

POZNATKY Z TRŽNÍHO UPLATNĚNÍ LESNICKÝCH REKRAČNÍCH SLUŽEB V ZAHRANIČÍ

Jiří Matějček

*Ústav pro hospodářskou úpravu lesů Brandýs nad Labem,
pobočka Stará Boleslav*

Zasedání EK OLH ČAZV,
Městské lesy Liberec, s.r.o. 12.-13. října 2017

Obsah

1. Úvod
2. Překážky a předpoklady tržní realizace rekreačních služeb
3. Způsoby finanční úhrady za poskytování rekreačních služeb
4. Příklady tržního uplatnění rekreačních služeb v zahraničí
5. Jak dál s rekreačními službami lesů u nás
6. Závěr

1. ÚVOD

Služby lesa

Pro využití zahraničních poznatků je nutno:

Změnit současnou terminologii v podobě termínu „**mimoprodukční funkce lesa**“, tedy změnit dosavadní pojetí

„**FUNKCÍ LESA**“ → „**SLUŽBY LESA**“

Začít v lesnické praxi uplatňovat pojem „ekosystémové služby“

- soulad s celosvětovými trendy
- záměr **dosáhnout určité komercializace (tržního uplatnění) mimoprodukčních funkcí lesa**

Ekosystémové služby - 1

Odborníci ve světě určili čtyři druhy ekosystémových služeb:

- Zásobovací služby
- Základní a podpůrné služby
- Regulační služby
- Kulturní služby, jejichž součástí jsou i rekreační služby

Poskytování rekreačních služeb lesa je tedy součástí konceptu ekosystémových služeb

Rekreační služby lesa jsou zde samostatně vylišeny pro svoji blízkost k trhu



SLUŽBY musí být definovány jako PRODUKTY a nikoliv jako funkce (účinky), jinak nemají na trhu cenu

Ekosystémové služby - 2

Návrh

systemizace (kategorizace) lesní produkce

PRODUKČNÍCH A MIMOPRODUKČNÍCH FUNKCÍ LESA
(užitků polyfunkčního lesa)

v konceptu ekosystémových služeb,

tj. v systemu čtyř oblastí,

které mají zásadní význam pro zdraví člověka a jeho blahobyt

Pramen:

The Millennium Assessment (2005), TEEB (2010), Matějčíček (2016)

Seminář ČLS „Tržní realizace mimoprodukčních funkcí lesa“

Křtiny 21. září 2016

„J. Matějčíček: Ekosystémové a rekreační služby jako tržní produkty vlastníků lesa“

Tabulka 1: Systemizace produkčních a mimoprodukčních funkcí lesa (užitků polyfunkčního lesa) v konceptu ekosystémových služeb lesa

PRODUKCE = ZBOŽÍ + SLUŽBY

Produkční funkce	Mimoprodukční funkce	
	Ekologické funkce	Sociální funkce

ZÁSODOVACÍ SLUŽBY	ZÁKLADNÍ A PODPŮRNÉ SLUŽBY	REGULAČNÍ SLUŽBY	KULTURNÍ SLUŽBY
Lesní ekosystémy poskytují tržní zboží (produkce biomasy, vody a energie)	Jsou nezbytné pro růst a produkci	Působí na jiné procesy (např. filtrační, regulační, akumulační, ochranné účinky aj.)	Nemateriální výstupy přispívají k duševní/fyzické/intelektuální/aj. pohodě člověka
<div style="display: flex; flex-direction: column;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Zdroj potravin (plody, med, houby, zvěřina)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Zdroj čisté (pitné) povrchové vody</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Zdroj stavebního materiálu (dříví)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Zdroj energie založený na biomase (např. palivové dříví)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Zdroj genetického materiálu</div> </div>	<div style="display: flex; flex-direction: column;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Tvorba půdy</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Tvorba kyslíku (fotosyntéza)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Poutání uhlíku a globální, regionální a místní regulace klimatu</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Koloběh živin</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Opylování</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Čištění (filtrace) vod (kvalita podzemních vod)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Regulace klimatu a srážek (zabránění povodním)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Zabránění půdní erozi</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Čištění ovzduší (zabránění prašným, pachovým či hlukovým imisím)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Asimilace odpadů, bránění šíření chorob</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Zachování fyz. chem. a biol. podmínek</div> </div>	<div style="display: flex; flex-direction: column;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Rekreace (myslivost, turistika)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Estetické/duchovní/meditační/intelektuální zážitky</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Spiritualita, symbolika</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Sociální funkce (pracovní místa, příjmy)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Vědění a poznání</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Umělecká inspirace</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Zdravotně hygienická funkce (léčebná funkce)</div> </div>	

DNEŠNÍ TRH (ZBOŽÍ = dříví, zvěřina)	BUDOUCÍ TRH (SLUŽBY = lesní ekosystémové služby)
NEDŘEVNÍ ENERGIE UZITKY (?)	<p>OCHRANA BIODIVERZITY</p> <p>OCHRANA ZDROJŮ PITNÉ VODY</p> <p>POUTÁNÍ UHLÍKU</p> <p style="text-align: right;">PODPORA REKREACE</p>
KRAJINA + VENKOV (pracovní příležitosti a zdroj příjmů)	

Pramen: The Millennium Ecosystem Assessment (2005), TEEB (2010), Matějček (2016)

2. PŘEKÁŽKY A PŘEDPOKLADY TRŽNÍ REALIZACE REKREAČNÍCH SLUŽEB

Nabídka a poptávka/překážky - 1

Současné **HLAVNÍ PŘEKÁŽKY**:

a) **Nefungující cenový mechanismus**

b) **Chybějící právní rámec** pro přístup lesnických rekreačních služeb na trh

Vztah mezi **lesem (lesním hospodářstvím)** a **společností** je totiž určován **právními vztahy**

Např.: Rozdíly při **sběru hub** mezi Německem (volný sběr jako u nás), Nizozemskem (zákaz sběru hub) a Itálií (sběr hub je byznys), které lze vysvětlit pouze obchodními vztahy a jednáním

c) **Chybějící zpracování návrhů a nalezení nejvhodnějšího způsobu finanční platby/úhrady**, a to pro každý jednotlivý lesnický produkt (zboží či službu)

Nabídka a poptávka/překážky - 2

Pro vytvoření funkčního systému poskytování nových tržních produktů na základě NABÍDKY A POPTÁVKY musí být odstraněna celá řada překážek a splněno velké množství předpokladů, především předpoklady legislativní, finanční, informační a institucionální

vytvoření reálné nabídky jako reakce na existující poptávku, je

ZÁLEŽITOSTÍ VLASTNÍKŮ LESA

V oblasti **NABÍDKY DODATEČNÝCH REKREAČNÍCH PRODUKTŮ** a jejich uvedení na trh se to týká především:

a) dodatečných zvláštních rekreačních zařízení a

b) dodatečně povolených forem užívání lesa.

Např.: prodej zážitků (např. ekologický park, zážitkové pobyty na chatě, vánoční trhy a prodej vánočních stromků či nabídka piknikových míst....)

TRHY NEFUNGUJÍ JAKO AUTOMATY SAMY OD SEBE, ale vyžadují komplexní **SYSTÉM PRAVIDEL**, odpovídající **marketing služeb** včetně **tvorby cen** rekreačních služeb

3. ZPŮSOBY FINANČNÍ ÚHRADY ZA POSKYTOVÁNÍ REKREAČNÍCH SLUŽEB

Platební schémata

V oblasti rekreačního využívání lesa musíme zaměřit pozornost na vytvoření **platebních mechanismů**, resp. režimů (schémat)

- a) aplikovatelných především **MEZI ÚČASTNÍKY TRHU**
- b) méně již na schémata platebních mechanismů z **veřejných rozpočtů**

K napravení tržních nedokonalostí a chyb jsou dnes sice k dispozici různé druhy veřejných intervencí,

ALE V ZAHRANIČÍ

*se však postupně prosazují **ekonomické a na trhu založené nástroje (pobídkové nástroje)**, jež vedou k povzbuzení při modifikaci vyvolaných cenových signálů*

Soukromé finanční nástroje-1

V zahraničí je nejvíce využívaný finanční mechanismus

Nákup produktu nebo služby

Počet těchto produktů a služeb je závislý na míře a vůli konkrétních podniků nebo soukromníků poskytovat služby, resp. na vůli a schopnosti diverzifikovat svoje portfolio vyplývající z vlastnictví lesa

A. Nákup produktů a služeb, který souvisí s lesními pozemky, zahrnuje např.

- **vstup do lesa**
(pozn.: cílem zpoplatnění vstupu do lesa, který je součástí PR nebo chráněné oblasti, je následně regulovat vstup)
- **využívání příjezdových cest či parkovišť u lesa**

Soukromé finanční nástroje -2

B. Poplatky za produkty lesa

např. povolení na sběr hub a jiných lesních plodů (např. Itálie), rybářských a loveckých povolenek aj.

C. Nákup služeb

souvisí s využíváním lesa na rekreační, turistické a sportovní účely, např.:

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

D. Sponzoring

Cílem tohoto nástroje je v první řadě zviditelnění sponzora a souvisí s orientací sponzora na výrobu konkrétního zboží nebo poskytování služeb, které mají souvislost se sponzorovaným projektem (*energetické nápoje – horská cyklistika*)

Vlastnické právo a trh

Způsob finanční úhrady souvisí také s **VLASTNICKÝMI PRÁVY** a hlavně s **otázkou:**

Má soukromý vlastník lesa právo vybírat poplatky za produkty (např. povolenky) a služby (např. samotný vstup do lesa)?

Odpověď viz dále

4. PŘÍKLADY TRŽNÍHO UPLATNĚNÍ REKREAČNÍCH SLUŽEB V ZAHRANIČÍ

4.1

**Případové studie pro lesní rekreační služby
(projekt RES-2001, studie SFC)**

Kategorizace případových studií pro rekreační služby -1

Povolenky za produkty

- Houbařské lístky za sběr hub formou jednotné licence

Služby spojené se sportem

- Pronájem běžeckých tratí
- Pronájem lyžařských sjezdovek

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

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

Kategorizace případových studií pro rekreační služby -2

Příjezdové cesty či parkoviště u lesa (regulace vstupu)

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

Pobyty v lese za účelem poznání přírody

- Prázdninové komfortní apartmány v dřevěných domech
- Prázdninové domky za úplatu
- Bungalovy v lese (pronájem bývalých mysliven)
- Sponzorování rekreačních zařízení
- Lovecké a jezdecké pobyty
- Semináře pro firmy

- Nabídka rekreačního lesa
- Dovolená s hajným
- Úplata za rekreační využívání přírodní rezervace
- Stezka korunami stromů

Podrobnější popis případových studií

Podrobnější popis většiny v příspěvku uvedených zahraničních případových studií z projektu RES (2001) a další,

a to nejen k ekosystémovým a rekreačním službám, ale také k nedřevním lesnickým užitkům (komoditám), který se uskutečnil v Německu, Rakousku, Itálii a Nizozemí, lze najít na webové stránce

www.lesniznalec.cz

*v sekci **Ekonomika**, ve volbě **Internalizace externalit**, v článku s názvem „**Internalizace lesnických externalit - případové studie ze zahraničí**“,*

Zahraniční případové studie - 1

Proč je nejvíce příkladů na realizaci služby na trhu je v případových studiích (RES, SFC) zaměřených právě na rekreační služby?

- **jsou nejbližší trhu**
- **zde integrace postoupila nejdále**
- jde o **službu lehce identifikovatelnou** a využívanou širokou veřejností
- výrazná je **kooperace** především místních aktérů
- více je využíván **soukromý kapitál**
- nevyhnutnou součástí je **výchovná kampaň obyvatelstva**

Zahraniční případové studie - 2

- Výrazným **omezujícím (brzdícím) faktorem** při rekreačních službách je
 - vázanost na danou **lokalitu**
 - získávání **úvěrů**
- nejvýraznějším **podpůrným faktorem** při rekreačních službách, resp. při službách obecně, je
 - **kvalita a kvantita těchto služeb,**
- **velikost podniku** u rekreačních služeb NEMÁ VELKÝ VLIV

Zahraniční případové studie - 3

- **Způsob zabezpečení služeb** – soukromými aktéry, ale není výjimkou, když **město platí za rekreační služby lesnímu podniku** (**DODAVATELSKÝ ZPŮSOB** zabezpečování rekreačních služeb pro obyvatele města a jeho návštěvníky)
- **Kombinace produkt + služba** = širší zaměření podniku a zabezpečení vyrovnanějších výnosů (např. dřevo a rekreace) především pro menší lesní podniky
- Každou další **doplňkovou službou** se přináší přidaná hodnota, která většinou způsobí zvýšení zájmu o tyto služby

ALE

Bezplatné poskytování rekreačních služeb? - 1

- 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

Bezplatné poskytování rekreačních služeb? - 2

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

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

LESNÍ PODNIK VŠAK NENÍ POVINEN NABÍZET TYTO PRODUKTY a mohl by vázat jejich poskytování na finanční zajištění nebo přinejmenším na finanční spoluúčast prostřednictvím uživatelů

Předpokladem pro tuto úhradu je nejdříve nutnost DEFINOVAT KONKRÉTNÍ PRODUKTY, např.:

- produkty, které jsou spojeny s dosavadní výrobou, tj. lesní cesty,
- produkty vytvořené cíleně pro nějaký účel a představují nabídku nad původní produkci,
- produkty, které nemají pro dosavadní produkci žádný význam a produkuje se jen k určitému užívání lesa (např.: lavičky, ukazatele atd.)

Bezplatné poskytování rekreačních služeb? - 3

K pojmu „sociální povinnost“, resp. „sociální vazba vlastnictví“:

„Sociální povinnosti“ vyplývající z vlastnictví lesa podléhá

jen volný vstup do lesa k rekreačním účelům!

Požadavky na využití lesa **nad** tuto sociální povinnost musí být hrazeny

Diskutuje se rovněž otázka přenášení rizika (přenášení požadavků na provozní bezpečnost na vlastníky lesa), což lze pokládat za značný problém

4. PŘÍKLADY TRŽNÍHO UPLATNĚNÍ REKREAČNÍCH SLUŽEB V ZAHRANIČÍ

4.2

**Další zahraniční příklady uvádění rekreačních služeb
na trh**

(Německo, Švýcarsko, Rakousko, Finsko)

Příklad z Německa/Bádenska-Württemberska-1

POŽADAVKY VLASTNÍKŮ LESA v oblasti rekreačních služeb na zpoplatnění aktivit při podnikatelském využití lesa, resp. aby se za podnikatelské využití lesa více platilo:

Proč?

Dochází k:

- zatížení cestní infrastruktury (např. jezdci na koních vyvolávající škody)
- rozšiřování nových druhů sportů (např. paintball apod.)
- tendenci budovat v lese speciální trasy jako nové rekreační nabídky (single track/mountain biking aj.)
- permanentnímu narůstání konfliktů
- znehodnocování mysliveckého využití lesa aj.

Příklad z Německa/Bádenska-Württemberska-2

Příkladem **podnikatelského využití lesa** může být:

NABÍDKA sítě jezdeckých cest pro jezdecké školy a

zpoplatnění jízdy na koni po lesních cestách

(např. formou ročních jezdeckých karet a jezdeckých dohod jako formy povolení k využívání hipotras)

Zpoplatnění = forma nejúčinnější regulace a usměrňování návštěvníků a zamezování konfliktům (omezení využívání jen na určité cesty a směrováním jezdců se opět umožní lov a snížení škod zvěří, odstraní se také konflikty mezi pěšími, cyklisty a jezdci)

Zákazníci produkt kritizují, ale akceptují ho

Příklad z Německa/Bádenska-Württemberska-3

Za **řešení pro vlastníky lesů** je možno považovat následující návrhy:

- zavedení smluv pro podnikatelské užívání lesa, které budou obsahovat převzetí zvláštní povinnosti zabezpečit provoz prostřednictvím iniciátorů (spolky, obce, přírodní parky aj.) a povinnost uhradit platbu. Jedná se o využití stávající právní situace
- oprávnění vybírat poplatek při narůstajícím zatížení lesa
- zavedení lesního mýta

Poznátky ze Švýcarska-1

DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ:

(několik zásadních poznatků z analýzy rekreační funkce ve Švýcarsku doplněné výsledky z uskutečněného dotazníkového šetření v roce 2007)

- Je nezbytné **znát náklady**, neboť jen když výnosy převýší náklady, tak se nabídka rekreačních produktů vyplatí. Přitom je nutno vzít v úvahu i transakční náklady, tj. náklady spojené s tržním uplatněním nabízených služeb a plněním smluv
- Podstatným faktorem úspěšnosti tržního uplatnění je **směřovat nabídku na správné adresáty**, kteří jsou schopni platit
- **Tržní situace lesních podniků** záleží na tom, zdali
 - vlastníci lesa vlastní monopol na toto zboží (např. jediný les v dosažitelném okolí),
 - existuje bilaterální monopol (1 poskytovatel, 1 uživatel),
 - existuje trh s vícero poskytovateli a odběrateli,
 - stejný produkt není zadarmo také poskytován sousedními lesními podniky (např. veřejnými lesními podniky).

Poznatky ze Švýcarska-2

- **Pokud nelze komerčního zhodnocení dosáhnout**, je úkolem vedení lesního podniku **rozhodnout**, zda-li produkty (i nadále) nabízet na vlastní účet nebo nabídku redukovat (*pozn.: ve většině zkoumaných příkladech příjmy pokrývají jen část nákladů*)
- **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.

Příklad z Rakouska/Tyrolska

- Rekreační využívání lesa a využívání účelových zařízení **vytvářením zážitků z pobytu na chatě** v Tyrolsku (2007)
- Lesní závod Hopfgarten ÖBF AG adaptoval 12 již nevyužívaných lesních a mysliveckých chat, které hrozily zřícením, k pronajímání hostům.
- V blízkosti se nachází lyžařské areály, tak existuje po využití těchto chat silná poptávka
- Dnes je zahraniční turistický ruch dodatečným podnikatelským odvětvím lesního závodu

Příklad z Finska

Ve Finsku se intenzivně pracuje na vývoji **přístupů k náhradě za rekreační a estetické hodnoty**

- *Tyto mechanismy fungují 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*

5. JAK DÁL S REKREAČNÍMI SLUŽBAMI LESŮ U NÁS –

POZOR NA NEČINNOST !

Problémy k řešení

Řada problémů, na jejichž odstranění se nijak **systematicky nepracuje**, jako např.:

- Neexistence jasně definované nejen **poptávky** společnosti a jejích potřeb, ale i poptávky zájmových skupin lidí,
- Nedostatečná znalost dění ve světě a chybějící informace k možnosti využít **transfer zahraničních poznatků**,
- **Pasivita vlastníků lesa** vyžadující změnu myšlení,
- **Pasivní lesopolitický přístup**,
- **Nedostatečné právní vědomí** a nevyužívání současně platného právního rámce aj.

Oč se jedná?

- **POSKYTOVÁNÍ REKREAČNÍCH SLUŽEB** vlastníky lesa **NA ZÁKLADĚ NABÍDKY A POPTÁVKY** (a nikoliv jen cestou transferu finančních prostředků z veřejných zdrojů na jejich podporu)
- Je to **perspektivní strategie**, kterou lze dosáhnout **vyšší diverzifikace** lesnické činnosti a získat **dodatečné příjmy**
- Nutnost **ELIMINACE VÁŽNÉHO NEBEZPEČÍ**, kdy vlastníci lesa pro rostoucí rekreační a ekologickou poptávku **nenabízí žádné produkty**, resp. **nenabízí žádné služby**, což by pro ně mohlo mít za následek

a) ztrátu ekonomické budoucnosti,

b) ztrátu oprávnění k jednání o svém výrobním potenciálu,

neboť by uspokojení svých potřeb a zájmů **mohli prosadit politickou cestou zájmové skupiny**, které tyto lesnické rekreační služby dnes poptávají a **konzumují bezplatně** a přáli by si, aby tento stav zůstal i nadále

Co je tedy třeba udělat ? - 1

Je nutno:

- Urychleně přijmout **novou ekonomickou strategii** pro transformaci lesního hospodářství na významného dodavatele lesnických služeb pro společnost (*pozn.: znamená to novou lesnickou politiku*),
- Zpracovat **odvětvovou koncepci** tržního uplatnění ekosystémových služeb,
- Vypracovat **rámcové podmínky** a vytvořit nutné **předpoklady** (právní, finanční, informační, institucionální) pro integraci ekosystémových služeb do tržního prostředí,
- Posílit **inovační aktivity** při tvorbě nových lesnických produktů (zboží a služeb) například vhodnou dotační politikou, podporou různých forem výzkumu (strukturou úkolů a jejich financováním apod.)

Co je tedy třeba udělat ? - 2

- **VLASTNÍCI LESA** také musí
AKTIVNĚJI VYUŽÍVAT SVÁ VLASTNICKÁ PRÁVA
- **Nemusí čekat** na to, až zákonodárce udělí nějaké generální oprávnění ke vstupu do tržního mechanismu, neboť každý může činit to, co mu zákon nezakazuje a nikdo nesmí být nucen činit to, co mu zákon neukládá
- **Možnosti tržní realizace rekreačních služeb** lesa prostřednictvím smluvního zajištění jsou skryté jak v **soukromoprávních**, tak také ve **veřejnoprávních smlouvách** (Flora 2007).

Co je tedy třeba udělat ? - 3

- Na začátek řešení tohoto velkého komplexního úkolu by zcela stačilo, kdybychom se pustili alespoň do **realizace některých navržených opatření NLP II (2013)**, a sice do opatření uvedených

v klíčové akci **KA3 – Zlepšit zhodnocování a marketing lesních nedřevních užitků a služeb**

(např. z hlediska organizování trhů, vytváření pravidel, zpracování nových prodejních postupů, vyvíjení nových produktů atd.)

6. ZÁVĚR

Úspěšnost inovačních pokusů

O **úspěšnosti** inovačních pokusů vlastníků lesa v praxi v podobě nově vyvinutých produktových nabídek a jejich tržního uplatnění rozhoduje celá řada faktorů

Ze zahraničních zkušeností vyplynulo, že je nezbytné identifikovat všechny **rozhodující** **FAKTORY ÚSPĚŠNOSTI**, např. :

- analýza rekreačního potenciálu,
- analýza tržní poptávky,
- rámcové právní podmínky,
- analýza možných konfliktů nového produktu,
- marketing produktu,
- vhodný personál,
- trpělivost s akceptací produktu veřejností ,
- vyjasnění požadavků na službu atd.,

neboť jen tak je možné zabránit chybným investicím a následnému neúspěchu

Jedním z **rozhodujících faktorů** je však **ZÁJEM VLASTNÍKA** a následně jeho iniciativy z hlediska úsilí o integraci rekreačních služeb na jeho lesním majetku

Vytváření nových sítí a nových partnerství

Vytváření **nových sítí** (např. sdružení) a **nových partnerství** (např. s úřady, turistickými informačními centry a jinými podniky), tedy

SPOLUPRÁCE PŘESAHUJÍCÍ HRANICE ODVĚTVÍ

(noví zákazníci pro nové produkty a služby lesů)

jsou rovněž jedním z nezbytných faktorů úspěšnosti realizovaných projektů.

Je tedy nezbytně nutné, nadneseně řečeno, aby lesníci či vlastníci a správci lesů „**vystoupili z lesů**“

A taky je třeba dělat věci jinak než dosud

Kdy se dostaví úspěch?

Lesní podniky se stanou **ÚSPĚŠNÝMI** teprve tehdy, když

- zcela využijí své obchodní vztahy
- svoje **produkty** postaví tak, že se stanou u spotřebitelů **atraktivními a žádanými**

Zpravidla se pro to bude muset **tvrdě pracovat** a krůpěje potu lesníků či vlastníků lesa však ještě nejsou žádnou kategorií úspěchu. 😊

DĚKUJI ZA POZORNOST !