

Ekonomické aspekty využívání rekreačního potenciálu lesních podniků v zahraničí

Jiří Matějček

Seminář „Lesy příměstské a lesy se zvýšenou rekreační funkcí“,

Hoděšovice, Chrudim, 17.- 18. září 2014

OBSAH

1. Úvod
2. Problém chápání pojmu „funkce lesa“

3. Zahraniční příklady integrace veřejně prospěšných (rekreačních) funkcí do tržního mechanismu
4. Případové studie pro rekreační služby (projekt RES) – *Rakousko, Německo, Itálie, Nizozemsko*
5. Další příklady ze zahraničí s uváděním rekreačních služeb na trh – *Švýcarsko (2x), Norsko, Tyrolsko, Báden-Württembersko*

6. Faktory úspěšnosti tržního zhodnocení
7. Problém s prokázáním vícenákladů
8. Zaměření semináře ve Švýcarsku (aktualita)
9. Závěr

1. Úvod

Téma jinými slovy

Jedná se o:

- **Tržní uplatnění vybraných rekreačních služeb**
- Hledání nových trhů a nových zdrojů příjmů (např. na smluvním principu)
- **INTERNALIZACI LESNICKÝCH EXTERNALIT** (včlenění lesnických služeb do hospodářské činnosti lesních podniků, začlenění rekreační funkce lesa do hodnotového systému lesních podniků)
- Komerční zhodnocení (tržní realizace) lesnických výrobků, zboží a služeb na smluvním principu
- Podnikání s lesnickými službami
- Rozšíření hospodářské činnosti formou **DIVERZIFIKACE (jako prvku strategie)** lesnického sektoru (lesních podniků) **mimo oblast produkce dřeva**
- **Vytvoření tržní nabídky nových produktů (LNKS)**

2. Problém chápání pojmu „FUNKCE LESA“

(vzhledem k tržnímu uplatnění)

Teorie úplavu (závěsu) vs FILH

- **DŘÍVE:** Mimoprodukční funkce se nejlépe zabezpečí v závěsu za dřevní produkcí,
Zájmy produkce dřeva a plnění celospolečenského poslání lesů jsou totožné nebo alespoň souběžné (*Hasel 1971*)
- **DNES:** Růst společenské poptávky přináší rozpor mezi orientací na produkci dřeva a uplatňováním celospolečenských funkcí
Znamená to ústupky, odborné schopnosti lesního hospodáře minimalizovat hospodářské obětí při integrování funkcí (funkčně integrované LH = FILH)

Chápání pojmu „funkce“

- **Přírodovědné** (kauzální) pojetí
(*existenční – ekosystémové pojetí*)
- **Účelové** (teleologické) pojetí
(*utilitární – antropocentrické pojetí*)

Rozdíl v pojetí (*závislost - les a vodní režim*):

- A (*les a srážky*) má za následek B (*retenční účinek*)
- Je třeba udělat A, aby nastalo B (*využití retenčního účinku pro uspokojování lid. potřeb*) *funkce=služby*

Rozdíl ve vztahu:

- mezi lesem a např. vodním režimem
- mezi lesem a lidskou společností (tam, kde člověk hospodaří)

Funkce lesa

- při kauzálním chápání = účinky lesa
- při teleologickém chápání = užitky lesa (zboží a služby)

Přírodní – průvodní – vyrobené užitky

FUNKCE (účinky lesa)

Výkony LH (dřevo)

Vyrobené užitky

PRODUKTY A SLUŽBY

Účel = uspokojení potřeb společnosti

VZTAH

mezi lesem, lesním hospodářstvím a společnostmi je určován **právními vztahy**
(kdo, jak, v jakém rozsahu může využívat les k produkci nebo ke spotřebě ⇒ vliv na ekonom. hodnotu majetku)

⇒ např. rozdíly při **sběru hub** mezi

Německem, Nizozemskem a Itálií

Ize vysvětlit obchodními vztahy a jednáním

ÚKOL DNE: Přejít od nauky o funkcích lesa k

NAUCE O PRODUKTECH LESA

(produkty a služby),

neboť **funkce nejsou produkty !!!**

Služby musí být definovány jako **produkty** a nikoliv jako **funkce, jinak nemají na trhu cenu**

Zpracovat tržní produktovou nabídku (produktový koncept) pro společenské požadavky (poptávku)

Klasifikace LNKS

(lesnických nedřevních komodit a služeb)

- Nutnost takové zboží a služby **identifikovat a definovat**
- Definovat, jakým způsobem je měnit (kvantitativně)
- Jak jim **dodat ekonomickou hodnotu**

- **Mnoho způsobů klasifikace** a každý z nich má své výhody
- Neexistuje pouze jediná typologie
- **Zdůrazněny 2 klasifikace: PRODUKTY A SLUŽBY**
(viz případové studie ze zahraničí)

Systemizace funkcí versus poskytování zboží a služeb

(užitky z lesa, lesnické produkty, soukromé a veřejné statky)
(Matějček 2001, 2005)

Produkcční		Ekologická				Sociální			Základní funkce
BP	ES	HV	EP		SR	ZH			Hlavní funkce
Bio-produkcční	Ekologicko-stabilizační	Hydricko-vodohosp.	Edaficko-půdoochr.	Klimaticko-vzduchochr.	Sociálně-rekreační	Zdravotně-hygienická	Kulturně-naučná	Ostatní	Dílčí funkce
Dřevní Nedřevní	reprodukční(?)	Retenční Retardační Akumulační Kondenzační Infiltrační Detenční Desukční Vodoochranná	Protierozní Protideflační Protisesuvná Protilavin. Břehoochr.	Filtrační Antiradiační Izolační	Rekreační (myslivecká, turistická)	Léčebná	Krajinotvor. Estetická Meditační Spirituální Přírodoochr. Vědecká Výchovná	Obranná	
Trh	Neprochází trhem								
ENERGIE	BIODIVERZITA								
	PITNÁ VODA								
	OCHRANA PŮDY								
	POUTÁNÍ UHLÍKU								
	REKREACE								
	KRAJINA + VENKOV								

= DŘEVNÍ
PRODUKTY

= EKOSYSTÉMOVÉ SLUŽBY

= REKREAČNÍ SLUŽBY

Charakteristika problému

Potřeba reakce LH na nebezpečí

- Dřevo jako jediného nositele výkonů LH již nelze ospravedlnit
- Pro **rostoucí rekreační a ekologickou poptávku** se nenabízí žádné, resp. téměř žádné produkty, resp. služby ⇒

a) ztráta ekonomické budoucnosti,

b) ztráta oprávnění k jednání o výrobním potenciálu

Devastující politika =

náklady na infrastrukturální služby lesa **se přenáší na cenu dřeva**

Proč?

- Extrémní kolísání cen na trzích se surovým dřívím a potřeba nalezení dodatečných stabilnějších zdrojů příjmů lesních podniků, m.j. ke **snížení podnikového rizika**
- nedostatečné příjmy vlastníků lesa mohou u někoho vést až k tomu, že se vzdá aktivního obhospodařování lesa, resp. tam, kde to bude povoleno, dojde ke změně ve využívání půdy
- Úspora nákladů nebude do budoucna stačit
- Neexistuje žádný racionální důvod, aby se lesní podniky fixovaly na jediný produkt

Řešení?

- Nové trhy se dřevem?

Ne. Je to jen dílčí řešení

- Nové trhy s ekologickými a rekreačními službami ?

Ano. LH získá ekonomický prostor pro vyjednávání

Jinak

kdo tyto služby poptává, mohl by k nim bez odpovídající nabídky získat přístup pouze politickou cestou !!!

Zahraniční zkušenosti = potřeba začít s vytvářením lesnických koncepcí na vypracování nabídky služeb pro stávající poptávku:

- ochrana biodiverzity
- kvalita pitné vody („vodní halíř“)
- **rekreace**
- poutání uhlíku

Hospodářský rámec pro lesní podniky – 2 prvky:

Suverenita konzumentů (právo vybírat si) vs **suverenita producentů** (právo vyrábět více výrobků).

Pro trvale udržitelné hospodaření v lese (TUHL), tj. pro zajištění práce, příjmu a kvality života, údržby kulturní krajiny a jako pilíře venkovského rozvoje je významným předpokladem

- **rozdílení nabídky produktů a**
- **silné komerční využití dosud neobchodovatelných výrobků**

CÍL: Změnit ekonomickou strukturu LH
= změnit strukturu příjmů LH

Ekonomika LH stojí jen na 1 výrobku,
tj. na surovém dříví



Pozornost zaměřit také k tržnímu uplatnění
nových lesnických výrobků a služeb

= ke tvorbě nových příjmů

Podíl dřeva na ročním obrátu podniku

- **BayStF**: v roce 2008 = **91 %**
2006 = 91 %
- **NLF**: v roce 2008 = **80 %**
2006 = 81 %
- **ÖBF**: v roce 2008 = **73 %**
2006 = 60 %

- **LČR, s.p.**: Výroční zpráva za rok 2008
(ze struktury výnosů nelze zjistit)
- **SVOL**: v roce 2000 = 83 % tržeb
(dle vlastního ekonomického průzkumu)

- **Služby poskytované lesem**

(např. poutání uhlíku, ochrana biodiverzity, vody a půdy, rekreace aj.), ať již pro širokou veřejnost či jenom pro určité zájmové skupiny, které z těchto lesnických služeb mají užitek, jsou dosud
BEZPLATNÉ

- Je to však určitý druh bezdůvodného obohacení, tedy plnění bez právního důvodu
- Navíc podle ekonomie životního prostředí podporuje jakákoliv bezplatná spotřeba
nadměrné užívání a **nedostatečné zásobování**
(**neexistuje žádná výrobní motivace**)

- **TRHY** nefungují jako automaty samy od sebe, ale vyžadují vytvoření **komplexního systému pravidel a institucí**
- „Zbožíznalectví dřeva“ → „**zbožíznalectví pro ekologické a rekreační služby**“
- **Pomoc vědy praxi** při rozvoji existujícího potenciálu

Mechanismus plateb a financování

Různé přístupy k NLKS:

- využití plateb k PODPOŘE žádoucích forem lesnického hospodaření k udržení či zvýšení lesnických služeb/užitků
- využití plateb k ZASTAVENÍ rizikových aktivit či k prevenci aktivit majících negativní dopady na změny ve využívání krajiny

Kdo z jednotlivých lesnických ekosystémových či rekreačních služeb profituje, ten by je měl kompenzovat tomu, kdo je poskytuje (princip „uživatel platí“)

Předpoklady zavedení platebního režimu

- **Povědomí** o problému
- Existence podpory ze strany institucí a **POLITIKŮ**, neboť i nadále

bude nálepka veřejného zboží bránit
obchodovatelnosti LNKS

Překážky zavedení platebního režimu

- Vysoké náklady na transakce a/nebo
- Právní a socioekonomický rámec (volný přístup do lesa)
- **Lidé si nejsou vědomi hodnoty LNKS a očekávají, že je budou moci užívat zadarmo**
- Oceňování a financování je ještě vzácné kvůli malému zájmu i omezeným informacím

(snaha o vývoj oceňovací techniky, která tyto hodnoty přenesse do obecnějších rovin hodnot =

hledání obecně aplikovatelného modelu pro oceňování LNKS)

- **Tyto informace se v lesnické politice stále ještě plně neodrážejí**

3. Zahraniční příklady integrace veřejněprospěšných (rekreačních) funkcí do tržního mechanismu

Stav v oblasti lesnického výzkumu a praxe

PŘÍPADOVÉ STUDIE

PRO LESNICKÉ REKREAČNÍ (A EKOLOGICKÉ) SLUŽBY

JAKO INOVACE V LH

- 1) Projekt „Rekreační a environmentální trhy pro produkty a služby lesních podniků“ (**RES**, Mantau 2001, Rakousko, Německo, Itálie, Nizozemsko) - 98
- 2) Mez. program Erasmus zaměřený na zavádění inovací a podnikání do LH (**INNO-FOREST**) - 37
- 3) Databáze projektového centra EFI ve Vídni pro inovace a podnikání ve střední a východní Evropě (**INNOFORCE**) - 62
- 4) Studie o rozvoji a marketinu netržních produktů a služeb v lesnictví (**MNWFP**, Mavsar et al. 2008) - 18
- 5) Zpráva „Metody oceňování a kompenzace za nedřevní lesní zboží a služby“ pro Stálý lesnický výbor v Bruselu (**SFC 2008**)
– 26

CELKEM = 241

Kategorizace případových studií na základě **produktů a služeb**

Produkty	Dřevní
	Nedřevní
Služby	Rekreační
	Environmentální
	Tržní produkce
	Ostatní
Kombinace (produkt + služby)	

Kategorizace případových studií na základě **finančních mechanismů**

Veřejné mechanismy	Daně a poplatky
	Dotace (mimo smluvní vztahy)
Směšené veřejně soukromé mechanismy	Veřejně soukromá partnerství (PPP)
	Veřejně soukromé smlouvy
	Obchodovatelné povolenky
Soukromé mechanismy	Nákup produktu nebo služby (včetně licencí, vstupného apod)
	Nákup půdy
	Pronájem půdy
	Ekosponzoring
	Dary
	Obchod s certifikovaným zbožím

Rekreační služby v rámci zahraničních případových studií - 1

- Nejrozšířenější příklady na rekreační služby představují většinou pobyty v lese za účelem poznávání přírody, různé semináře pro firmy, služby spojené se sportem (lyžování, turistika)
- Při rekreačních službách obvykle platí pravidlo, že čím širší je škála nabízených služeb a jejich kvalita, tím je poptávka po těchto službách větší
- z celkového množství 241 případových studií využívá více než 2/3 soukromé mechanismy. To je spojené s faktem, že nejvíce studií je zaměřených na rekreační služby, s čímž jsou spojeny zejména soukromé finance. Nejvíce využívaným soukromým mechanismem je nákup produktu nebo služby.

Rekreační služby v rámci zahraničních případových studií - 2

- Rekreační služby jsou často zabezpečované soukromými aktéry (zejména vlastníky lesů), ale i městem nebo regionální samosprávou
- dodavatelský způsob poskytování rekreačních služeb
- Hlavní aktéři - např. jezdecké školy, lyžařské kluby, hotely, státní stanice na chov lovné zvěře, různé zájmové organizace apod. - závisí na charakteru konkrétní případové studie
- při rekreačních službách je výrazná horizontální kooperace, přičemž vertikální kooperace (v rámci výrobního řetězce) je úplně minimální až nulová
- podpůrné vztahy jsou mimořádně silné, zejména ze strany města a regionální samosprávy

Rekreační služby v rámci zahraničních případových studií - 3

Praktické provedení ze strany vlastníků lesa:

soukromoprávní smlouvy o užívání uzavřené s jednotlivými osobami, určitými zájmovými uskupeními či prostředníky

- vyvstává otázka: jaké právní požadavky je třeba respektovat při tržním uplatnění takovýchto rekreačních produktů

Finanční nástroje - 1

- Nejvíce využívaný finanční mechanismus je „**Nákup produktu nebo služby**“
- vztahuje se na velké množství produktů a služeb (**35 %**)
- Počet těchto produktů a služeb je závislý na míře a vůli konkrétních podniků nebo soukromníků poskytovat služby, resp. **diverzifikovat svoje portfólio** vyplývající z vlastnictví lesa

Finanční nástroje - 2

VEŘEJNÉ MECHANIZMY:

- zařazování evropských financí do dotací (PRV, LEADER)
V některých případech mají dotace i kompenzační funkci
- daně využívají na financování jen státní podniky, a to na různé účely (přerozdělování rozpočtu v účelovém fondu)

VEŘEJNĚ SOUKROMÉ MECHANIZMY:

- Public Private Partnership (PPP) – soukromý investor vstupuje do státních podniků, resp. do financování jejich projektů (*např. výstavba elektrárny na biomasu ve státním podniku – Srbsko*), ale existuje i možnost vstupu veřejného sektoru jako investora či spíše plátce újmy za jisté formy správy lesa na soukromých pozemcích do soukromých podniků (*např. soukromá bio-elektrárna v Rakousku*)
- právě využívání kompenzačních mechanismů je nejčastějším příkladem vytváření veřejně soukromých smluv

Finanční nástroje - 3

SOUKROMÉ MECHANIZMY:

Nákup produktů a služeb, který souvisí s pozemky a půdou, zahrnuje vstup do lesa nebo využívání příjezdových cest či parkovišť u lesa
Cílem zpoplatnění vstupu do lesa, který je součástí PR nebo chráněné oblasti, je následně regulovat vstup kvůli zabezpečení ochranné funkce lesa v důsledku předchozí zvýšené návštěvnosti daného území, kterou chce vlastník regulovat

Poplatky za produkty lesa – např. povolení na sběr hub a jiných lesních plodů (např. Itálie), rybářských a loveckých povolenek aj.

Finanční nástroje - 4

SOUKROMÉ MECHANIZMY:

Nákup služeb souvisí s využíváním lesa na rekreační, turistické a sportovní účely:

- poskytování dovolené (pobytů v ubytovacích zařízeních v lesích spojených s jinými komplementárními službami)
- poskytování akcí pro manažery, rodiny či děti
- sportovní aktivity (cyklistické a běžkařské trasy, lyžařské sjezdovky aj.)

Finanční nástroje - 5

Přímá platba zákazníka směrem k poskytovateli produktů či služeb = soukromý finanční mechanismus

- jednoduchost
- jednorázová záležitost
- neposkytuje zákazníkovi další výhody
- pro příjemce je to rychlý způsob získání finančních prostředků
- není trvale udržitelným příjmem pro podnik nebo soukromého vlastníka

Toto lze těžko implementovat na veřejné statky

Finanční nástroje - 6

- Tento problém souvisí také s vlastnickými právy a hlavně s otázkou,

zda-li má soukromý vlastník právo vybírat poplatky za produkt (povolenky) a služby (samotný vstup do lesa),

jenom proto, že jde o soukromý pozemek nebo má být les přístupný všem, protože jde o jeho veřejně prospěšnou funkci

Finanční nástroje - 7

Nákup půdy

není velmi využívaným mechanismem vzhledem na jeho velkou nákladovost a rizikovost – sám o sobě nezpůsobí zvýšení zisku majiteli, ale je navázaný na další aktivity, které se musí vykonat (zpracování dřeva, výroba...):

- a) při rozšiřování poskytovaných produktů nebo služeb
- b) prodej za předem dohodnutých podmínek ve smlouvě a souvisí s využíváním území na projekty (odkup státem např. za účelem ochrany části území nebo pitné vody aj.)

Finanční nástroje - 8

Pronájem půdy

je finančně méně náročná forma využití především při zabezpečování

a) environmentálních služeb (ochranné funkce)

Využití kompenzačních náhrad za využívání pronajatého území. Kompenzační náhrada může být zahrnuta v nájemní smlouvě a může se platit v rámci celého nájmu. Smlouva o nájmu však není dlouhodobá – v jistých periodách obnovení smlouvy

a) rekreačních služeb (např. vybudování adrenalinového parku a poskytování služeb turistům v pronajatém lese) - Slovinsko

Finanční nástroje - 9

Ekosponzoring

Cílem tohoto nástroje je v první řadě zviditelnění sponzora

- většina projektů má ekologický charakter
- využití i při poskytování rekreačních služeb souvisejících s lesem – např. “Cestičky pro horskou cyklistiku“
- sponzorování rekreačních služeb je rovněž účelové a souvisí s orientací sponzora na výrobu konkrétního zboží nebo poskytování služeb, které mají souvislost se sponzorovaným projektem (energetické nápoje – horská cyklistika)

Finanční nástroje - 10

- všechny 3 finanční mechanismy se ve skutečnosti navzájem doplňují a jejich **komplementárnost** je zárukou dobré kvality služeb a spokojenosti zákazníků
- samotný mechanismus – **prodej povolenek na vstup do lesa** – je komplementární s řadou rekreačních služeb

Služby rekreační - 1

- výrazným omezujícím faktorem je vázanost na danou lokalitu (přírodní zvláštnosti aj.) – tyto služby nelze poskytovat na jiných místech
- na druhé straně neexistuje les, ve kterém by nebylo možné vybudovat širší nebo užší škálu rekreačních služeb (i ve zdevastovaném lese je možno poskytovat vícero rekreačních služeb – běžkařské dráhy apod.)
- nejvýraznějším podpůrným faktorem při rekreačních službách, resp. při službách obecně, je kvalita a kvantita těchto služeb

Služby rekreační - 2

- každou další doplňkovou službou se přináší přidaná hodnota, která většinou způsobí zvýšení zájmu o tyto služby (*např. jednoduchý pobyt v lesních chatkách může být doplněný o možnost rybolovu*)
- další možností je nabídka poznávacích kurzů (různé lesnické a přírodovědně zaměřené naučné pobyty pro žáky apod.)

Služby rekreační - 3

- velikost podniku u rekreačních služeb nemá velký vliv
- menší vlastníci či podniky mají mírnou výhodu, protože se u nich objevila užší kooperace především s místní samosprávou, která podporovala vznik a následný marketing těchto služeb
- není výjimkou, když město platí za rekreační služby lesnímu podniku (dodavatelský způsob zabezpečování rekreačních služeb pro obyvatele města a jeho návštěvníky)

Služby rekreační - 4

- co se týče podpůrných opatření, tak největší význam má podpora v rámci politiky rozvoje venkova
- u rekreačních služeb je potřeba kooperace o něco větší než u dřevních a nedřevních produktů
- kombinace produkt + služba = širší zaměření podniku a zabezpečení vyrovnanějších výnosů (např. **dřevo a rekreace**) především pro menší lesní podniky

Závěr k integraci veřejně prospěšných funkcí do tržního mechanismu -1

- nejvíce příkladů na realizaci služby na trhu je v případových studiích zaměřených na rekreační služby
- zde integrace postoupila nejdále
- jde o službu lehce identifikovatelnou a využívanou širokou veřejností
- výrazná je kooperace především místních aktérů
- více je využíván soukromý kapitál
- podpurným faktorem je i kvalita a kvantita služeb, zavádění doplňkových produktů a aktivit

Závěr k integraci veřejně prospěšných funkcí do tržního mechanismu - 3

- významným podpůrným faktorem je
 - kooperace,
 - dostatečná informovanost a
 - vstup samosprávy
- velikost podniku má zásadní význam u dřevních a nedřevních produktů – větší podniky zavádějí nové výrobky snáze
- brzdícím faktorem je získávání úvěrů
- nevyhnutnou součástí však musí být **výchovná kampaň obyvatelstva**

Závěr k integraci veřejně prospěšných funkcí do tržního mechanismu - 4

- výsledky analýzy potvrzují všeobecně nízkou úroveň integrace ve všech zemích
 - otázka poskytování služeb a produktů lesa bezplatně je neúnosná, jestliže se nároky na jejich zabezpečování neustále zvyšují
 - spoléhat se na intervenci státu nebo na společnou politiku EU je nedostatečné
- ***
- volba vhodného finančního mechanismu, projektový přístup, kooperace mezi zúčastněnými partnery, osvěta a vhodný marketing jsou nevyhnutelnou podmínkou pro poskytování zatím netržních produktů a služeb lesního hospodářství za úhradu

Aktivity SFC

- Vyhodnoceno 18 oceňovacích studií v ad hoc pracovní skupině SFC (*převážně využití přístupu ochoty platit*)
- Odlišnosti v legislativě a kultuře členských zemí jsou tak velké, že je velmi složité vytvořit doporučení, která by byla použitelná na celoevropské úrovni (např. pro PES)

Příklady ze studie SFC - 1

Finanční mechanismy pro rekreaci a volný čas:

- **Různé způsoby**: pro jezdce na koni se mohou vyžadovat nálepky pro doložení platby, v případě cyklistů na horských kolech mohou organizátoři platit vlastníkovvi pozemku)
- **Dánsko**: průměrná ochota platit jedné domácnosti za lesní rekreaci (69 €/rok/domácnost) pro vyjádření celkové hodnoty rekreačních přístupových práv Dánů (250 € = 6300 Kč/ha/rok).

Tato hodnota se může zvýšit, jelikož již dochází ke konkurenčnímu boji o místo pro rekreaci, pokud se zvažují všechny možné aktivity (týmové aktivity, terénní jízda na horském kole, jízda na koni atd.)

Příklady ze studie SFC - 2

Finanční mechanismy pro rekreaci a volný čas:

- **Nizozemsko:** za návštěvu určitých přírodních míst se musí platit vstupní poplatek
- **Finsko:** vývoj přístupů k náhradě za rekreační a estetické hodnoty.

Tyto mechanismy pracují na základě dobrovolných dohod o pronájmu částí krajiny na určitou dobu.

Platby je možné vypočítat na základě ztrát z výnosu těžby dřeva, ale také z hodnoty životního prostředí.

Smlouvy se připravují podle jednotlivých míst.

4. PŘÍPADOVÉ STUDIE PRO REKREAČNÍ SLUŽBY

(projekt RES, 2001)

Rakousko, Německo, Itálie, Nizozemsko

Struktura dotazníku v projektu RES

- Vlastník
- Výměra v ha
- Stručný popis produktu
- Vývoj produktu, marketing
- Organizace odbytu
- Vnitropodniková organizace, konflikty
- Účetnictví, tvorba ceny
- Styk s úřady, akceptování produktu
- Faktory úspěšnosti

Rekreační služby (RES) – 1

- Houbařské lístky

- Pronájem běžeckých tratí
- Pronájem lyžařských sjezdovek

- Zpřístupnění lesních silnic pro horská kola
- Půjčování horských kol
- Poplatek za používání lesní cesty
- Cyklistické stezky

Rekreační služby (RES) - 2

- Povolenky pro jízdu na koni
- Nabídka sítě jezdeckých cest
- Užívání cest jezdeckou školou

- Pronájem parkoviště (a piknikových míst)
- Pronájem terénu pro golfový areál
- Pronájem rybníka se zařízením pro rybaření
- Pronájem přírodního kempu

Rekreační služby (RES) - 3

- Nabídka rekreačního lesa
- Prázdninové komfortní apartmány v dřevěných domech
- Prázdninové domky
- Bungalovy v lese (pronájem bývalých mysliven)
- Sponzorování rekreačních zařízení
- Lovecké a jezdecké pobyty
- Dovolená s hajným
- Úplata za rekreační využívání přírodní rezervace

Detailnější popis některých produktů v projektu RES

Houbařské lístky

Itálie

- **zákonná úprava možnosti prodávat houbařské lístky lokálními úřady**
(sběr hub byl regionálním zákonem omezen na 2 kg/den pro nedomáčí) ⇒ **povinnost pro všechny houbaře bydlící mimo provincii**
zákonem předepsáno: 70 % příjmů z prodeje licencí se musí investovat zpět do LH
- Houbařské lístky jako **nástroj kontroly sběru hub** – regulace využívání
- do r. 1991 prodej obcemi, v hostincích, turistických informacích, ve spec. prodejnách, v kanceláři regionální lesní správy
- po r. 1991 prostřednictvím pošty (možnost získat licenci jednoduchým převodem na poštovní bankovní účet regionálního svazu) a v turistických informačních střediscích v údolí
- vystavování povolenek úspěšnější než totální zákaz sběru
- ceny kolísají, cena podle licence – denní, týdenní, měsíční
- místní obyvatelé zadarmo (volné licence)
- stížnosti, velký odpor houbařů, **akceptace poplatků až po mnoha letech**
- problémy s kontrolou povolení
- kalkulace nákladů pro rozdělování příjmů mezi zúčastněné obce

Nabídka pikniku

- vlastník lesa v italském údolí v národním parku
- na svém pozemku nabízí piknikové místo s dodatečným servisem (dřevo na grilování, jídla, nápoje, houpačky, toalety) a využívá obliby území u výletníků
- přímé uvádění produktu na trh, využití pouze pojištění zákonné odpovědnosti
- vlastník byl nespokojen s malou podporou veřejných orgánů

Akceptace veřejností:

- hosté nejprve rozhořčení cenou za využívání piknikového místa, avšak perfektní servis a dobrá organizace kritiku umlčely

Prázdninové domky za úplatu

- vlastník soukromého lesa (190 ha)
- přestavba ubytovny pro lesní dělníky na prázdninové domky
- cílové skupiny – rodiny z města, skupiny mládeže, jezdci na koních, rybáři
- nabídka ve spolupráci s turistickou kanceláří
- žádné problémy s právními rámcovými podmínkami
- **společně s pronájmem nabízeny další produkty**

Nabídka sítě jezdeckých cest

- Jediné největší souvislé lesní území v regionu v blízkosti Hamburku
- roční jezdecké karty (prodávají se již 30 let) + jezdecká dohoda
- vlastník soukromého lesa svůj produkt nabízí přímo

- cena: na základě nákladů a přirážky na zisk (z nájmu za cesty a poplatku za údržbu)
- cílové skupiny = jezdecké školy a kluby, jednotliví jezdci
- s jezdeckými školami jsou smlouvy o využívání
- jezdecká škola zpočátku nechtěla platit žádnou úhradu, veřejně prospěšný spolek vs. živnostenské využívání cest (argument neuspěl)
- regulování a usměrňování návštěvníků a zamezování konfliktů, omezení využívání na určité cesty, směřováním jezdců se opět umožní lov a snížení škod zvěří
- odstranění konfliktů mezi pěšími, cyklisty a jezdci (odstranění nejasností ohledně skupin uživatelů)

- problém s černými jezdci, kontrola obtížná, pokuty příliš nízké
- konkurence je malá, protože území není srovnatelné s jinými územími, v nichž lze jezdit na koni bezplatně
- šéf lesního podniku nemá zájem o další rozšiřování produktu kvůli černým jezdciům
- existoval problém dopravní bezpečnosti pro jezdecké cesty (pozn.: na jiném soukromém majetku je odpovědnost za škody při úrazech na jezdcích samých)

- zákazníci produkt kritizují, ale akceptují ho

Zpřístupnění lesních silnic pro horská kola

- Rakouské spolkové lesy – prostřednictvím smlouvy o užívání zpřístupňují lesní silnice
- smluvní partner = veřejně prospěšný spolek financovaný spolkovou zemí (spolková země jako smluvní partner)
- turistická infrastruktura území je vynikající
- jako dodatečný servis = umístování tabulí a půjčování horských kol
- odbyt organizován prostřednictvím turistických kanceláří (veřejně prospěšný spolek je zařazen jako mezičlánek z politických důvodů)
- projekt sponzorován poštou (tabule) a jednou pojišťovnou (pojištění zákonné odpovědnosti)
- potenciál konfliktu = lov, těžba dřeva
- veřejnost úhrady za využívání lesních cest nejprve kritizovala, mezitím je však akceptovala (hl. bod kritiky = Rakouské spolkové lesy jakožto veřejný vlastník lesa by měl lesní cesty nabízet bezplatně)
(koncepce v Tyrolsku = názor úřadů, že vlastníci lesa musí lesní silnice poskytovat bezplatně)

Stezka korunami stromů

- NL - státní lesní úřad nabízí naučnou stezku za korunami stromů
- v okolí neexistuje srovnatelný produkt
- žádost o stavební povolení, změna územního plánu krajiny
- produkt vyvinut ve spolupráci s provincií a místními turistickými organizacemi
- dodatečné know-how bylo opatřeno od architektů a jiných poradců
- faktory úspěšnosti: dobrá publicita na počátku, dosavadní jedinečnost, připravenost ke stálým inovacím
- informace o tržním potenciálu dodávala turistická organizace
- pro projekt byl vypracován speciální plán komunikace
- produkt nabízen ve spolupráci s turistickou organizací provincie, hotely a cateringovým průmyslem bez formální organizace
- lesní správa je odpovědná za péči a údržbu stezky, turistická organizace za marketing
- smlouvy jsou jen s úklidovými firmami, s nájemcem restaurace a s průvodci turistů
- projekt je v účetnictví a v kalkulaci nákladů veden odděleně

Detailnější popis 98 zahraničních případových studií z projektu RES

(Rakousko, Německo, Itálie, Nizozemí)

na webové stránce

www.lesniznalec.cz

- volba ***Ekonomika, Internalizace externalit***

**5. DALŠÍ PŘÍKLADY
UVÁDĚNÍ REKREAČNÍCH
SLUŽEB NA TRH
V ZAHRANIČÍ**

- 1) Švýcarsko
 - a) Situační analýza
 - b) Ocenění rekreace v lesích města Curychu
- 2) Norsko
- 3) Rakousko (Tyrolsko)
- 4) Německo (B-W)

Příklad ze **Švýcarska** (2007)

a) Situační analýza (studie)

**Zhodnocení lesa prostřednictvím
volného času a rekreace**

Abstrakt

- Studie se zabývá otázkou, jak volný čas a rekreace v lese může být komercializována
- K tomu se nejdříve poukazuje na teoretické základy vhodných tržních modelů
- Následný pohled prostřednictvím empiricky zjištěných příkladů systematicky ukazuje, jaké formy úhrady a v jakém rozsahu dnes existují ve švýcarských lesních podnicích

Kdo je podle EU podnikem?

Podle nové definice malých a středních podniků - MSP (účinnost od 1.1.2005) je podnikem

„každý subjekt vykonávající hospodářskou činnost, bez ohledu na jeho právní formu“.

Za podniky lze považovat

- osoby samostatně výdělečně činné
- rodinné firmy
- partnerství a sdružení pravidelně vykonávající hospodářskou činnost

Teoretické základy -1

Rekreace v lese – veřejný statek?

Na základě **zákonně zakotveného práva volného vstupu do lesa** není možné pro vlastníka lesa, aby obdržel příjmy z rekreačního využití svého lesa.

Dá se to tak paušálně říci?

A jedná se při „rekreaci v lese“ skutečně o veřejný statek, který musí být prostřednictvím volného vstupu veřejnosti do lesa poskytován zadarmo?

Musí se provést důkladná a systematická analýza podstatných vlastností tohoto statku, tj.

- Vyloučitelnosti z využívání statku a
- Konkurence při využívání statku

Podle principů vyloučitelnosti a konkurence se rozlišují 4 různé ideální formy kategorií statků: privátní statky, veřejné statky, společenské zdroje (smíšené statky) a přirozené monopoly (klubové statky)

Teoretické základy - 2

Rekreace v lese – veřejný statek?

Kategorie rekreačních statků:

Vstup do lesa je veřejný statek. To ale neplatí pro všechny rekreační a volnočasové možnosti v lese, neboť je můžeme přiřadit do všech 4 kategorií statků:

Veřejné statky

– existující turistické a jezdecké trasy

Společenské zdroje

– klid, samota

Privátní statky

– lanový park bez čekací doby

Klubové statky

- chaty k pronájmu, lanový park s čekací dobou

Tím existují teoretické možnosti dosáhnout příjmy také z rekreačního a volnočasového využití lesa.

Lesní podnik není povinen nabízet tyto produkty a mohl by vázat jejich poskytování na finanční zajištění nebo přinejmenším na finanční spoluúčast prostřednictvím uživatelů (nebo těmto uživatelům nadřazené zájmové společnosti)

Teoretické základy – 3a

Rekreace v lese – navždy pozitivní externalita?

Externality nebo externí efekty jsou pozitivní nebo negativní „vedlejší účinky“ ekonomického chování na blahobyt neúčastněné třetí strany (MANKIWI 2004)

Positivní externalita – třetí strana profituje a nic neplatí (např. využití lesních cest pro rekreační účely)

Negativní externalita – zatížení třetí strany, která však za to není odškodněna (např. hluk letadel, emise z aut apod.)

Externality obyčejně vedou v tržním hospodářství k neefektivnímu přidělování zdrojů. Prostřednictvím subvencí mohou být podporovány pozitivní externality.

Teoretické základy – 3b

Rekreace v lese – navždy pozitivní externalita?

Také volnočasové a rekreační funkce lesa jsou zčásti pozitivními externalitami.

Na některé funkce se koncept externalit v původním smyslu zcela nehodí, protože se nejedná o vedlejší produkty, nýbrž o speciálně vyprodukované zboží pro rekreační využití (MANTAU 1994). Tyto produkty by se nemusely produkovat, pokud nebudou finančně honorovány.

Internalizace pozitivních efektů – 2 možnosti:

- 1) Internalizace pozitivních efektů soukromohospodářskou cestou (**smlouvy** mezi producenty a uživateli externalit za úplatu)
- 2) **Převzetí** pozitivních externalit (producent si přivlastní firmy, pozemky aj., které prostřednictvím pozitivních externalit profitují nebo získávají hodnotu)

Teoretické základy - 4

Rekreace v lese – navždy pozitivní externalita?

Existují různé představy, které funkce lesa jsou tržně uplatnitelné.

MANTAU (1994, 1997) zastává názor, že **tržní schopnost v podstatě závisí na poptávce po zboží (statku)**. Přitom je bezvýznamné, zda-li je zboží produkováno prostřednictvím aktivního přičinění hospodáře nebo představuje „účinek lesa“, jehož užívání by bylo bez obhospodařování lesa.

Toto rozdělení však v řadě případů je sotva možné (např. ochrana proti lavinám).

KISSLING-NÄF (1998) je zase toho názoru, že internalizace ve smyslu ekonomické teorie je smysluplné jen u **zboží a výkonů lesního hospodářství**, nikoliv však u **lesa**.

Zažití pojmu „účinky lesa“ předpokládá často jisté „výkony lesního hospodářství“ (např. síť cest)

Tržní uplatnění (internalizace) užívání lesní rekreace je principiálně přinejmenším možné ve vztahu na užívání lesních cest.

Teoretické základy - 5

Rekreace v lese – povinnost poskytovat tyto služby nebo vícevrstevný produkt?

Rekreační funkce lesa se často chápou (i vlastníky lesa) jako společenská povinnost jako netržní doplňkový produkt.

V posledních letech však vzrostly na jedné straně další náklady na obhospodařování lesa – včetně nákladů na rekreaci v lese (péče o cesty a rekreační zařízení) – a na druhé straně poklesly příjmy z prodeje dříví.

V těžké hospodářské situaci švýcarského LH se zdá pro mnoho podniků účelné, aby se činnosti nad rámec volného vstupu do lesa nabízely jen tehdy, když budou uhrazeny.

Předpokladem pro tuto úhradu je nejdříve nutnost definovat konkrétní produkty.

Doplňkové produkty – spojeny s dosavadní výrobou (např. lesní cesty)

Dodatečné produkty – vytvořeny cíleně pro nějaký účel a představují nabídku nad původní produkci, tj. zhodnocení doplňkových produktů (např. opatření na údržbu cest k lepší schůdnosti rekreatantů)

Nové produkty – produkty, které nemají pro dosavadní produkci žádný význam a produkují se k určitému užívání lesa (např. lavičky, vitaparcours)

Teoretické základy - 6

Rekreace v lese – povinnost poskytovat tyto služby nebo vícevrstevný produkt?

Definování různých úrovní užití potenciálně tržních rekreačních produktů:

Základní užitek – přírodní zážitek rekreanta v lese

Generický produkt – v lese především existence cest

Očekávaný produkt – obsahuje dodatečné výkony nad generický produkt (např. udržované cesty, ukazatele cest, lavičky)

Rozšířený produkt – očekávaný produkt včetně veškerého existujícího dodatečného užívání, tedy i toho, které není od uživatele očekáváno

Potenciální produkt – rozšířený produkt vč. všech možných dalších dodatečných užití

„Očekávaný produkt“ v souvislosti s rekreačním užíváním lesa jde již často na čistý doplňkový produkt a zákonnou povinnost umožnit volný vstup do lesa (např. charakter cest, ukazatele, lavičky, vyhlídkové body aj.).

„Očekávaný produkt“ tak představuje službu lesních podniků, za kterou by se principiálně dalo očekávat odškodnění.

Teoretické základy - 7

Rekreace v lese – možné zdroje inovací lesních podniků?

Možnosti rekreace v lese většinou závisí na vybudované infrastruktuře pro obhospodařování lesa.

Produkty, které speciálně slouží lesní rekreaci a z nichž vlastník lesa v rámci nabídky dosahuje příjmy, jsou zatím vzácné a v LH většinou nové – jsou to **INOVACE**.

Inovace se mohou vztahovat na

produkt (i nemateriální zboží jako např. služby),

proces (změna technických postupů nebo organizační novinky),

strukturu.

Ve vztahu k lesní rekreaci se jedná o

- inovace produktů (např. nová naučná stezka, nová nabídka prohlídky lesa)
- inovace procesů (např. reklama na produkty, výběr finančních příspěvků od uživatelů nebo organizovaných uživatelských skupin)

Vnitřní a vnější podnikové faktory ovlivňující inovace:

- Existence inovačních promotorů („silový promotor“ – jeho pozice a osobnost podporuje inovační proces, „odborný promotor“ – jeho kvalifikace a schopnost argumentace pomáhá rozeběhnout inovaci). Může to být jedna osoba

Překážky inovace: vnitřní (organizační, personální, finanční, technické)
vnější (regulace, konkurence, daně, podpory)

Teoretické základy - 8

Teoretické předpoklady zhodnocení rekreační funkce lesa

Instituce = známá **pravidla**, kterými jsou strukturovány a koordinovány interakce ve společnosti (např. pravidla chování, uvědomění o tržním zhodnocení aj.)

Tyto instituce v souvislosti s tržním uplatněním rekreačních funkcí lesa v LH téměř neexistují – **musí být teprve vytvořeny, neboť v této oblasti chybí zkušenosti**

Výchozím bodem diskuse o komercializace rekreačních služeb je pro vlastníky lesa špatná hospodářská (výnosová) situace lesních podniků.

Nutnost znát náklady.

Jen když výnosy převýší náklady, nabídka rekreačních produktů se vyplatí.

Nutnost vzít v úvahu i transakční náklady, tj. náklady spojené s tržním uplatněním nabízených služeb a plněním smluv.

Podstatný faktor úspěšnosti tržního uplatnění je **směřovat nabídku na správné adresáty** (schopnost platit – to závisí na vyloučitelnosti z užívání produktu. Jestliže taková možnost existuje, pak principiálně existuje i možnost za toto užívání vyžadovat finanční náhradu).

Tržní situace lesních podniků:

Záleží na tom, zda-li vlastníci lesa vlastní monopol na toto zboží (např. jediný les v dosažitelném okolí), zda-li existuje bilaterální monopol (1 poskytovatel, 1 uživatel), zda-li existuje trh s vícero poskytovateli a poptavateli, zda-li stejný produkt není zadarmo také poskytován sousedními lesními podniky (např. veřejnými lesními podniky)

Teoretické základy - 9

Možné formy partnerské nabídky rekreačních produktů v lese

Kooperace „Public Private Partnership (PPP)“

Realizace prostřednictvím veřejných správ nebo podniků a privátního sektoru.

Ve Švýcarsku skoro 2/3 výměry lesů je ve veřejném vlastnictví ⇒

Contracting Out

Přenesení provedení veřejných výkonů na soukromé podniky, při nichž je příjemcem občan.

Jedná se o nákup výkonů (činností), které dosud nebyly prováděny nebo byly prováděny bezúplatně.

Poplatky od uživatelů

Možné u produktů, které potřebují úřední povolení (např. velké akce v lese), resp. kde je možné poplatek od uživatelů lehce vybrat (např. užití lanových parků).

Smlouva s vrcholovou zájmovou organizací

Zde se předpokládá existence zastřešující organizace, která je v zájmu svých členů zainteresována na nabídce rekreačních produktů v lese (např. jezdecký oddíl, obec či firma, jejíž pracovníci využívají les pro speciální účely).

V případě soukromé organizace se tato forma označuje jako sponzoring.

Příspěvek od vrcholové organizace

Organizace (většinou ve veřejných rukou) se podílí pravidelným či nepravidelným příspěvkem na nákladech produktu, aniž by bylo stanoveno určité použití finančních prostředků)

Výsledky - 1

a) Obecné informace o respondentech

Výměra respondentů (lesních podniků) činila 30-2000 ha, v průměru 752 ha

b) Využívání rekreace a infrastruktury v lese

Nejčastější návštěvnickou skupinu představovalo místní obyvatelstvo

Nejdůležitější volnočasové a rekreační využití lesa:

procházka, turistika, rekreační běhání, návštěva sportovně přírodních areálů (vitaparcours), setkávání při běhání, venčení psa

Využívání infrastruktury: možnosti přenocování přímo v lese nebo do 2 km od okraje lesa, restaurace a možnosti občerstvení, parkovací možnosti, atrakce v lese (přírodní, historické, zemědělské)

Výsledky - 2

c) Nabídka volnočasových a rekreačních produktů

Produkty: silnice, cesty, odpočinková místa, lavičky, grilovací místa, naučné přírodní stezky, běžkařské trasy, průvodcovství, fotografování lesa, přírodní sportovní areály (vitaparcours), cyklistické areály, koupaliště, lesní hřiště, lesní zážitkový den, pronajímání lesních chat, lanový park

Poskytovatelé: vlastník lesa, lesní podnik, více vlastníků, cestní družstvo, lesní úřad

Poptavatelé: veřejné správní jednotky (obce, léčebné spolky aj.)

Uživatelé: veřejnost, místní obyvatelstvo, speciální zájmové skupiny, různé kombinace

U řady rekreačních produktů jsou návštěvníci z užívání nabízeného zboží vyloučeni. Rovněž existuje u řady popsanych produktů konkurence.

V řadě případů nejsou v okolí lesa žádné jiné lesní podniky, které by nabízely podobné volnočasové a rekreační produkty.

V řadě případů nemá existující konkurenční nabídka negativní vliv na poptávku po nabízeném produktu.

Výsledky - 3

d) Předpoklady pro nabídku a zkušenosti

Je potřebné speciální úřední povolení (zpravidla od obcí) pro nabídku dobré čtvrtiny popsaných produktů (např. stavební povolení pro lesnické stavby a zařízení v lese nebo udělení výjimek pro nelesnické drobné stavby.

Další udělení povolení: kantonální lesní úřad, myslivecký inspektorát, inspektorát ochrany přírody, úřad silničního provozu (v souvislosti s cyklistickými závody) aj.

Omezení pro jiné produkty: většinou žádná omezení, v několika případech ztížení a zvýšené náklady (např. bezpečnostní preventivní opatření) při těžbě dřeva, vícenáklady spojené s údržbou cestní sítě atd.

Ve 2/3 případů se staly konflikty mezi zájmovými skupinami (např. s myslivci, cyklisty, chodci a jezdci na koních, rekreanty a ochránci přírody.

Negativní zkušenosti: především poškození rekreačních zařízení a větší problémy se zanechanými odpadky.

Jen v málo případech nebyla očekávání poskytovatelů rekreačních služeb naplněna (např. spojení s nízkou poptávkou, vandalismem a zanechanými odpady).

Výsledky - 4

e) Podnikově hospodářské perspektivy pro lesní podniky

Za jak dlouho byly z nabídky popsaných produktů docíleny příjmy?

V průměru za 15 let, u ¼ za více než 19 let, u ¼ nových produktů se dosahuje úhrady po 3,5 roce

Pro nutné zařízení k nabídce volnočasových a rekreačních produktů byla dobrá polovina popsaných produktů spojena s náklady, které nebyly uhrazeny. U ostatních se jednalo o nákladově neutrální provoz, protože vyvolané náklady byly uhrazeny nebo nebyly pro danou nabídku nutné.

Saldo nákladů a výnosů údržby popsaných produktů v průměrném roce je u třetiny negativní. V průměru činí náklady a výnosy cca 4 % celkových podnikových nákladů a výnosů. Median je cca 2 %.

Jen pro některé jednotlivé produkty bylo nutné speciální zákonné pojištění odpovědnosti. U ostatních produktů byly požadavky na ručení pokryty normálním podnikovým pojištěním odpovědnosti.

Závěry analýzy - 1

- V současné době je komerční zhodnocení (tržní uplatnění, komercializace apod.) volnočasového a rekreačního využití lesa ve Švýcarsku jen v malém rozsahu
- Provedené šetření se uskutečnilo jen v malém počtu relevantních lesních podniků (41)
- U **nabízených produktů** se většinou jedná o
 - doplňkové (komplementární) produkty, které jsou součástí lesnického hospodaření (např. lesní dopravní síť),
 - malé dodatečné produkty (např. zvláštní péče o cesty, informační tabule) a
 - menší samostatné produkty (např. lavičky, odpočinková místa).Jednotlivě a výjimečně se nabízejí také větší produkty (např. lanový park, zážitkové dny v lese nebo MTB-parcours.

Závěry analýzy - 2

- Popsané produkty ukazují, že mohou být také dosaženy příjmy z rekreačního využití lesa.
- Pro **údržbu cest** je možné zpravidla získat příspěvek z veřejných finančních zdrojů (tzv. dílčí financování), v jiných případech od organizovaných zájmových skupin, které zastupují přímo zájmy obyvatelstva, resp. uživatelských skupin a obsahují tomu odpovídající daně nebo členské příspěvky.
Je proto v jejich zájmu mít zajištěnou nabídku rekreačních produktů a podílet se na (spolu)financování, ze které částečně nebo výlučně profituje obyvatelstvo, resp. členové zájmových skupin
- Je třeba si uvědomit skutečnost, že **lesní podnik není povinen tuto nabídku dělat !**
- Pokud **komerčního zhodnocení nelze dosáhnout, je úkolem vedení lesního podniku rozhodnout, zda-li produkty (i nadále) nabízet na vlastní účet nebo nabídku redukovat.**

Závěry analýzy - 3

- Ve většině zkoumaných příkladech příjmy pokrývají jen část nákladů. Lesní rekreace jako zdroj netto-příjmů dosud hraje významnou roli jen v málo výjimečných případech
- V budoucnu by však mohly příjmy z rekreačního využití lesa narůstat, protože se pro Evropu předpokládá zvyšující se poptávka po kvalitativně cenných nabídkách lesní rekreace
- Dá se konstatovat, že pro vedení lesních podniků se zpravidla jedná o novou oblast úkolů, kdy se jedná o orientaci na poptávku, zatímco tradiční jádro obchodu (prodej dřeva) byl převážně orientován na nabídku
- K tomu platí, že se musí získat marketingová kompetence, když by se v budoucnu mělo realizovat zvýšené tržní uplatnění nedřevních produktů prostřednictvím lesních podniků.
- Odpovídající znalosti by měly být zprostředkovány v lesnickém vzdělávacím procesu (např. marketing, možné produkty, předpoklady pro nabídku aj.)

Příklad ze **Švýcarska** (2007)

b) **Lesy města Curychu jako prostor
pro rekreaci**

**Chování městského obyvatelstva při
návštěvě a ocenění rekreace v
lese**

- různé studie = různé interpretace
- nutnost přesně definovat „co bylo oceňováno“
- spolehlivost šetření je významnou mírou ovlivněna zvoleným postupem pro náhodný výběr a oceňovacími metodami
- **dotazování obyvatelstva** ohledně připravenosti návštěvníků lesa pro **roční vstupní kartu**
- nejvyšší částka, která by byla ještě zaplacená, aniž by to občana odradilo od návštěvy lesa, je mírou pro **odhad hodnoty městských lesů jako prostoru k rekreaci**

Pozn.: zjištěná ochota (připravenost) platit ještě nic neříká o akceptaci poplatku za vstup

- **2 typy dotazování:**
 - 1) náhodným výběrem dotazováno 558 vybraných obyvatel
 - 2) dotazování v lese u 1530 návštěvníků a současně na 10 různých stanovištích byla zjišťována frekvence návštěvníků

Důvody pro vynechání návštěvy lesa: nedostatek času a omezená pohyblivost

Pro monetární ocenění rekreační funkce městských lesa byla použita kontingentní metoda (CVM)

- v průměru za všechny návštěvníky činí odhad hodnoty lesní rekreace v curyšských městských lesích cca **110 SFR/rok/osobu**
- tato částka může být vztažena na všechny obyvatele Curychu, kteří minimálně 1x/rok navštíví lesy v městské oblasti ⇒

hodnota lesa jako rekreačního prostoru pro celý Curych lze odhadnout na cca **30 mil. SFR/rok**

- výsledek srovnatelný se studií o rekreační hodnotě městských lesů Hamburk (ELSASSER 1996)
- tento výsledek ukazuje na to, že se v městském prostředí zjištěné individuální hodnoty lesní rekreace **dají přenést** na jiné městské lesy. K přenesení na lesy ve venkovských oblastech to však není možné.

Příklad z **Norska**

Ivar Korsbakken

Norwegian Forest Owners Federation

Příklad z Norska - 1

- více než 80 % hospodářských lesů v soukromém vlastnictví
- rodinné lesy o průměrné rozloze 60 ha
- certifikace PEFC
- 80 % roční těžby dřeva se prodává prostřednictvím družstev vlastníků lesa v Norské federaci vlastníků lesa

Příklad z Norska - 2

- potřeba neustálého snižování nákladů a hledání nových zdrojů příjmů z lesního majetku
- studie struktury současných příjmů z vlastnictví lesů v Norsku
- současné příjmy ze dřeva tvoří méně než 2/3 z celkových příjmů z lesů

Příklad z Norska - 3

Největší potenciál růstu budoucích příjmů z
vlastnictví lesa

= **rozvoj 3 hodnotových řetězců:**

- 1) Lepší využití dřeva a dřevozpracujícího odvětví
- 2) Bioenergie včetně biopaliv
- 3) **Lesní turistika**

Příklad z Norska - 4

Hodnotový řetězec „**Lesní turistika**“:

Lesní turistika jako příklad rozvoje úplného hospodářského potenciálu vlastnictví lesů

Základem příjmů byly

- 1) výnosy z loveckých lístků,
- 2) výnosy z rybářských lístků,
- 3) pronájmy chat

Příklad z Norska - 5

Předpoklad úspěchu a vytváření hodnot v budoucnosti, tj. zvýšení obchodní činnosti:

- vypracování plánů pro myslivecké a rybářské zdroje
- vytvoření způsobů spolupráce vlastníků lesů
- založení družstev pro vývoj a výrobu produktu
(nejdůležitější součástí vývoje produktů = vytvoření přidané hodnoty k „základním produktům“)
- zajištění kontroly kvality a orientace na zákazníka
- profesionální marketing
- spolupráce s vládou, inovačními nadacemi, profesionálními partnery a s celou řadou odborníků v oblasti turistiky

Příklad z Norska - 6

- **Podnikatelský přístup**, **inovace** a výkon mezi norskými podniky zabývajícími se turismem založenými na využití přírody (nature – based tourism enterprises)
- sběr dat (2008): e-mailové dotazování, 178 použitelných odpovědí
- respondenti se silnějším podnikatelským přístupem jsou více schopni změnit způsob organizace svého podniku a mají tendenci mít vyšší růst příjmů
- výsledky ukazují na [potenciál politiky](#), která by mohla pozitivně ovlivnit rozvoj venkova stejně tak jako aktivity jednotlivých firem ke zvýšení výkonnosti

Příklad z **Tyrolska** (2007)

Zážitek z pobytu na chatě v Tyrolsku-1

- Lesní závod Hopfgarten ÖBF AG **adaptoval 12 již nevyužívaných lesních a mysliveckých chat**, které hrozily zřícením, k pronajímání hostům
- chaty vybaveny WC a sprchou
- nabízí se s pomocí jedné reklamní agentury jako „Zážitkový pobyt v chatě v Tyrolsku“
- v blízkosti lyžařské areály \Rightarrow silná poptávka
- při vývoji této služby musel lesní závod táhnout za společný provaz
- dnes je zahraniční turistický ruch dodatečným podnikatelským odvětvím lesního závodu

Zážitek z pobytu na chatě v Tyrolsku-2

Poučení z tohoto dobrodružství – „4 K“

- **Koncept**: projektové řízení, podnikatelský plán, hospodářská kalkulace, právní příprava
- **Komunikace**: interní vůči zaměstnancům a podnikovému vedení, externí vůči sousedům, úřadům apod.
- **Konzultace**: získávání informací od specialistů (konzultanci a veřejná poradenská místa)
- **Kooperace**: při vstupu do nových tržních oblastí přináší profesionální partner výhody – know-how, přístup k obchodním sítím aj.

Zážitek z pobytu na chatě v Tyrolsku-3

- další potenciály pro turistické využití lesních chat v Rakousku podle studií sice existují, ale vlastníci lesů a lesnický personál se často drží zpátky
- oblast konfliktů – myslivost, územně právní ustanovení atd. mohou jít proti takovému využití, ale řešení lze vždy najít
- existují odbytové cesty v různých cenových segmentech, např. „Dovolená na statku“, „Služba k pronajímání chat“ a další značky v této oblasti

Příklad

Z

Bádenska-Württemberska

(2007)

Vlastníci lesa v B-W požadují lesní mýto

Za podnikatelské využití lesa by se mělo platit více:

- zatížení cestní infrastruktury (např. jezdci na koních vyvolávající škody)
- nové druhy sportů
- tendence budovat speciální trasy v lese jako nové rekreační nabídky
- permanentní narůstání konfliktů
- znehodnocování mysliveckého využití lesa

Sociální povinnost vlastnictví lesa

- této povinnosti podléhá jen volný vstup do lesa k rekreačním účelům
- požadavky na využití lesa nad tuto sociální povinnost musí být hrazeny
- přenášení rizika (přenášení požadavků na provozní zabezpečení) na vlastníky lesa je trnem v oku prezidentu Lesnické komory BW Max Erbgrafovi

Návrh řešení-1

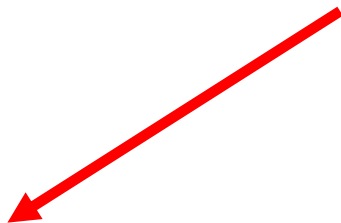
- zavedení smluv pro podnikatelské užívání, které budou obsahovat převzetí zvláštní povinnosti zabezpečit provoz prostřednictvím iniciátorů (spolky, obce, přírodní parky aj.) a povinnost **uhradit platbu**
- využití stávající právní situace
- Návrh na zavedení lesního mýta (*návrh předsedy Svazu selských lesů NRW – Dietrich Graf Nesselrode*)
Zdůvodnění: „Tento poplatek by měli platit všichni ti, kteří požadují využití lesa pro zvláštní účely. Myslím zde na kočí (vozky), jezdce na koních, jezdce na kolech (MTB) nebo i chodce provozující Nordic Walking, kteří chtějí dostat (využívat) odpovídající zázemí sportovně přírodních parků v lese (parcours).“
- je to hledání nových zdrojů příjmů

Návrh řešení-2

- vybírat takový **poplatek** při narůstajícím zatížení lesa v NRW, kde jsou 2/3 lesa v soukromém vlastnictví je oprávněné → zahájení diskuse na toto téma
- další důvod: do budoucna by měly privátní a komunální lesní majetky platit za obdržené poradenství (smlouva z roku 1970 = vlastníci zpřístupní svoje lesy a infrastrukturu jako např. parkoviště, cesty apod. a zemská vláda za to zase podporovala vlastníky odbornými znalostmi svých lesníků při prodeji dřeva)
- pokud se spolková země stáhne z finanční odpovědnosti za les, pak musí jít vlastníci lesa konec konců stejnou cestou.
- tento požadavek se pokládá za legitimní, a to nezávisle na vlastnictví, přičemž **u velkých akcí s čistě komerčním pozadím se poplatky vybírají**

LESNICKÉ REKREAČNÍ SLUŽBY

Zahraníční zkušenosti =



- *nové poznatky,*
- *budování znalostní základny,*
- *případové studie,*
- *pobídky k inovacím,*
- *vytváření rámcových podmínek pro diverzifikaci atd.*

6. FAKTORY ÚSPĚŠNOSTI

TRŽNÍHO ZHODNOCENÍ
REKREAČNÍCH
(A ENVIRONMENTÁLNÍCH) SLUŽEB

Faktory úspěšnosti produktu - 1

- 1) **Zájem vlastníka o nové možnosti příjmů**
- 2) **Analýza potenciálu** (poloha a krása lesního území a jeho dosažitelnost, jméno a image vlastníka lesa, vybavení, know-how, motivace a profesionalita personálu, různorodost nabídky) a **analýza tržní poptávky**
- 3) **Analýza možných konfliktů** nového produktu
- 4) Vypracování přesvědčivé **celkové koncepce**
- 5) **Příprava projektu** (využívání všech možností, které se naskytují pro obchod – tradice apod.)
- 6) **Rámcové právní podmínky**
- 7) Vývoj a nabídka produktu, jeho exkluzivita

Faktory úspěšnosti produktu - 2

- 8) Orientace na zákazníka (pohostinnost ...)
- 9) Atmosféra, nové prožitky, speciální prostředí, atraktivita krajiny
- 10) Spojení **teorie (know-how) s praxí**
- 11) Marketing produktu** (vytvoření obchodní značky, její registrace, kalkulace a diferenciacce ceny...)
- 12) Spolupráce a diskuse s vlastníky lesa
- 13) Spolupráce s **nelesnickými subjekty** (např. s turistickými informačními středisky, s obcemi, úřady apod.)
- 14) Vhodný personál

Faktory úspěšnosti produktu - 3

- 15) Neformální kontakty, známosti
- 16) **Zkušenosti**
- 17) Tvrdošijnost, vytrvalost
- 18) Zdroje financování (vlastní zdroje, **veřejné podpory**, sponzorování),
- 19) Podoba soukromoprávní smlouvy s uživateli produktu
- 20) Riskování při kombinaci s jinými službami (produktový mix)
- 21) Způsob **prezentace produktu** (profesní práce s tiskem – inzeráty, internet, práce s veřejností)
- 22) Trpělivost s **akceptací produktu veřejností** (trvá to i několik let)

Faktory úspěšnosti produktu - 4

Identifikace všech rozhodujících bodů,
vyjasnění požadavků na službu ⇒

zabránit chybným investicím a neúspěchu

Vytvářet

- nové sítě (např. sdružení),
- nová partnerství (např. s úřady a jinými podniky)

Faktory úspěšnosti produktu - 5

Nové trhy pro vlastníky lesa (uvnitř i vně oblasti obchodování se dřevem)

Úspěšnost není dána podporou prostřednictvím politiky a správy

ALE

- redukci veřejně financované slabé konkurence, která zabraňuje začlenění jiných funkcí lesa do hodnotového systému lesních podniků
- jasným ohraničením mezi právem na volný vstup do lesa a jiným využitím volného času ve všech druzích vlastnictví lesa
- zachováním podnikatelské svobody
odbouráním byrokracie a přeregulování trhu
atd.

Lesní podniky se stanou úspěšnými teprve tehdy, když zcela využijí své obchodní vztahy a svoje produkty postaví tak, že se stanou u spotřebitelů žádanými. Zpravidla se pro to bude muset **tvrdě pracovat.**

Krůpěje potu lesníků však ještě nejsou žádnou kategorií úspěchu.

ÚSPĚCH se dostaví jenom s obchodními vztahy a atraktivními produkty.

(Prof. Udo Mantau, Hamburg)

7. Jsou **VÍCENÁKLADY** spojené s rekreační funkcí lesa prokazatelné?

Ekonomický význam rekreační funkce lesa

AFZ 23/2013

Kompenzace a sběr ekon. dat

- požadavky po **kompenzaci těchto vícenákladů** znějí v lesnické politice stále častěji z důvodu stoupajícího zatížení vlastníků lesa
- jako základ k tomu je zapotřebí pro spravedlivé a férové honorování mnohostranných služeb zajišťovaných vlastníky lesa **monetární ocenění**
- **struktura nákladů** státních, komunálních a soukromých **lesních podniků testovací sítě** (TBN-Forst) ministerstva pro výživu, zemědělství a ochranu spotřebitele (BMELV) k tomu poskytuje **rozporuplný obraz**

Bavorsko

Předmětem sběru jsou následující data:

- Všeobecná data (druh vlastnictví, hospodářský rok, způsob účtování, výměra podniku aj.)
- Struktura hospodářského lesa
- Těžba dřeva a prodej dřeva
- **Výnosy a náklady** v členění na **5 výrobních oblastí** (*viz dále*)
- Pracovní síly
- Doplnující údaje (např. porostní zásoba, počet odpracovaných hodin, obdržené veřejné podpory aj.)

Struktura nákladů v průběhu času (Bavorsko)

Od hosp. roku 2003 se člení výnosy a náklady na **výrobní oblasti (VO)** a o všech aktivitách lesního podniku se účtuje podle výrobního plánu

Výrobní plán zachycuje tyto VO:

- **Produkce dříví (VO 1)**
- **Ochrana a sanace (VO 2)**
- **Rekreace a tvorba životního prostředí (VO 3)**
- **Výkony pro cizí (VO 4)**
- **Výsostné a ostatní úřední úkoly (VO 5)**

Od roku 2003 též detailní zachycení správních nákladů

Závěry - 1

- studie „Ekonomické ocenění ochranných a rekreačních aktivit (výkonů) lesního hospodářství“ zpracovaná Thünen-institutem pro mezinárodní LH a lesnickou ekonomiku v Hamburku
- na základě testovací sítě (TBN-Forst) nejsou v časové řadě stoupající náklady na společenské požadavky na ochranné a rekreační funkce lesa pro celé LH Německa za všechny vlastnické formy obecně prokazatelné

Závěry - 2

- jedním z řady **vysvětlení** může být i skutečnost, že se tyto vícenáklady při multifunkčním lesnickém hospodaření převážně účtují do VO 1, poněvadž jednotlivá lesnická opatření často společně slouží podpoře vícero funkcí a vynaložený náklad není poměrně (proporcionálně) účetně rozpuštěn
- jiným **vysvětlením** by mohlo být, že rostoucí společenské požadavky v oblasti ochranných a rekreačních funkcí nejsou lesními podniky realizovány převážně aktivními opatřeními, tj. vícenáklady, nýbrž omezením realizace výnosů ve VO 1 (tzn. snížený výnos). Tyto snížené výnosy nejsou zachyceny na bázi TBN-Forst
- dodatečné dotazování lesních podniků
- potřeba ofenzivnější komunikace LH

8. Jak hodně a jaká rekreace v lese?

Zjištění lokální rekreace v lese

Metodický seminář

z řady

„Volný čas a rekreace v lese“,

18. 9. 2014, St. Gallen

Schweizerischer Forstverein

Švýcarský seminář - 1

- pro celošvýcarské poměry existují spolehlivé údaje, avšak **na regionální, komunální nebo podnikové úrovni často chybí odpovídající podklady**, aby se mohla situace přiměřeně ohodnotit
- na základě **teoretických modelů** (např. model pro místní rekreaci, použití „Social Mapping“ aj.) a praktických příkladů budou představeny aktuální zkušenosti a nástroje a na jednom aplikačním příkladu budou prohloubeny

Švýcarský seminář - 2

Cíle semináře:

- poznat **aktuální modely** a základy k ocenění lokální a regionální návštěvnosti lesa (druh, rozsah a důsledky)
- dozvědět se, na jakých předpokladech a vstupních veličinách se modely zakládají
- ohodnotit účelnost (vhodnost) různých modelů pro vlastní potřebu účastníků semináře

Cílové publikum:

- odborníci z oblasti krajinářství, lesnictví, využití volného času a územního plánování

9. Závěry pro domácí podmínky

DŮLEŽITÉ !!!!

- **Chut' začít** (chtíti-moci-uměti)
(začít využívat stávajících vlastnických práv)
- **Začít něco postupně měnit** (znát-používat-měnit)



VĚTŠÍ DIVERZIFIKACE ČINNOSTÍ LESNÍCH PODNIKŮ

*(lepší je být tržním způsobem ekonomicky soběstačný než čekat na nejistou státní podporu
lesnické produkce)*



příspěvek k **rozvoji venkova (regionů)**

- řešit **právní problémy** spojené s uváděním nových lesnických výrobků a služeb na trh
- **nová orientace lesnické politiky** v oblasti funkcí a v podpoře zvýhodňování vývojového potenciálu
- zavádění komplexních **inovačních politik** (vč. odpovídajících poradenských služeb)

Informace a znalosti

1. ZNÁT
2. UMĚT INFORMACE POUŽÍVAT (informační gramotnost)
3. MĚNIT STAV VĚCÍ, PROCESŮ...

Informace = základ konkurenceschopnosti

= klíč k budoucnosti,

= významné aktivum,

= **znalosti jako další výrobní faktor**

Organizovat trhy, budovat instituce (např. vytvářet pravidla), zpracovávat nové postupy, vyvíjet nové produkty

Oblast pro trvalou kreativitu v LH

Ekosystémové a rekreační služby lesa

=

V ZAHRANIČÍ TÉMA ZÁSADNÍHO LESOPOLITICKÉHO CHARAKTERU pro celé LH

**Vytvoření rámcových podmínek
pro podnikání s lesnickými službami**

+

**Zásadní změna myšlení vlastníků lesa
(změna stávajícího chování)**

Inovační podnikatelské iniciativy

=

**VČLENĚNÍ (INTERNALIZACE) LESNICKÝCH SLUŽEB
DO EKONOMICKÉ STRUKTURY LESNICKÉHO SEKTORU**

Komerční zhodnocení nových lesnických výrobků a služeb je důležitý prvek **strategie diverzifikace** činnosti lesních podniků.

přechod lesního hospodářství
z poskytovatele dřevní suroviny
také na

**významného dodavatele placených
služeb**

pro společnost.

Návrh domácího postupu

- potřeba systematického **sociálně ekonomického výzkumu**

Bez existence stabilního kvalifikovaného řešitelského týmu a jeho financování nelze hovořit o významnějším pokroku v této oblasti

- **orientace na řešení tohoto problému v zahraničí** a jeho analogické uplatnění v našich podmínkách.
- Vzhledem k **neexistenci naší vlastní výzkumné základny** a vlastních poznatků na toto téma je pravděpodobně nejefektivnějším způsobem dalšího postupu vpřed (např. u ekosystémových plateb atd.) **TRANSFER POZNATKŮ ZE ZAHRANIČÍ**

Přijmou se základní doporučení KA3 NLP II ?

Pokud **ANO** ⇒ musí mít **reálný odraz**

- a) v odvětvové lesnické politice,
- b) ve formulaci strategie dosažení cíle,
- c) v konkrétních opatřeních kompetentních orgánů (ve využití všech nástrojů lesnické politiky),
- d) v zapojení a ve výsledcích výzkumu (ve **struktuře úkolů** a jejich financování)

CÍLOVÝ STAV =

- a) větší diverzifikace příjmů lesních podniků (*komerční využití dosud neobchodovatelných výrobků a služeb*)

- b) zvýšení konkurenceschopnosti lesnictví v souladu s cílem *ekonomického pilíře*

Potřeba nové lesnické politiky

- prosperitu LH do budoucna nebude pravděpodobně možné zajistit jenom na prodeji surového dřeva
- řešit právní problémy spojené s uváděním nových lesnických výrobků a služeb na trh
- ze společenských funkcí lesa (ekologických a rekreačních služeb) učinit postupně také nositele obratu ⇒ zlepšit vyhlídky pro tuzemské dřevo
- **nová orientace lesnické politiky v oblasti FUNKCÍ LESA** a v podpoře zvýhodňování vývojového potenciálu
- zavádění komplexních inovačních politik (vč. odpovídajících poradenských služeb)
- nové směry vývoje pro **změnu ekonomické struktury lesního hospodářství**
 - Akční plán EU pro lesnictví (2006)
 - Akční plán pro lesnický sektor v zelené ekonomice (2013)

Strategická pasivita v odvětví LH

- Dosud **žádný** viditelný pohyb na poli lesnické politiky ani žádné konkrétní kroky ze strany odvětví směrem k podpoře komerčního uplatnění lesnických služeb ⇒
ztráta potenciálních příjmů vlastníků lesa z důvodů **chybějící politické vůle, pasivity a nedostatku informací**

- A co podnikatelská aktivita vlastníků lesa?
...SAMO SE NEUDĚLÁ...

DĚKUJI ZA POZORNOST !