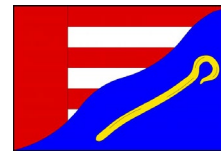


Strategie rozvoje cestovního ruchu pro obec Hulice a okolí



duben 2021



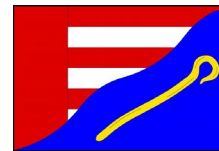
1. Úvod

Program rozvoje cestovního ruchu v obci Hulice a okolí let 2021 – 2026 (dále jen Program CR) je syntetickou aktualizací předchozích programových dokumentů obce Hulice, které byly postupně schvalovány zastupitelstvem obce Hulice.

Zpracování a průběžná aktualizace předloženého dokumentu si vyžádala změny v nastavení řízení cestovního ruchu na úrovni obce a také v připravovaných aktivitách, jejichž hlavním cílem je zkvalitnit výkon a efektivitu činností v oblasti destinačního managementu na širší úrovni obce. V dokumentu je zohledněno i klíčové rozhodnutí o změně ve směřování krajské politiky cestovního ruchu v podobě schválení usnesení č. 017-04/2017/ZK ze dne 7.3.2017, jímž došlo ke zřízení Středočeské centrály cestovního ruchu (SCCR). V dokumentu se vycházelo z materiálu Kategorizace organizací destinačního managementu Ministerstva pro místní rozvoj a agentury CzechTourism, na základě kterého plánuje kraj založení krajské destinační agentury Střední Čechy, z. s. V rámci úsilí o založení SCCR a vznik krajské destinační agentury bylo pak nezbytné přistoupit k úpravám základního strategického rámce v oblasti cestovního ruchu. Programový dokument pro obec a okolí je rozdělen do několika částí. Nejdříve jde o analytickou část mapující nabídku a poptávku cestovního ruchu a také stávající předpoklady a potenciál cestovního ruchu a zahrnující institucionální zajištění. Analýza vyústí ve SWOT analýzu, která shrnuje základní zjištění analytické části. Syntetická část obsahuje segmentaci cestovního ruchu, která byla základním vstupem pro stanovení Marketingové strategie cestovního ruchu zpracovávanou paralelně. Návrhová a implementační část obsahuje aktuální strategii cestovního ruchu do roku 2026 ve formě cílů, rozvojových opatření a aktivit. Přirozenou součástí návrhové části je též rámcová marketingová strategie, představující nezbytný strategický dokument pro činnost v rámci institucionálního rozvoje obce Hulice a okolí v oblasti cestovního ruchu. A nedílnou součástí implementace Programu CR je také Akční plán představovaný souborem projektových fiší včetně návrhu způsobu financování jednotlivých opatření ve formě vícezdrojového financování navržených aktivit. Zpracování Strategie rozvoje cestovního ruchu pro obec Hulice a okolí bylo zadáno na základě veřejné zakázky společností RRA StČ, z.s.

1.1 Metodická východiska

Zpracování Strategie rozvoje cestovního ruchu pro obec Hulice a okolí vychází ze zákona č. 128/2000 Sb., Zákon o obcích (obecní zřízení), na základě kterého byla obcím svěřena do samostatné působnosti možnost rozvoje odvětví cestovního ruchu na svém území na základě k tomu stanové koncepce s tím, že obec pečuje o všestranný rozvoj svého území a o potřeby svých občanů. Při zpracování dokumentu byly použity platné metodické postupy pro tvorbu strategických dokumentů cestovního ruchu, mezi které patří zejména Doporučený metodický postup tvorby strategických dokumentů v turistice Ministerstva pro místní rozvoj ČR a agentury CzechTourism. Ohledy byly brány i na Metodiku tvorby veřejných strategií a mezinárodní doporučení pro tvorbu strategických dokumentů cestovního ruchu Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) a Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD). Strategie rozvoje cestovního ruchu byl vytvořena s pomocí využití primárních i sekundárních zdrojů ve spolupráci obce Hulice, neziskového a soukromého sektoru, odborné i laické veřejnosti a dalších zainteresovaných stran, zejména aktérů CR. Dílčí kroky a návrhy byly projednávány v pracovní skupině, která byla pro potřeby zpracování ustavena na úrovni obce. Neopominutelným zdrojem informací se stalo také dotazníkové šetření zaměřené na činnost organizací a aktérů CR na širším zájmovém území obce Hulice.



1.1.1 Soulad Strategie rozvoje cestovního ruchu

Soulad Strategie rozvoje cestovního ruchu se strategickými dokumenty byl zajišťován v koordinaci s aktuálním Programem rozvoje územního obvodu Středočeského kraje na období 2018 –2023. Ten sám o sobě představuje základní zastřešující a koncepční dokument strategického plánování na úrovni kraje. Strategie rozvoje cestovního ruchu se o tento dokument opírá, vychází z něj a respektuje jím definovaný rámec pro rozvoj cestovního ruchu na území kraje.

Předložený dokument je též v souladu i s dalšími strategickými dokumenty kraje. Především jde o Konceptci rozvoje cyklistiky ve Středočeském kraji na období 2017 –2023, Generel cyklotras a cyklostezek a řadu dalších strategických dokumentů kraje v oblasti kultury, památkové péče, územního plánování nebo životního prostředí. Nutno také uvést, že zastupitelstvo Středočeského kraje usnesením č. 024-14/2018/ZK ze dne 25. 6. 2018 schválilo Aktualizaci Programu rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji na období 2018 – 2023.

Dokument také reflektuje strategické záměry obsažené v platné Konceptci státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2021 – 2030 a zní plynoucí doporučení v oblasti cestovního ruchu. Během zpracovávání Strategie rozvoje cestovního ruchu byly také vzaty v potaz požadavky obsažené v Kategorizaci organizací destinačního managementu.

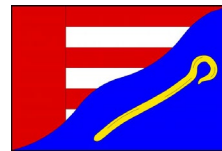
Prvním krokem bylo na základě zpracované Analýzy potenciálu cestovního ruchu a SWOT analýzy definovat hlavní kritické a problémové oblasti, na jejichž řešení bude rozvoj cestovního ruchu v turistickém regionu obce Hulice a okolí závislý. S ohledem k šíři problematiky cestovního ruchu a provázanosti s dalšími rozvojovými okruhy byla snaha zohlednit v rámci jednotlivých problémových oblastí všechny aspekty.

1.1.1.1 Cestovní ruch obecně

Cestovní ruch představuje komplexní hospodářské odvětví, jež zásadním způsobem ovlivňuje zaměstnanost, platební bilanci a socioekonomický rozvoj regionů, podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu, má vliv na příjmy místních rozpočtů a podporuje také investiční aktivitu v území. I přes stávající problémy s pandemií koronaviru je ve světovém měřítku cestovní ruch stále považován za odvětví budoucnosti. S jeho rozvojem je mimo jiné spojován silný multiplikační efekt, který přináší přidanou hodnotu do území.

Cestovní ruch s na něj navazujícími odvětvími, zejména dopravou, se však podílejí i na nepříznivých dopadech lidské činnosti na životní prostředí. Stává se, že zvýšený počet turistů/návštěvníků v případě chráněných přírodních či urbánních lokalit, často vede k poškozování daného prostoru. Základním cílem cestovního ruchu proto není jen přilákat co největší počet turistů/návštěvníků do regionu a zvýšit objem příjmů směřujících do území, ale též snižovat zranitelnost území a optimalizovat efektivní využívání jeho potenciálu, to vše v souladu s konceptem udržitelného rozvoje cestovního ruchu.

Strategie rozvoje cestovního ruchu v obci Hulice a okolí na období 2021 – 2026 je strategickým a koncepčním dokumentem, který nastavuje efektivní model rozvoje, řízení a

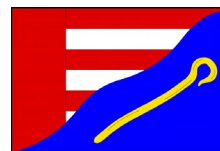


propagace cestovního ruchu na území obce Hulice a okolí. Za základní východisko pro tvorbu strategie je považována Analytická část, jež shrnuje vyhodnocení naplňování předchozí strategie rozvoje obce v různých oblastech a shromažďuje základní poznatky o cestovním ruchu v regionu (poptávku, nabídku a podobně). Dalším předpokladem pro udržitelný a žádoucí rozvoj cestovního ruchu je nastavení Návrhové části. Ta stanoví rozvojovou vizi spolu s cíli a na ně navazující opatření.

1.2 Shrnutí úvodní části

Analytická část je první částí Strategie rozvoje cestovního ruchu. Jde o analytický dokument, který popisuje a charakterizuje oblast obce Hulice a jejího širšího okolí v rozsahu, který je nezbytný pro vytvoření výchozí základny poznatků, ze které bude vycházet strategie dalšího rozvoje. Cílem analýzy nebude obširný a vyčerpávající přehled všech aspektů cestovního ruchu v obci Hulice a okolí, ale jejich výběr, provázání a zevšeobecnění s cílem popsat dané území. Smyslem není přinést ohromující a nové informace, jako spíše shromáždit a představit nejdůležitější základní data a poznatky z různých zdrojů (sociologický průzkum, oborové analýzy, existující strategické a koncepční dokumenty místní a vyšší úrovně, statistická data a další zdroje) a zpracovat jejich kompilaci a aktualizovat je.

V průběhu prací na analytické části strategie byla uskutečněna analýza statistických dat a dalších dat z veřejně dostupných informačních zdrojů. Taktéž byly zanalyzovány všechny disponibilní a aktuální koncepční, strategické a rozvojové dokumenty kraje, jež byly doplněny o výstupy a informace pocházející z průzkumu realizovaných u: aktérů CR – subjektů, které z většiny poskytují/ovaly služby v CR; subjektů působících/obily v cestovním ruchu a také náhodně zastižených návštěvníků obce Hulice a jejího širšího okolí. Shromážděné a zjištěné poznatky byly doplněny o podklady z obecního úřadu obce Hulice.

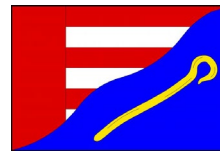


2. Sociodemografická analýza

Obec Hulice se nachází v jihovýchodní části Středočeského kraje v okrese Benešov. V okruhu 30 km jsou města Vlašim, Světlá nad Sázavou, Humpolec nebo Benešov. Obec poblíž hráze vodárenské nádrže Švihov je tvořena jedním katastrálním územím o rozloze 647 ha, se dvěma místními částmi: Hulice a Rýzmburk. V centru Hulic je rozsáhlá náves lemovaná vzrostlými stromy, s vodotečí a dvěma rybníčky, kterou ze třech stran obklopuje zástavba venkovského charakteru. Rýzmburk je založeno podél jedné průjezdné komunikace. Po obou březích vodní nádrže Švihov se rozprostírají lesy, ve kterých se v lokalitě mezi obcemi Sedlice, Bernartice, Borovsko a Hulice vyskytují vzácné rostliny, nejvzácnější je kuřička hadcová. Do území obce sice zasahuje svými limity ochranné pásmo vodního zdroje Želivka a určitý vliv má i geografická poloha obce v těsné blízkosti dálnice D1, ale z hlediska cestovního ruchu se jedná o místo se zajímavým potenciálem přírodních i kulturně-historických hodnot.

Dobře rozvinutá spolupráce obcí v rámci turistického regionu Posázaví je zásadní motivací pro efektivní využívání této výhodné geografické polohy, a to zejména v souvislosti s rozvojem cestovního ruchu.





2.1 Základní údaje o zájmovém území

Název: Hulice

Sídlo: Hulice 33, Trhový Štěpánov 257 63

Katastrální území: Hulice, 649287

Zastoupená: Martin Kapek, starosta

IČ : 00231801

Tel: 725 934 221

mobil: 724 181 382 (starosta)

e-mail: ou.hulice@cmail.cz

web: www.hulice.cz

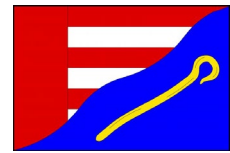
Obec byla založena před více jak 700 lety, porovnáme-li podle demografických dat její historický vývoj, tak na konci 19. století byl počet obyvatel obce kolem 500, po druhé světové válce klesl na zhruba 300 a v této výši se pohybuje dodnes. K 1. 1. 2020 byl celkový počet 298 obyvatel. Roční nárůst v posledních 3 letech byl cca 2-4 osoby, průměrný věk obyvatel je 44,1 let, nejsilnější věkovou skupinu tvoří lidé ve věku od 15-65 let, celkem 180 osob. Na úřadu práce byli k 31. 12. 2020 registrováni 3 nezaměstnaní, což odpovídá 1,67% podílu nezaměstnaných z dosažitelných uchazečů o zaměstnání ve věku 15–64 let.

Počet obyvatel obce HULICE k 1.1.2020				
		celkem	muži	ženy
Počet obyvatel		298	144	154
	0-14 let	44	20	24
	15-64 let	180	91	89
	65 a více let	74	33	41
Průměrný věk		44,1	44,7	43,6

Z hlediska dopravy a dopravního napojení má dominantní význam dálnice D1, která územím obce prochází. Exit 56 u Soutic je 3,5 km od centra.

Další komunikace, které obcí procházejí, jsou silnice III. třídy - 1263 Kalná – Hulice; 1264 Kalná – Rýzmburk a 1265 Nesměřice – Rýzmburk – Hulice – Sedmpány. Obcí prochází také cyklotrasa č. 0004 (Vlašim - Trhový Štěpánov - Hulice - Nesměřice - Zruč na Sázavou).

Železniční trať ani stanice na území obce nejsou. Nejbližší železniční stanicí je Trhový Štěpánov ve vzdálenosti 6 km ležící na trati 222 vedoucí z Benešova. Do obce zajíždějí 2 autobusové linky dopravce ČSAD Benešov.



Mezi občanskou vybavenost patří obecní mateřská škola, prodejna potravin, pohostinství se společenským sálem, fotbalové hřiště, víceúčelové hřiště a dětské hřiště.

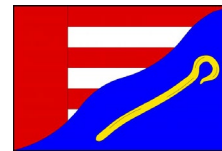


Obec je plynofikována, má vlastní ČOV a kanalizaci, kabelový rozvod televize, veškeré elektrické a telefonní rozvody byly uloženy pod zem. Má hasičskou zbrojnicí. V roce 2012 vzniklo z bývalé obecní školy interaktivní muzeum Včelí svět, které představuje hravým způsobem život včelstva.



V těsné blízkosti obce se nachází vodní nádrž Švihov na řece Želivce, která slouží jako zdroj pitné vody pro středočeskou oblast včetně Prahy. A Český svaz ochránců přírody Vlašim postavil v roce 2015 s podporou programu ROP Evropské unie návštěvnické středisko s interaktivní expozicí Vodní dům, které představuje návštěvníkům vodu jako životní prostředí vodních rostlin a živočichů i jako nezbytnou podmínku našeho života.





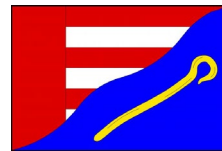
3. Zpracování strategie rozvoje cestovního ruchu v obci Hulice a okolí

Strategie navazuje na analýzu trhu cestovního ruchu, která byla provedena v roce 2008, formou dotazníkového šetření mezi starosty obcí v oblasti. Je v souladu s Programem rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji na období 2018 – 2023 a s Národním programem podpory cestovního ruchu v regionech Ministerstva pro místní rozvoj. Je také kompatibilní se Strategií komunitně vedeného místního rozvoje místní akční skupiny Posázaví 2014 – 2020 a dalšími strategickými dokumenty.

Z hlediska destinačního managementu spadá obec Hulice do oblasti, kde působí organizace Posázaví, o. p. s., která patří k neaktivnějším organizacím z hlediska rozvoje cestovního ruchu v regionu Středočeského kraje. Turistická destinace Posázaví se dále dělí na lokální destinace, z nichž neaktivnější je Kraj Blanických rytířů. Činnost společnosti Posázaví, o. p. s. je úzce propojena s aktivitami MAS Posázaví.

Základem pro vyvážený rozvoj cestovního ruchu je vytvoření kvalitní koncepce pro toto území s ohledem na možnosti vzájemné spolupráce s relevantními partnery a ve vazbě na již realizované nebo připravované aktivity a projekty z oblasti cestovního ruchu. Zohlednit je také třeba aktivity širšího turistického regionu na území Středočeského kraje.

Prvním krokem bylo na základě zpracované Analýzy potenciálu cestovního ruchu a SWOT analýzy definovat klíčové oblasti, na jejichž řešení bude rozvoj cestovního ruchu obce zaměřen. Vzhledem k širší problematice cestovního ruchu a jeho provázanosti s dalšími rozvojovými okruhy byla snaha zohlednit v rámci jednotlivých klíčových oblastí všechny aspekty.

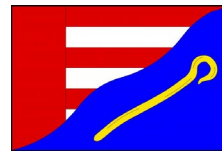


4. Analýza území obce Hulice a okolí

4.1. Hodnocení území z hlediska potenciálů pro cestovní ruch

Vlastní analýza potenciálu cestovního ruchu obsahuje obecný přehled přírodního a historického bohatství a také základní a doplňkové infrastruktury cestovního ruchu v území. Vzhledem k obsahu zadání zaměřeného na koncepční dokument bylo využito již zpracovaných analytických informací z realizovaných dokumentů (např. Územní plán, nebo Strategický plán rozvoje obce Hulice 2021 – 2025), které obsahují dostatek potřebných informací.

V této kapitole jsou podrobně rozepsány hlediska, z kterých lze nahlížet na nabídku pro cestovní ruch. Pro účely strategie bylo navrženo 6 tematických hledisek.



4.1.1. Geografické hledisko

Oblast je charakteristická svým kopcovitým terénem, který náleží do Středočeské pahorkatiny s výškovými rozdíly mezi 75 až 150 metry. Území náleží do povodí Vltavy a patří mezi ekologicky nejčistší v České republice. Nacházejí se zde rozsáhlé lesy, louky, pole, malé vesničky a velké množství rybníků. Jen necelých 6 km z centra Hulice se nachází soutok řek Želivky a Sázavy. Toto romantické místo je dobře vidět ze skalního ostrohu a patří mezi nejkrásnější v republice. Hulice je součástí Podblanicka, které se rozprostírá v jihovýchodní části okresu Benešov. Ve středověku došlo k vykácení původních podhorských pralesů. Mohutné porosty byly nahrazeny především smrkovou výsadbou, která dnes velmi trpí kůrovcovou kalamitou. Řada obcí se rozhodla obnovit původní aleje a stromořadí, jež jsou v současnosti v prvních letech růstu.

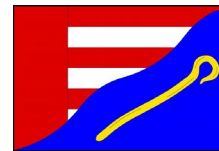


Významným krajinným prvkem ovlivňujícím obec a její okolí je bezesporu vodní dílo Švihov. Toto přehradní jezero s rozlohou více jak 1600 hektarů je největší vodárenskou nádrží v České republice i ve střední Evropě. Bylo postaveno v 70. letech minulého století a i když oblast kolem řeky Želivky byla kdysi nejnavštěvovanějším koutem Vysočiny, dnes v okolí nádrže platí zákaz vjezdu, zákaz vstupu, zákaz rybolovu a zákaz koupání.



Zhodnocení:

- příznivé klima
- klidné prostředí, čistá příroda, malebná krajina
- rozsáhlé lesy, louky a velké množství rybníků
- geologické, historické zajímavosti
- zhruba 30 minut jízdy autem po dálnici D1 z metropole



4.1.2. Ekonomické hledisko

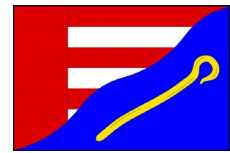
Hlavním oborem ekonomiky převážné části aktivního obyvatelstva obce je průmysl a stavebnictví. Sektor zemědělství, lesnictví, zdravotnictví a sociální služby nebo vzdělávání a veřejná správa patří mezi výrazně méně obsazené obory. Z regionálního hlediska je významným podnikem zbrojovka Sellier & Bellot, a.s. vyrábějící střelivo, která sídlí ve Vlašimi a má více jak 1600 zaměstnanců, sklárna Kavalier, a.s., v Sázavě, která aktuálně zaměstnává asi 1500 lidí, nebo společnost TRW s.r.o. která v Benešově vyrábí komponenty pro automobilový průmysl. Z větších podniků stojí za zmínku například i společnost COLAS CZ, a.s. provoz Soutice, která se zabývá výrobou asfaltových obalových směsí pro opravy a výstavbu komunikací, nebo firma EKOSO Trhový Štěpánov, s.r.o., které provozuje skládku komunálního odpadu. V oblasti zpracování dřeva a truhlářské výroby působí v oblasti podniky jako ASTRO Vlašim spol. s r.o., INEX DK, spol. s.r.o., I.V.N. s.r.o., nebo Josef Prokop – ARTTIP. Z potravinářských provozů patří k největším zaměstnavatelům okresu Benešov společnost Rabbit Trhový Štěpánov, zpracovávající králíčí a drůbeží maso, nebo mlékárna Danone a pivovar Ferdinand přímo v Benešově. Tradiční zemědělská výroba má v regionu rovněž zásadní význam, i když nezaměstnává již tolik lidí jako v minulosti. Téměř 86 % zemědělské půdy je půda orná (z 90 % bramborářská, zbytek obilnářská), zahrady a sady. Převládající zemědělskou produkcí jsou brambory, obiloviny, technické plodiny, maso, mléko. Tomu odpovídá i vysoký podíl podnikatelských subjektů v zemědělství, který je nejvyšší ze všech okresů Středočeského kraje.

Přehled podnikatelských subjektů v okrese Benešov dle vybraných oborů činnosti k 31.12.2020 (zdroj ČSU)	
Zemědělství, lesnictví, rybolov	1.959
Průmysl	3.209
Stavebnictví	3.754
Doprava a spoje	707
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	5.726
Ubytování, stravování a pohostinství	1.233
Celkem	25.839

Přehled podnikatelských subjektů v obci Hulice dle vybraných oborů činnosti k 31.12.2020 (zdroj ČSU)	
Zemědělství, lesnictví, rybolov	10
Průmysl	13
Stavebnictví	16
Doprava a spoje	1
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	16
Ubytování, stravování a pohostinství	3
Celkem	84

Zhodnocení:

- ekonomicky stabilní obyvatelstvo
- nízká míra nezaměstnanosti
- potenciál pro rozvoj služeb
- rozvíjející se nabídka agroturistiky

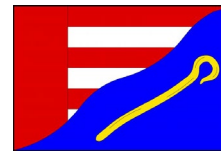


4.1.3. Historické hledisko

Oblast byla osídlována formou raně feudálních hradišť od 11. století (Hradiště u Vlašimi). Většina sídel vznikla při velké kolonizaci v 11. a 12. století. Blízko vsí začaly vyrůstat od 13. století hrady a tvrze, sídla místních feudálů. Datace první písemné zmínky o Vlašimi spadá do roku 1307. Urychlení osídlovacího procesu probíhalo s pomocí církve – klášterů. Příkladem je za husitských válek zaniklý klášter v Louňovicích (písemné doklady datované do r. 1149). V období kolonizace zhruba od pol. 12. do pol. 13. století byly v regionu vybudovány románské kostely. Významné velmožské rody začaly budovat feudální velkostatky spojené s výstavbou opevněných hradů a sídel. Na přelomu 14. a 15. století bylo na území okresu Benešov přibližně 480 sídel, převážně zemědělských vesnic, ve kterých bylo průměrně po 10 až 15 rolnických usedlostech. Po bitvě na Bílé hoře počet obyvatel výrazně poklesl a vývoj sídel stagnoval, posíleno bylo spíše agrární podnikání velkostatků (pivovary, mlýny, pily atd.). Hospodářsko-sociální poměry se mírně zlepšily až koncem 18. století. Pokračovala koncentrace pozemkového majetku v rukou šlechty, která v 1. pol. 18. století začala v regionu budovat novostavby barokních zámků a provádět přestavby starších panských sídel a kostelů. Baroko výrazně obohatilo krajinu regionu. Ve 2. polovině 19. století zaznamenal region určitý rozvoj (rozšiřování osevních ploch, zavádění nových plodin a píce, podpora průmyslové výroby, vznik textilních manufaktur a další). Výrazné změny přinesl až rok 1848. Rozvíjely se mlýny, pivovary, vinopalny, lomy, vápenky. Na konci 18. století bylo založeno několik textilních manufaktur a obuvnická továrna ve Vlašimi. Pracovaly zde cukrovary, škrobárny a lihovary. Od 80. let 19. století však opět začal depopulační proces — obyvatelstvo odcházelo za prací do měst. Po II. sv. válce a po kolektivizaci zemědělství došlo k postupné koncentraci zemědělské výroby. Zemědělské areály tvoří v sídlech předimenzované, nepříliš vhodně umístěné komplexy. Po roce 1976 došlo k realizaci sítě tzv. střediskových obcí, byla vytipována střediska místního, obvodního a oblastního významu. V regionu se stala střediskem oblastního významu Vlašim. Významným zásahem do krajiny i jejího osídlení bylo v roce 1972 vysídlení a likvidace obcí na místě dnešní přehradní nádrže Švihov (Želivka). Území podél řeky Sázavy disponuje vysokým krajinným potenciálem, ale je zde i celkem široké zastoupení jak kulturně-historických památek, zámků, tvrzí, tak prvků drobné architektury. Z hlediska členění cestovního ruchu do destinačních území jsou Hulice řazeny do turistického regionu Posázaví a Podblanicko, což je oblast kolem Velkého a Malého Blaníku. Nachází se zde hrad Český Šternberk, barokní zámek Jemniště, ale také zámek Konopiště. Je zde ale i celá řada technických památek, jako například zlatý důl v malé vesničce Roudný nebo nedokončený obloukový dálniční most u Borovska či kamenný železniční viadukt nad údolím Sedlického potoka. Lze důvodně očekávat, že tato oblast má z hlediska rozvoje turismu významný potenciál.

Zhodnocení:

- široká nabídka (hrady zámky, muzea)
- bohatá historie
- tradiční místo počátků trampingu, ale také lázeňství



4.1.4. Kulturní hledisko

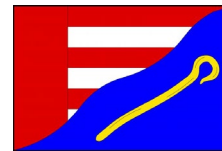
Kulturním centrem území jsou bezesporu okolní města Benešov, Vlašim a Zruč nad Sázavou díky svému zázemí a kulturní tradici. Malé obce však nezůstávají v žádném případě v pozadí. Organizování kulturních a společenských akcí, setkávání či obnově a upevňování tradic na venkově se věnuje celá řada spolků, souborů a zájmových organizací jako jsou rybáři (péče o vodní toky, rybolov, výlovy), myslivci (péče o divokou zvěř, krajinu, pořádání honů) či včelaři (chov včel, produkce medu). Rovněž Sbory dobrovolných hasičů, z nichž mnohé mají ve zdejších obcích až stoletou tradici, se vedle protipožární ochrany a likvidaci škod po živelních katastrofách věnují požárnímu sportu (sportovní soutěže, výchova dětí a mládeže) či pořádání kulturních aktivit (např. hasičské plesy). Také organizace sdružující ženy/matky jsou velmi kulturně a společensky aktivní, například Miřetický klub žen, Pravona z.s. nebo Poplety Trhový Štěpánov, či spolek Lilie Čechtice, Keblováci a Kalňáci, Bernartický spolek kultury a Jakoubek v Čechticích. Ze sportovních aktivit převládá fotbal a akce TJ Sokol. Stále více se pořádají společenské, kulturní i sportovní akce, které získávají nadregionální význam.

Mezi nejvýznamnější akce oblasti patří například hudební festival - Podblanický hudební podzim, letní pochod po stopách bitvy u Jankova, nebo putování šternberskou historií, což jsou dnes již tradiční kostýmované hrané prohlídky o historii hradu Český Šternberk.

Součástí kultury je i péče o kulturní dědictví, která klade na obce (zejména ty menší) a další vlastníky nemalé nároky, a to nejen finanční. Nachází se zde velké množství památek spojených s těžbou a zpracováním pískovce. Jedná se převážně o občanské i sakrální stavby využívající pískovec jako stavební materiál a dokazující zároveň i řemeslnou zručnost kameníků při tvorbě různých pískovcových dekoračních prvků. Negativním jevem současné doby jsou množící se krádeže těchto děl umístěných ve volném prostoru, se kterými se obce i soukromí vlastníci v posledních letech potýkají. Dobrá péče o historické objekty je předpokladem k zachování kulturně-historického dědictví i pro další generace.

Zhodnocení:

- **bohatý kulturní a společenský život v jednotlivých obcích**
- **množství spolků a zájmových aktivit**
- **jedinečné kulturní dědictví**
- **četnost tradičních kulturních, společenských a sportovních akcí**



4.1.5. Hledisko stavu životního prostředí

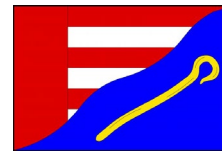
Téměř jednu třetinu plochy pokrývají smíšené lesy, nejvíce jsou zastoupeny smrky, borovice, olše, buky, duby, břízy a jasaný. Na vrcholových partiích místních kopců je možné najít původní bukové porosty. Klimaticky náleží toto území do oblasti mírně teplé.

Harmonické střídání lesních a menších zemědělských ploch s různými kulturami, liniová vegetace, říční a potoční nivy, malé vodní plochy a poměrně hustá síť cest vytvářejí malebnou krajinu. Oblast vyniká velkým počtem rybníků, většinou malé rozlohy, které přesto naplňují potřebu letního koupání. Malé vodní plochy jsou často v údolích a místech s mokřadní vegetací, která je na řadě míst regionu důvodem pro ochranu přírody. V kraji nedošlo až na drobné výjimky k pozemkovým úpravám, kvalita životního prostředí je celkově na dobré úrovni v porovnání s celorepublikovým průměrem.

Zdejší výrobní a průmyslové areály nejsou s ohledem na výrobní aktivity a použité technologie zásadním problémem. Není zde výrazný znečišťovatel. Kvalita povrchových vod je stabilizovaná díky v devadesátých letech inovované technologii čištění splaškových vod. Velikost toků v regionu, jejich nízká regulace a míra využití zakládají na dobrou samočisticí schopnost. V řadě obcí sice ještě chybí místní čistírny odpadních vod, jejich absence je ale v obzvlášť kritických případech řešena. Přítomnost CHKO Blaník a maloplošných zvláště chráněných území dokonale vyváží veškeré negativní faktory. Vysoký podíl zalesněných ploch, diverzifikovaná zemědělská výroba, počínající přítomnost trvalých travních porostů a extenzivní zemědělské výroby jsou pozitivními externalitami. Trvalá obnova liniových krajinných prvků, péče o volně rostoucí dřeviny a další aktivity na poli ochrany přírody jsou také z pohledu životního prostředí a krajiny silným argumentem pro rozvoj cestovního ruchu. K nejvýraznějším environmentálním rizikům patří soustředěná intenzivní doprava v obcích. Jinak má region relativně čisté ovzduší, nejsou zde velké zdroje znečištění. Velmi dobrá je situace i s vodními zdroji.

Zhodnocení:

- **příznivé životní prostředí**
- **obecně pěkná krajina bez výrazného průmyslu**
- **krajina je funkční a členitá, udržovaná a prostupná.**
- **území efektivně zadržuje vodu a je schopno se přirozeně bránit povodním**
- **nabízí volně přístupné menší vodní zdroje a naopak vodní dílo Želivka a její ochranné pásmo se stalo nepřístupnou částí krajiny**



4.1.6 Hledisko infrastruktury a dopravní obslužnosti

Vzhledem k významu dopravy pro cestovní ruch je nezbytnou součástí kvalitních služeb v regionu i kvalitní dopravní infrastruktura a uspokojivá nabídka doplňkových služeb. Region je díky své blízkosti k Praze (73 km a 65 minut jízdy autem) poměrně snadno dostupný. Územím obce se rozprostírá hustá silniční síť, včetně dálnice D1. Územím prochází poměrně hustá síť komunikací II. a III. třídy, regionální trasa železnice č. 222 Benešov – Vlašim – Trhový Štěpánov a severně od Vlašimi leží sportovní letiště, které je v současné době mimo provoz. Problém v oblasti dopravy přináší nedořešené obchvaty jednotlivých obcí, absence chodníků a nedostatek parkovacích míst. V současné době dochází k modernizaci komunikací nižších tříd, což vítají především cyklisté. Pro provozování cykloturistiky je možné vozovky označit jako velmi vhodné, žádná z komunikací v regionu není zatížena nadměrným pohybem nákladní dopravy či vysokou hustotou osobní dopravy. Právě cykloturistika díky novým technologiím (elektrokola) zažívá zvýšený zájem a nabídka služeb pro cyklisty má velký potenciál rozvoje. Výstavba parkovišť a návazné infrastruktury (odpočívadla, úschovny, WC, odpadkové koše) je vhodnou aktivitou v rámci investičních projektů nejen obcí, ale i krajské a státní správy.

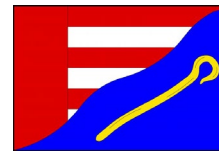
Hustá síť železničních tratí a zastávek předurčuje tento druh dopravy k většímu využití v rámci domácího cestovního ruchu, zejména ve vazbě na pěší turistiku a cykloturistiku. Trať z Benešova až do Trhového Štěpánova navazuje na koridorovou trasu Praha – České Budějovice. Budoucnost trati je zatím poměrně stabilizovaná. Část trasy z Trhového Štěpánova směrem do zaniklých Dolních Kralovic je velice atraktivní trasa pro pěší turisty i fanoušky železniční historie.

Krajinný ráz, absence velkých průmyslových zón a zajímavé turistické cíle, vše v dosahu Prahy a dobré dopravní infrastruktury, předurčují region pro pěší turistiku. Značení turistických tras a jejich údržbu zabezpečuje Klub českých turistů (KČT). Vlastní vedení značených pěších tras ale mnohdy neodpovídá dnešním požadavkům, trasy bývají vedeny i po asfaltových komunikacích a nezdědky i hlavních silnicích, kde jsou pěší turisté ohrožováni automobilovou dopravou podobně jako cyklisté. V návaznosti na koncepci cykloturistiky Středočeského kraje jsou trasy směřovány k páteřním linkám cyklotras.

V posledních letech roste zájem o venkovskou turistiku a o jízdu na koních v krajině. Doposud nejsou ale v terénu vyznačeny ani vybudovány vhodné hipostezky, které by umožnily bezpečnou jízdu na koních a eliminovaly střety se zájmy ochrany přírody a neohrožovaly pěší turisty.

Zhodnocení:

- **hustá síť dopravní infrastruktury**
- **vzrůstající potenciál cykloturistiky**
- **příležitost pro rozvoj doplňkových služeb**
- **neustálé zlepšování dopravně navigačního systému**
- **absence značených hipostezek**
- **neuspokojivá parkovací kapacita u turistických cílů**



4.2 Analýza návštěvníků

Skladba a způsoby chování návštěvníků jsou důležitým zdrojem informací pro tvorbu nabídky vhodných produktů CR. V rámci analýzy jsou používány termíny:

Turista

- návštěvník, který cestuje po dobu delší než 1 den, a který alespoň jednou v navštíveném místě přenocuje v ubytovacím zařízení.

Exkurzionista (výletník)

- návštěvník, který cestuje po dobu kratší než 1 den a v navštíveném místě nepřenocuje. Vzhledem k propozicím a předpokladům oblasti převládá návštěvnost především tuzemských návštěvníků, s pobytem kratším než 3 dny. Největší zastoupení mají výletníci, kteří přijedou navštívit určitý cíl v jednom dni. Oblast se vyznačuje klidným prostředím s čistým ovzduším, přírodou a s relativně nenáročným terénem, možná proto je stále více vyhledávána pro rodinnou dovolenou. Zahraniční návštěvníci sem jezdí na výlety při pobytech v jiných destinacích, zejména v Posázaví, Benešovsku nebo Praze.

Na základě realizovaných statistických a terénních šetření mezi provozovateli služeb byly definovány následující cílové skupiny turistů a exkurzionistů:

- **singl**
- **rodiny s dětmi**
- **senioři**
- **handicapovaní turisté**

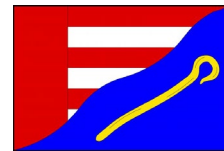
Dle výsledku šetření mezi místními aktéry cestovního ruchu jsou typickými turisty celého regionu vzhledem k snadné dostupnosti po dálnici obyvatelé metropole. Je zde tedy zastoupeno vyšší procento především jednodenních exkurzionistů.

4.3 Formy cestovního ruchu

Pro obec Hulice a její okolí jsou vzhledem k poloze při dálnici D1 a potenciálu území vhodné podmínky především pro letní turistiku:

- pěší turistika
- cykloturistika
- cesty za poznáním – zejména Vodní dům a Včelí svět

Jedná se i z hlediska regionálního a celostátního o atraktivní formy CR, preferované jak tuzemskými, tak zahraničními návštěvníky. A všechny uvedené formy CR jsou schopny uspokojit cílové skupiny definované v předchozí kapitole a je vhodné je dále rozvíjet realizací vhodných projektů (viz. koncepční návrhová část dokumentu).



5. SWOT analýza

5.1. Metodika SWOT analýzy

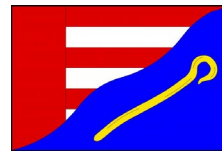
Východiskem pro zpracování SWOT analýzy byly předcházející rozvojové studie zabývající se daným územím. Rozvojové studie byly kriticky posouzeny a byly podkladem pro další fáze tvorby SWOT analýzy. Dalšími zdroji pro zpracování SWOT analýzy byly údaje ČSÚ (demografická ročenka, statistika měst a obcí a další). Významným zdrojem byla vlastní analýza území, kdy byli v první fázi navštíveni představitelé obce Hulice a okolních obcí v dotčeném území. Formou řízených rozhovorů byly zjišťovány potřeby a záměry obcí, dále byly získávány a exploatovány kontakty na podnikatelské subjekty a neziskové organizace působící v daném území. V druhé fázi byly zjišťovány potřeby podnikatelů, neziskových organizací a dalších subjektů majících vztah k CR v obci Hulice a okolí. Z důvodu zapojení co největšího počtu subjektů z dotčeného území bylo poté provedeno i distanční dotazníkové šetření, jehož výsledky mají z důvodu nízkého počtu aktivních subjektů nižší vypovídající hodnotu a jsou spíše orientační.

SILNÉ STRÁNKY

- malá vzdálenost od turisticky vysoce exponovaných oblastí (zejména hl.m. Praha)
- vysoký potenciál pro rozvoj CR – přírodní, kulturní, historické a církevní památky
- oblast nepřetížená cestovním ruchem
- pořádání tradičních akcí
- síť značených turistických tras včetně cyklotras
- velký počet historických památek
- vyhledávané místní produkty
- množství vodních ploch vhodných ke koupání a rybaření

SLABÉ STRÁNKY

- nedostatek ubytovacích kapacit, pensionů, kempů
- absence místního informačního systému
- nedostatečná propagace
- nižší atraktivita objektů turistického ruchu
- chátrání historických objektů a drobné architektury
- nedostatečná údržba veřejných prostranství a okolní krajiny
- chybějící návaznost cyklotras na okolní regiony
- chybí naučné-, hipo-, in-line stezky
- nerozvinutá agroturistika
- atraktivním místům chybí navazující aktivity, tematické produkty
- absence vyhlídkových míst a rozhleden
- špatný stav hygienického zázemí, chybí parkoviště, WC
- absence rezervačního systému
- krátká doba pobytu hostů

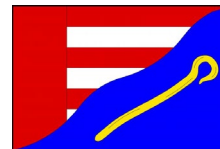


PŘÍLEŽITOSTI

- využití potenciálu krajiny pro zlepšení života a rozvoj CR
- zlepšení propagace území (tisk, rozhlas, výstavy a veletrhy)
- rozvoj agroturistiky
- znovuoživení místních tradic (akce, výstavba sušárny, palírny a moštárny ovoce)
- spolupráce se sousedními TVÚ, mikroregiony a MASkami
- rozšíření turistických tras a cyklotras a jejich propojení se sousedními oblastmi
- výstavba vyhlídkových míst a rozhleden
- rozvoj či vytvoření tematických produktů a naučných stezek
- zavedení větší propagace pro rozvoj místních tradic a specifik
- revitalizace vodních toků, lesů + obnova památek

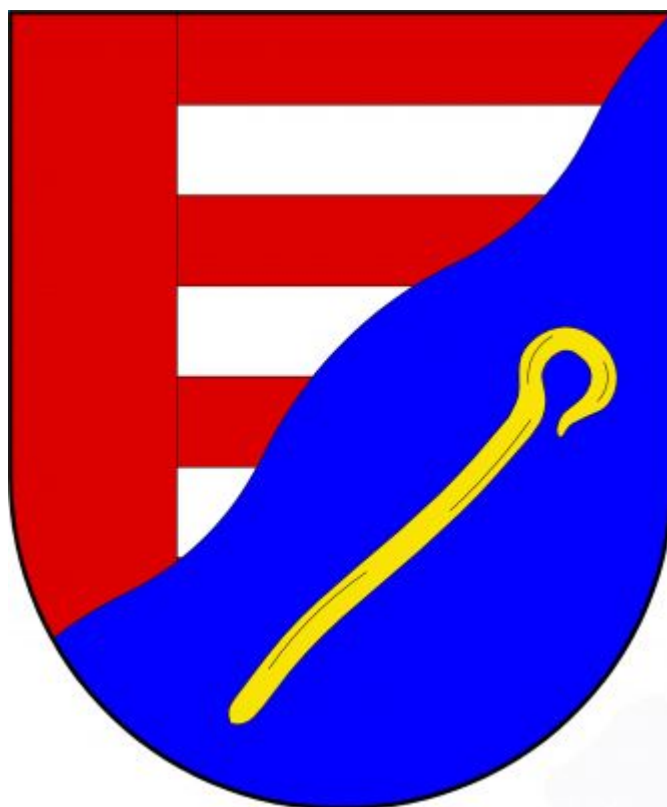
OHROŽENÍ

- nezájem turistů o méně známá místa
- omezení turistického ruchu z důvodů zdravotního nebo jiného omezení
- úbytek služeb pro turisty v důsledku malého počtu návštěvníků
- nezájem podnikatelů podnikat v méně známé oblasti
- problematické majetkové vztahy pro výstavbu cyklostezek
- náročná legislativa
- ohrožení koronavirem a následnými restrikcemi

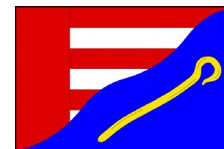


Strategie rozvoje cestovního ruchu pro obec Hulice a okolí

Návrhová část



duben 2021



1. Úvod

Na základě zadání a zpracované analytické části, analýzy cílových skupin, SWOT analýzy a provedeného průzkumu veřejného mínění v otázkách relevantních pro rozvoj cestovního ruchu obce Hulice a okolí byly definovány tři základní okruhy návrhové části Strategie rozvoje cestovního ruchu. Tyto okruhy byly na základě řízených diskusí v rámci pracovní skupiny složené z řešitelů Strategie, místních aktérů CR a vedení obce Hulice doplněny o konkrétní opatření včetně hodnotících indikátorů a opatření (z důvodu dlouhodobé epidemiologické situace a restriktivních opatření ve většině případů distančně). Snahou bylo při návrhu opatření eliminovat slabé stránky a ohrožení a podpořit silné stránky a využít možností, jež nabízejí potenciální příležitosti.

- Okruh 1 – propagace a marketing na podporu rozvoje cestovního ruchu
- Okruh 2 - infrastruktura cestovního ruchu
- Okruh 3 – organizace a management rozvoje cestovního ruchu

2. Vize rozvoje cestovního ruchu v obci Hulice a okolí

Byly definovány hlavní strategické cíle a celková vize pro následujících 10 let zohledňující očekávaný stav obce a jejího blízkého okolí z hlediska turismu a v obecné rovině představující budoucí vývoj. Obec není typickou pobytovou rekreační oblastí a cestovní ruch není pro Hulice klíčovou oblastí určující její prosperitu. Důvodem podpory rozvoje turismu v obci jsou přesto následující:

1. **Zvýšení atraktivnosti obce a tím i získání lepšího povědomí široké veřejnosti o kvalitě života v Hulici a okolí, což ve svém důsledku může vést k zajištění stability nebo i zvýšení počtu obyvatel obce, což je z hlediska dlouhodobé udržitelnosti rozvoje žádoucí**
2. **Zvýšení návštěvnosti obce přispěje k vyšším příjmům aktérů CR a to nejen soukromých provozovatelů, ale i obce nebo NNO jako je ČSOPK a další, což ve svém důsledku podpoří jejich stabilitu a rozvoj**
3. **Optimální využívání přírodního, kulturního a historického potenciálu území v souladu se zásadami trvale udržitelného rozvoje a ochranou přírodních a historických hodnot vede ke kultivaci veřejného prostoru a zvyšování kvality občanské vybavenosti**

Vize rozvoje cestovního ruchu

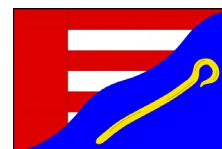
Z provedeného průzkumu veřejného mínění i v návaznosti na provedenou analýzu je zřejmé, že v zájmu obyvatel i místních aktérů CR je vhodné usilovat o posílení pozice obce Hulice jako výletní oblasti:

„HULICE a okolí je vnímáno jako příjemné místo pro výletníky, kde je možné trávit v klidu a bezpečí volný čas, zabavit se a něco nového se dozvědět“



Návrhová část strategie rozvoje cestovního ruchu obce Hulice a okolí – přehled

Vize	ID	Strategický okruh	Strategický cíl	ID	Opatření	Odpovědnost	Indikátory opatření
HULICE a okolí je vnímáno jako příjemné místo pro vyletníky, kde je možné trávit v klidu a bezpečí volný čas, zabavit se a něco nového se dozvědět	1	Propagace a marketing na podporu rozvoje cestovního ruchu	Zvýšení povědomí a známosti obce jako atraktivního turistického místa	1.1	Zpracovat marketingovou strategii, vytvořit plán komunikace a PR	Obec Hulice	Akceptovatelný dokument
				1.2	Podpořit jednotnou image	Aktéři CR	Používání jednoho loga a grafického vizuálu, pokud možno všemi aktéry CR
	2	Infrastruktura cestovního ruchu	Obec získá nové atrakce, vybavení a kvalitní veřejný prostor	2.1	Vybudovat rozhledny – místa ze kterých je vidět limity území – vodní dílo Švihov, dálnici D1 i nepřístupné zbytky Národní silnice Plzeň–Košice (Borovský most apod.)	Obec Hulice	Počet rozhleden a vyhlídek
				2.2	Vybudovat vhodné místo pro koupání nebo pro vodní hrátky (např. brouzdaliště, vodní hrad s vodními děly, vodní skluzavky apod.)	Obec Hulice	Počet míst k vodním hrátkám nebo koupání
				2.3	Vybudovat cykloúschovnu a cyklopůjčovnu a zlepšit cyklistickou infrastrukturu (stezky, stojany) a značení cyklistických tras	Obec Hulice	Počet cyklo-návštěvníků využívající nabídky obce
				2.4	Rozvíjet veřejný prostor a vybrané lokality v okolí obce tak, aby motivovaly k pobytu a procházkám	Obec Hulice	Počet zásahů a vylepšení vybraných lokalit, počet návštěvníků těchto lokalit
				2.5	Přizpůsobit veřejný prostor a vybrané lokality v okolí obce tak, aby motivovaly k instalaci cache a vytvořit podmínky pro geocaching a geocachingery	Obec Hulice	Počet zásahů a vylepšení vybraných lokalit, počet geocachingerů v těchto lokalit
	3	Organizace a management rozvoje cestovního ruchu	Funguje řízený rozvoj cestovního ruchu, aktéři CR spolu komunikují a spolupracují	3.1	Realizovat každoroční setkání aktérů v CR s cílem koordinovat aktivity aktérů a aktualizovat seznam problémů v CR	Obec Hulice	Počet účastníků setkání, zastoupení všech aktérů CR (podnikatelé, NNO, veřejná i státní správa)
				3.2	Vytvořit základní podmínky pro úspěšnou implementaci koncepce a další rozvoj CR – fond podpory a koordinátora CR	Obec Hulice	Existuje fond, existují projekty, které naplňují cíle strategie, existuje osoba za koordinaci aktivit koncepce



3. Popis cílů a opatření

STRATEGICKÝ CÍL č. 1

Zvýšení povědomí a známosti obce jako atraktivního turistického místa

Hlavní indikátor: Akceptovatelné dokumenty

Opatření 1.1 Zpracovat marketingovou strategii, vytvořit plán komunikace a PR

Rozvoj cestovního ruchu obce Hulice a jejího okolí je v současné době garantován vedením obce ve spolupráci s vybranými aktéry CR, jako je například ČSOP Vlašim (provozovatel Vodního domu) nebo provozovatel místního hostince. Propagace a marketing turistických atrakcí je ovšem prováděn individuálně, bez koordinované spolupráce. Vzhledem k omezeným personálním i rozpočtovým možnostem jednotlivých aktérů CR je vhodné definovat srozumitelnou, všeobecně přijatelnou a přesně specifikovanou marketingovou strategii a plán komunikace a PR.

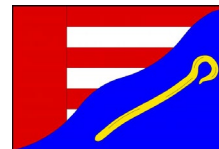
Smyslem tohoto dokumentu by mělo být vymezení způsobu jak efektivně, profesionálně a zejména s přihlédnutím k potřebám aktérů CR představit obec Hulice a její okolí jako atraktivní turistické místo. Marketing by měl reagovat na potřeby cílových skupin, přičemž nejde ani tak o vytvoření manuálu realizace outdoorových kampaní nebo komunikace na sociálních sítích či výčtu vhodných reklamních předmětů, jako spíše o sestavení vhodných aktivit a nalezení shody na jejich implementaci, resp. používání.

Z hlediska zaměření komunikace byly definovány následující cílové skupiny:

- **singl** - čili jednotlivci, bezdětní a bez partnerů, mající dostatek volného času a finančních prostředků, hledající zábavu, uvolnění, kvalitu
- **rodiny s dětmi** – skupina ochotná plnit dětská přání, vyhledávající bezpečné a zábavné atrakce
- **senioři** – stále se početně zvyšující cílová skupina se zájmem o klid, nové informace, bezpečí, často cestující v organizovaných skupinách
- **handicapovaní turisté** – specifická skupina na kterou se často zapomíná

Opatření 1.2 Podpořit jednotnou image

K pozitivnímu vnímání obce Hulice jako atraktivního turistického místa přispěje zavedení jednotného vizuálního stylu užívaného k prezentaci území i služeb, které obec nabízí. Jednotný vizuální styl by měl vzejít z dokumentu obsahujícího nejen základní definice vizuálních a integračních prvků, ale také ukázky jejich aplikace. V ucelené, přehledné a jasně definované formě by měl aktérům CR v obci Hulice a jejím okolí stanovit, nejen jak využívat a aplikovat logo, barvy, písma a veškeré ostatní grafické prvky tak, aby veškerá vizuální komunikace působila co nejjednodušeji, ale také například jak přistupovat k úpravám fotografií a jejich kompilací, jak řešit stylové ilustrace, infografiku, animace, hudbu nebo videoprodukcí atd. Jednotný vizuální styl posiluje schopnost místních obyvatel identifikovat se s místem a návštěvníkům zase pomáhá odlišit území od ostatních míst a uvědomit si jeho specifika.



STRATEGICKÝ CÍL č. 2

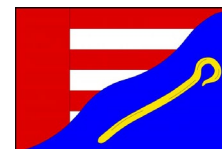
Obec získá nové atrakce, vybavení a kvalitní veřejný prostor

Hlavní indikátor: Počty nových atrakcí, vybavení, zásahů a vylepšení

Opatření 2.1 Vybudovat rozhledny – místa ze kterých je vidět!

Charakter krajiny, ve které se nachází obec Hulice, neumožňuje návštěvníkům vidět největší stavby, které toto území nabízí. Limity, kterými je obec omezena, jako je právě *vodní nádrž Švihov nebo dálnice D1*, jsou zároveň monumentální díla, která utváří danou lokalitu a lákají návštěvníky se na chvíli zastavit a pozorovat je. Navíc jejich atraktivitu posiluje jejich určitá nedostupnost, resp. zákaz přístupu do jejich blízkosti z bezpečnostních důvodů. Způsob, jak vyřešit zájem návštěvníků vidět tato relativně nedostupná a zároveň zajímavá místa, je vybudovat rozhlednu. A možná i vícero rozhleden nebo umělých návrší, ze kterých bude možné přehlednout celou lokalitu. Vhodně zvolený architektonický objekt nebo soubor objektů mohou zároveň vytvořit novou dominantu a turistickou atrakci jasně viditelnou z nejpoužívanější dálniční komunikace v ČR. Tímto jednoduchým způsobem může obec Hulice získat pozornost nejen více jak 100 tis. posádek vozidel denně, které projedou po D1 v její těsné blízkosti, ale i médií a dalších institucí a subjektů vytvářejících veřejné mínění.

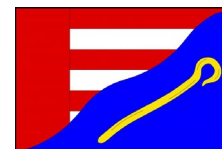




Opatření 2.2 Vybudovat vhodné místo pro koupání nebo pro vodní hrátky

Jedno z největších turistických lákadel, které se nachází v blízkosti obce Hulice je Vodní dům, který s podporou EU vybudoval Český svaz ochránců přírody. Tento spolek Vodní dům i provozuje a jeho primárním účelem je zábavnou formou informovat a vzdělávat veřejnost o významu vody pro přírodu i člověka. Součástí expozice vodního domu je několik herních prvků na umělém vodním toku, symbolizujícího řeku od pramene k ústí. Je zde možné ovládat různá čerpadla, pumpy, vodní mlýnky, hráze a rozvodníky. Kapacita i účel této atrakce ovšem neumožňují trávit zde delší čas, případně využívat jí volně k zábavě. Tento objekt ale utváří jeden z hlavních důvodů, proč návštěvníci do obce Hulice a jejího okolí přijedou. Zároveň je v centru obce Hulice v zásadě nevyužívaná požární nádrž, jejíž úpravou a zvelebením by mohlo jednoduše vzniknout buď jen přírodní koupaliště, nebo v případě zastavení vhodným dřevěným nebo kovovým herním prvkem něco jako například „vodní hrad“ se skluzavkami, vodními děly apod.

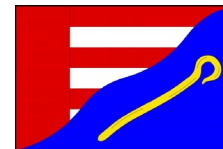




Opatření 2.3 Zlepšit cyklistickou infrastrukturu

Vzhledem ke zvyšující se dostupnosti elektrokol se všechny výše zmíněné cílové skupiny aktivně zapojují do stále rostoucího segmentu cykloturistiky. Bohužel zásadním problémem těchto „novodobých“ turistů je, že jejich elektrokola, ale i horská a silniční cestovní kola jsou velmi drahá a převládá názor, že je nemohou jen tak někde zaparkovat do stojanu, jednoduše uzamknout řetězem a opustit je. Bojí se, že jim budou ukradena nebo nějak poničena. To lze ale jednoduše vyřešit úschovnou kol. Ta může být buď bezobslužná nebo s obsluhou. A vzhledem k časovému rozmezí, kdy cyklisté mohou do obce přijet, nebo naopak odjíždět, je vhodnější instalovat bezobslužnou úschovnu. Jako další rozšíření služeb se nabízí vybudovat půjčovnu kol, případně i koloběžek a dalších vhodných „samohybů“ (handbiků, šlapacích čtyřkolek apod.). S nárůstem počtu cyklistů v obci je vhodné rozšířit a zlepšit možnosti, kam na kole jet. Tzn. vybudovat síť cyklistických tras s dostatkem odpočívadel, stojanů, vyhlídek nebo naučně-informačních tabulí. Stále oblíbenější jsou ale například také pumptracky a singletrailové trasy. Okruhy musí být především dobře značeny, ale nutné je také zvážit vhodné „nástupní“ místo s možností zaparkovat větší počet vozidel.

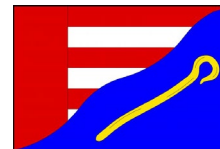




Opatření 2.4 Rozvíjet veřejný prostor

Nárůst turistů přináší nejen výhody ve formě vyšších příjmů, rozšíření služeb nebo zvýšení popularity obce, ale je to samozřejmě i nápor na veřejný prostor, úklid a bezpečnost. Nezbytným opatřením proto musí být i promyšlený rozvoj a údržba veřejné zeleně, obecního mobiliáře a veřejného prostranství obecně. Novým fenoménem se stává všude přítomné připojení k wifi, obzvláště ve vybraných lokalitách to může být pro obec přínosné. Dá se tak nejen „regulovat“ pohyb návštěvníků, ale také třeba částečně řešit bezpečnost nebo získávat anonymizovaná data a efektivně monitorovat probíhající cestovní ruch. Možností, jak motivovat turisty k pobytu (zastavení se) anebo naopak k pohybu (procházkám), je celá řada a právě moderní technologie, jako třeba augmentová (rozšířená) realita nebo videomapping mohou být vhodnými nástroji k realizaci.



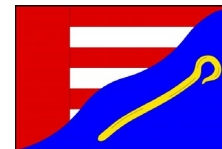


Opatření 2.5 Přizpůsobit veřejný prostor a vybrané lokality v okolí města tak, aby motivovaly k instalaci cache a vytvořit podmínky pro geocaching a geocachingery

Geocaching (geokešing) je hra na pomezí sportu a turistiky, při které se hledají ukryté schránky pomocí zeměpisných souřadnic. Zjednodušeně řečeno se jedná o hru, ve které někdo někam schová krabičku, do níž vloží logbook, tužku, případně další předměty. Poté publikuje informace o poloze této keše, aby jí další mohli nalézt. Všechno se odehrává na oficiálním webu této hry – www.geocaching.com Platí pravidlo, že krabička by měla být umístěna na nějakém zajímavém místě. Může se jednat o tradiční či naopak netradiční objekt nebo místo, kde se udála nějaká historická událost, přírodní zajímavost nebo byla vytvořena na něčí počest. V popisu keše by zakladatel měl uvést důvod, proč kešku zde umístil a co je na tomto místě zajímavého.

Jednou z „pohyblivých“ a aktivních skupin návštěvníků lokalit je tedy skupina geocacherů. Vytvoří-li se podmínky pro uschovávání cache, následně po jejich uložení se objeví noví návštěvníci, kteří by jinak o lokalitě ani neuvažovali. Jde o relativně náročné návštěvníky, kteří při odkládání nebo nalézání cache očekávají další přidanou hodnotu, ať je to místní atrakce vhodná ke zhlédnutí nebo pohostinské služby, nebo prostory či prostředí pro aktivní pohyb.





STRATEGICKÝ CÍL č. 3

Funguje řízený rozvoj cestovního ruchu

Hlavní indikátor: Počet účastníků setkání, existuje fond rozvoje CR

Opatření 3.1 Realizovat každoroční setkání aktérů v CR

Rozvoj cestovního ruchu nelze realizovat bez dostatečné komunikace, rozvojové i marketingové aktivity musí být koordinovány s dalšími aktéry. Pro efektivní naplňování strategie je potřeba mít průběžně vhodná data, například o návštěvnosti, skladbě návštěvníků, jejich preferencích a jejich chování. Nejjednodušším řešením je, aby subjekty vstupující do problematiky cestovního ruchu v dané oblasti znaly vzájemně své plány, sdílely data o návštěvnících a koordinovaly své úsilí. Pro začátek je vhodné zorganizovat alespoň jednou ročně neformální setkání aktérů v CR a postupně jej formalizovat.

Opatření 3.2 Vytvořit základní podmínky – obecní fond podpory CR

Naplňovat strategii rozvoje cestovního ruchu půjde mnohem snadněji, vytvoří-li pro to obec Hulice základní podmínky. Patří mezi ně jednak dostatečné zdroje financování, ale také motivovaný management. Finance lze získat z rozpočtu obce, z dotací (krajských, národních, evropských nebo mezinárodních fondů), ale také například z výnosů poskytovaných služeb a zboží nebo z poplatků (parkovné, vstupné, prodej suvenýrů...). O něco komplikovanější je cesta prostřednictvím PPP projektů, resp. spolupráce se soukromými investory, pro které jsou vytvořeny takové podmínky, aby se jim vložená investice v nějakém rozumném čase vrátila. Samozřejmě je možné získávat zdroje i ze sbírek a darů, například podobně, jako je získává Jizerská o.p.s. na údržbu Jizerské magistrály. No a zajistit motivovaný management znamená určit odpovědnou osobu, která bude aktivně pracovat na naplňování strategie a tato práce jí bude bavit a naplňovat. Kromě jedné konkrétní osoby, v jejíž odpovědnosti oblast cestovního ruchu bude, je vhodné sestavit i pracovní skupinu/výbor a problematiku naplňování strategie řešit i tam. Do této skupiny by měli být zapojeni klíčoví aktéři CR, kteří mohou zásadně ovlivnit realizaci plánovaných opatření.

Strategie rozvoje cestovního ruchu pro obec Hulice a okolí

Vyhodnocení průzkumu veřejného mínění

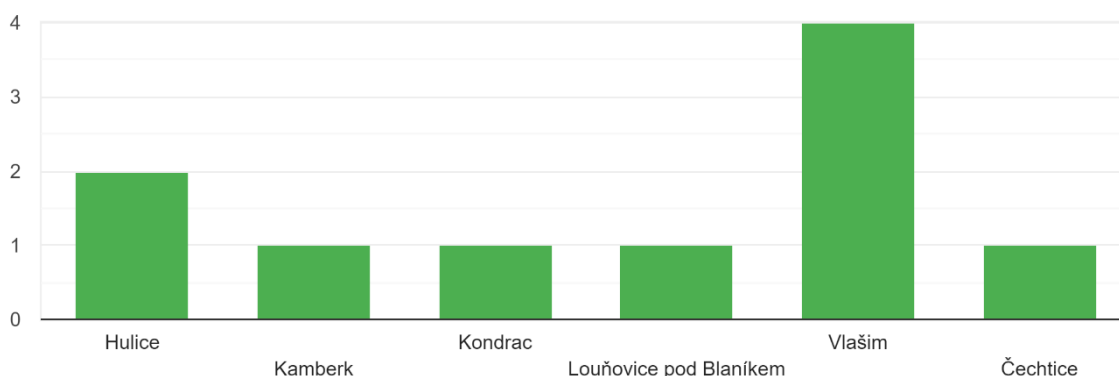


duben 2021

Jako součást prací na Strategii byl také proveden dotazníkový průzkum mezi aktéry CR v obci Hulice a okolí. Dotazník obsahoval 17 otázek. Bylo vybráno, emailem a telefonicky kontaktováno 60 respondentů. 10 respondentů bylo osloveno osobně. Bohužel, z důvodu dlouhodobé epidemiologické situace a restriktivních opatření takřka po celou dobu zpracovávání Strategie respondenti jen výjimečně kladně reagovali, naprostá většina nereagovala vůbec. I ti, kteří byli ochotni komunikovat, se ve většině případů odkazovali na epidemiologickou situaci s tím, že v současné době nelze v cestovním ruchu vůbec nic předvídat, plánovat, budovat nebo vytvářet. Přitom až třetina z komunikujících aktérů cestovního ruchu nepředpokládá, že by v dosavadních aktivitách pokračovala, a pokud ano, pak v notně omezeném rozsahu. Celkem se průzkumu zúčastnilo 60 respondentů, na všechny otázky odpovědělo 10 z nich.

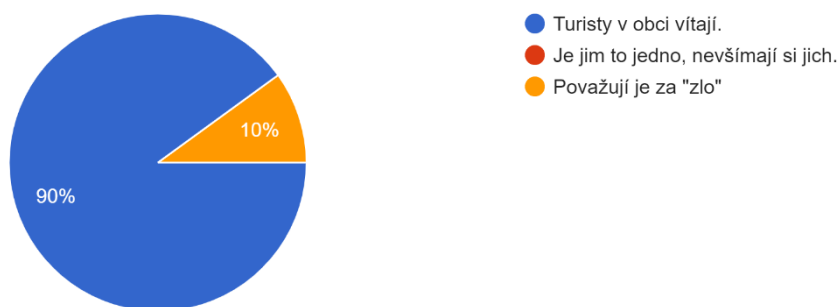
1. Ve které obci působíte (sídlíte/bydlíte, podnikáte)?

10 odpovědí



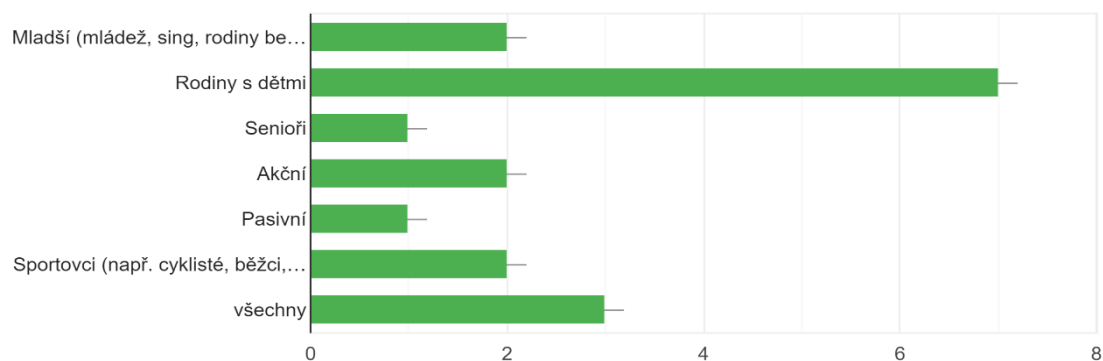
2. Jaký vztah mají obyvatelé Vaší obce k turismu?

10 odpovědí



3. Jaké návštěvníky byste nejraději v obci viděli? (můžete zadat více možností)

10 odpovědí



Mladší (mládež, singl, rodiny bez dětí)

Sportovci (např. cyklisté, běžci, fotbalisté....)

4. Jaká je podle Vás největší atrakтивita v obci Hulice a jejím okolí?

10 odpovědí

Rybník

Vodní dům, Včelí svět

Blaník, Vlašimský zámecký park

Posvátná hora Blaník

Zámek Vlašim

Anglický park

Hora Blaník

Velký Blaník

Vodní dům, včelí svět

Včelí svět

5. Jaké turistické atrakce byste nabídli Vy náhodným návštěvníkům? Co by si neměli nechat ujít v obci Hulice a okolí?

10 odpovědí

Rybník Kamberk

Včelí svět

Vlašimský pivovar

Hora Blaník

Zámek Vlašim

Anglický zámek

Cyklostezky, Zlatý Dvůr

Velký Blaník

Vodní dům

Včelí svět, Vodní dům

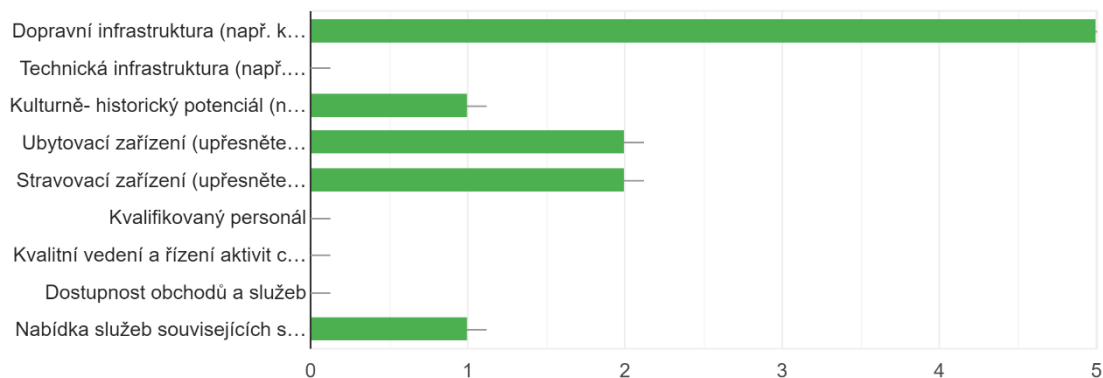
6. Které služby/atrakce Vám v obci Hulice chybí? Co by se vám líbilo? Co myslíte, že by turisté/návštěvníci uvítali/chtěli? Uveďte klidně i více návrhů (max. 10)

10 odpovědí

Dětské hřiště
Občerstvení pro turisty
Levné ubytování
Nic nechybí
Divadlo se stálým obsazením
Krytý bazén
Obchod
Přírodní koupaliště.
Restaurace
Koupaliště, rozhledna, půjčovna a úschovna kol

7. Co podle Vás v oblasti zdejšího cestovního ruchu není v pořádku?

10 odpovědí



Dopravní infrastruktura (např. kvalita silnic, stav veřejných dopravních prostředků)

Technická infrastruktura (např. kanalizace, vodovod, plynovod)

Kulturně- historický potenciál (např. hrady, zámky, muzea, galerie)

Ubytovací zařízení (upřesněte v možnosti "Jiná..." níže)

Stravovací zařízení (upřesněte v možnosti "Jiná..." níže)

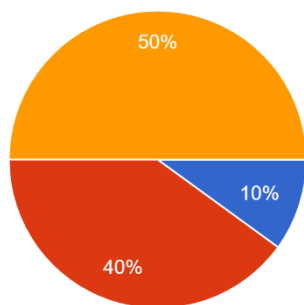
Kvalitní vedení a řízení aktivit cestovního ruchu na úrovni obce/mikroregionu

Dostupnost obchodů a služeb

Nabídka služeb souvisejících s cestovním ruchem (např. cykloservis, půjčovna lodí)

8. Vyberte podle Vás převažující důvod návštěvy turistů v obci Hulice a okolí

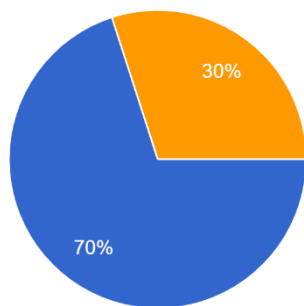
10 odpovědí



- Poznání – návštěvy turistických atraktivit, historie, architektura, kultura, folklor
- Relaxace – chaty a chalupy, relaxace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky apod.
- Turistika a sport – pěší túry, cykloturistika, lyžování apod.
- Zábava – společenské nebo kulturní akce, sportovní akce apod.

9. Jaké typy výletů podle Vás návštěvníci regionu nejčastěji podnikají?

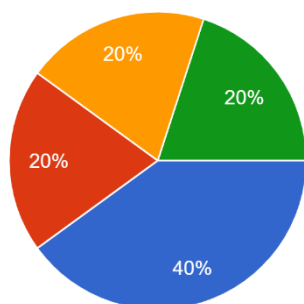
10 odpovědí



- Jednodenní
- S přenocováním
- Oba typy stejně

10. Odkud nejčastěji přijíždějí návštěvníci do obce Hulice a okolí?

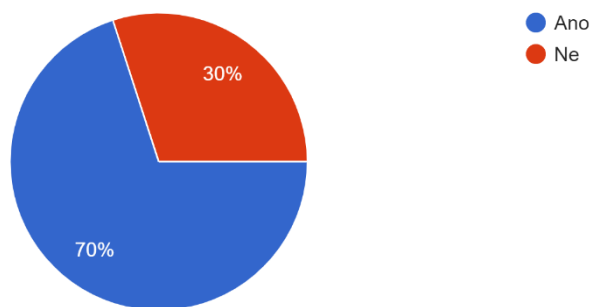
10 odpovědí



- z Prahy
- z nejbližšího okolí
- z okresu (regionu)
- z jiných krajů
- ze zahraničí

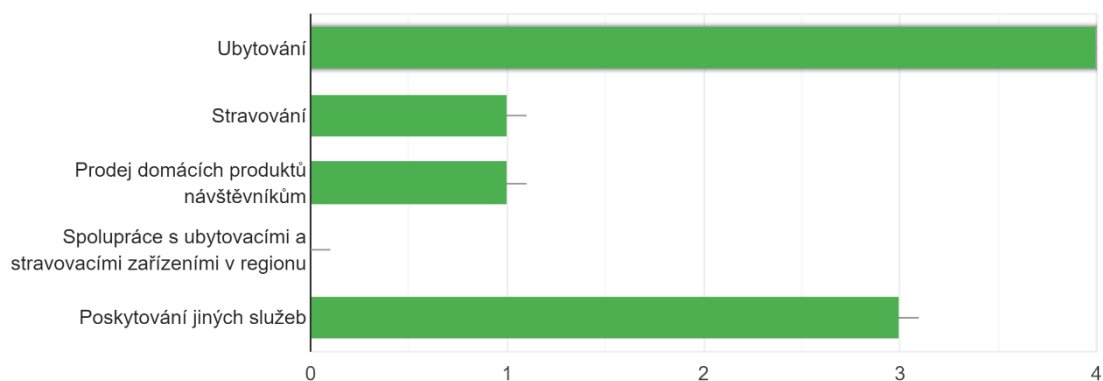
11. Podíleli jste se, nebo se podílíte na nabídce cestovního ruchu v obci Hulice a okolí?

10 odpovědí



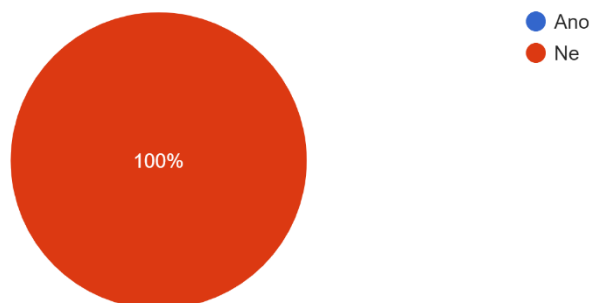
Pokud jste se podíleli, nebo podílíte na nabídce cestovního ruchu v obci Hulice a okolí, vyberte oblast, a konkrétní případy prosím запиšte do možnosti "jiné..."

8 odpovědí



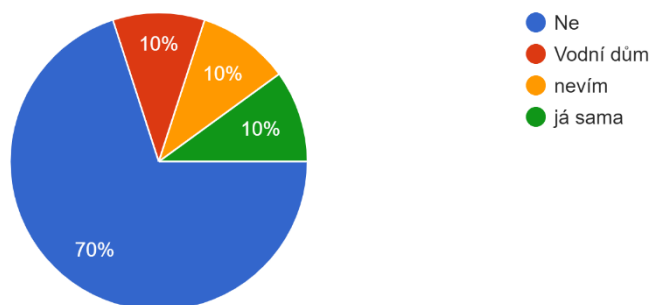
Pokud jste se nepodíleli/nepodílíte na nabídce cestovního ruchu, zvažujete, že byste rozšířili svou nabídku produktů či služeb a nabídli je návštěvníkům?

7 odpovědí



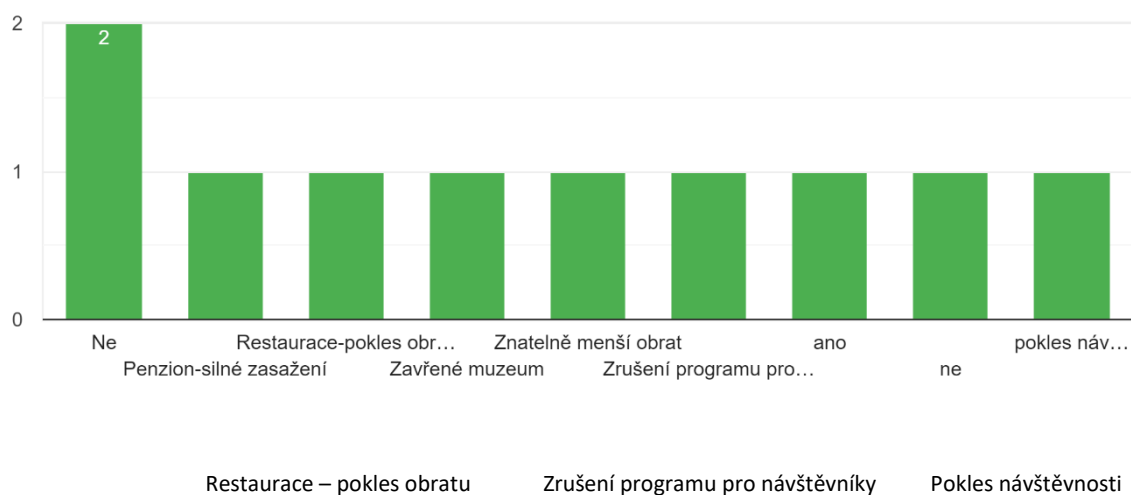
12. Znáte nějaké poskytovatele služeb cestovního ruchu, kteří působí u Vás v obci, ale nemají zde sídlo? Pokud ano, uveďte prosím jaké do možnosti "Jiné..."

10 odpovědí



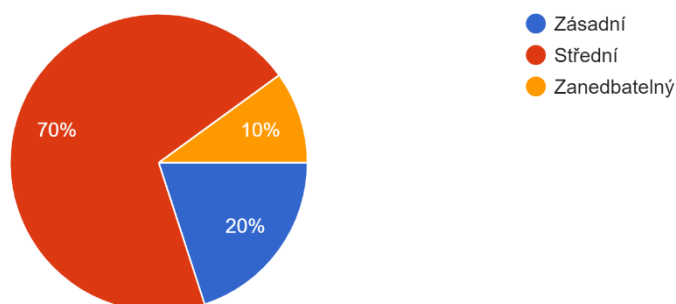
13. Očekáváte v souvislosti s pandemií covid-19 nějaké zásadní změny u poskytovatelů turistických služeb ve Vaší obci a v okolí? V případě, že ano, u kterých a jaké?

10 odpovědí



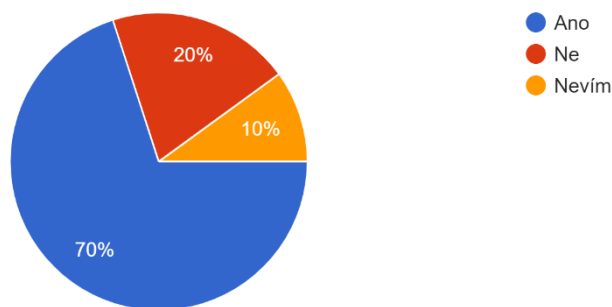
14. Jaký význam má podle Vašeho názoru cestovní ruch pro rozvoj obce Hulice?

10 odpovědí



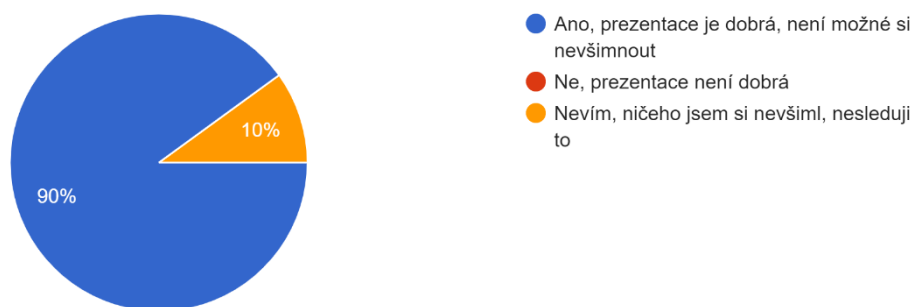
15. Existují u Vás aktivní občané, kteří by se mohli podílet (pomáhat s organizací) na nějakých eventech/akcích? Např. festivaly, závody, poutě, pochody apod.

10 odpovědí



16. Vnímáte prezentaci obce Hulice jako turistické destinace a turistických atrakcí v obci a okolí?

10 odpovědí



17. Vaše hodnocení (organizace) rozvoje cestovního ruchu v dotčeném území – Vaše názory a postřehy

10 odpovědí

Dobry
Druhý ochranný systém kvůli vodárenství.
Pořádání spousta akcí. Kvalitní místo pro cestovní ruch.
Uspokojivé
Není nic potřeba
V pořádku, věnují se tomu dobře
Celkem v pořádku. Kraj se dobře stará.
Vše v pořádku.
1
Nevím

Fiche č. 1	
Název strategie	Strategie CR pro obec Hulice a okolí
Opatření	<i>Zvýšení povědomí a známosti obce jako atraktivního turistického místa</i>
Cíl Fiche	<i>Definovat projekt tvorby marketingové strategie jejíž součástí bude i plán komunikace a PR</i>
Název projektu	Marketingová strategie – plán komunikace a PR
Popis projektu	<p><i>Dokument popisující marketingovou strategii obce Hulice a jejího okolí z hlediska rozvoje cestovního ruchu. Strategie by měla být primárně zaměřena na oblast marketingové komunikace (včetně akčního plánu její realizace). Plnění bude zahrnovat metodickou část, analytickou část, vlastní návrh marketingové strategie a realizaci povinné části marketingové strategie.</i></p> <p><i>Strategie by měla minimálně obsahovat rozpracované marketingové cíle, samotný návrh strategie, jejíž součástí bude i návrh marketingové komunikace včetně mediaplánu, akční plán (akční programy), rozpracovaný harmonogram implementace strategie včetně určení a definice odpovědných subjektů za implementaci strategie, rozpočet implementace strategie, návrh kontrolního mechanismů pro plnění implementace strategie.</i></p>
Předpoklad délky realizace	<i>3 měsíce</i>
Náklady (kalkulace)	<i>160.000,- Kč (cca 320h, cca 500,-Kč/h)</i>
Zdroje financování	<ul style="list-style-type: none"> - <i>rozpočet obce</i> - <i>rozpočet Středočeského kraje, např. Program na podporu rozvoje destinačních managementů</i> - <i>státní rozpočet, např. programy MMR ČR - Podpora obnovy a rozvoje venkova</i>
Ostatní, poznámky, doplnění	

Fiche č. 2	
Název strategie	<i>Strategie CR pro obec Hulice a okolí</i>
Opatření	<i>Podpořit jednotnou image</i>
Cíl Fiche	<i>Definovat projekt zajišťující jednotnou image aktérů CR v obci Hulice a jejím okolí</i>
Název projektu	Jednotná image (vizuální styl)
Popis projektu	<i>Dokument popisující jednotný vizuální styl nejen obce Hulice, ale i dalších aktérů cestovního ruchu v blízkém okolí přispěje k posílení schopnosti místních obyvatel identifikovat se s místem a návštěvníkům pomůže odlišit tuto destinaci od ostatních míst vhodných pro turismus a uvědomit si jeho specifika. Pokud je cílem se od ostatních destinací odlišit, je důležité budovat příznivou image obce a na veřejnosti vystupovat promyšleným a jednotným způsobem. Jednotný vizuální styl je vhodné definovat v grafickém manuálu. Obsahuje mimo jiné vzhled „loga“ (například nějaká postavička, zvíře nebo rostlina), určuje podobu grafických prvků a propagačních materiálů, webových stránek, označení budov, potisky textilií či automobilů a jiné propagační a informační tiskoviny. K zesílení dopadů je vhodné aby grafický manuál přijali za svůj i další aktéři CR, nejen obec.</i>
Předpoklad délky realizace	<i>6 měsíců</i>
Náklady (kalkulace)	<i>100.000,- Kč (cca 200h, cca 500,-Kč/h)</i>
Zdroje financování	<ul style="list-style-type: none"> - rozpočet obce - rozpočet Středočeského kraje, např. Program na podporu rozvoje destinačních managementů - soukromé nadace, např. Nadace Via a její program Živá komunita
Ostatní, poznámky, doplnění	

Fiche č. 3

Název strategie	Strategie CR pro obec Hulice a okolí
Opatření	<i>Vybudovat rozhledny</i>
Cíl Fiche	<i>Definovat projekt, který zajistí vybudování vyhlídek a rozhleden na místech, ze kterých je vidět limity území – vodní dílo Švihov, dálnici D1 i nepřístupné zbytky Národní silnice Plzeň–Košice (Borovský most apod.)</i>
Název projektu	Rozhledny a vyhlídky
Popis projektu	<p><i>Investiční projekt, jehož výstupem bude jedna nebo více vyhlídek/rozhleden. Vzhledem k vyšším nárokům na financování projektu je vhodné rozčlenit jej na 3 části:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1) Příprava – definování jak by měla vyhlídka/rozhledna vypadat, z jakého materiálu, kolik by jich mělo být, kde, jakou by měla mít kapacitu a kolik její vybudování bude zhruba stát. Pro tuto část je vhodné navázat spolupráci s nějakou univerzitou, fakultou architektury a v rámci studentských prací najít vhodné řešení</i> <i>2) Zajištění financování – foundrasing, čili oslovení veřejných i soukromých donátorů, sepsání žádostí, zpracování povinných dokumentů (studie proveditelnosti, dokumentace pro územní a stavební řízení atd.)</i> <i>3) Samotná výstavba – realizace může být provedena různě, v závislosti na vzhledu a technicko-stavební náročnosti daného objektu a to dodavatelsky, svépomocí nebo ve spolupráci s partnery (např. s univerzitou, spolky apod.)</i>
Předpoklad délky realizace	<i>2 roky</i>
Náklady (kalkulace)	<i>jednotky milionů</i>
Zdroje financování	<ul style="list-style-type: none"> <i>- rozpočet Středočeského kraje, např. Program na podporu rozvoje destinačních managementů</i> <i>- státní rozpočet, např. MMR – program obnovy venkova</i> <i>- fondy EU a Norské fondy</i> <i>- soukromé zdroje (mobilní operátoři, reklamní agentury...)</i>
Ostatní, poznámky, doplnění	

Fiche č. 4	
Název strategie	Strategie CR pro obec Hulice a okolí
Opatření	<i>Vybudovat koupaliště a místa pro vodní hrátky</i>
Cíl Fiche	<i>Definovat projekt, který zajistí vybudování obecního koupaliště nebo prostoru, kde bude hlavním zábavním prvkem voda</i>
Název projektu	Miniaquapark
Popis projektu	<p><i>Investiční projekt, jehož výstupem bude buď koupaliště kde bude možné plavat nebo neplavecký prostor se zábavnými vodními atrakcemi. Vzhledem k vyšším nárokům na financování projektu je vhodné rozčlenit jej na 3 části:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1) Příprava – studie proveditelnosti bude jasně definovat jak by měl miniaquapark vypadat, zda půjde o místo, kde se dá i plavat, zda jej bude možné provozovat pouze v letní sezóně, jakou bude mít kapacitu. Součástí studie by měla být i reálná CBA analýza.</i> <i>2) Zajištění financování – foundrasing, čili oslovení veřejných i soukromých donátorů, sepsání žádostí, zpracování povinných dokumentů (dokumentace pro územní a stavební řízení atd.). Otázkou je i jak bude areál provozován, kdo bude vlastníkem a kdo provozovatelem (koncesní řízení nebo pronájem apod.)</i> <i>3) Samotná výstavba</i>
Předpoklad délky realizace	<i>3-5 let</i>
Náklady (kalkulace)	<i>jednotky až desítky milionů</i>
Zdroje financování	<ul style="list-style-type: none"> <i>- rozpočet Středočeského kraje, např. Program na podporu rozvoje destinačních managementů</i> <i>- státní rozpočet, např. MMR – program obnovy venkova</i> <i>- fondy EU a Norské fondy</i> <i>- soukromé zdroje (mobilní operátoři, reklamní agentury...)</i>
Ostatní, poznámky, doplnění	

Fiche č. 5	
Název strategie	Strategie CR pro obec Hulice a okolí
Opatření	<i>Zlepšit cyklistickou infrastrukturu</i>
Cíl Fiche	<i>Definovat projekt, který zajistí vybudování a vylepšení cyklistické infrastruktury - například cykloúschovny, cyklopůjčovny a servisu, nebo vyznačení nových cyklistických tras a okruhů, vybudování odpočívadel, dobíjecích stanic apod.</i>
Název projektu	Cykloráj Hulice a okolí
Popis projektu	<p><i>Investiční projekt, jehož výstupem bude nová nebo vylepšená infrastruktura pro cyklisty. Vzhledem k vyšším nárokům na financování projektu je vhodné rozčlenit jej na 3 části:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1) Příprava – studie proveditelnosti bude jasně definovat jaké investiční projekty bude tato aktivita obsahovat, aby se jednalo o komplexní zlepšení a vznikl tak nový produkt cestovního ruchu. Mělo by se jednat o soubor opatření s různými rozpočty, s různou formou zajištění provozu (ně vše musí provozovat obec). Součástí studie by měla být i reálná CBA analýza.</i> <i>2) Zajištění financování – fundraising, čili oslovení veřejných i soukromých donátorů, sepsání žádostí, zpracování povinných dokumentů (dokumentace pro územní a stavební řízení atd.)</i> <i>3) Samotná výstavba</i>
Předpoklad délky realizace	<i>1-3 roky</i>
Náklady (kalkulace)	<i>statisíce až jednotky milionů</i>
Zdroje financování	<ul style="list-style-type: none"> <i>- rozpočet obce</i> <i>- rozpočet Středočeského kraje</i> <i>- státní rozpočet, např. MMR – program obnovy venkova</i> <i>- fondy EU a Norské fondy</i> <i>- soukromé zdroje</i>
Ostatní, poznámky, doplnění	

Fiche č. 6	
Název strategie	Strategie CR pro obec Hulice a okolí
Opatření	<i>Rozvíjet veřejný prostor</i>
Cíl Fiche	<i>Definovat projekt, který zajistí zvýšení atraktivity vybraných lokalit v obci a jejím blízkém okolí tak, aby motivovaly k pobytu a procházkám</i>
Název projektu	Galerie pod širým nebem Hulice a okolí
Popis projektu	<p><i>Investiční projekt, jehož výstupem bude promyšlený rozvoj a údržba veřejné zeleně, obecního mobiliáře a veřejného prostranství obecně. Vzhledem k vyšším nárokům na financování projektu je vhodné rozčlenit jej na 3 části:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1) Příprava – studie proveditelnosti bude jasně definovat jaké dílčí investiční akce bude tato aktivita obsahovat, aby se jednalo o komplexní zlepšení veřejného prostoru a vznikl tak nový produkt cestovního ruchu. Mělo by se jednat o soubor opatření s různými rozpočty. Nabízí se spolupráce s uměleckými školami, organizování uměleckých performancí a soutěží (dřevosochařské sympóziium, kovářská či hrnčířská setkání apod.) nebo oslovení různých umělců a umožnit jim „uskladnění“ jejich děl v extravilánu obce</i> <i>2) Zajištění financování – foundrasing, čili oslovení veřejných i soukromých donátorů, sepsání žádostí, zpracování povinných dokumentů (dokumentace pro územní a stavební řízení atd.)</i> <i>3) Samotná výstavba a instalace</i>
Předpoklad délky realizace	<i>1-3 roky</i>
Náklady (kalkulace)	<i>tisíce až statisíce, případně i jednotky milionů</i>
Zdroje financování	<ul style="list-style-type: none"> <i>- rozpočet obce</i> <i>- rozpočet Středočeského kraje</i> <i>- státní rozpočet, např. MMR – program obnovy venkova</i> <i>- fondy EU a Norské fondy</i> <i>- soukromé zdroje</i>
Ostatní, poznámky, doplnění	

Fiche č. 7	
Název strategie	Strategie CR pro obec Hulice a okolí
Opatření	<i>Vytvořit podmínky pro geocaching a geocachingery</i>
Cíl Fiche	<i>Definovat projekt, který zajistí přizpůsobení veřejného prostoru a vybrané lokality v okolí obce tak, aby motivovaly k instalaci cache</i>
Název projektu	Hledej cache v Hulici a okolí
Popis projektu	<p><i>Projekt, jehož výstupem bude promyšlený rozvoj geocachingové destinace. Geocaching je turistická, navigační a trochu i internetová hra, která spočívá v tom, že někdo na neznámé místo ukryje schránku, na internetu zveřejní její souřadnice a různé doplňující informace. Ostatní potom tuto schránku hledají. Při nalezení se zapíší do sešitku ve schránce, případně si vyberou něco z obsahu a výměnou do schránky vloží něco svého.</i></p> <p><i>Schránky mohou být různě velké, ale pro rozvoj turismu v obci jsou spíše zajímavější netradiční typy schránek (kešek), např. Multikeše u kterých souřadnice nevedou přímo ke skryš, ale na místo, kde jsou uvedeny další informace. Nebo Mystery keš, jejíž souřadnice jsou k dispozici až po vylúštění hádanky, rébusu, matematické nebo jiné hříčky. A velmi oblíbené jsou i Webcam keš, přičemž zde je o to, že když je skryš nalezena, volá se někomu u internetu, aby byl nálezce přes webkameru vyfocen. Fotka je poté přiložena k internetovému zápisu jako důkaz, že byla keška objevena.</i></p> <p><i>Tato velmi oblíbená zábava je jednoduchým řešením k získání dalších návštěvníků obce, vyžaduje jen trochu kreativity, času a odpovědného správce skryší.</i></p>
Předpoklad délky realizace	<i>6 měsíců</i>
Náklady (kalkulace)	<i>stovky až tisíce</i>
Zdroje financování	<i>- rozpočet obce</i>
Ostatní, poznámky, doplnění	

Fiche č. 8

Název strategie	Strategie CR pro obec Hulice a okolí
Opatření	<i>Koordinovat aktivity aktérů cestovního ruchu</i>
Cíl Fiche	<i>Definovat projekt, který zajistí řízený rozvoj turismu v obci a okolí, vzájemnou komunikaci a spolupráci aktérů CR</i>
Název projektu	Hulický kongres
Popis projektu	<p><i>Projekt, jehož výstupem bude pravidelně se konající akce – setkání/forum pokud možno všech aktérů cestovního ruchu, kteří v obci a jejím okolí působí a mají společný zájem na rozvoji turismu.</i></p> <p><i>Hlavním smyslem je navazování a udržování vazeb, předávání informací o aktivitách a projektech podporujících rozvoj CR, hledání a nacházení nových příležitostí.</i></p> <p><i>V závislosti na zájmu účastníků se nemusí jednat pouze o několikahodinovou, resp. jednodenní akci, ale setkání může být doplněno o další aktivity – např. o nějakou zábavnou soutěž (turnaj), informačně-vzdělávací přednášku, setkání s významnou osobností nebo prezentaci produktů a technologií využitelných v CR (auta, IT, nábytek, náradí, finanční a jiné služby, potraviny, nápoje, atd.)</i></p>
Předpoklad délky realizace	<i>6 měsíců</i>
Náklady (kalkulace)	<i>stovky až tisíce</i>
Zdroje financování	<i>- rozpočet obce</i>
Ostatní, poznámky, doplnění	

Fiche č. 9	
Název strategie	<i>Strategie CR pro obec Hulice a okolí</i>
Opatření	<i>Vytvořit základní podmínky</i>
Cíl Fiche	<i>Definovat projekt, který zajistí vhodné podmínky pro rozvoj turismu v obci a okolí</i>
Název projektu	Hulický šerpa
Popis projektu	<p><i>Projekt, na jehož konci je funkční management aktivně pracující na dílčích projektech podporujících cestovní ruch.</i></p> <p><i>Aby byla „kancelář“ akceschopná, je třeba najít nejen motivované pracovníky, ale také jim nastavit vhodné kompetence a jasná pravidla financování. Úspěšný fundraising závisí na osobním nasazení, empatii, schopnosti učit se. Stejně tak organizační schopnosti, znalost alespoň angličtiny, nebo finanční gramotnost patří mezi základní dovednosti „šerpy“, který bude schopen pomáhat nejen obci, ale i ostatním aktérům CR v dosahování jejich vysněných cílů.</i></p> <p><i>Financování jednotlivých projektů a aktivit bude vždy víc komplikované, než jednoduché, ale mělo by být hlavně předvídatelné. Jako první zdroj se samozřejmě nabízí rozpočet obce, který může být doplněn výnosy z turismu v obci (parkovné, pronájmy, služby). Následně mohou být projekty financovány ze získaných dotací, grantů, úvěrů nebo formou PPP projektů (koncese)</i></p>
Předpoklad délky realizace	<i>6 měsíců</i>
Náklady (kalkulace)	<i>tisíce až stovky tisíc</i>
Zdroje financování	<i>- rozpočet obce</i>
Ostatní, poznámky, doplnění	