население и младите, како да се вклучат во развојот на туризмот. Едукација преку обуки на населението како да комуницираат со туристите, да бидат подобри домаќини и да обезбедат дополнителни средства од туризмот во НПГ.
5. „Паркирај се, пријави се и фотографирај“. Изградба/реконструкција/уредување на паркинг-проширувања на атрактивни локации долж патниот правец кој води преку планината Галичица, со поставување видиковец, санитарен објект, клупи и сл. Заради постигнување економски ефект, но и задоволување на барањата на одредена група посетители, потребни се комерцијални содржини до паркинг-позициите, како: сувенирници, мини-ресторани и сл.
6. „Почувствувај ја Галичица“. Изработка на Студија за пештерите во Галичица, дефинирање и сигнализација за сафари патеките кои ќе бидат строго определени со цел да не наштетуваат на природните вредности на паркот и оформување на историска тематска патека и патека на пеперутките во рамки на НПГ.

7. „Разгледај ја Галичица“. Проект со кој ќе се анимираат заинтересираните субјекти за понуда на велосипеди, џип-тури, минибус тури и други начини за посета и запознавање на туристите со локалните природни атракции, пејсажите, културата и традицијата во НПГ или одредени делови на регионот. Целта на проектот е зголемување на понудата за т.н. динамичен туризам што станува сè повеќе баран од туристите, како и постигнување на финансиски ефекти од туристичката активност.

8. Изработка на промотивен материјал за туризмот во НПГ. Изработка на брошурки занајзначајните објекти, локалитети, обичаи, настани, со цел популаризација на истите и запознавање на домашните потенцијални туристи. Брошурите можат да содржат и легенди и приказни кои на интересен начин ќе ги доближат атракциите до потенцијалните туристи. Создавање квалитетен промотивен материјал од типот на промотивни видеа, висококвалитетни фотографии, и нивно поставување на соодветен туристички портал и интеграција со социјалните мрежи. Поставување на овие материјали во „јавен“ домен, со што се отвора можноста истите да бидат употребени во промотивни цели од секое заинтересирано лице, или пак фирма, нормално со претходна дозвола на имателот на овие дела. Оваа практика е покажана како успешна во многу примери и истата значително ги олеснува промотивните кампањи на туристичките агенции, хотелите, рестораните, општините и сл.

9. ГИС мапирање на туристичките атрактивности и изработка на веб туристички портал за НПГ. Овој портал би бил корисен како за странците, преку запознавање со сите атракции, понуди и сместувачки објекти во регионот, така и за заинтересирани лица и компании од регионот и од Македонија, кои нудат некој производ или услуга поврзани со туризмот.

План за мониторинг и евалуација на стратешките цели и индикатори

Избалансираната карта на показатели (ИКП) на НПГ за развој на одржлив туризам претставува значајна алатка за мониторинг на имплементацијата на Стратегијата, со оглед на тоа дека сите стратешки приоритетни цели и мерки – финансиски и нефинансиски – произлегуваат од визијата.

Остварувањето на поставените стратешки цели, како и реализацијата на активностите и мерките кои се дел од оваа стратегија, како што веќе беше наведено ќе бидат исполнети и следени преку заеднички состаноци, дискусии, комуникација со засегнати страни, редовно ажурирање и дејствување.

Притоа, во процесот на следење своја улога имаат директорот на ЈУНПГ, управниот борд и вработените кои се одговорни за следење на имплементацијата на мерките и активностите за соодветните стратешки приоритетни цели.

Улогата на директорот на НПГ е да назначи одговорно лице за следење на имплементацијата на Стратегијата за развој на одржлив туризам во НПГ 2021 – 2025. Одговорното лице за следење на имплементацијата на Стратегијата ги врши следниве активности:

- го координира прибирањето на информациите од засегнатите страни,
- ги консолидира добиените извештаи во единствен Извештај за развој на туризмот,
- го доставува консолидираниот извештај до директорот на ЈУНПГ и
- го следи и го спроведува процесот на внесување на промените во ИКП.

Освен за мониторинг, ИКП на НПГ за развој на туризмот ќе се користи и за евалуација на спроведувањето на стратешкиот план, со цел да се утврди дали планираните цели на политиката биле постигнати на ефикасен начин и дали и до кој степен се јавиле несакани ефекти. Нарушувањето или прекинувањето на причинско-последичната поврзаност на приоритетите, како и непостигнувањето на целните вредности на показателите за одделни приоритети ќе даде информации за тоа дали и какви измени треба да се направат во стратешкиот план.

Избалансираната карта на показателите е дадена подолу.

Табела 9: Избалансирана карта на показатели за Стратегија за развој на одржлив туризам во НПГ 2021 – 2025

ИЗБАЛАНСИРАНА КАРТА НА ПОКАЗАТЕЛИ ЗА СТРАТЕГИЈАТА ЗА РАЗВОЈ НА ОДРЖЛИВ ТУРИЗАМ ВО НПГ 2021 – 2025 ГОДИНА				
СТРАТЕШКА ЦЕЛ	ПОКАЗАТЕЛ / ИНДИКАТОР	ПОЧЕТЕН 2020	ЦЕЛЕН 2025	МЕРКИ
<i>Развој на човечки и институционални капацитети</i>				
Стратешка цел 1: Зајакнување на институционалните капацитети за управување со НПГ како туристичка дестинација	Број на вработени во Одделението за еколошка едукација и алтернативни активности на ЈУНПГ (сезонски и редовно).	9	12	<ul style="list-style-type: none"> • Подобрување на институционалните капацитети за управување со туристичката дестинација НПГ. • Унапредување на соработката и поддршката на засегнатите страни во туристичкиот сектор. • Развивање на јавна свест кај вршителите на дејност за значењето на НПГ во развојот на туризмот. • Развивање на јавна свест кај локалните самоуправи за уделот на НПГ во локалниот економски развој.
	Број на одржани состаноци со засегнати страни за мониторинг и имплементација на предвидените активности.	0	10	
	Број на одговори по интервенции од страна на ЈУНПГ по предлози дадени од засегнатите страни на Стратегијата за време на имплементацијата.	0	Сите	
	Број на брендирани вршители на дејност со слоганот “Пријатели на Галичица“.	0	30	
	Износ (процент) на приходна страна на буџетирањето на локалните самоуправи како директна придобивка од НПГ	Нема евиденција	<30%	

	туризам.			
	Износ (процент) на расходната страна на буџетирањето на локалните самоуправи како директна придобивка од НПГ туризам.	Нема евиденција	<10%	
Стратешка цел 2: Развивање вештини и знаења кај работната сила за потребите на туристичкиот сектор во НПГ	Број на обучени и способни вработени во ЈУНПГ за спроведување активности во областа на развојот на туризмот и познавање на правилата за вршители на дејност во НПГ.	0	7	<ul style="list-style-type: none"> • Јакнење на човечките капацитети на ЈУНПГ за развој на туризмот во НПГ и едукација на останатите чинители. • Јакнење на човечките капацитети во туристичкиот сектор од аспект на познавање на НПГ и нејзините вредности. • Градење на капацитетот на населението во НПГ за развој на туризмот од аспект на познавање на НПГ и нејзините вредности.
	Број на туристички капацитети кои имаат пристап до информации за вредностите на НПГ и имаат промотивен материјал.	0	30	
	Број на месни заедници кои имаат пристап до информации за вредностите на НПГ и имаат промотивен материјал.	0	18	
<u>Развој на туристичка инфраструктура</u>				
Специфична цел 1: Овозможување подобар пристап и движење (мобилност) на посетителите во НПГ	Должина на одржувани патеки (на годишно ниво).	0	180 км	<ul style="list-style-type: none"> • Обезбедување и одржување пристап до туристичките атрактивности во НПГ. • Обезбедување и континуирано одржување на туристичка сигнализација.
	Број на инсталирани и заменети информативни табли.	0	сите	

Специфична Цел 2: Обезбедување соодветни информативни и комунални капацитети за различни намени	Број на автобуски постојки кои се реновирани и соодветно опремени.	0	3	<ul style="list-style-type: none"> • Изградба и реконструкција на информативни капацитети во НПГ. • Изградба на нова и реконструкција на постоечката комунална инфраструктура на туристичките локалитети во НПГ. • Обезбедување интернет пристап на некои локалитети, засилување на мрежно мобилно покривање и изградба на мала инфраструктура за безбеден и удобен престој.
	Број на поставени мобилни тоалети.	0	15	
	Број на поставени корпи за отпадоци.	0	50	
	Количина на отпад собран во корпите и мобилните тоалети.	0	*	
Специфична цел 3: Инфраструктурно уредување и одржување на туристичките локалитети	Број на редовно одржувани туристички локалитети.	0	5	<ul style="list-style-type: none"> • Изградба, реконструкција и одржување на туристички локалитети.
<u>Развој на туристичка понуда</u>				
Специфична цел 1: Развивање туристички производи и понуда кои ќе ги привлечат новите и старите посетители	Дефинирани програми по сезона и вид на временски услови.	0	3	<ul style="list-style-type: none"> • Поддршка на засегнатите страни во развојот на туристички производи во НПГ. • Развој на туристички производи врз основа на природното наследство во НПГ. • Развој на туристички производи врз основа на културно-историското наследство во НПГ. • Развој на туристички производи врз основа на традициите во НПГ. • Дизајнирање туристички пакети во НПГ.
	Број на информативни табли и друга сигнализација.	400	450	
	Дефинирани програми прилагодени на водени групи.	0	3	
	Број на агенции кои ги користат програмите.	0	10	
	Дефинирани програми прилагодени за посетителите со проблеми со мобилноста.	0	1	

	Број на посетители кои ги користат програмите.	0	100	
Специфична цел 2: Оптимизирање на заедничката корист на населението и бизнис секторот преку одржливиот туризам	Број на одржани заеднички состаноци за дефинирање на целите и приоритетите на соработка.	0	5	<ul style="list-style-type: none"> • Обезбедување интегрална заштита на природното и културното наследство. • Градење туристичкиот ланец на вредности во НПГ преку различни видови туризам.
	Број на ко-финансирани проекти.	0	10	
	Износот на ко-финансирање.	0	20 000 ЕУР	
<u>Маркетинг и промоција</u>				
Специфична цел 1: НПГ може да го издржи притисокот од посетителите без да се наштети на природните и културни вредности на Паркот	Број на посетители на одредени локации.	Нема евиденција	*	<ul style="list-style-type: none"> • Спроведување активности за одредување на капацитетот на издржливост на НПГ и/или на места кои се под најголем притисок од посетителите. • Резултати и препораки за правилно управување на НПГ во смисла на развој на одржлив туризам без штетно влијание врз природните и културните вредности. • Адаптивно управување со локациите за посета базирано на резултатите од капацитетот на издржливост.
	Број на посетители на алтернативни локации.	Нема евиденција	*	
	Број на интервенции кои се потребни за одржување на посетата на соодветно ниво.	0	По потреба	
Специфична цел 2: Креирање позитивна слика за НПГ како атрактивен географско-туристички простор и редовен целен маркетинг	Промотивни активности на B2B и саеми.	0	10	<ul style="list-style-type: none"> • Целен маркетинг за туристичката дестинација на конкретни целни групи и туристи. • Брендирање на туристички производи од НПГ.
	Промотивни активности на B2C.	0	10	
	Годишен извештај за спроведени активности, со анализа на резултати	0	1	

	и препораки за наредниот период.			
--	----------------------------------	--	--	--

* Целната вредност на индикаторот ќе биде во согласност со подготвениот план или студија за односната активност.

Акционен план

Потреба и цел на Акциониот план

Одговорите на сегашните и идните потреби за развој на одржливиот туризам во НПГ се дел во Стратегијата за развој на одржливиот туризам во НПГ 2021 – 2025 година. Стратегијата содржи дефинирана визија, водечките принципи за нејзина имплементација, како и стратешките приоритетни цели и мерки за постигнување на потцртаната визија.

Врз основа на сеопфатните анализи на секоја од стратешките области во стратегијата се дефинирани стратешките приоритетни цели (стратегии) за секоја област поодделно, показателите за мерење на нивното постигнување, како и соодветните мерки за постигнување на целните вредности.

Со Акциониот план е направена понатамошна разработка на потребните мерки во активности/проекти, нивен опис, моделот на финансирање и проценка на потребните финансиски средства и временската рамка за нивна имплементација.

Главната цел на Акцискиот план за имплементација на стратегијата е да развие клучни активности што треба да се спроведат за да се обезбеди успешна имплементација на Стратегијата. Заедно, Стратегијата и Акцискиот план ќе бидат основните алатки што ќе ги водат засегнатите страни за развој на туризмот во НПГ во постигнувањето на својата визија за развојот на туризмот во регионот.

Акцискиот план ги дефинира активностите за развој на туризмот во НПГ кои треба да се преземат во периодот 2021 – 2025 година.

Дефинираните активности ќе бидат почнати и завршени во различни временски периоди, иако нивната целосна реализација треба да биде завршена во периодот предвиден за целосно спроведување на Стратегијата (2025 година).

Акцискиот план е составен дел на Стратегијата за развој на одржливиот туризам на НПГ 2021 – 2025, која е составен дел на Планот за управување со НПГ 2021 – 2030.

Акционен план за имплементација на Стратегијата за развој на одржлив туризам во НПГ 2021 – 2025

АКТИВНОСТИ	Краток опис на активноста	Модел на финансирање	Инвестиција (ЕВРА)	2021	2022	2023	2024	2025	Одговорен
Истражување на пазарот за трендот на туристичката побарувачка, видови туристички активности и можности за зголемени приходи од туризам	Оваа активност ќе допринесе за добивање соодветни информации за целиот пазар во областа на туризмот и за можните трендови на зголемување или намалување на бројот на посетителите, како и за нивната структура.	Сопствен буџет	10 000						ЈУНПГ, Надворешни консултанти
Одредување на капацитет на носивост на локалитетот Св. Наум и Национален парк Галичица	Подготовката на анализа за капацитетот на издржливост на најпосетуваната локација во НПГ (Св. Наум) ќе даде соодветни информации за можните ефекти врз животната средина од степенот на посетеност на оваа локација и ќе допринесе за правилно стратешко планирање во иднина.	Сопствен буџет	15 000						ЈУНПГ, Надворешни консултанти
Подготовка и имплементација на студија за спелеологија, сафари туризам и сл.	Подготовката на овие студии ќе биде заради потребата од точно дефинирање на спелеолошки објекти кои ќе бидат наменети за посета, како и означување на строго утврдени патеки по кои ќе може да се движат џиповите и четириколките кои оперираат на планината. Овие студии	Проект	10 000						ЈУНПГ, Надворешни консултанти

	ќе дадат и насоки и потреби за означување на патеките, објектите, како и за динамика на нивно одржување.								
Изработка и имплементирање на Маркетинг Стратегија на НПГ	<p>На годишно ниво, подготвување маркетинг планови засновани врз маркетинг стратегија, прилагодени на состојбата на пазарот и потребите на управување со паркот;</p> <p>Воспоставување на Ценовна политика;</p> <p>(Управување со диференцирање на цени за производите во понудата на Паркот врз основа на програма за посети, сезони, време на денот, големина на групата, вид на посетители, група на производи, промотивни активности, итн., во согласност со состојбата на пазарот и потребите за управување со посетите во Паркот на областа и на дестинацијата);</p> <p>Дефинирање на критериумите за соработка со туристичките агенции и тур-операторите.</p>	Сопствен буџет	15 000						ЈУНПГ, надворешни експерти
Промотивен микс за B2B и B2C	<p>Спроведување и континуирано прилагодување на промотивниот микс за „бизнис за бизнис“ (B2B) сегмент, вклучувајќи саеми, блогери, медиуми, билтени за целни пазари, каталози, итн.</p> <p>Спроведување и континуирано прилагодување на промотивниот микс за „бизнис кон потрошувачот“ (B2C) сегмент, вклучително и директно</p>	Сопствен буџет	30 000						ЈУНПГ

	испраќање на пораки, социјални мрежи, веб-страница, мобилна апликација итн.								
Промоција и рекламирање	<p>Воспоставување и искористување на сите комуникациски канали на стратегијата за маркетинг преку Интернет, развиена во Маркетинг стратегијата на паркот;</p> <p>Подготвена проектна документација и сценарио, извршено снимање на Националниот парк во неколку технички пристапи (360, дрон) во сите четири сезони и целосна постпродукција на снимениот материјал;</p> <p>Преку сите воспоставени канали за дигитална комуникација, ќе се даваат ажурирани информации за правилата на однесување и специфичните барања за посета на Паркот;</p> <p>Информации за посетителите во реално време за тешките услови при посета на Паркот.</p>	Сопствен буџет	10 000						ЈУНПГ
Поддршка на посетителите	<p>Изготвување печатена брошура со карта што ќе се дава на секој посетител заедно со влезниот билет, или споделување информации за е-верзијата на брошурата, која содржи основни информации за Паркот;</p> <p>Дистрибуција на доволен број на асистенти за информации на влезови,</p>	Сопствен буџет	30 000						ЈУНПГ, надворешни соработници (дизајнери, печатарски услуги, сезонски вработени и

	<p>паркинзи и локалитети по патеките;</p> <p>Дистрибуција на доволен број на ренџери на ЈУНПГ потребни за ефективна контрола на почитувањето на правилата во Паркот, во согласност со бројот на посетители и сезоната и редовно известување за инциденти кои вклучуваат недозволено однесување;</p> <p>Обезбедување контрола врз нелегалните влегувања во Паркот.</p>								вршители на дејност во НПГ)
Контрола и корективни активности за спроведување на Стратегијата за развој на одржлив туризам	<p>Спроведување на резултатите од Студијата за носивост за премногу посетени локации во Паркот и соодветно лимитирање на дозволените посети и понуда на алтернативи решенија;</p> <p>Дефинирање групи на програми што треба да се понудат за секоја сезона;</p> <p>Дизајн и воспоставување програми кои задоволуваат специфични потреби и можности на водење групи на посетители;</p> <p>Дефинирање програми за посетители со посебни потреби.</p>	Сопствен буџет	0						ЈУНПГ
Подршка и соработка на/со локалното население и вршителите на дејност во НПГ	<p>Подготовка на Студија за развој на заеднички програми за посетители;</p> <p>Ко-финансирање на имплементација на заеднички програми за посетители.</p>	Сопствен буџет	20 000						Надворешни стручни лица, ЈУНПГ, заинтересирани страни

<p>Безбедност и сигурност на туристичка понуда и инфраструктура</p>	<p>Во соработка со надлежните институции, идентификување на безбедносните стандарди релевантни за инфраструктурата за посетители во паркот и редовно верификување на нивното исполнување во националниот парк</p> <p>Континуирано спроведување на сите препорачани мерки за обезбедување на безбедност на посетителите во рамките на системот за посети и воведување на дополнителни мерки по потреба;</p> <p>Воспоставување редовен преглед на системот на патеки со цел да се идентификуваат ризиците за посетителите (дрвја и карпеста маса што претставуваат ризик) и да се спроведат мерки за безбедност во согласност со утврдените потреби;</p> <p>Воспоставување и редовно следење на соци-економските индикатори за локалното население и давање препораки за изменување и дополнување на постапките за управување по потреба;</p> <p>Воспоставување програма за континуиран мониторинг на карактеристиките, искуствата и задоволството на посетителите и врз основа на овие резултати, давање препораки за подобрување;</p> <p>Воспоставено континуирано следење на статусот на целата инфраструктура за посетителите и недозволеното</p>	<p>Донација/Проект</p>	<p>0</p>						<p>ЈУНПГ, Планинарски клубови, релевантни инспекторати</p>
---	---	------------------------	----------	--	--	--	--	--	--

	однесување.								
Одржување и надградба на инфраструктурата	Редовно одржување и подобрување на инфраструктурата на посетителите во рамките на НПГ (патеки, планински куќи, видиковци, информативни табли, сигнализација, влезни точки, итн.); Во соработка со Општина Охрид и Општина Ресен реновирање на автобуските постојки во рамките на Паркот и неговата непосредна околина.	Донација/Проект	65 000						ЈУНПГ, надворешни компани соодветно опремени за вакви активности
Санитарна и комунална мобилна инфраструктура во рамки на НПГ	Поставување систем на мобилни тоалети на територијата на НПГ и корпи за отпадоци; Редовно следење на состојбата на мобилните тоалети и нивно одржување.	Јавно приватно партнерство	96 000						ЈУНПГ, Јавно приватно партнерство
Туристичка понуда	Организирање и одржување на системот за обука и систем за изнајмување на лиценцирани туристички водичи; Организирање и спроведување на систем за прошетки со кајче во извориштето Свети Наум и црквата Света Богородица Захумска; Организирање и спроведување на програма за набљудување на птици и крупни цицачи; Организирање и спроведување на		25 000						ЈУНПГ

	систем за прошетки со кајче до островот Голем Град.								
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--