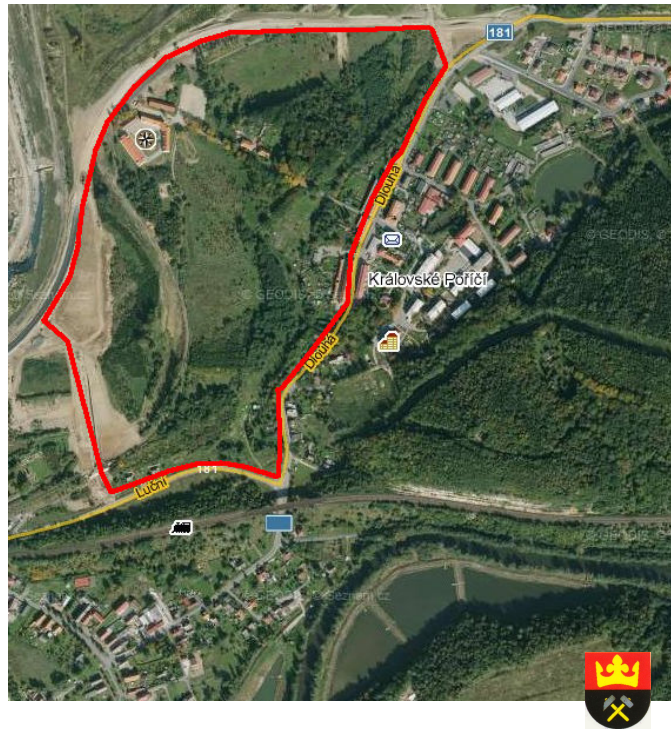




STUDIE:

„ROZVOJOVÉ ÚZEMÍ KRÁLOVSKÉ POŘÍČÍ – ZÁPAD“

STĚŽEJNÍ ČÁSTI STUDIE



Objednatel : Obec Královské Poříčí, Lázeňská 114, 357 41 Královské Poříčí

Zhotovitel : ABRI, s.r.o., Jednoty 1628, 356 01 Sokolov

Datum zpracování: Listopad 2009



Regionální operační program regionu soudržnosti Severozápad
Podporováno z Evropského fondu pro regionální rozvoj
„Vize přestane být snem“

www.nuts2severozapad.cz

www.europa.eu



Obsah (studie v celém rozsahu)

- 1 Úvod
 - 1.1 Objednatel a zhotovitel studie
 - 1.2 Cíle studie
 - 1.3 Metodika zpracování studie
- 2 Situační analýza řešeného území
 - 2.1 Definování zájmové oblasti
 - 2.2 Historie obce
 - 2.3 Demografická charakteristika
 - 2.4 Ekonomika, trh práce
 - 2.5 Situace v obci - návaznosti na řešené území
 - 2.6 Přírodovědný průzkum
 - 2.7 Hradiště - Burgberk
- 3 Trendy rozvoje místního cestovního ruchu
 - 3.1 Cestovní ruch v České republice a Karlovarském kraji
 - 3.2 Jak rozvíjet místní cestovní ruch
 - 3.3 Venkovská turistika
- 4 Analýza nabídky
 - 4.1 Statek Bernard – analýza stávající nabídky
 - 4.2 Analýza nabídky – nové projekty
 - 4.3 Projekty „v šuplíku“
- 5 Analýza poptávky
 - 5.1 Segmentace trhu
 - 5.2 Dotazníkové šetření mezi obyvateli
 - 5.3 Dotazníkové šetření mezi návštěvníky
 - 5.4 Hlavní závěry dotazníkových šetření
 - 5.5 Analýza námětů na využití
- 6 Analýza konkurence
 - 6.1 Analýza konkurence – Porterův model konkurenčních sil
 - 6.2 Analýza atraktivit v Karlovarském kraji
 - 6.3 Analýza konkurence – celorepubliková úroveň
- 7 SWOT analýza daného území
- 8 Vize, cíle, strategie rozvoje
 - 8.1 Stanovení vize rozvoje území
 - 8.2 Cíle rozvoje území
 - 8.3 Strategie rozvoje území
- 9 Priority a opatření
 - 9.1 Hlavní priority k řešení
 - 9.2 Optimální skladba objektů a činností v zájmovém území
 - 9.3 Doporučený plán časové realizace dílčích projektů
- 10 Marketingový mix
- 11 Popis vybraných projektů
- 12 Přínosy pro životní prostředí
- 13 Investiční rozpočet a možnosti financování
 - 13.1 Předběžný investiční rozpočet
 - 13.2 Analýza možných způsobů financování
- 14 Analýza a řízení rizik
- 15 Doporučení pro další postup
- 16 Soulad s rozvojovými strategiemi
- 17 Závěrečné zhodnocení
- 18 Seznam použité literatury a informačních zdrojů
- 19 Seznam příloh



1 Úvod

1.1 Objednatel a zhotovitel studie

Objednatel studie:

Obec: Královské Poříčí
IČO: 00259420
Sídlo: Lázeňská 114
357 41 Královské Poříčí
Oprávněný zástupce: Ing. Ivan Stefan, starosta obce
Telefon: 352 350 520
E-mail: kralporici@volny.cz, istefanouporici@volny.cz

Zhotovitel studie:

Název: ABRI, s.r.o.
Právní forma: společnost s ručením omezeným
Identifikační číslo: 616 79 763
Sídlo: Jednoty 1628, 356 01 Sokolov
Telefon: 352 466 067
E-mail: abri@volny.cz , abri.hurkova@volny.cz
Internetové stránky: www.abri-dotace.cz
Vedoucí řešitelského týmu: Bc. Dagmar Hůrková

Datum zpracování: Leden – listopad 2009

Projekt je podpořen z Evropského fondu pro regionální rozvoj prostřednictvím Regionálního operačního programu regionu soudržnosti Severozápad, oblasti podpory 2.1 Budování kapacity pro místní rozvoj, informovanost a osvěta veřejnosti.

Registrační číslo projektu: CZ.1.09/2.1.00/11.00040

Tento dokument obsahuje vybrané stěžejní části studie, které jsou určeny ke zveřejnění na webových stránkách obce www.kralovske-porici.cz.



1.2 Cíle studie

Cílem studie je příprava rozvojového území v západní části obce Královské Poříčí tak, aby došlo v blízké budoucnosti k jeho efektivnímu využití pro smysluplné investice přinášející pracovní místa, prostor pro podnikání a kvalitní život obyvatel obce.

Zpracování dokumentu vycházelo především z těchto požadavků na obsah studie:

- prostřednictvím komunitního plánování stanovit optimální skladbu objektů a činností v zájmovém území, posoudit návaznosti a požadavky na sítě a další doprovodnou infrastrukturu
- zpracování architektonické zastavovací studie navržených plánovaných staveb

Prostředky k dosažení cíle

Pro dosažení cíle byly pojmenovány základní směry a prostředky k jejich dosažení na vymezeném území:

- revitalizace nefunkčních ploch směřujících k rozvoji kvality života a volnočasového vyžití obyvatel
- vytvoření podmínek podporujících rozvoj podnikatelských aktivit směřujících ke zvýšení úrovně zaměstnanosti obyvatel obce
- vytvoření podmínek pro rozvoj komunitního a spolkového života v obci
- stanovení konkrétních kroků pro zlepšení životního prostředí

1.3 Metodika zpracování studie

Při zpracování rozvojové studie byl plně respektován požadavek na komunitní plánování. Na začátku byli místní obyvatelé o projektu informováni propagačním letákem, který obdrželi do svých schránek. Dále byli obyvatelé zapojeni do analytické i návrhové části a to především formou rozsáhlého dotazníkového šetření a také formou workshopů. Workshopů se také zúčastňovali zástupci partnerů projektu, kterými jsou Správa pamětihodností, s.r.o. a Tradiční řemesla Bernard, o.p.s.

V rámci zpracování studie proběhly workshopy na tato témata:

- Seznámení s projektem, řešené území, soulad s územním plánem obce, SWOT analýza řešeného území
- Výsledky dotazníkového šetření mezi obyvateli obce a návštěvníky, dopracování SWOT analýzy řešeného území, vize rozvoje území
- Projednání již existujících námětů na využití území. Hledání námětů k řešení využití daného prostoru.



- Vyhodnocení dotazníkové akce mezi obyvateli Královského Poříčí. Stanovení vize rozvojového území – projednání návrhů obyvatel. Projednání námětů na využití území – určení hlavních priorit k řešení.
- Projednání územní studie a architektonických návrhů vybraných objektů. Stanovení vize.
- Projednání obsahu studie, doporučeného plánu časové realizace dílčích projektů, doplnění a připomínkování jednotlivých návrhů a doporučení vyplývajících ze studie.

Ze zaměření jednotlivých workshopů vyplývá, že několikrát byla projednávána problematika vize. Stanovení vize se ukázalo být problematické, protože území by se mělo zaměřovat na tři hlavní rozvojové aktivity: cestovní ruch (středem Statek Bernard), sportovní aktivity a oblast pro drobné podnikání. K formulaci vize byli vyzváni všichni obyvatelé Královského Poříčí formou soutěže o nejlepší vizi, výzva byla součástí dotazníků, které byly rozdány obyvatelům do schránek. Předloženy byly 3 návrhy vizí, o nichž se diskutovalo na workshopu. Každé vizi „něco“ scházelo a tak účastníci workshopu vybrali 1 vítěznou vizi, aby ocenili snahu. Vítězná vize však použita nebyla.

Kromě výše uvedených tématických workshopů za přítomnosti veřejnosti, partnerů projektu a expertů byl v rámci studie zorganizován tzv. dětský workshop z důvodů požadavku zapojení dětí. Na tomto workshopu děti z Mateřské školy malovaly, jak si představují hřiště.

V rámci zpracování studie proběhla dotazníková šetření mezi obyvateli, návštěvníky Statku Bernard a mezi řemeslníky pracujícími na Statku Bernard. Výsledky byly prezentovány na workshopech a jsou součástí kapitol analýzy poptávky, v případě obyvatel a návštěvníků a analýzy nabídky, v případě řemeslníků.

Kapitola Trendy rozvoje místního cestovního ruchu předkládá teoretický základ, který čerpá ze zkušeností jiných. Je to jakýsi návod, jak by to v řešeném území v obci mělo fungovat, vypadat, na co bychom neměli zapomínat. Je zde využita metodika marketingového mixu „8P“, která se využívá právě pro cestovní ruch a rozšiřuje základní „4P“ o people (lidé), packaging (tvorba balíčků), programming (naprogramování), partnership (partnerství, spolupráce). V kapitole analýza nabídky je uvedeno, jak to funguje, vypadá v současné době, závěr je shrnut do tabulky „8P“. Analytická část studie je shrnuta do přehledné SWOT analýzy.

Strategické části studie uvádí, jak chceme, aby to fungovalo, vypadalo a co je k tomu zapotřebí učinit.

Z hlediska nového využití řešeného území pro budoucí rozvoj budou požadavky na území definovány novým Územním plánem Královské Poříčí, pro který slouží územní studie zpracovaná v rámci této studie jako výchozí podklad.



4 Analýza nabídky

4.1 Statek Bernard – analýza stávající nabídky

Stěžejní část kapitoly:

V rámci zpracování studie proběhlo **dotazníkové šetření mezi řemeslníky**, kteří mají stálou dílnu na Statku Bernard.

Spokojenost s podnikáním na Statku Bernard byla průměrně hodnocena známkou 2 (jako ve škole na stupnici 1-5). Pouze aktivitami na Statku Bernard se stále neuzívají. Vidí zde však budoucnost.

V dotaznících hodnotili akce podle toho, jaký měly pro ně přínos. Všichni souhlasí s tvrzením, že Vánoční trhy pro ně mají každoročně mimořádný přínos. Mezi ostatními akcemi se mezi prvními třemi často umísťují Veteran rallye, dále Velikonoční jarmark, Masopust, Pivní slavnosti, Slavnosti tradičních řemesel.

Popisování zákazníka, který v jednotlivých dílnách utrací nejvíce, bylo rozdílné. Opakoval se věk 40-50 let. U všech utrací Češi, ostatní národy jsou zanedbatelné. Většina řemeslníků se shodla na tom, že zde utrací lázeňští hosté, případně turisté z daleka. Shoda panuje i v tom, že návštěvníci zde kupují dárky pro někoho.

Dílny nabízejí i levné výrobky do 50,- Kč, např. jehelníček za 35,- Kč, bylinkový pytlíček za 30,- Kč, přívěsek za 5,- Kč, svíčka za 49,- Kč, miska za 25,- Kč.

V 5 dílnách je **možnost vyzkoušet si rukodělnou techniku celoročně**. Nabídka spoléhá na prezentaci na webu. Na dveřích to má napsáno 1 dílna. Žádná dílna nemá vyčleněné pracoviště s označením: „Zde si můžete...“. Z 5 dílen si **může návštěvník odnést domů vlastnoručně vyrobený suvenýr**. Prohlédnout postup výroby je možné v 5 dílnách. Tato originalita není nijak zvlášť propagována.

Náměty řemeslníků na zlepšení:

- Zajistit návštěvnost statku ve všední dny
- Více lázeňských hostů
- Měnit řemesla a stánky na akcích (chybí řemesla se dřevem)
- Lepší časový harmonogram zájezdů, aby se z okruhu dostali také do dílen
- Zajímavější akce, důležitá je výborná atmosféra, akce musí splnit očekávání, jinak jsou lidé zklamaní
- Zaměření více na děti, kteří ovlivní rodiče a prarodiče
- Lepší propagace, propagace mimo Karlovarský kraj, osobní propagace např. na veletrzích



Závěr kapitoly:

Tab. č. 22: Současný stav nabídky z pohledu metodiky rozšířeného marketingového mixu „8 P“.

1.	Produkt	<p>Statek - Bernard, který nabízí prohlídkový okruh, řemeslné dílny (neustálené), jarmarky/akce, restauraci, ubytování. Statek Bernard je registrovaná značka.</p> <p>Z pohledu zaměření nejsilnější části reklamních aktivit „Statek – Bernard – kulturní akce“.</p>
2.	Price - cena	<p>Cena je uvedena u každé části produktu zvlášť. Na akce i na okruh jsou poskytovány slevy na děti, seniory a rodinné vstupné. Cena za akce, okruh, v restauraci i za ubytování je přijatelná, odstupňovaná, odpovídá nabídce. Řemeslníci nabízejí cenově odstupňované výrobky.</p> <p>Vstupné za kulturní akce je na úrovni přijatelné pro návštěvníky, avšak zdaleka nepokrývá náklady na kulturní akce.</p>
3.	Place – místo	<p>Místo je z dlouhodobého hlediska jednoznačně silnou stránkou. Dobrá dostupnost, blízkost světových lázní. Ukazuje se, že není dostatečně využito.</p> <p>Otevírací doba: celoročně, nejsou všechny dílny otevřeny po stejnou dobu.</p> <p>Distribuční kanály (tj. prezentace prostřednictvím konkrétních institucí) ještě nejsou plně rozvinuté a ustálené.</p>
4.	Promotion propagace	<p>Propagace není koncepční – není zpracován marketingový plán (či komunikační mix). Z nástrojů komunikačního mixu je využívána pouze reklama, nedostatečně využitý je osobní prodej a internet. Nebylo zjištěno využívání podpory prodeje, public relations, direct marketing.</p> <p>Propagace akcí je nárazová, relativně na poslední chvíli, hlavní zaměření na obyvatele kraje. Není znám účinek oslovování lázeňských návštěvníků.</p> <p>Grafické i obsahové zpracování propagačního letáku v češtině je zdařilé. Webové stránky jsou v češtině dobře zpracované, v cizích jazycích nejsou aktualizovány. V infocentru je nabízeno málo suvenýrů.</p>
5.	People – lidé	<p>Řemeslníci, infocentrum, průvodci, personál restaurace, vedení. Při akcích vystupují v krojích, kostýmech. Nemají prostor pro aktivní zapojování do života na Statku. Jsou zde známky nízkého sebevědomí – Statek nežije plně, konkurence je velká.</p>
6.	Packaging tvoření balíčků	<p>Kompletace nabízených služeb a tvorba integrovaných produktů není využívána, i když zde jsou vhodné předpoklady.</p>
7.	Programming naprogramování	<p>Koncepčnost, sdílení vizí prostřednictvím společných projektů - při rekonstrukci areálu a otevření v r. 2006 existovala koncepce Centra tradičních řemesel, v průběhu několika let nedodržována, měněna. Změny nejsou sdílené všemi dotčenými subjekty.</p> <p>Je zde snaha o zlepšování a chystání novinek pro návštěvníky.</p>
8.	Partnership partnerství, spolupráce	<p>Spolupráce Statku s lázněmi, s cestovními kancelářemi, s provozovateli ubytování, s přepravci je nedostatečná.</p> <p>Spolupráce veřejné správy se Statkem a podnikatelským sektorem obecně je nedostatečná.</p>



5 Analýza poptávky

5.1 Segmentace trhu

Trh představuje ekonomické prostředí, v němž se konfrontuje nabídka s poptávkou. Jelikož potřeby a poptávka zákazníků i jejich možnosti jsou velmi rozdílné, měla by být i naše nabídka náležitě diferencovaná. Pro úspěšný cílený marketing má odpovídající segmentace trhu zásadní význam. Díky segmentaci si lze snáz určit typické znaky jednotlivých skupin a tím přesněji zacílit svoji nabídku služeb a marketingový mix. Prvním krokem je segmentace trhu, představující rozčlenění trhu na relativně homogenní skupiny kupujících.

Obyvatelé kraje. V rámci Karlovarského kraje můžeme do okruhu potenciálních návštěvníků zahrnout v podstatě celý kraj se svými 308.403 obyvateli (www.czso.cz, k 31.12. 2008).

Je jasné, že všichni obyvatelé kraje nevyužívají chvíle volna k aktivnímu odpočinku a návštěvě historických a jiných zajímavých památek či kulturních akcí a dávají přednost méně náročnějšímu způsobu trávení volného času. Kvalifikovaným odhadem tedy ve skutečnosti můžeme hovořit zhruba o 1/3 z celkového počtu obyvatel kraje, tedy **100.000** potenciálních návštěvníků.

Vzhledem k umístění Královského Poříčí uprostřed kraje to mají všichni relativně blízko. Mohou se impulsivně rozhodnout třeba i na poslední chvíli a navštívit areál. Obecně budou mít zájem o kulturní akce, nelze však specifikovat o jaké. Bude se jednat spíše o chování typu „podívat se jednou stačí“. Vzhledem k nižšímu průměrnému výdělku, můžeme říci, že nebudou opakovaně utrácet. Další společné znaky budeme hledat těžko.

Obyvatelé Královského Poříčí. 843 obyvatel k 1.1.2009 (www.czso.cz). Ti chtějí volný čas trávit pravidelnými sportovními a kulturními aktivitami (dle dotazníkového šetření). Na kulturní akce pořádané na Statku Bernard mají vstup zdarma. Je možné je zapojit do přípravy kulturních akcí.

Obyvatelé Sokolova. 24.467 obyvatel k 1.1.2009 (www.czso.cz). Mohou se do Královského Poříčí dostat velmi snadno na kole, autem (2 km), ale i pěšky přes lávku v Těšovicích. Lze předpokládat, že na Statku Bernard již většina byla, alespoň na nějaké kulturní akci. Mohou se sem snadno vracet, je zapotřebí jim **neustále chystat něco nového**. Zajisté budou pravidelně využívat odlišná sportoviště, která Sokolov nenabízí. K jejich oslovení je vhodné využívat měsíční zpravodaj města Sokolova, elektronickou tabuli na náměstí před Městským domem kultury a K-servis distribuovaný zdarma do domácností.



Děti, resp. rodiny s dětmi. V současné době je trend podřizovat či přizpůsobovat výlety a dovolené dětem. Děti mají velký vliv na to, za co rodiče utrácejí. Mají rozmanité potřeby – zejména podle věku. Za pěkného počasí stačí malým dětem několik prolézaček venku a pokud na ně rodiče vidí, mají o zábavu na několik hodin postaráno. Starší děti uvítají spíše dovednostní či znalostní úkoly, za které získají nějaké ocenění. Pro děti musí být i jednotlivá představení speciálně koncipována, nevydrží v klidu sedět delší dobu. Musejí mít volnost, možnost kdykoli odejít. Je zapotřebí zajistit neustálý dohled dospělé osoby. Všechny děti chtějí něco ovládat, zkoumat, rozebírat, stavět, tvořit, pozorovat, chlubit se svým výtvozem. V případě ubytování je možné vyjít vstříc jejich specifickým požadavkům – půjčení stolních her, stavebnic či knížek v případě nepříznivého počasí. Pro rodiny s nejmenšími se stane areál přívětivým, pokud na WC bude možnost přebalení dětí.

Lákadlem bude zajisté zookoutek, prolézačky, sportoviště (opakované návštěvy), interaktivní muzeum, lanové centrum.

Aktivní rodiče je možné oslovit např. prostřednictvím publikací typu Výlety s dětmi, kterou v edici Kam v České republice vydalo vydavatelství Computer Press, a .s.

Školní výpravy. Základní školy uvítají nabídku prohlídkového okruhu – o životě na venkově a bezesporu prohlídku interaktivního muzea řeky Ohře, kde si na obou místech mohou doplnit teoretické vlastivědné, přírodovědné a dějepisné znalosti ze školy. Z hlediska přijatelné vzdálenosti cestování můžeme uvažovat o celém Karlovarském kraji. Pokud bude s výletem spokojený doprovázející pedagog, je možné předpokládat, že bude přijíždět s dalšími třídami opakovaně.

Aktivní zvědaví turisté. Jedná se zde takřka o všechny aktivní obyvatele ČR, kteří rádi objevují krásy své vlasti, jsou zvědaví. Velikosti této návštěvnické skupiny lze jen těžko odhadnout a proto by bylo zavádějící uvádět konkrétní číselný údaj. Sami si plánují výlety a dovolené. Tady bude hrát zásadní roli internet, vlastní aktuální a přívětivé webové stránky, zařazení do různých vyhledávačů a systémů informačních serverů, poskytujících zajímavé tipy na trávení dovolené právě v Česku (např. www.kudyznudy.cz, který je projektem České centrály cestovního ruchu - CzechTourism). Pro zařazení do různých publikací je vhodné být vidět na veletrzích cestovního ruchu. Dále je možné využít bližší spolupráci například s Klubem českých turistů (vlastní zpravodaj, zájem o pořádání vícedenního každoročního setkání). Turisté přijedou **za zážitkem, za novinkami, za informacemi v atraktivní formě**. Aby se jim vyplatilo vyrazit na výlet, musí se jednat o **více zajímavých aktivit**, z kterých si mohou vybírat a různě je sami kombinovat. Chtějí si odvázet suvenýry na památku i jako dárky. Je nutné **zdůraznit jim originalitu**.

Návštěvníci hradu Loket. Hrad Loket ročně navštíví až 100.000 turistů. Tito návštěvníci jsou zvědaví, aktivní. Při návštěvě jsou pár kilometrů od Královského Poříčí. Zajisté uvítají náměty na



zajímavé trávení volného času v blízkém okolí. Prohlídka hradu a aktivity na Statku Bernard (řemeslné dílny, prohlídkový okruh, interaktivní muzeum řeky Ohře) se vhodně doplňují. Nabízí se zde příležitost k uzavření partnerství, společné propagace i vzájemné propagace v infocentrech (položené letáky nestačí).

Lázeňští hosté. Lázeňští hosté jsou ubytováni ve světově známých městech jako jsou Karlovy Vary, Mariánské Lázně a Františkovy Lázně, i v dalších lázních – Lázně Jáchymov, Kynžvart apod.

Z dlouhodobého hlediska má **návštěvnost Karlových Varů** lázeňskými hosty **vzestupnou tendenci**, jak dokládá následující tabulka.

Tab. č. 23: Statistika hostů s léčením v Karlových Varech

Rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Počet	54.913	71.536	59.217	66.885	73.911	73.829	75.651	94.112	111.469

<http://www.karlovy-vary.cz/administrace/dokumenty/statistika.pdf>

Průměrná délka pobytu s léčením byla v r. 2008 v Karlových Varech 11,16 dne. Ze statistiky Karlových Varů rovněž vyplývá, že v Karlových Varech se ubytovalo v r. 2008 dalších 101.724 hostů bez léčení. Němců bylo v Karlových Varech v r. 2008 celkem 22.193 bez léčení + 25.496 s léčením.

Lázeňští hosté kromě procedur a procházek po kolonádách či příměstských lesích lázní mají čas na absolvování výletů do okolí. Lze předpokládat, že uvítají nabídku návštěvy řemeslných dílen, interaktivního muzea řeky Ohře, prohlídkového okruhu a také kulturních akcí v době jejich návštěvy.

K jejich oslovení by mělo docházet prostřednictvím lázeňských domů, hotelů, penzionů, cestovních kanceláří a infocenter.

Návštěvníci z Německa. Nároční turisté na kvalitu a úroveň nabízených služeb. Je zapotřebí s nimi komunikovat německy. Tyto dvě charakteristiky platí i pro lázeňské hosty – Němce. V této skupině se však lázeňským hostům nebudeme věnovat. Do České republiky jezdí na jednodenní návštěvy za nákupy, zábavou či stále ještě levnějšími službami. Aktivní Němci, kteří jezdí na dovolené, absolvují 2 delší dovolené a 5-6 víkendových eurotripů (resp. výletů po Evropě) ročně. Je zapotřebí jim nabídnout balíček služeb, aby se jim vyplatilo strávit víkend v Královském Poříčí. Tady mohou také odstartovat svou cestu po České republice a pokračovat dále do vnitrozemí. Zde se nabízí využít oba německé partnery z projektu Česko-německé naučné centrum řeky Ohře, aby přednesli svým klientům možnosti areálu (nejen projektu). Pro Němce bude doporučení německého infocentra či německého svazu turistů Fichtelgebirgsverein (6x ročně vlastní časopis, 19.000 členů) důvěryhodnější než vlastní přímá reklama z Čech.



Cykloturisté. Obliba cyklistiky, stejně jako vzrůstající zájem o aktivní trávení volného času, v dnešní době stále vzrůstá. Lví podíl na tom má kromě zvýšených příjmů domácností také relativně nízká cena sportovního vybavení, jeho dobrá dostupnost oproti létům minulým a především změna životního stylu obyvatelstva. Dále tomu napomáhá i výstavba cyklostezek. Příkladem může být právě cyklostezka vedoucí z Královského Poříčí do Lokte. Tuto cyklostezku využije v sezóně více než 10.000 cyklistů, kteří mohou být i potenciálními návštěvníky Centra tradičních řemesel. Cyklostezka je součástí Páteří cyklotrasy podél řeky Ohře, která bude po svém dokončení protínat prakticky celé území Karlovarského kraje. Využívání cyklostezky rok od roku stoupá a boom cyklistiky může nastat po dobudování dalších navazujících částí – především z Královského Poříčí do Sokolova a dále z Kynšperku směrem na Cheb. Nelze očekávat, že by utráceli za suvenýry (vezou vše na kole). K oslovení je vhodné využít trasu cyklostezky, rovněž cyklomapy a cykloprůvodce (ať už v tištěném vydání či na internetu).

Vodáci. Ti využívají ke svým výletům vody řeky Ohře, která patří mezi jednu z vodáckých nejoblíbenějších řek v České republice. Ročně se dle kvalifikovaných odhadů zúčastní plavby na lodích v celé České republice ke 100.000 lidí. Nejoblíbenější a také nejvíce vodácky využívanou řekou je Vltava a to především na svém horním toku. Co do oblíbenosti ji následuje právě Ohře, která je splavná téměř po celý rok a je to druhá nejlépe tekoucí řeka v ČR. Počet turistů, kteří na kajacích, kánoích a na, v poslední době stále více oblíbených, raftech projedou nebo se dokonce zastaví v Královském Poříčí se ročně pohybuje v tisících. Z vodáckého tábořiště to mají cca 1 km do areálu. Zajisté ocení nabídku návštěvy interaktivního muzea řeky Ohře. Nelze očekávat, že by utráceli za suvenýry (vezou vše na lodi).

K oslovení je vhodné využít řeku a předchozí zastávky, rovněž vodáckou mapu a vodáckého průvodce (ať už v tištěném vydání či na internetu).

Další skupiny potenciálních návštěvníků je možné specifikovat **podle jednotlivých kulturních akcí** (např. motoristé, pivaři, gurmáni). Je nutné si uvědomit, co se od každé kulturní akce očekává. Nemůže být smyslem jen vyšší návštěvnost bez ohledu na poměr výnosy – náklady akce.

Motoristé. Vlastní auto, rádi autem jezdí, auto je pro ně víc než jen dopravní prostředek. Tuto skupinu bude zajímat akce Veteran rallye a tuning show. Na akci si prohlížejí veterány a vylepšená auta (speciální úpravy – interiér, motor, reprodukcí aparatury apod.), fotí si je, diskutují s majiteli. Při této příležitosti budou utrácet hlavně za jídlo a pití. Zaujme-li je při této návštěvě areál, budou se vracet. Lze předpokládat, že se bude jednat především o motoristy Karlovarského kraje a německého příhraničí. Můžeme odhadovat, že zhruba 1/3 obyvatel Karlovarského kraje jsou řidiči, tj. 100.000, z toho 1/3 je aktivních, kteří mohou mít zájem vyrazit na akci o víkendu, tj. 30.000.



Může být prospěšné akci rozšířit i o zábavu pro děti (např. aktivity BESIP), pak přijede celá rodina. Tatínek se pokochá vystavovanými auty, děti a maminka využijí doprovodné aktivity (minimotorky na baterky, znalost dopravních předpisů – dětský řidičák, testy reakcí řidičů, první pomoc).

Sportovci - cílové skupiny podle postupně budovaných sportovišť v areálu.

Každý druh sportu má svůj svaz či zastřešující asociaci, kde jsou sportovci prostřednictvím klubů sdružováni. Dále je vhodné počítat s pravidelnými závody, sériemi závodů, resp. fotbalových utkání. Sportoviště je vhodné nabízet jak k volnočasovému vyžití jednotlivců, tak organizovanému vyžití - k pravidelnému tréninku (sportovců z Královského Poříčí, Sokolova), k organizaci soustředění (i z jiného kraje). Mají rádi výzvy a ocenění. Pro aktivní rodiny či jednotlivce (i ty kteří jinak nesportují) bude samostatným vhodným produktem jistě nabídka lanového centra s instruktáží.

Rekreanti jezera Medard. Velkou příležitostí pro příliv dalších návštěvníků je napuštění nedalekého jezera Medard, kolem něhož vznikne rozsáhlá rekreační zóna. Tato rekreační oblast, se spoustou plánovaných aktivit a zajímavostí aspiruje na to stát se největší rekreační oblastí v kraji s významem přesahujícím jeho hranice.

Podnikatelé v cestovním ruchu. Prospěch z projektu budou mít podnikatelské subjekty umístěné uvnitř řešeného území. Lze však předpokládat, že zvýšený cestovní ruch přinese prospěch i dalším podnikatelům v obci, kteří toho dokáží využít.

Podnikatelé – sponzoři. Cílovou skupinou, na kterou by se nemělo zapomínat, jsou **podnikatelé – sponzoři**, kteří by finančně umožnili realizaci neziskových aktivit, např. pořádání kulturních akcí (jako tomu bývá v zahraničí). Vhodným příkladem může být prezentace komerčních firem při tuningové show, např. pojišťovny, prodejci automobilů či doplňků do aut.

Podnikatelé – investoři. Pro využití prázdného území v případech, kdy nestačí finanční zdroje obce, je zapotřebí se zaměřit na zajištění soukromých investorů.

Zájemci o ekologii. Tuto cílovou skupinu však ve studii dále rozvádět nebudeme. Aktivity pro ekology jsou investičně velmi náročné a budou se realizovat až za několik let. V tu dobu bude vývoj ekologického myšlení zase dál a dnešní charakteristika této cílové skupiny by byla za několik let velmi neaktuální.



Byla zde provedena základní segmentace trhu, resp. rozčlenění trhu na relativně homogenní skupiny kupujících. Dalším krokem je výběr cílových skupin, jež vychází z hodnocení každého segmentu a dále rozhodnutí, který z nich bude osloven. Toto rozhodnutí však ponecháme na provozovateli. U vybraných tržních segmentů je zapotřebí sledovat jejich chování, zda dochází ke změnám a pak na to také promptně reagovat.

5.2 Dotazníkové šetření mezi obyvateli

V rámci zpracování studie bylo v květnu a červnu provedeno dotazníkové šetření mezi obyvateli. Cílem bylo zjistit názor obyvatel na stávající aktivity v řešeném území a především názory a náměty na rozvoj tohoto území. Obyvatelům byly do jejich poštovních schránek rozneseny dotazníky. Vyplněné dotazníky pak odevzdávali do schránek na třech místech v obci: Kolonial Grünes, poštovní schránka před obecním úřadem, Trafika pana Čady.

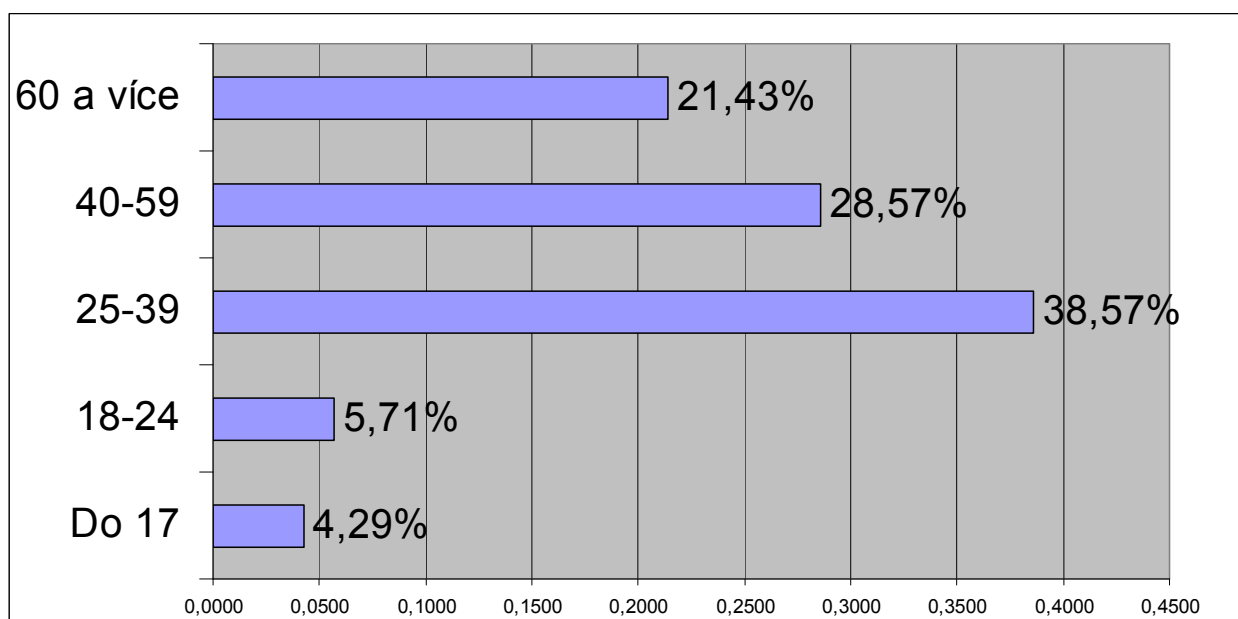
Dohromady bylo odevzdáno **70 vyplněných dotazníků**. Vzor dotazníku je v příloze studie.

Pohlaví dotazovaných je znázorněno v tabulce, věková struktura pak v následujícím grafu.

Tab. č. 24: Pohlaví dotazovaných obyvatel

Pohlaví dotazovaných	
Muž	47,14 %
Žena	50,00 %
Nevyplněno	2,86 %

Graf č. 4: Věková struktura dotazovaných obyvatel





Z grafu je patrné, že nejvíce byla zastoupena věková skupina 25-39 let, pak skupina 40-59 let a více než 20%, což je také velmi podstatné, tvoří věková skupina seniorů 60 a více let. Svědčí to o aktivních seniorech se zájmem o budoucnost.

Odpovědi pozitivní pro projekt jsou v dalších tabulkách zvýrazněny žlutě. První otázky měly za úkol zjistit názor obyvatel na stávající nejvýznamnější aktivitu v řešeném území a to Statek Bernard. Byly to tyto tři otázky: Myslíte si, že provoz Statku Bernard (běžný provoz, kulturní akce o víkendech) přispívá ke zlepšení image Královského Poříčí z hlediska vnímání obyvateli Karlovarského kraje? Myslíte si, že po dobudování Statek Bernard přispěje ke zlepšení života v obci? Myslíte si, že Statek Bernard přináší obyvatelům nějaké problémy?

Tab. č. 25: Odpovědi, zda přispívá Statek Bernard ke zlepšení image Královského Poříčí

Ano	92,86 %
Ne	7,14 %

Tab. č. 26: Odpovědi, zda Statek Bernard přispěje ke zlepšení života v obci

Ano	81,43 %
Ne	18,57 %

Tab. č. 27: V čem spatřují obyvatelé přínos Statku Bernard pro obec

Pokud je Vaše odpověď ano: V čem spatřujete jeho přínos pro obec a obyvatele Královského Poříčí?	Výskyt odpovědi
Kulturní vyžití, možnosti využití volného času, různé aktivity (koutky pro děti, zvířata), zábava pro obyvatele.	21x
Zviditelnění obce (v regionu i mimo něj), zlepšení image obce, dobré jméno, obec se dostane do podvědomí širokého okolí, propagace obce.	17x
Zvýšení turistického ruchu, vyšší návštěvnost.	12x
Pracovní příležitosti pro obyvatele.	10x
Přínos financí na další rozvoj Statku Bernard a jeho okolí. Přináší peníze. Zlepšuje prosperitu obci.	5x
Dobrá restaurace	3x

Tab. č. 28: Odpovědi, zda Statek Bernard přináší obyvatelům problémy

Ano	18,57 %
Ne	80,00 %
Nevyplněno	1,43 %



Těch, kteří odpověděli, že Statek přináší problémy, jsme se dále ptali na tyto problémy a zároveň jsme požadovali návrh řešení.

Odpovědi zachycuje následující tabulka:

Tab. č. 29: Problémy, které přináší Statek Bernard a návrhy na jejich řešení

Jaké?	Jaké navrhuje řešení?
Parkování návštěvníků po obci mimo parkoviště.	Zvětšení parkoviště u Bernardu, po obci rezervovat parkovací místa pro obyvatele, jiná místa zpoplatnit.
Zvýšená doprava a hluk.	-
Zbytečná finanční investice.	Investovat do obce.
Velký odliv peněz	Nájemce statku si musí vystačit sám.
Nejspíš jen trochu větší provoz kolem domků, které jsou ke statku.	Bohužel asi neexistuje.
Špatná dostupnost, hlavně o sobotách a nedělích, co se týče autobusů a vlaků.	Větší dostupnost autobusů a vlaků hlavně o sobotách a nedělích.
Velká spotřeba financí	Samofinancování statku.
Provoz v Šachetní ulici.	Zpomalovací retardéry.
Zatím malá návštěvnost.	Zajistit nějaké autobusové spoje: KP - Sokolov, KP - Chodov, v sobotu - neděli
Finance pro obec putují na Bernard.	Statek by měl vydělávat sám.
Dopravní infrastruktura - nevhodná (nebezpečná) příjezdová cesta k parkovišti.	Příjezdovou cestu vybudovat z odbočky do dolní části obce a na odbočky do K.Poříčí z hlediska bezpečnosti nechat vybudovat odbočovací a najížděcí pruhy.

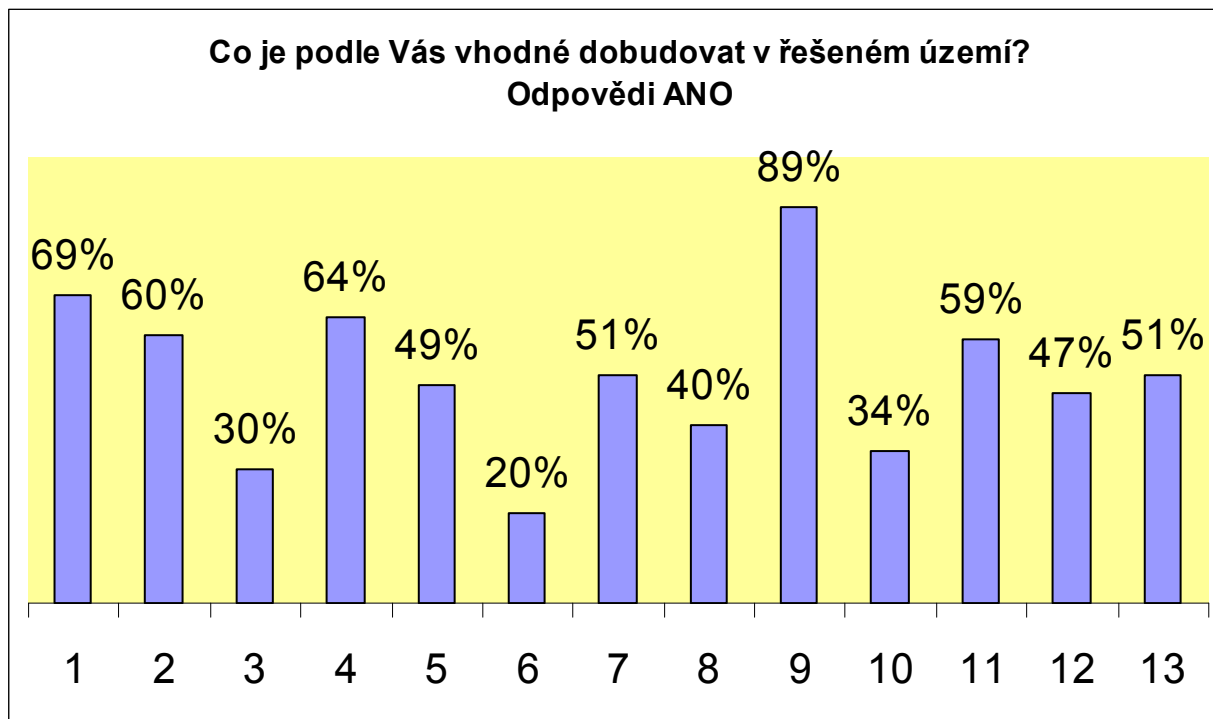
Budeme-li se zabývat vyhodnocením těchto tří otázek z pohledu žen, které vyplňovaly dotazníky, můžeme konstatovat, že **ženy mají pozitivnější přístup ke Statku**. Na otázku, zda Statek přispívá k vylepšení image obce, odpovědělo kladně 97,14% žen. Na otázku, zda Statek přispěje k vylepšení života v obci, odpovědělo kladně 88,57% žen. 85,71% žen si myslí, že Statek nepřináší obyvatelům problémy.

Další otázkou bylo: Co je podle Vás vhodné dobudovat v řešeném území Královské Poříčí - západ?

U této otázky dostali obyvatelé několik námětů k vyjádření, odpovídali ano/ne/nevím. Následující graf zachycuje kladné odpovědi, další pak záporné odpovědi.



Graf č. 5: Kladné odpovědi k námětům



1. Amfiteátr

2. Okrasná zahrada s živými ploty

3. Místo pro záhony pro pěstování květin a zeleniny (pro výuku)

4. Možnost jízdy na koních

5. Lukostřelnice

6. Krosový areál pro čtyřkolky

7. Tenisové kurty

8. Půjčovna kol

9. Prolézačky pro děti

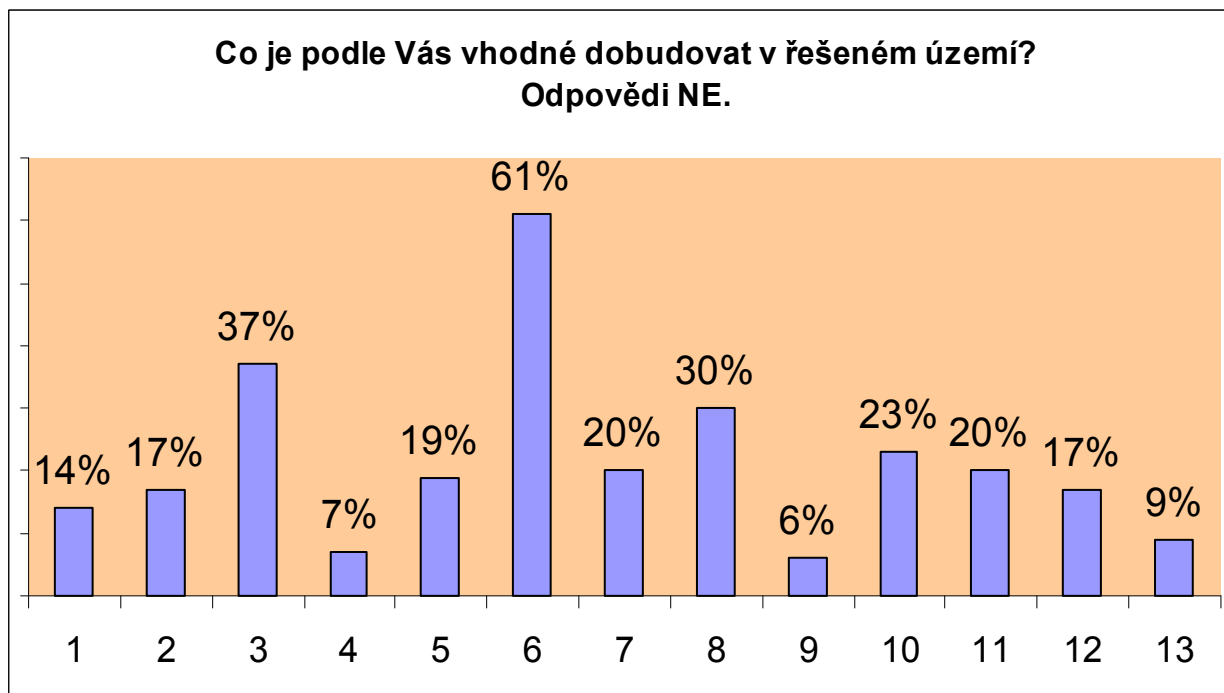
10. Stavební huť (prostor pro řemesla zednictví, kamenictví,...)

11. Rajská zahrada (prostor uzavřený živým plotem vhodný pro oslavy, párty, budou zde cestičky, posezení, grilování, zeleň – stín)

12. Zookoutek, chov dalších hospodářských zvířat

13. Jiná sportovní zařízení

Graf č. 6: Záporné odpovědi k námětům





Velmi výraznou podporu má záměr vybudovat prolézačky pro děti (89% dotázaných), dále je v pořadí amfiteátr (69%) a možnost jízdy na koních (64%). Naopak nejmenší podporu má krosový areál pro čtyřkolky (20%). **61% dotázaných se u krosového areálu pro čtyřkolky vyjádřilo jednoznačně NE.**

Zájem o tyto aktivity byl také samostatně analyzován z pohledu žen. Záměr vybudovat **prolézačky pro děti má podporu u 91,43% žen.** Na druhém místě se umístila možnost **jízdy na koních 77,14%**, což výrazně převyšuje celkové % zájmu. Rovněž byl mezi ženami větší zájem o zookoutek, pro ten se vyjádřilo 60% žen, o proti 47,14% z celkového počtu. U většiny aktivit byly ženy o trochu více pro. Výrazněji menší byl zájem jen u stavební hutě, pro tu se vyjádřilo pouhých 25,71%.

V podotázkách dostali obyvatelé možnost ještě navrhnout vlastní náměty, které jsou zaznamenány v tabulkách, jedná se o jiná sportovní zařízení a jaká další hospodářská zvířata by bylo možné chovat na Statku.

Tab. č. 30: Náměty obyvatel na jiná sportovní zařízení

Jiná sportovní zařízení	Výskyt odpovědi
In-line stezky. Okruh pro in-line brusle (1 km).	9x
Prolézačkové a lezecké centrum, lanové centrum (i pro děti), lezecká stěna, horolezecká stěna.	7x
Skatepark, areál pro skateboard pro děti.	6x
Minigolf	5x
Bazén, koupaliště.	3x
Výcvik psů	2x
Dopravní hřiště (+ půjčování čtyřkolek, džípů pro děti), pro děti na kolech	2x
Squash kurty.	2x
Střelnice	2x
Dětské hřiště.	2x
Tenisové kurty - ne u statku	1x
Sportovní centrum - s kvalitními trenéry, různé aktivity, aerobic, spinning, jumping, fitbal, posilovna	1x
Volejbalové hřiště	1x
Centrum pro řešení nadváhy.	1x
Bobová dráha	1x
Petanque.	1x
Tělocvična na basketbal.	1x
Fotbalové hřiště.	1x



Tab. č. 31: Náměty obyvatel na chov dalších zvířat

Chov dalších hospodářských zvířat	Výskyt odpovědi
Domácí zvířata, hospodářská zvířata patřící na statek, drobné zvířectvo (králíci, koně, husy, prase, kráva, osel, kachny, čínská prasata, slepice, ovce, poník, morče, berani).	20x
Chov holubů.	1x
Opice, lama, pštros.	2x
Chov všech zvířat.	2x
Chov jakýchkoliv zvířat, pokud je možno je krmít jinak než granulema za Kč	1x
Pávi.	2x
Obora vysoké zvěře. Mufloni.	2x

Poslední dvě otázky sloužily k podchycení co největšího množství námětů, které byly potom pracovní skupinou posuzovány z hlediska potřebnosti a proveditelnosti.

Tab. č. 32: Náměty obyvatel na aktivity s vazbou na cestovní ruch

Co je podle Vás vhodné vybudovat dalšího v řešeném území s vazbou na cestovní ruch?	Výskyt odpovědi
Koupaliště - bazén - s vodními atrakcemi, vodní plocha ke koupání, přírodní koupání (jezíčko), venkovní bazén s barem, aquapark s divokou řekou, dětské brouzdaliště.	11x
Víc zábavy pro mladistvé. Zábavné centrum pro rodiče s dětmi. Dětský koutek. Větší dětské hřiště - městečko. Pískoviště pro děti a houpačky.	5x
Dostupnost autobusů - vlaků, hlavně o sobotách a nedělích. Více autobusových linek.	4x
Minigolf, squash, paintball, horolezecká stěna.	3x
Dokončení cyklostezky. Napojení na cyklostezku. Upravit cyklostezku - vybudovat turistické stezky.	3x
Lesopark.	2x
Hotel s možností ubytování domácích mazlíčků (čtyřnohých). Penzion - hotel.	2x
Malou dřevěnou rozhlednu v nejvyšším bodě.	1x
Obchod se suvenýry.	1x
Najížděcí a odbočovací pruhy na obou odbočkách z obchvatu do K.Poříčí a lepší osvětlení na křižovatce do horní části K.Poříčí	1x



Tab. č. 33: Náměty obyvatel na aktivity bez vazby na cestovní ruch

Co je podle Vás vhodné vybudovat v řešeném území bez vazby na cestovní ruch?	Výskyt odpovědi
Obchod s potravinami, lahůdkářství.	7x
Obchod typu Kaufland, Penny, Tesco, Globus	6x
Wellness centrum se vším (masáže, kadeřnictví, kosmetika, solárium, aerobic, spinning, pedikúra, solná jeskyně.)	6x
Průmyslové objekty, prostor pro zajištění zaměstnanosti.	5x
Zajistit mimoškolní aktivitu pro děti. Dětské hřiště. Prolézačky.	3x
Drobní řemeslníci - tesař, zedník, instalatér, zámečnictví, sklenářství, opravná obuvi, práce s kůží - sedlář.	3x
Prostor pro zajištění zaměstnanosti, např. zahradnictví. Budou-li zahrady, parky, hřiště, poskytně to místa pro lidi, kteří budou vše udržovat.	2x
Dráhu pro motocros, čtyřkolky, minibike, káry a s tím spojená údržba dráhy, servis strojů a půjčovna	2x
Společenský sál	2x
Kopec pro zimní sporty (tzv. Krovon je osázen stromky ...).	1x
Místo pro rybaření.	1x
Protihluková stěna obchvatu ul. Pod Lesem	1x
Byty	1x
Lékárnu.	1x
Prostory pro veterináře.	1x
Domov pro seniory	1x
Závodní jídelnu (důchodci)	1x

5.3 Dotazníkové šetření mezi návštěvníky

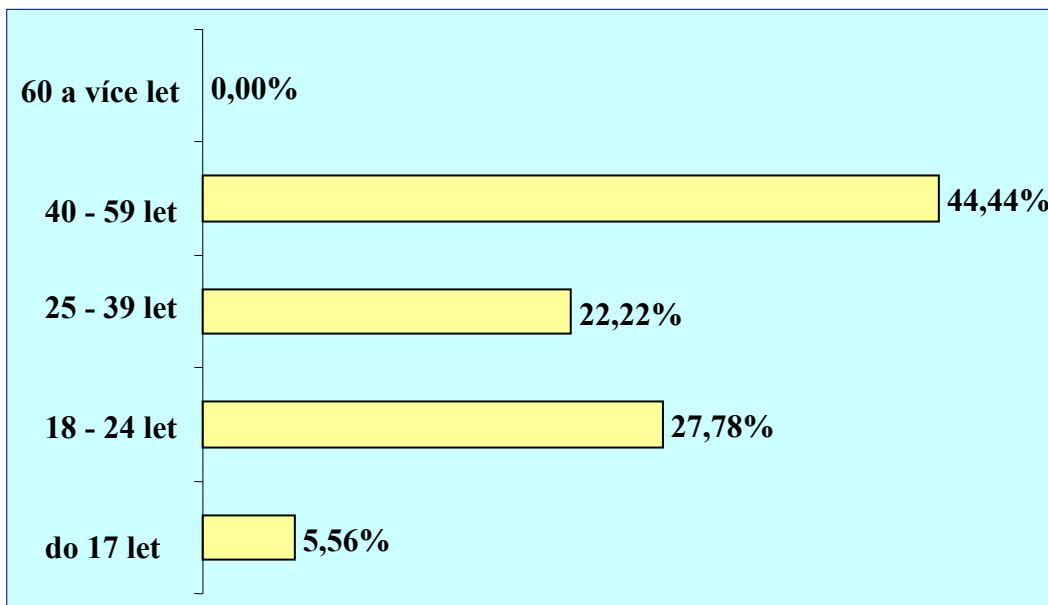
Dotazníkové šetření ke studii „Rozvojové území Královské Poříčí – západ“ proběhlo mezi návštěvníky Statku Bernard ve dnech od 16. do 17. května 2009. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 18 osob. Výsledky dotazníkového šetření jsou znázorněny v tabulkách a grafech níže uvedených.

Tab. č. 34: Pohlaví dotazovaných návštěvníků

Pohlaví dotazovaných	
Muž	61,11%
Žena	38,89%

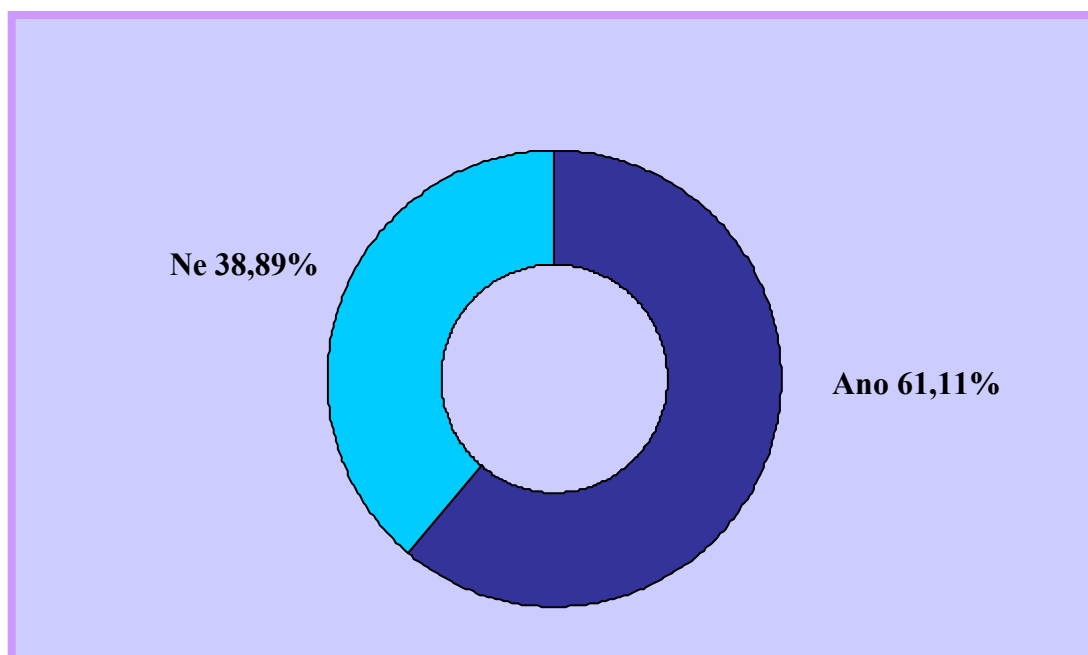


Graf č. 7: Věková struktura dotazovaných návštěvníků



Z grafu vyplývá, že nejčastější věkovou skupinou je skupina návštěvníků ve věku 40-59 let.

Graf č. 8: Jste na Statku Bernard poprvé?



Z grafu je zřejmé, že téměř 39% návštěvníků navštívilo Statek Bernard již nejméně podruhé. Svědčí to o tom, že návštěvníci se vrací. Statek si za relativně krátkou dobu existence získává své příznivce.

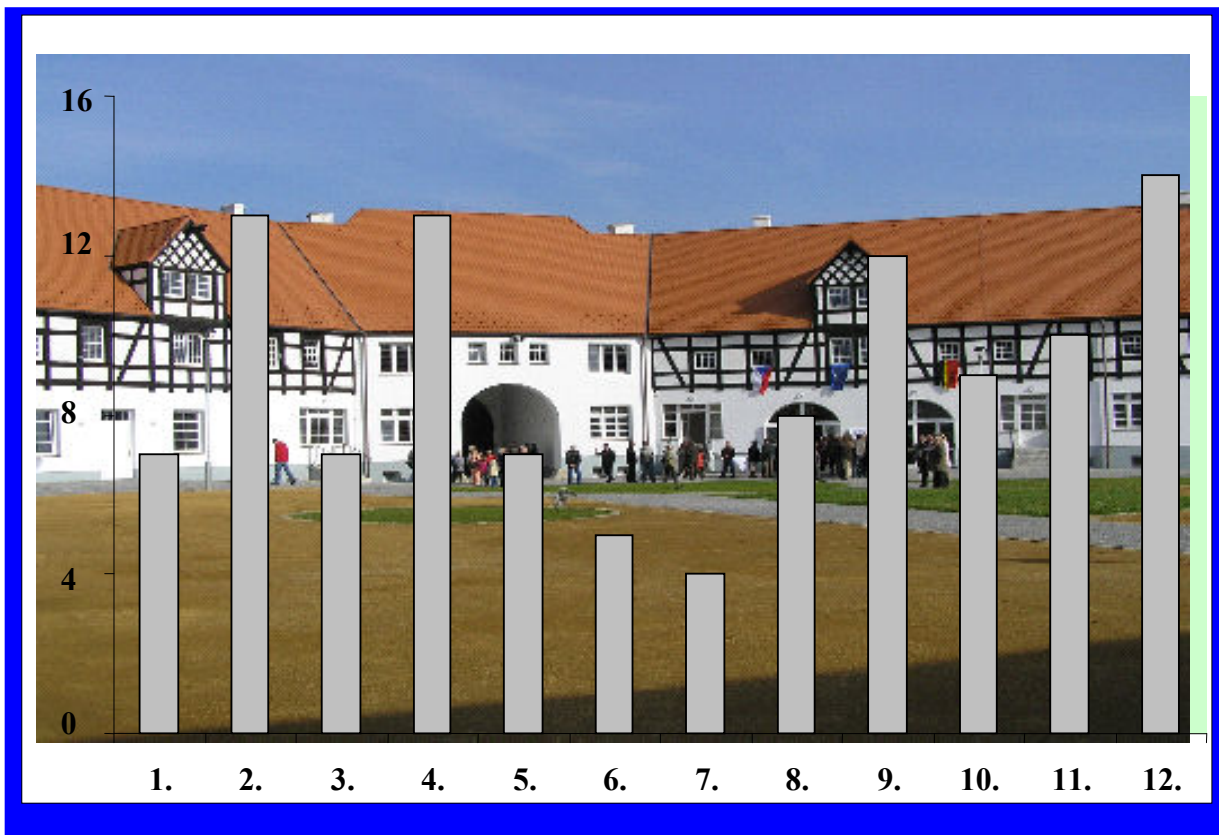


Tab. č. 35: Co se Vám zde líbí?

Největší počet zaznamenaných odpovědí
Obsluha v restauraci
Muzeum
Stánky včetně kulturního programu
Zvířata – především kozy
Prohlídkový okruh
Infocentrum
Prostředí, atmosféra a okolí statku
Výstava

V následujícím grafu jsou zaznamenané odpovědi dotazovaných, které vyjadřují názor návštěvníků, co podle nich bude přínosem větší návštěvnosti, pokud dojde k dobudování níže uvedených námětů.

Graf č. 9: Co je podle Vás vhodné dobudovat v okolí statku?



1. Amfiteátr	7. Tenisové kurty
2. Okrasná zahrada s živými ploty	8. Půjčovna kol
3. Místo pro záhony pro pěstování květin a zeleniny (pro výuku)	9. Prolézačky pro děti
4. Možnost jízdy na koních	10. Stavební huť (prostor pro řemesla zednictví, kamenictví,...)
5. Lukostřelnice	11. Rajská zahrada (prostor uzavřený živým plotem vhodný pro oslavy, párty, budou zde cestičky, posezení, grilování, zeleň – stín)
6. Krosový areál pro čtyřkolky	12. Zookoutek, chov dalších hospodářských zvířat

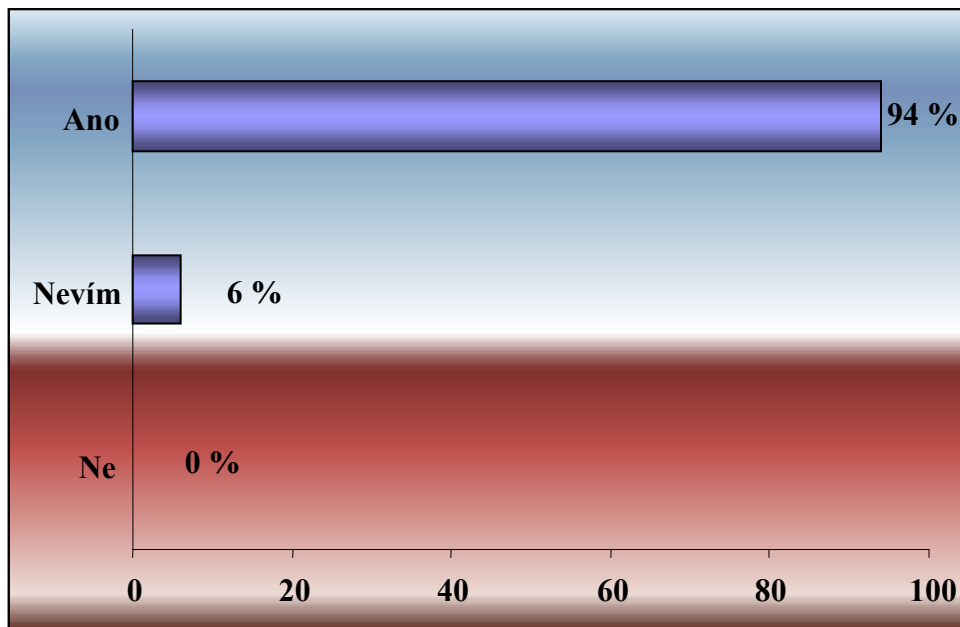
V odpovědích se nejčastěji vyskytovaly zookoutek, okrasná zahrada, možnost jízdy na koních a prolézačky pro děti.



Tab. č. 36: Náměty návštěvníků na chov dalších zvířat a budování dalších zařízení

Otázka	Odpovědi
Jaká další zvířata by podle Vás měla být chována v zookoutku?	Slepice
	Koně
	Velbloud
	Čínské prasata
	Žirafa
	Klokan
	Ovce
	Králíci
	Morčata
	Ptactvo
Otázka	Odpovědi
Jaké další sportovní či jiné zařízení by podle Vás mělo být součástí statku?	Bazén
	Motodrom
	Hřiště na streetball
	Rodeo
	Minigolf

Graf č. 10: Přijdete znovu na statek?



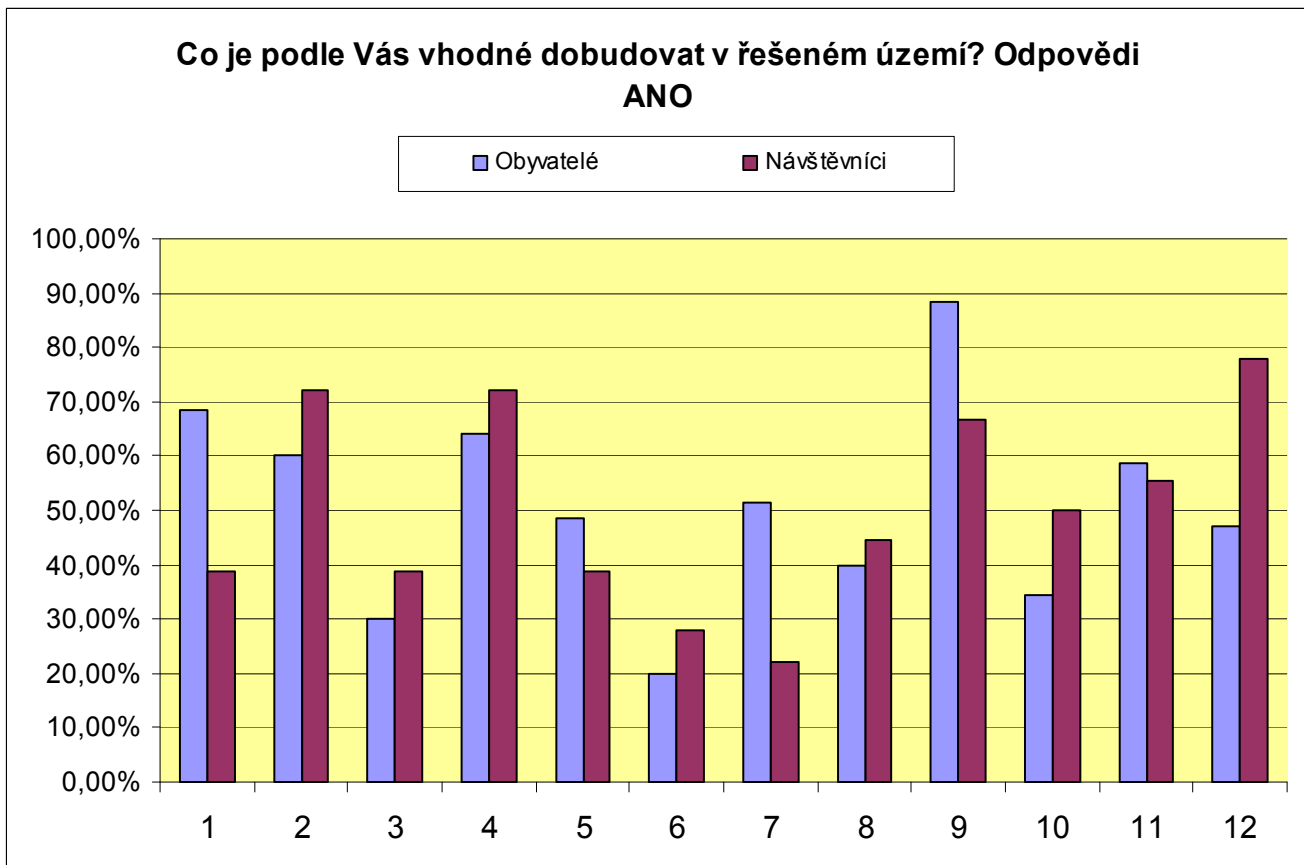
Odpovědi na otázku „Přijdete znovu na statek?“ vypovídají o vysoké spokojenosti s návštěvou Statku Bernard a také o tom, že se chtějí návštěvníci vrátet.



5.4 Hlavní závěry dotazníkových šetření

Hlavní závěry z dotazníkových šetření mezi obyvateli a mezi návštěvníky vhodně prezentuje následující graf.

Graf č. 11: Porovnání kladných odpovědí obyvatel a návštěvníků na otázku: Co je podle Vás vhodné dobudovat v řešeném území?



1. Amfiteátr	7. Tenisové kurty
2. Okrasná zahrada s živými ploty	8. Půjčovna kol
3. Místo pro záhony pro pěstování květin a zeleniny (pro výuku)	9. Prolézačky pro děti
4. Možnost jízdy na koních	10. Stavební huť (prostor pro řemesla zednictví, kamenictví,...)
5. Lukostřelnice	11. Rajská zahrada (prostor uzavřený živým plotem vhodný pro oslavy, párty, budou zde cestičky, posezení, grilování, zeleň – stín)
6. Krosový areál pro čtyřkolky	12. Zookoutek, chov dalších hospodářských zvířat

Vyšší podporu u obyvatel mají prolézačky pro děti, dále amfiteátr, rajská zahrada a tenisové kurty. Návštěvníci mají naopak vyšší zájem o zookoutek, okrasnou zahradu a možnost jízdy na koních. Z tohoto srovnání vyplývá **očekávání návštěvníků, ti chtějí za přírodou, obyvatelé zde naopak chtějí trávit volný čas spíše pravidelnými sportovními a kulturními aktivitami.**



5.5 Analýza námětů na využití

Na workshopu dne 23.6.2009 posuzovala pracovní skupina následující seznam námětů z hlediska proveditelnosti, okolních vazeb, přiměřenosti nákladů apod. Tento seznam zahrnuje rovněž náměty, které navrhli sami obyvatelé v dotazníkovém šetření – viz kapitola 5.2.

Tab. č. 37: Seznam posuzovaných námětů

	Námět	Zahrnuto do řešeného území	Zdůvodnění
1	Amfiteátr	ANO	
2	Tenisové kurty	ANO	
3	Půjčovna kol	ANO	
4	Rajská zahrada	ANO	
5	Lukostřelnice	ANO	
6	Dětské hřiště Prolézačky pro děti	ANO	
7	Zookoutek	ANO	
8	Depozitář muzea (univerzální shromažďovací prostor)	ANO	
9	Stavební huť (bude změněný název)	ANO	
10	Chlévy a hospodářství, stáj pro koně	ANO	
11	Parkové úpravy s napojením na místní minerální prameny	NE	Technicky nereálné. Jedná se o prameny v dole nikoli povrchové.
12	Okrasná zahrada s živými ploty	ANO	
13	Místo pro záhony pro pěstování květin a zeleniny pro výuku	ANO	
14	Krosový areál pro čtyřkolky	NE	Malý prostor, blízkost obytné zástavby, obtěžování zplodinami a hlukem, v dotaznících se 61% obyvatel vyjádřila, že NE.
15	In-line stezky. Okruh pro in-line brusle (1 km)	ANO	
16	Prolézačkové a lezecké centrum, lanové centrum (i pro děti), lezecká stěna.	ANO	
17	Skatepark, areál pro skateboard pro děti	NE	Nákladné. Předpokládá se malé využití. Hlučné.
18	Minigolf	ANO	
19	Koupaliště – bazén s vodními atrakcemi, vodní plocha ke koupání, dětské brouzdaliště.	ANO*	
20	Výcvik psů	NE	
21	Dopravní hřiště	NE	Předpokládá se malé využití.
22	Squash kurty	NE	V řešeném území budou tenisové kurty.
23	Střelnice	NE	Hlučné.
24	Sportovní centrum – různé aktivity (aerobic, spinning, jumping, fitbal, posilovna,...)	ANO ve venkovním prostoru	
25	Volejbalové hřiště	NE	V obci jsou 2 využitelná hřiště.



26	Centrum pro řešení nadváhy	NE	
27	Bobová dráha	NE	Vyžaduje převýšení alespoň 100 m. V obci není vhodný terén. Kde by mohla být je biokoridor.
28	Petanque	ANO	
29	Tělocvična na basketbal	NE	V řešeném území bude streetball.
30	Zpomalovací retardéry v Šachetní ulici	NE	Bude omezení rychlosti dopravní značkou.
31	Najížděcí a odbočovací pruhy na obou odbočkách z obchvatu do K.Poříčí	NE	Připomínku obce neschválila Policie.
32	Paintball	NE	
33	Dokončení cyklostezky. Napojení na cyklostezku. Upravit cyklostezku – vybudovat turistické stezky	ANO	
34	Lesopark – bude menší park	ANO	
35	Hotel s možností ubytování domácích mazlíčků (čtyřnohých)	?	Soukromá iniciativa provozovatele rozhodne o uplatnění námětu.
36	Malá dřevěná rozhledna v nejvyšším bodě	ANO	
37	Obchod se suvenýry	NE	Na statku se suvenýry prodávají.
38	Zábavné centrum pro rodiče s dětmi.	ANO	Aktivita na území jsou takto koncipovány.
39	Obchod s potravinami	NE – zatím.	Musí být vygenerováno potřebou. Lze očekávat v budoucnu vybudování obchodu přirozeným způsobem (zvýšení pravidelné návštěvnosti).
40	Obchod typu Kaufland, Penny, Tesco, Globus,...	NE	Muselo by se vyplatit investorovi. V obci je malá kupní síla obyvatel.
41	Wellness centrum (masáže, aerobic, kadeřnictví, kosmetika, solárium, spinning, pedikúra, solná jeskyně)	NE	Zatím neudržitelné. Necht' je to soukromá iniciativa.
42	Průmyslové objekty, prostor pro zajištění zaměstnanosti	NE	Bude jinde v obci, na tento záměr je myšleno v územním plánu obce.
43	Drobní řemeslníci – zedník, instalatér, tesař, zámečnictví, sklenářství, oprava obuvi, práce s kůží – sedlář	ANO	
44	Prostor pro zajištění zaměstnanosti – zahradnictví (zahrady, parky, hřiště – údržba)	ANO	
45	Společenský sál – víceúčelový sál vedle amfiteátru pro 350 lidí (i depozitář)	ANO	
46	Kopec pro zimní sporty	ANO	Bude využit Bulberg
47	Místo pro rybaření	NE	Na území není voda.
48	Protihluková stěna obchvatu ul. Pod Lesem	ANO (staví se)	
49	Byty – pouze služební	ANO	
50	Lékárna	NE	Záležitost lékaře.
51	Prostory pro veterináře	NE	Malá spádová oblast.
52	Domov pro seniory	NE	V obci je od září 2009.
53	Závodní jídelna	NE	V obci existuje roznášková služba z Královského hostince.
54	Motodrom	NE	Viz čtyřkolky.
55	Hřiště na streetball	ANO	
56	Rodeo – v rámci jezdeckého areálu.	ANO	



Vysoké provozní náklady nebo malá využitelnost (obec má 800 obyvatel) se ukázaly být důvodem zamítnutí několika námětů.

* K námětu č.19: Vzhledem k četnosti námětů na bazén či koupaliště ve vyplněných dotaznících starosta sdělil, že dotace města Sokolova na provoz bazénu je 3-4 mil. Kč ročně, a Královské Poříčí takové finanční prostředky z obecního rozpočtu každoročně vyčleňovat nemůže. V zápisu z workshopu je stanovisko u koupaliště záporné. Na dalších jednáních úzké pracovní skupiny však nakonec bylo umožněno, aby takový záměr mohl v budoucích letech vzniknout. **Byl tedy v územní studii vyčleněn prostor pro krytý rekreační bazén.**

Závěr:

Náměty z dotazníkového šetření mezi obyvateli a návštěvníky byly projednány na veřejném workshopu, kde byla posouzena jejich proveditelnost a udržitelnost. Náměty, které byly posouzeny jako proveditelné a udržitelné, byly zahrnuty do územní studie řešeného území. Vybrané náměty byly dále architektonicky zpracovány a jsou součástí studie.



7 SWOT analýza daného území

Následující tabulka shrnuje silné stránky, slabé stránky, příležitosti i ohrožení řešeného rozvojového území. Základem je **SWOT analýza zpracovaná komunitním způsobem** na pracovním setkání dne 13. května 2009.

Přítomní byli rozděleni do dvou skupin. Jedna skupina zapisovala na papír silné stránky, druhá slabé stránky. Poté si skupiny papíry vyměnily a dopisovaly své návrhy. Stejným způsobem byly tvořeny příležitosti a ohrožení. Další fází tvorby SWOT analýzy bylo společné hodnocení. Zapsané faktory byly prezentovány na flipchartu a nahlas se vysvětloval každý pojem.

Dále jsou do SWOT analýzy doplněny faktory vyplývající z **dotazníkových šetření mezi obyvateli**, návštěvníky a z provedených analýz v rámci zpracování studie.

Tab. č. 42: SWOT analýza řešeného území

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dobrá přístupnost a komunikace (po silnici z obchvatu, cyklostezka,...) ➤ Dostupnost velkých sídel (Sokolov, K.Vary, Chodov,...) ➤ Poloha uvnitř lázeňského trojúhelníku* ➤ Dostatečná velikost řešeného území ➤ Inženýrské sítě ➤ Návaznost na vodní plochu (za 20 let) ➤ Kvalitní zeleň ➤ Bývalé hradiště (využití Krobonu) ➤ Velké % ostatních ploch (málo ZPF) ➤ Malé množství programových limitů (minimum omezení, neplánují nic velcí investoři, biokoridor, ...) ➤ Souběžně se zpracovává územní plán ➤ V obci unikátní soubor vybudované infrastruktury cestovního ruchu* ➤ Originalita Statku Bernard – stálé řemeslné dílny s živou ukázkou výroby* ➤ 81% dotázaných obyvatel má pozitivní přístup ke Statku Bernard* ➤ 94% dotázaných návštěvníků chce přijít znovu na Statek Bernard* ➤ Česko-německé naučné centrum řeky Ohře* ➤ Další aktivity lze navázat na aktivity Statku Bernard ➤ Aktivity v území (hlukem a dopravou) neobtěžují (neovlivňují) dění v obci ➤ Viditelnost z obchvatu (reklama) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poddolované území ➤ Trasa parovodu ➤ Vedení vysokého napětí ➤ Chybí kvalitní vodoteč ➤ Majetkoprávní vztahy (SU,a.s., ČD) ➤ Částečná lesní rekultivace (nelze změnit využití pozemků) ➤ Důsledky těžby v přímé blízkosti obce – hluk, prach, CO ➤ Nedostatek vlastních finančních prostředků na realizaci investičních aktivit* ➤ Statek Bernard je v současné podobě provozně neudržitelný (kulturní akce jsou nevýdělečné)* ➤ Není zpracován marketingový plán*



Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Větší možnosti volnočasových aktivit ➤ Vyšší šance na získání dotací – dolové území (revitalizace) ➤ Vyšší šance na kvalitní řemeslníky na Statku Bernard ➤ Zvýšení atraktivity území pro turisty – CR ➤ Stárnutí populace* ➤ Trend cestovního ruchu – návraty k přírodě* ➤ Nárůst pracovních příležitostí ➤ Možnost komplexního řešení ➤ Geotermální energie z důlních vod ➤ Propojení geotermální energie na zemědělské aktivity (ovoce, zelenina) ➤ Možnost expozice v bývalé důlní šachtě ?? ➤ Využití důlních vod (minerálky) pro neenergetické činnosti** ➤ Pokusná stanice pro zdejší klimatickou oblast v oblasti OZE – technologické centrum ➤ Rozvoj a využívání techniky a technologií (internet)* ➤ Synergie s Loktem ➤ Synergie s lázněmi ➤ Využití dostupnost K.Poříčí ze silnice, dráhy, Ohře, cyklostezky ➤ Partnerství mezi obcí a podnikatelskými subjekty* 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cenové požadavky majitelů pozemků ➤ Státní úředníci – ČD, Báňský úřad, Stavební úřad ➤ Disharmonie finančních prostředků a projektu výstavby ➤ Dlouhá doba realizace všech aktivit (až 25 let) ➤ Postoj občanů ➤ Změna postoje zastupitelstva ➤ Změna dotační politiky ČR a EU ➤ Zásah do důlní renty – změna horního zákona – ohrožení obecního rozpočtu ➤ Konkurenční aktivity v regionu* ➤ Turismus je sezónní záležitostí*

* doplnění SWOT analýzy experty

** v Královském Poříčí nejsou vývěry minerálních vod, jsou jen na dně Jiří (lze to vidět jen, když není po dešti)

Provedená SWOT analýza nám pomůže jednoznačněji formulovat konkrétní problémy a **můžeme tak hledat možné způsoby jejich řešení.**

Závěr: Byla zpracována SWOT analýza, která shrnuje silné stránky, slabé stránky, příležitosti i ohrožení řešeného rozvojového území. Základem je SWOT analýza zpracovaná komunitním způsobem. Na základě SWOT analýzy bude stanovena základní strategie, která bude především využívat silné stránky a příležitosti.



8 Vize, cíle, strategie rozvoje

8.1 Stanovení vize rozvoje území

Účastníci workshopu se shodli na tomto znění:

**„Královské Poříčí
– kouzelná a relaxační oáza,
která nabízí unikátní propojení
památek středověku a novověku
se vstupem do nové ekologické budoucnosti.“**

8.2 Cíle rozvoje území

Hlavní cíl rozvoje území je:

Využití přírodního a kulturního potenciálu pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu v obci.

Dílčími cíli jsou:

- Rozvíjet a udržovat turistické atraktivity obce.
- Rozvíjet základní a doprovodnou infrastrukturu pro turistiku, včetně dostupnosti území.
- Rozvíjet veřejnou infrastrukturu a zlepšit kvalitu prostředí pro život obyvatel.
- Rozvoj služeb a spolupráce vedoucí k vyššímu využití místního potenciálu pro cestovní ruch.
- Veškeré aktivity provádět udržitelným způsobem s důrazem na zvyšování zaměstnanosti.



8.3 Strategie rozvoje území

Řešené území Královské Poříčí – západ nelze samostatně rozvíjet bez úzké vazby na další části obce.

Hlavní strategií rozvoje území je využít

silných stránek, především

- unikátního souboru vybudované infrastruktury obce (kostel, hornická architektura, apod.),
- polohy uvnitř lázeňského trojúhelníku,
- originality Statku Bernard – stálé řemeslné dílny s živou ukázkou výroby

a příležitostí, především

- větších možností volnočasových (resp. sportovních) aktivit,
- zvýšení atraktivity území pro turisty,
- trendu cestovního ruchu – návraty k přírodě.

Rozvoj řešeného území bude zároveň působit na změny v dalších částech obce. Proto se vybraná opatření a doporučení budou týkat celé obce.



9 Priority a opatření

9.3 Doporučený plán časové realizace dílčích projektů

Pro realizaci celého záměru, zobrazeného v územní studii, není stanoven časový horizont. Jednotlivé stavby lze rozdělit do tří základních časových pásem realizace a navrhnout předpokládané podmiňující vazby mezi nimi. Základní časová pásma identifikují na základě analýzy současné situace možnosti realizace záměru.

1. časové pásmo – zahrnuje stavby a záměry, které mohou být při zdroji financování připraveny a zahájeny neprodleně, nemají podmiňující účinky na ostatní stavby a doba realizace je do 1 roku.

- Krajinářské úpravy zeleně včetně pastevních travnatých ploch
- Svatební terasa
- Pěší cesty a cyklotrasy v řešeném území
- Vyhlídková věž na hradišti
- Lanové centrum
- Některé inženýrské sítě potřebné pro chod v současné době realizovaných staveb (nová trafostanice, NN přípojky a vedení, úpravy na kanalizační síti apod.)
- Areál zahradnictví a sadařství včetně potřebných komunikací a sítí
- Přírodní divadlo a přilehlé plochy (Párty louka)
- Rekonstrukce stávající stodoly
- Realizace střelnice pro lukostřelbu včetně přístupové cesty
- Realizace ploch pro minigolf a pétanque včetně úpravy přístupových cest
- Založení pěstebních ploch pro energetické plodiny pro technologické centrum

2. časové pásmo – zahrnuje stavby a záměry, které vyžadují náročnější časovou a finanční přípravu včetně potřebného marketingu. Rovněž mají částečné podmiňující účinky na ostatní stavby. Doba jejich realizace přesahuje 1 rok.

- Odstavné parkoviště na terénní západní terase a propojení s novou komunikací u fotbalového areálu
- Odstavné parkoviště za stodolou
- Část komunikace do východní části areálu k voliérám
- Část s voliérami a zoo koutkem včetně potřebných přípojek inženýrských sítí
- Úprava parkoviště podél komunikace do obce



3. časové pásmo – zahrnuje stavby a záměry, které vyžadují dlouhodobou časovou a finanční přípravu včetně potřebného marketingu. Mají podmiňující účinky na ostatní stavby.

- Výstavba komplexu budov technologického centra ve východní části řešeného území včetně komunikací a inženýrských sítí
- Výstavba malé fotovoltaické elektrárny
- Výstavba objektu pro stáje
- Výstavba oranžerie
- Výstavba tenisového areálu
- Výstavba víceúčelového sálu
- Výstavba rekreačního bazénu a malé haly

Krajinná a sídelní zeleň

Pro úspěšnou realizaci celého rozsahu krajinné a sídelní zeleně je třeba zvolit vhodnou etapizaci jednotlivých kroků k ozdravení stávajících ploch a výsadbě nových. Z pohledu současných možností a konkrétních podmínek vycházejících z předpokladů postupu budoucí výstavby lze doporučit následující etapy. Jejich pořadí není jednoznačně závazné, představuje výchozí názor a jednotlivé etapy, představující vždy ucelený soubor, je možné časově zaměnit, případně provádět souběžně.

Základní návrh etapizace

- Provedení pěstebních opatření a revitalizace porostů ve stávajících **porostech na vrchu hradiště Burgberk** a sanací vybraných porostů vytvoření výhledů do krajiny. Tento zásah lze provést bez časové vazby na jakoukoliv novou výstavbu a jiné zásahy do zelených ploch. Kvalitní stromy vysoké zeleně jsou na hradištním vrchu obklopeny náletovými již vzrostlými stromy a keři méně kvalitní druhové skladby. Tyto stromy a keře je třeba odstranit a provést případné dosadby z vybraných kvalitních dřevin.
- Stanovení podmínek pro zhodnocení hustých porostů **na současných lesnických rekultivacích** ve vztahu k LHP a podmínkám lesního zákona. Tyto porosty jsou na mnoha místech velmi husté a přerostlé, dochází ke znehodnocování možných budoucích kvalitních lesů. Zásah lze provést nezávisle.
- Posouzení možnosti **optimalizace dřevinného potenciálu ve stávajícím lesoparku**. Na základě tohoto posouzení budou navržena konkrétní opatření k jeho úpravě směřující k aktivnímu využívání jako lesoparku. Zásah je časově i věcně nezávislým krokem.
- Vytvoření krajinných **liniových výsadeb alejových stromů**, vytvoření interakčních linií, rozšíření druhové skladby zeleně a vhodné taxony z hlediska autochtonních kompozic,



zpracování krajinné linie do systému cestní sítě. Jedná se o výsadbu nevázanou na nové stavby, vázanou pouze na stávající komunikace asfaltové, šterkové i ostatní zpevněné polní cesty a na komunikace v současné době realizované. Část alejí je vázána na vodní toky. Protože jde o zeleň vysokou a z pohledu vývoje celého území dlouhověkou, je možné její výsadbu zahájit bez zbytečných odkladů.

- Zahájení přípravy výsadby skupinové zeleně souvislých ploch oddělujících jednotlivé stavby a funkce. V současné době se jedná o **skupinovou zeleň** kolem budovaného **areálu fotbalového klubu**.
- **Posouzení terénních, krajinných a biotických vazeb, sanace a možné dosadby** na stávajících porostech s charakterem alejí ve vazbě na nově budované, případně opravené stávající nezpevněné polní komunikace. Jedná se o cca 3 lokality, podél potoků, podél staré cesty k budoucím novým budovám naproti statku a podél polní cesty od statku ke hřbitovu.
- **Uvolnění náletových keřů z plochy pro sáňkování** na svahu mezi hradištěm a lesnickou rekultivací. Plochu je třeba uvolnit až do dolních dojezdových partií k potoku. Zásah je nezávislý na případných nových stavbách.
- **Provedení pěstebního zásahu do vysázené platanové aleje** se záměrem rozšířit a zkvalitnit bezprostřední vegetační plochu kolem kmenů. Je třeba zajistit přísun potřebného množství vláhy a živin ke kořenovému systému mladých stromů. Zásah je nezávislý na ostatních krocích.
- **Zpracování základního rozboru nejvhodnější druhové skladby sadařského materiálu**, jeho optimální množství s ohledem na ekonomii provozu a základní agrotechnické podmínky pro provoz střediska produkčního sadu a užitkové zahrady. Vzhledem k relativně malé finanční náročnosti vlastní stavby zázemí, ale časově dlouhodobému horizontu založení produkčního sadařského areálu je možné projekční přípravy řešit s dostatečným časovým předstihem.
- **Úprava stávajících ploch travnatých porostů** zejména v západní části území **mezi lesnickou rekultivací a komunikační spojkou obchvat – obec Královské Poříčí**. Plochy postrádají potřebnou vegetační vrstvu pro zdárný růst travních společenstev. Rovněž absence spásání či kosení trávy ubírá na biologické hodnotě těchto ploch. Zásah je nezávislý na ostatních opatřeních.



10 Marketingový mix

Tab. č. 43: Doporučený marketingový mix „8P“

1.	Produkt	<p>Centrum tradičních řemesel na Statku Bernard, které nabízí poskytnutí zážitku, řemeslné dílny s živou ukázkou výroby, s možností odnést si vlastnoručně vyrobený suvenýr, život na statku (návraty k přírodě – pěstování rostlin, výroba rostlinných i živočišných produktů „na vlastní oči – ruce“), prohlídkový okruh, jarmarky/akce, zookoutek / chov zvířat, restauraci (pořádání gastronomických hodů), ubytování.</p> <p>Areál aktivní turistiky, který nabízí sportovně-rekreační areál s instruktorskými službami a servisem s nabídkou variantních programů</p> <p>Technologické a experimentální centrum</p>
2.	Price - cena	<p>Vstupné na všechny atrakce je přijatelné a odpovídající nabídce, jsou poskytovány slevy na děti, seniory a rodinné vstupné. Zákazník si může vybrat z cenově odstupňovaných výrobků.</p> <p>Jsou poskytovány sezónní slevy zejména v ubytování.</p> <p>V rámci balíčků jsou slevy na jednotlivé komponenty.</p> <p>Při stanovení ceny je respektována hodnota rovnovážného bodu (bodu zvratu, v němž se fixní a variabilní náklady dostávají do rovnováhy s výnosy).</p> <p>Cena je konkurenceschopná.</p>
3.	Place – místo	<p>Silné stránky - dobrá dostupnost a blízkost světových lázní - jsou dobře využity.</p> <p>Parkovací místa stačí rozvoji a zvyšování návštěvnosti.</p> <p>Otevírací doba respektuje vliv sezónnosti.</p> <p>Distribuční kanály (tj. prezentace prostřednictvím konkrétních institucí) jsou účinné a ověřené.</p>
4.	Promotion – propagace	<p>Je zpracován marketingový plán pro všechny části areálu, který respektuje segmentaci trhu (aktivní zvědaví turisté, lázeňští hosté, návštěvníci hradu Loket, rodiny s dětmi, atd.). Je vyhodnocována účinnost. Segmentace trhu je průběžně aktualizována.</p> <p>Grafické i obsahové (aktuální) zpracování všech propagačních nosičů (webové stránky obce i provozovatele, propagační leták, plakáty, atd.) je na vysoké úrovni a dodržuje marketingové zásady.</p> <p>V infocentru je zřízena vzorková prodejna všech řemeslných dílen.</p> <p>Každá dílna nabízí vlastní originální suvenýr propagující Statek Bernard.</p>



5.	People – lidé	<p>Řemeslníci, infocentrum, průvodci, personál restaurace, provozovatelé sportovišť, podnikatelé. Charakterizují je:</p> <p>Kroje, kostýmy.</p> <p>Kreativita, volnost.</p> <p>Aktivní zapojování do života v areálu.</p> <p>Profesní kvalifikace.</p> <p>Vzdělanost (marketing, cizí jazyky, atd.)</p> <p>Jsou obchodníci.</p>
6.	Packaging – tvoření balíčků	<p>Je využívána možnost kompletace nabízených služeb a tvorba integrovaných produktů. Zákazníkům jsou nabízeny balíčky služeb.</p>
7.	Programming – naprogramování	<p>Koncepce je dodržována, případné vynucené změny jsou řešené spoluprací dotčených subjektů.</p> <p>Tvorba společných projektů, jejichž prostřednictvím spolu všichni aktéři sdílejí vize.</p> <p>Stále se chystají nová a hosty neočekávaná překvapení.</p>
8.	Partnership – partnerství, spolupráce	<p>Je systematicky budována spolupráce dodavatelů se zprostředkovateli, s přepravci, lázněmi a mnohými dalšími.</p> <p>Obec úzce spolupracuje se všemi podnikatelskými subjekty.</p> <p>Je budováno partnerství s Loktem.</p>



15 Doporučení pro další postup

Studie by měla sloužit po několik následujících let a tak jsou koncipována také následující základní souhrnná doporučení, vyplývající z předchozích částí studie.

Základní souhrnná doporučení do budoucna

- Dodržovat zvolenou strategii rozvoje řešeného území
- Věnovat se rozvoji priorit tak, jak jsou uvedeny v této studii
- Dodržovat doporučený plán časové realizace dílčích projektů popsany v samostatné kapitole
- Veškeré aktivity konat se znalostí rozšířeného marketingového mixu „8P“, tzn. rozšířeného o lidi, balíčkování, programování, partnerství.
- Vyhledávat investory.
- Využívat dotační příležitosti. Tam, kde nemůže být příjemcem obec, ale podnikatelský subjekt, maximálně pomáhat.
- Jakmile budou známy základní dokumenty operačních programů na další plánovací období Evropské unie, zrevidovat, tzn. zaktualizovat analytickou část a přizpůsobit strategickou část této studie.

Doporučení na nejbližší období

Doporučení, která by měla být zrealizována maximálně v průběhu 2 následujících let jsou blíže konkretizována. Nejsou investičně nákladné a lze očekávat velký efekt.

Naučný turistický okruh

- Zaktualizovat, aby byly informace na tabulích v souladu s realitou (umístění, označení čísla), doplnit o další tabule (např. informace o vlivech dolové činnosti – prach, hluk, CO, další tabule by měla být věnována Burgberku). Je vhodné v infocentru nabízet plánek okruhu, aby si turista nemusel pamatovat z předešlé tabule, kde má následující tabuli hledat.
- Bude-li zvolena cílová skupina Němců, pak přeložit informace na tabulích a nabízet texty tabulí v němčině v infocentru.
- Doplnit okruh lavičkami, odpadkovými koši a různými dětskými prolézačkami. Vhodná propagace pak snadno přiláká rodiny s dětmi. Taková atrakce zdrží návštěvníky v obci na delší dobu.
- Pro děti je možné každoročně vymýšlet soutěže, kdy si např. za 20,- Kč zakoupí v infocentru záznamník s otázkami, jejichž odpovědi najdou na tabulích. V infocentru pak za správné odpovědi dostanou malou odměnu.



Webové stránky obce - vymyslet a zrealizovat jejich novou koncepci. Webové stránky mají nalákat turisty k návštěvě Královského Poříčí, mají poskytovat informace pro turisty (zejména nabídka aktivit, nabídka vodáckého tábořiště, kontakty na subjekty v cestovním ruchu). Webové stránky mohou být využity pro komunikaci s občany, k tomu jsou v obci předpoklady - veřejný internet je v knihovně zdarma, v obci je 130 internetových přípojek, tj. zhruba polovina domácností.

Knihu s pověstmi a legendami z r. 1934 „Beiträge zur Geschichte des Dorfes Königswertth a.d. Eger“, jejímž autorem je Peter Wenzl, nechat přeložit a využít pověsti a legendy pro rozvoj cestovního ruchu.

Pořádat **semináře pro podnikatele a pro zájemce o podnikání** především z řad nezaměstnaných o dotačních možnostech. Využít fakt, že podnikání v Královském Poříčí je možné zahájit či rozvíjet z dotací Programu rozvoje venkova (do r. 2013), který podporuje pořízení investičního majetku. Výzva pro předkládání žádostí o dotace je obvykle 1x ročně a to v polovině února.

Ve veškeré propagaci, tzn. realizované provozovatelem Statku Bernard i obcí Královské Poříčí, **nabízet originalitu** Statku, kterou je **poskytnutí zážitku** v řemeslných dílnách, kde může návštěvník nejen vidět výrobu, slyšet povídání o výrobním postupu, ale i zažít výrobu vlastního suvenýru. Cílem musí být přivést návštěvníky na Statek Bernard ve všední dny.

Řešit pojetí a ztrátovost kulturních akcí. Kulturní akce v současném pojetí nemají ziskový potenciál. Při rozhodování o jejich budoucnosti je nutné brát v úvahu, proč se pořádají, pro koho, za kolik, a jaký je jejich přínos pro obec, pro provozovatele, pro řemeslníky. Nemůže být cílem návštěvnost za každou cenu (vysoké náklady, vysoký podíl návštěvníků, kteří neutrácejí za produkty Statku). Takový přístup má smysl volit pouze 1x ročně jako reprezentativní akce Královského Poříčí. Pokud se pořádají akce pro obyvatele ze Sokolova, je možné uvažovat o sponzorství města Sokolova (mimořádné spoje autobusů, např. prodloužení linky ze sídliště Michal za cenu MHD v Sokolově). Současná propagace byla zaměřena obecně na obyvatele Karlovarského kraje, ukazuje se nasycenost tohoto trhu. Je zapotřebí změnit tuto cílovou skupinu, v případě více akcí se zaměřit na více cílových skupin a těm přizpůsobit způsob propagace.

Zpracovat marketingový plán – rozhodnout o cílových skupinách uvedených v segmentaci trhu. Naplánovat aktivity i způsob hodnocení jejich účinnosti. Nabízet produkt jako aktivní obchodník, nikoli jen pasivním informováním. Každoročně plán zaktualizovat podle získaných informací o účinnosti. Využít originality – možnost vyzkoušet si výrobu, vlastnoručně vyrobit suvenýr, resp. dárek



pro někoho. Využít zimního období, kdy jsou hrady a zámky zavřené. Propagaci zaměřit na to, aby zákazníci přišli v týdnu. Přihlásit se na www.kudyznudy.cz

Infocentrum – změnit uspořádání nabídky propagačních materiálů, aby bylo na všechny dobře vidět (např. nakloněné police). Nabízet hodnotné suvenýry za přijatelné ceny (např. DVD je již neaktuální a jeho hodnota neodpovídá ceně). Řemeslníci vytvoří originální suvenýr na památku, dosud chybí např. hrneček s motivem Statku Bernard. Vytvořit v infocentru vzorkovou prodejnu jednotlivých dílen, tím se rozšíří nabídka a i návštěva infocentra bude zážitkem a ukázkou originality.

Česko-německé naučné centrum řeky Ohře

- Při realizaci se poučit ze špatné zkušenosti s výstavbou fotbalového hřiště (nánosy bláta na parkovišti) a aktivity realizovat tak, aby nebylo ohroženo fungování Statku Bernard a jeho návštěvnost.
- Zaměřit se na finanční management (využívat maximálně možnosti průběžného financování a realizace jednotlivých částí) tak, aby projekt co nejméně zatěžoval rozpočet obce a prostředky obce se mohly věnovat na další rozvojové aktivity.
- Využít partnery projektu Česko-německé naučné centrum řeky Ohře, kterými jsou: Gebietsausschuss Fichtelgebirge im Tourismusverband Franken e.V., Fichtelgebirgsverein e.V. Pro Němce bude doporučení německého infocentra či německého svazu turistů Fichtelgebirgsverein (6x ročně vlastní časopis, 19.000 členů, kteří aktivně tráví svůj volný čas) důvěryhodnější než vlastní přímá reklama z Čech.

Lanové centrum bylo druhým nejčastějším návrhem obyvatel a jsme přesvědčeni, že má velký potenciál přitáhnout návštěvníky. Zejména dokud se v blízkosti nenachází jiné lanové centrum (nejbližší je v Mariánských Lázních). Doporučujeme v nejbližší výzvě Leader MAS Sokolovsko předložit žádost o dotaci, případně lobovat za co nejbližší vyhlášení výzvy.

Zřízení části návštěvnického okruhu na Statku Bernard – na tento projekt je možné rovněž předložit žádost o dotaci do programu Leader MAS Sokolovsko. Tento projekt, pokud se zrealizuje, umožní **zvýšení kvality jedné z nosných částí nabízeného produktu** v řešeném území.

Zpracování projektových dokumentací - na zpracování projektových dokumentací může obec využít ROP oblast podpory 2.1 – Budování kapacity pro místní rozvoj, informovanost a osvěta veřejnosti. Poslední výzva plánovacího období do r. 2013 se plánuje na duben – červen 2010.



Je zapotřebí sledovat, kdy bude další **možnost aktualizace „Koncepce řešení ekologických škod** vzniklých před privatizací hnědouhelných těžebních společností v Ústeckém a Karlovarském kraji“ a ihned tam zařadit vhodné projekty.

Doporučení z hlediska architekta

- Územní studie bude řádně veřejně projednána jako platný územně plánovací podklad
- Projednané závěry z územní studie budou zpracovány do návrhu nového územního plánu Královské Poříčí.
- Postupně provést polohopisy a výškopisy současného stavu dalších částí území, na nichž se předpokládá další výstavba. Měřené podklady budou sloužit v první fázi krajinářským průzkumům a následně projektové fázi staveb.
- Na základě provedených měření mohou být zpracovány potřebné fáze krajinářských průzkumů pro konkrétní návrhy a projekty.
- Projekty nových staveb a záměrů musí respektovat již navržené a legislativně schválené stavby v realizaci i připravované.
- Z navrhovaných aktivit se doporučuje začít zelení a přípravou ploch. Dále viz samostatná kapitola studie Doporučený plán časové realizace jednotlivých projektů.
- Před zahájením realizace jednotlivých projektů je třeba řešit majetkoprávní vztahy.



17 Závěrečné zhodnocení

Předkládaná studie se zabývá přípravou rozvojového území v západní části obce Královské Poříčí tak, aby došlo v blízké budoucnosti k jeho efektivnímu využití pro smysluplné investice přinášející pracovní místa, prostor pro podnikání a kvalitní život obyvatel obce.

Ve studii byla provedena analýza stávající nabídky, kde byla hodnocena **jediná aktivita na řešeném území, kterou je možné dále rozvíjet a to Statek Bernard**. Pro shrnutí současného stavu nabídky byla využita metodika rozšířeného marketingového mixu „8 P“.

Základem směřování rozvojového území bude i nadále cestovní ruch, neboť se jedná o perspektivní obor. Pro rozvoj cestovního ruchu je důležité partnerství mezi místní správou a místními podnikatelskými subjekty. Jednání veřejné správy by mělo vycházet z principů marketingu obce a marketingu cestovního ruchu.

Stěžejními aktivitami studie byly **dotazníková šetření mezi obyvateli** a návštěvníky a dále veřejné **workshopy**. Z výsledků dotazníkových akcí vyplývá očekávání návštěvníků, ti chtějí za přírodou, obyvatelé zde naopak chtějí trávit volný čas spíše pravidelnými sportovními a kulturními aktivitami. **Náměty z dotazníkového šetření mezi obyvateli** a návštěvníky byly projednány na veřejném workshopu, kde byla posouzena jejich proveditelnost a udržitelnost. Náměty, které byly posouzeny jako proveditelné a udržitelné, **byly zahrnuty do územní studie řešeného území**. Vybrané náměty byly dále architektonicky zpracovány a jsou součástí studie.

Na základě analýzy relevantní konkurence lze konstatovat, že žádná ze současných významných atraktivit v Karlovarském kraji nenabízí stejné ani obdobné zaměření. Statek Bernard je svým rozsahem aktivit a možností shlédnout množství řemeslníků při práci jedinečný. Skanzeny a expozice života na venkově v České republice jsou a jsou nabízeny v mnohem větším rozsahu než nabízí Statek Bernard. **Originalitou Statku Bernard jsou však stále řemeslné dílny s živou ukázkou výroby, s možnostmi si (celoročně) vyrobit vlastní suvenýr.**

Analytickou část studie zakončuje SWOT analýza, která shrnuje silné stránky, slabé stránky, příležitosti i ohrožení řešeného rozvojového území. Základem je SWOT analýza zpracovaná komunitním způsobem.

Hlavním cílem rozvoje území je využití přírodního a kulturního potenciálu pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu v obci.



Hlavní strategií rozvoje území je využít silných stránek, především unikátního souboru vybudované infrastruktury obce (kostel, hornická architektura, apod.), polohy uvnitř lázeňského trojúhelníku, originality Statku Bernard – stálé řemeslné dílny s živou ukázkou výroby **a příležitostí**, především větších možností volnočasových (resp. sportovních) aktivit, zvýšení atraktivity území pro turisty, trendu cestovního ruchu – návraty k přírodě.

Prostřednictvím komunitního plánování, kdy byli formou dotazníků a workshopů do návrhů na využití území zapojeni občané, **byla stanovena optimální skladba objektů a činností v zájmovém území**. Na veřejném workshopu bylo posouzeno 56 námětů z hlediska okolních vazeb, požadavků na sítě a další doprovodnou infrastrukturu, z hlediska proveditelnosti, přiměřenosti nákladů i provozní udržitelnosti. **Díky synergickému efektu sportovišť a aktivit pro cestovní ruch povede zvolená skladba činností k efektivnímu využívání tohoto území a zkvalitnění života obyvatel obce.**

Návrh energetického konceptu jednotlivých staveb maximálně využívá **alternativní zdroje energie**. V areálu bude komplex naučných aktivit o přírodě. Ve velkém rozsahu je řešena zeleň. Realizací aktivit **dojde k revitalizaci území postiženého dolovou činností**.

V rámci analýzy rizik byly vyhodnoceny potenciální rizikové faktory. Ke všem potenciálním rizikům byla uvedena opatření na jejich předcházení či eliminaci. Nejvýznamnějším rizikem je neobdržení dotací, nedostatek finančních prostředků na předfinancování a v průběhu realizace projektu a navýšení cen vstupů. Všechny ostatní rizikové faktory může investor velmi výrazně ovlivnit. Finanční rizika jsou významná proto, že **bez dotačních prostředků nebude záměr realizován**.

Je možné konstatovat, že investiční výdaje ve výši 349 mil. Kč jsou za řešení území o rozloze 28,5 ha, které přinese zhruba **83 pracovních míst**, přijatelné.

V rámci studie byla stanovena optimální skladba objektů a činností v zájmovém území, která povede k efektivnímu využívání tohoto území, zkvalitnění života obyvatel obce a ke vzniku nových pracovních míst.



19 Seznam příloh

1. Fotodokumentace řešeného území
2. Základní přírodovědný průzkum lokality Královské Poříčí – západ, Pavel Salák a Bc. Petr Krása
3. Informační leták pro obyvatele Královského Poříčí
4. Dotazníková šetření – vzory dotazníků
5. Workshopy – pozvánky, zápisy, prezenční listiny, prezentace
6. Územní studie – zpracovatel Ing. arch. Petr Martínek