

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu mesta Handlová a mikroregiónu Združenie obcí Handlovskej doliny na roky 2007 - 2013

Úvod

Východiskom pre spracovanie koncepcie rozvoja cestovného ruchu sú dva dokumenty:

- A. Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja (PHSR) mesta Handlová na roky 2006-2013 vo svojich cieľoch a opatreniach určuje okrem iného ďalšie smerovanie a opatrenia, ktoré je potrebné realizovať aj v oblasti cestovného ruchu. PHSR mesta Handlová sa zaoberá cestovným ruchom v širšom území ako je samotné mesto – a to v spolupráci z mikroregiónom Handlovskej doliny. Bol spracovaný v roku 2005 na partnerskom princípe a schválený Mestským zastupiteľstvom v roku 2006. Táto koncepcia je priamo nadväzuje na PHSR mesta Handlová.
- B. Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja mikroregiónu Združenie obcí Handlovskej doliny, ktorý taktiež určuje smerovanie rozvoja obcí a mesta aj do oblasti cestovného ruchu. PHSR mikroregiónu bol spracovaný v roku 2006. Táto koncepcia je súčasťou PHSR mikroregiónu.

Koncepcia cestovného ruchu mesta Handlová a mikroregiónu Handlovskej doliny bola spracovaná počas roka 2006 na partnerskom princípe. Je výsledkom dohody partnerov zo súkromného a verejného sektora, ktorí pôsobia v oblasti cestovného ruchu v území. Na tvorbe koncepcie sa aktívne podieľalo približne 30 členov partnerskej skupiny, ktorá sa počas tejto spolupráce sformovala na neformálnu **Radu pre rozvoj cestovného ruchu mikroregiónu Handlovskej doliny**. Facilitátorkou a metodičkou procesu tvorby koncepcie bola Ing. Magdaléna Bernátová, PhD., M.B.Consulting. Organizačné a koordinačné činnosti realizovala Erika Jonasová, Infocentrum ZOHD.

Hlavným cieľom koncepcie rozvoja cestovného ruchu je:

Zvýšiť návštevnosť mesta a mikroregiónu o 100%.

Tento cieľ je v súlade so strategickým cieľom PHSR mesta Handlová i PHSR mikroregiónu ZOHD.

Etapy tvorby koncepcie:

1. Analytická etapa – bolo uskutočnených niekoľko analytických procesov:
 - a) dopracovanie analýzy zdrojov pre potreby rozvoja cestovného ruchu
 - b) realizácia ankety medzi návštevníkmi územia v letnej sezóne
 - c) aktualizácia analýzy SWOT územia pre potreby rozvoja cestovného ruchu
 - d) zmapovanie existujúcej ponuky služieb a podujatí v mikroregióne pre cestovný ruch
2. Strategická etapa – zahŕňa rozpracovanie cieľov a opatrení pre rozvoj cestovného ruchu existujúceho PHSR mesta Handlová v intenciách akčného plánu na rok 2007.

Nadväznosť na ďalšie dokumenty

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu mesta Handlová a mikroregiónu Handlovskej doliny **nadväzuje na nasledovné priority, opatrenia a návrh aktivít formulovaných v PHSR mesta Handlová na roky 2006-2013:**

Priorita 2.2 **Zvýšiť návštevnosť mesta Handlová o 100%**

Opatrenie 2.2.2 **Vytvoriť komplexnú a atraktívnu ponuku pre cestovný ruch v kontexte mikroregiónu Handlovskej doliny**

Aktivity:

- > vytvoriť a realizovať koncepciu rozvoja cestovného ruchu vrátane poverenia subjektu koordináciou rozvoja cestovného ruchu
- > zmapovať ponuku a dopyt v cestovnom ruchu
- > rozvoj ponuky kvalitných služieb, atrakcií a podujatí pre cestovný ruch
- > vytvoriť trvalý verejný priestor pre vystavovanie a archiváciu historických i súčasných dokumentov, umeleckých diel, spojený s predajom, možnosťou oddychu apod.
- > prehodnotiť možnosti využitia termálnej vody pre cestovný ruch
- > podporovať budovanie rekreačno-oddychových zón a komplexov
- > podporovať budovanie a prevádzku kvalitných služieb cestovného ruchu
- > prehodnotiť možnosť prezentácie technického zvládnutia stabilizácie zosuvov
- > spolupracovať so Združením Handlovskej doliny a so subjektami zo širšieho regiónu pre rozvoj cestovného ruchu
- > využiť rok 2009 – 100-ročné výročie od priemyselnej ťažby uhlia na prepojenie ponúk, podujatí počas roka

Opatrenie 2.2.3 **Zabezpečiť dostatočnú propagáciu mesta ako cieľového miesta cestovného ruchu v spolupráci so Združením obcí Handlovskej doliny**

Aktivity:

- > vytvoriť subjekt zodpovedný za koordináciu propagácie mesta pre cestovný ruch
- > posilniť kapacity informačného centra pre potreby cestovného ruchu
- > vydávať vhodné propagačné materiály o meste
- > využiť rok 2009 – 100-ročné výročie od priemyselnej ťažby uhlia na propagáciu mesta.

Tvorba koncepcie rozvoja cestovného ruchu **súvisí s aktivitou č. 2.2.2.1** Vytvoriť a realizovať koncepciu rozvoja cestovného ruchu vrátane poverenia subjektu koordináciou rozvoja cestovného ruchu

Nadväznosť na PHSR mikroregiónu.....

Nadväznosť na PHSR TNSK.....

Produkt mikroregiónu pre cestovný ruch

Čo sa týka typov cestovného ruchu, produkty cestovného ruchu v mikroregióne Handlovskej doliny sú v súčasnosti poskytované nasledovne:

- **zimný a letný cestovný ruch zameraný na turistiku, športy, kúpanie** – tento typ priťahuje v súčasnosti najväčší počet návštevníkov, najmä vďaka prírode, službám pre zimnú i letnú turistiku a športy na Remate,
- **poznávací cestovný ruch zameraný na poznanie kultúrneho a historického dedičstva** – priťahuje najmä nemeckých návštevníkov s koreňmi na Slovensku – či už priamo v Handlovej, alebo v iných mestách alebo obciach na strednom Slovensku, alebo návštevníkov väčších kultúrnych alebo spoločenských podujatí,
- **obchodný cestovný ruch** – najmä v oblasti seminárov, školení a iných organizovaných pracovných podujatí vďaka kapacitám ubytovacích zariadení, najmä Horského hotela na Remate.

Mapovanie súčasnej ponuky sme urobili v týchto 7 oblastiach ponuky služieb cestovného ruchu:

**Stopy našej histórie v Handlovskej doline – sakrálne a iné pamiatky, chránené stromy, múzeum

**Ako to bolo v bani – v súčasnosti len niekoľko možností poznávania tejto súčasťi histórie tohto územia

**Život na vidieku v minulosti a dnes v Handlovskej doline – v súčasnosti len niekoľko možností spoznávania

**Zabavte sa s nami v Handlovskej doline – je pripravený kalendár každoročne organizovaných podujatí v mikroregióne, z toho je urobený výber podujatí zvlášť pre potreby cestovného ruchu a konkrétny plán podujatí na rok 2007 s termínmi konania

**Aktívny oddych v lete i v zime v Handlovskej doline – v tejto časti ponuky je kvantitatívne najviac služieb

**Ubytujte sa v Handlovskej doline – je zmapovaná ponuka ubytovacích zariadení v mikroregióne vo všetkých typoch

**Príďte ochutnať dobré jedlo a pitie v Handlovskej doline – je zmapovaná aktuálna ponuka reštauračných zariadení v meste a obciach mikroregiónu.

Rozvoj produktu bude potrebné smerovať do:

- rozvoja, skvalitňovania a zatraktívnenia hlavných **podujatí** organizovaných v mikroregióne počas roka,
- súčasnú ponuku je možné doplniť **novým/i podujatím/podujatiami** a tým využiť vynikajúci potenciál mikroregiónu v existencii viacerých skúsených a nápaditých organizátorov podujatí,
- rozšíriť ponuku služieb, ktoré súvisia **s poznávaním kultúry, dávnej i nedávnej histórie v meste**, súviacej s baníctvom ako príležitosťou pre špecifickú ponuku cestovného ruchu, čo súvisí napr. s Aktivitou č. 2.2.2.4 PHSR mesta Handlová - Vytvoriť trvalý verejný priestor pre vystavovanie a archiváciu historických i súčasných dokumentov, umeleckých diel, spojený s predajom, možnosťou oddychu a pod.

- **otvoriť existujúce atrakcie, resp. sprístupniť** ich veľmi ľahkým spôsobom aj pre návštevníkov prichádzajúcich priamo k atrakcii (kostoly, Dom stretávania Karpatských Nemcov, Múzeum J. Procnera)
- realizovať Aktivitu č. 2.2.2.5 PHSR mesta Handlová: **Prehodnotiť možnosti využitia termálnej vody**
- rozšíriť **ponuku služieb vidieckeho cestovného ruchu** ako doplnkové služby pre ubytovaných turistov alebo výletníkov,
- budovanie a údržba **turistických trás** (peších, bežeckých, turistických), **náučných chodníkov** s príslušnou vybavenosťou (lavičky, oddychové miesta, prístrešky, vyhliadky)
- začlenenia sa do existujúcej **širšej ponuky** alebo aktívne vytvoriť novú ponuku (**cestu, reťaz**) v rámci širšieho regiónu v rámci SR, prípadne medzinárodného (napr. banícke mestá, nemecká tradícia na Slovensku apod.)
- vytváranie alebo pomenovanie, či ozvláštnenie existujúcich aktivít, služieb v smere **atraktívnosti, špeciálnosti, jedinečnosti** (niečo je najväčšie alebo najmenšie, najvyššie alebo najnižšie, najnovšie alebo najstaršie, jediné, prvé alebo druhé apod.)

Cena

Jednotlivé zariadenia cestovného ruchu, ale aj viaceré vo vzájomnej spolupráci môžu zvýšiť atraktívnosť ponuky prípravou **tzv. balíčkov** zameraných na konkrétny súbor ponúk v konkrétnom čase za konkrétnu – pre zákazníka zvýhodnenú cenu. Spravidla ide o víkendové pobyty alebo pobyty mimo hlavnej sezóny s príťažlivými názvami. Okrem individuálnych zákazníkov môže ísť o ponuky pre organizátorov pracovných podujatí.

Dostupnosť

Dopravnú dostupnosť bude potrebné rozvíjať v spolupráci so samosprávou mesta a obcí, na základe vyjednávania s príslušnými inštitúciami.

Informačnú dostupnosť realizovať prostredníctvom rozšírenia priestorovej informovanosti priamo v území, ako aj vyjednávania o doplnení dopravného značenia, zároveň s doplnením informačného značenia pre potreby cestovného ruchu v širšom regióne.

Významným prvkom informačnej dostupnosti, ako to vyplynulo aj z ankety, je internet, preto bude potrebné pracovať na vytvorení komplexného, neustále aktualizovaného, atraktívneho internetového portálu s perspektívou rezervačného systému pre potreby cestovného ruchu.

Propagácia

Súčasná i potenciálna ponuka cestovného ruchu bez aktívnej propagácie môže zostať nenaplnená. Propagácia mesta a mikroregiónu sa musí zamerať na vytvorenie pozitívneho imidžu územia ako cieľového miesta pre krátkodobý i dlhodobý pobyt. Dobrým východiskom je už známa Remata, pričom správu bude potrebné rozšíriť aj o ďalšie romery ponuky, ktorá je už zmapovaná (viď časť Produkt). Okrem propagácie jednotlivých zariadení bude potrebné realizovať aj spoločnú propagáciu, osobnú komunikáciu, public relations i motivačné aktivity pre podporu predaja. Dobrým východiskom pre spoločnú propagáciu je existencia:

- **Rady pre rozvoj cestovného ruchu mikroregiónu Handlovskej doliny**, ktorá sa sformovala počas tvorby koncepcie rozvoja cestovného ruchu ako neformálna

partnerská skupina – jej silnou stránkou je možnosť spolupráce, tvorby dohôd o spoločných aktivitách v oblasti ponuky produktov i propagačných aktivít vrátane ich realizácie a spolufinancovania, s potenciálom pre rozdelenie úloh pri vyjednávaní s ďalšími inštitúciami v širšom regióne i mimo neho a pri osobnej komunikácii smerujúcej k zvýšeniu predaja produktov územia pre cestovný ruch,

- **Infocentra ZOHD**, ktoré má potenciál transformovať sa na TIC pri zohľadnení potreby rozvoja personálnej, materiálno-technickej a priestorovej kapacity – silnou stránkou je práca vo vnútri územia smerujúca ku koordinácii a sieťovaniu, s potenciálom poskytovania komplexných informačných služieb pre prichádzajúcich návštevníkov,
- **pozície referenta pre komunikáciu s verejnosťou na MsÚ Handlová** – silnou stránkou je práca s médiami a ďalšími formami tvorby a distribúcie informácií smerom k verejnosti, s potenciálom k odbornej koordinácii obsahu a vzhľadu propagačných materiálov a výberu vhodných komunikačných kanálov a nosičov.

Počas tvorby koncepcie rozvoja cestovného ruchu – na spoločných stretnutiach sme sa zaoberali prípravou propagačného materiálu územia. S tým súvisela prvá úloha – zmapovať súčasnú ponuku služieb a atraktivít. Toto sa podarilo vďaka východiskovým informáciám získaným v rámci analýzy zdrojov pri spracovávaní PHSR oboch území, ako aj vďaka aktívnej spolupráci všetkých zúčastnených.

Propagácia územia mikroregiónu by mala spĺňať tieto princípy:

1) ciele propagácie:

- a) vytvoriť pozitívny imidž územia ako cieľového miesta pre krátkodobý i dlhodobý pobyt
- b) motivovať verných i potenciálnych návštevníkov k návšteve územia
- c) vytvoriť trvalé kontakty na predajné miesta, sprostredkovateľov predaja produktu cestovného ruchu

2) segmenty:

- podľa výsledkov ankety a skúseností poskytovateľov služieb cestovného ruchu adresátni cieľov 1a) a 1b) by mali byť:

- i) podľa krajiny pôvodu: najmä Slováci, Česi, Nemci
- ii) podľa životného cyklu rodiny: najmä rodiny s deťmi, partneri bez detí
- iii) podľa veku: v prípade Slovákov a Čechov mladší a stredný vek, v prípade nemeckých turistov vyšší vek
- iv) podľa životného štýlu: aktívny životný štýl, športovci, zvlášť handicapovaní športovci, vyznávači krásnej prírody a nových, neznámych destinácií, objavitelia známej i neznámej histórie
- v) dôležitým segmentom sú návštevníci iných regiónov na Slovensku, ktorí si organizujú svoje výlety počas svojho pobytu – najmä návštevníci Bojníc, Kremnice, Banskej Štiavnice, Banskej Bystrice, ale aj vzdialenejších regiónov ako je Turiec, Liptov, Vysoké Tatry, Trenčín, Piešťany, Bratislava.

3) Obchodní partneri, predajcovia, sprostredkovatelia ponuky:

- i) TIC – turistické informačné kancelárie v regióne, na Slovensku

- ii) Infocentrum ZOHD v Handlovej – rezervácie pobytov cez web, telefón, sprotredkovanie služieb prichádzajúcim návštevníkom
- iii) Cestovné kancelárie organizujúce domáci cestovný ruch v SR, CK organizujúce pobyty do SR v ČR, Nemecku, prípadne inde
- iv) Organizátori pracovných podujatí, seminárov, školení – väčšie firmy, vzdelávacie agentúry, TNSK
- v) Organizátori detských táborov, výletov, škôl v prírode – základné školy v regióne TN aj BB, združenia alebo firmy organizujúce tábory v SR
- vi) veľtrhy cestovného ruchu v SR, prípadne v ČR, Nemecku – v spolupráci s TNSK, SACR – bude potrebné sledovať efektívnosť predaja

4) Práca s médiami:

- i) Permanentná informovanosť v národných a regionálnych (TN, BB, ZA) médiách na presadenie nového imidžu územia – o novej stratégii, nových službách, atraktívnych podujatiach – pozvánky, reportáže
- ii) Inzercia – pozvánky na podujatia v regionálnych médiách vrátane inzertných
- iii) Články alebo inzercia v odborných a populárnych cestovateľských časopisoch – Cestovateľ s dosahom na SR a ČR, vyhľadať zahraničné časopisy
- iv) V prípade dohody o väčšej kampani vytvorenie vizuálne prítlačlivého inzerátu s použitím loga, prípadne maskota a vhodného sloganu, použiteľného vo vybraných médiách, prípadne bilborde/bilbordoch na prístupových cestách

5) Propagácia:

- i) súhrnný propagačný materiál U nás v Handlovskej doline – brožúra, distribúcia: miestne zariadenia poskytujúce služby CR, Infocentrum, TIC v bližšom i vzdialenejšom okolí, iba v menšom meradle ako suvenírom oficiálnym návštevníkom mesta a obcí
- ii) prepojenie existujúcich webstránok, vytvorenie novej – špeciálne zameranej na ponuku CR, v budúcnosti i elektronický rezervačný systém
- iii) informačno-propagačné panely v meste Handlová a v meste Bojnice podľa dohody, za výhodných podmienok
- iv) priestorová propagácia – označenie smerovníkov ku všetkým atrakciám v ponuke, prípadne informačných tabúľ o atrakciách, územiach, na vyhlídkach apod.
- v) vytvorenie loga alebo maskota, sloganu pre konkrétnu kampaň územia

6) Motivačné aktivity pre podporu predaja:

- i) V konkrétnom čase je možné podporiť zvýšenie návštevnosti špeciálnymi akciami, ktorými môžu byť: zľavy, bonusy, kupóny na zľavu ako súčasť inzerátu, nákup 2 služieb za 1 cenu, kupón na zľavu za ďalšiu navštívenú službu na zakúpenom lístku/vstupenke za inú – atraktívnejšiu službu, knižka s kupónmi na zľavy v rôznych zariadeniach v území pre VIP, pre špeciálne vybraný segment – dostupnosť v inom, atraktívnejšom regióne, „ochutnávka“

regiónu v inom regióne (na špecializovanej výstave, veľtrhu, pre novinárov) apod.

7) Osobná komunikácia pre potreby prezentácie alebo predaja produktu územia

- i) Nositeľmi informácie sú všetci predstavitelia územia, jeho služieb z verejného i súkromného sektora, členovia Rady pre rozvoj cestovného ruchu mikroregiónu Handlovskej doliny, ktorí majú prístup k rôznym inštitúciám, sieťam – cieľom by malo byť prezentovať celú ponuku územia pre cestovný ruch, ktorá sa takto stáva atraktívnejšou. Preto by mali byť vybavení dostatočnými informáciami s vhodnou mierou podrobnosti a na vhodných nosičoch
- ii) Osobný predaj smerom k obchodníkom, sprotredkovateľom budú zrejme robiť najmä individuálni poskytovatelia služieb cestovného ruchu. Rada..... môže poveriť konkrétny subjekt touto úlohou zároveň s udelením potrebných kompetencií a finančných prostriedkov.

Ludia, inštitúcie

Bude potrebné pokračovať v spolupráci Rady pre rozvoj cestovného ruchu mikroregiónu Handlovskej doliny (zo skratky: RRCRMRHD je možné vytvoriť zvukomalebný názov, napr. Racer, prípadne úplne iný).

Pokračovať vo vytváraní a udržovaní kontaktov, spolupráce a plánovanie spoločných aktivít napr. pre propagáciu alebo rozvoj produktov CR s ostatnými subjektami (Združenie regiónu Horná Nitra, SACR, mestá Kremnica, Banská Štiavnica a zruzenia pre CR v nich pôsobiace a i.) – to je úloha pre Radu pre rozvoj cestovného ruchu mikroregiónu Handlovskej doliny a ňou poverené konkrétne subjekty (osoby).

Realizácia Koncepcie rozvoja cestovného ruchu bude závislá aj od schopnosti získať vonkajšie zdroje – či už do verejného alebo súkromného sektora. Aj tu bude potrebná spolupráca a vzájomná informovanosť. V nadväznosti na to bude vhodné i vzdelávanie riadiacich pracovníkov v oblasti možností spolupráce s EÚ, programov a štrukturálnych fondov EÚ, Národného strategického referenčného rámca, ako aj projektový cyklus pre začiatok i pokročilých.

Pre rozvoj pracovníkov v cestovnom ruchu v mikroregióne, prípadne v širšom regióne bude možné pripraviť vzdelávací/ie projekt/y v podobe celoživotného vzdelávania pre zamestnancov, rekvalifikačných kurzov pre nezamestnaných alebo rozvoj príslušného stredoškolského odboru pre potreby praxe.

Meranie úspešnosti

Aktivity budú naplánované tak, aby bolo možné vyhodnotiť ich dopady. Úlohou Rady pre rozvoj cestovného ruchu mikroregiónu Handlovskej doliny by malo byť každoročné vyhodnotenie plánu aktivít a dopadov jednotlivých aktivít na zvýšenie návštevnosti územia. Preto budú musieť byť vytvorené systémy na získavanie informácií o týchto dopadoch, konkrétne sledovanie návštevnosti jednotlivých zariadení, ako aj podujatí.

Súčasťou merania úspešnosti by mali byť pravidelne realizované prieskumy v jednotlivých sezónach, ktoré umožnia porovnanie spokojnosti a priorít návštevníkov v jednotlivých rokoch.

Aktivity, ktoré sú výsledkom tvorby koncepcie počas roka 2006:

- A1. vytvorenie partnerskej skupiny - Rady pre rozvoj cestovného ruchu mikroregiónu Handlovskej doliny,
- A2. súhrn informácií o aktuálnej ponuke služieb a podujatí v mikroregióne pre cestovný ruch,
- A3. základ pre tvorbu propagačného materiálu = súhrn informácií, dohoda o forme propagačného materiálu
- A4. dohoda o potrebe rozšírenia kapacít Infocentra ZOHD pre potreby TIC
- A5. udelenie domény pre potreby informačného portálu mikroregiónu pre cestovný ruch

Návrh plánu aktivít na rok 2007:

Aktivita KCR 1. Účast' na veľtrhu cestovného ruchu Slovakiatour	
Zodp:	Partneri:
Finančné prostriedky:	Zdroje financií:
Termín:	Očakávaný výsledok:

Aktivita KCR 2. Článok o komplexnej ponuke mikroregiónu v časopise Cestovateľ s tématickou inzerciou zariadení CR podľa záujmu	
Zodp:	Partneri:
Finančné prostriedky:	Zdroje financií:
Termín:	Očakávaný výsledok:

Aktivita KCR 3. Vytvorenie podmienok pre transformáciu Infocentra na TIC (priestorové, personálne, finančné, materiálno-technické)	
Zodp:	Partneri:
Finančné prostriedky:	Zdroje financií:
Termín:	Očakávaný výsledok:

Aktivita KCR 4. Pokračovanie v spolupráci Rady pre rozvoj cestovného ruchu mikroregiónu Handlovskej doliny formou spoločných stretnutí	
Zodp:	Partneri:
Finančné prostriedky:	Zdroje financií:
Termín:	Očakávaný výsledok:

Aktivita KCR 5. Skvalitňovanie priestorovej propagácie v mikroregióne	
Zodp:	Partneri:
Finančné prostriedky:	Zdroje financií:
Termín:	Očakávaný výsledok:

Aktivita KCR 6. Public relations – práca s médiami pre vytvorenie nového imidžu územia mesta a mikroregiónu ako cieľového miesta pre cestovný ruch	
Zodp:	Partneri:
Finančné prostriedky:	Zdroje financií:
Termín:	Očakávaný výsledok:

Aktivita KCR 7. Internetový portál cestovného ruchu – vytvorenie štruktúry, naplnenie	
Zodp:	Partneri:
Finančné prostriedky:	Zdroje financií:
Termín:	Očakávaný výsledok:

Aktivita KCR 8. Vydanie tlačených materiálov podľa potreby	
Zodp:	Partneri:
Finančné prostriedky:	Zdroje financií:
Termín:	Očakávaný výsledok:

Prílohy koncepcie:

- Analýza SWOT mikroregiónu pre rozvoj cestovného ruchu, 2006
- Analýzy SWOT mesta Handlová a jednotlivých obcí pre potreby rozvoja cestovného ruchu, 2005
- Analýza problémov cestovného ruchu v meste Handlová a v mikroregióne, 2005, 2006
- Vyhodnotenie analýzy SWOT mesta Handlová v kontexte na mikroregión, 2005
- Návrh na využitie silnej stránky – tradícia baníctva v meste Handlová, 2005
- Výsledky dotazníkového prieskumu medzi návštevníkmi mikroregiónu v letnej sezóne 2006
- Kalendár každoročne organizovaných podujatí v mikroregióne s plánom na rok 2007
- Mapovanie ponuky služieb cestovného ruchu 2006 (súhrn informácií)
- Segmenty a produkty cestovného ruchu v mikroregióne – prehľad súčasnej situácie s návrhmi, 2006
- Imidž Handlovej – pilotná anketa, 2005
- Pripomienky občanov k rozvoju cestovného ruchu – Čaj o piatej, Handlová, 2005

Dokument spracovala: Ing. Magdaléna Bernátová, PhD., M.B.Consulting na základe spolupráce s Infocentrom ZOHD a členmi Rady pre rozvoj cestovného ruchu mikroregiónu Handlovej doliny, Október 2006.