

# NAZV

*podprojekt internalizace externalit*

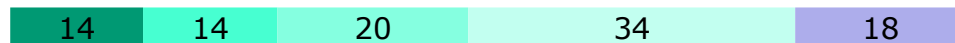
**Marcel Riedl**  
**Katedra lesnické a dřevařské ekonomiky**  
**FLD ČZU Praha**

# Účel návštěvy lesa: hlavně na procházku nebo sbírat houby a plody

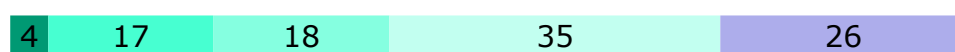
- Několikrát týdně po většinu roku
- Několikrát měsíčně
- Vůbec ne

- Několikrát týdně o víkendech a prázdninách
- Méně často

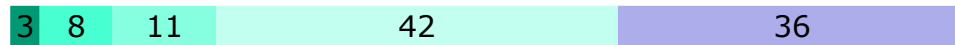
Jen tak na procházku, pro radost, pohyb



Na sběr hub nebo lesních plodů, léčivých bylin, květin apod.



Procházím lesem k nějakému turistickému cíli



Pozorovat, fotit a podobně – za zvěří, ptáky, květy apod.



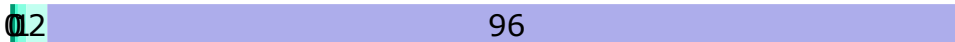
Pro dřevo na zatápění, topení, samorosty apod.



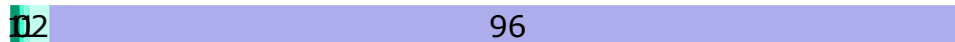
Procházím lesem do školy, do práce, ke známým apod.



Na lov zvěře či ptactva



Za jiným účelem

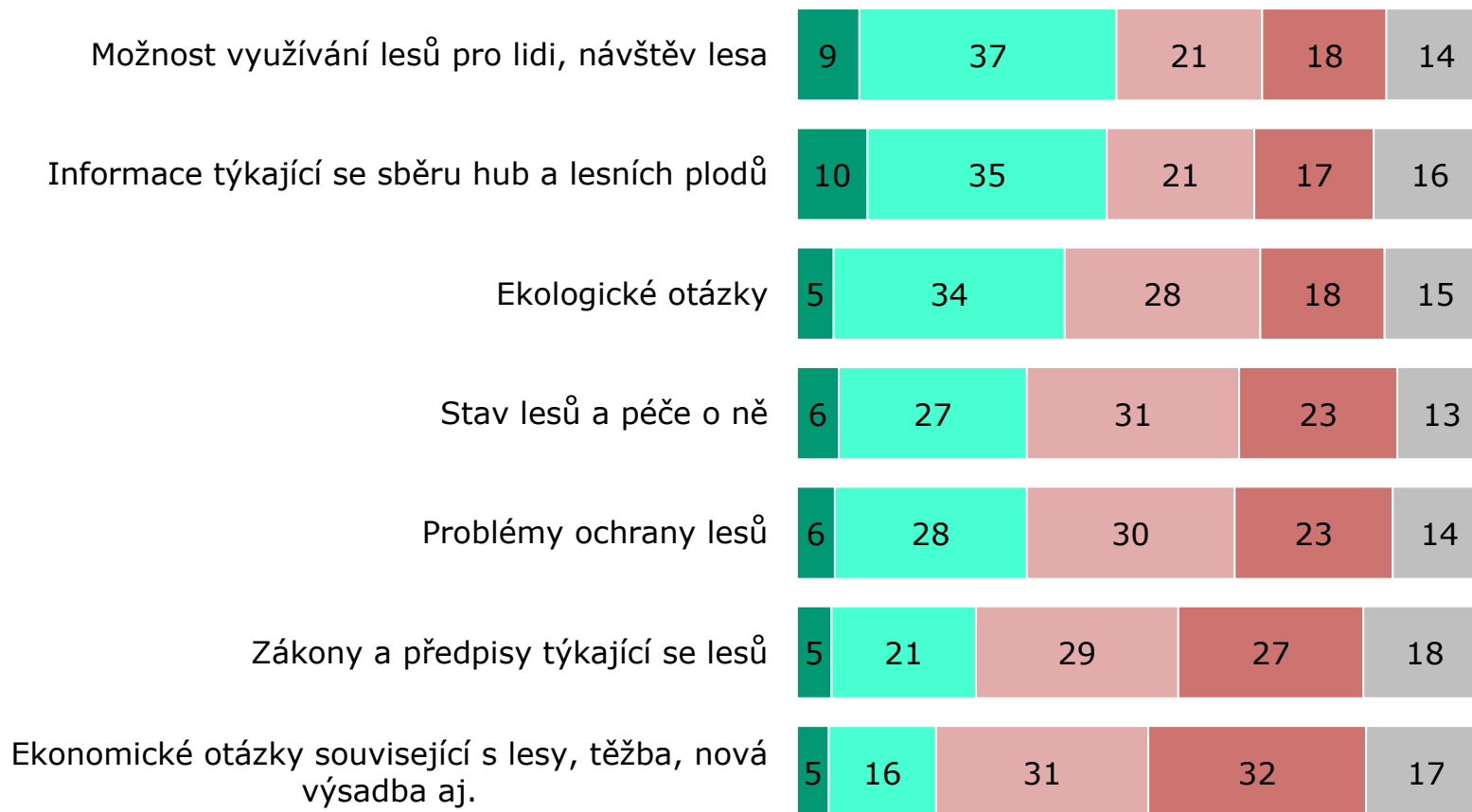


Jedná se hlavně o relaxaci, klid, sportování a venčení psů

# Lidé postrádají zejména informace o hospodaření, legislativě, ochraně lesů a jejich aktuálním stavu.

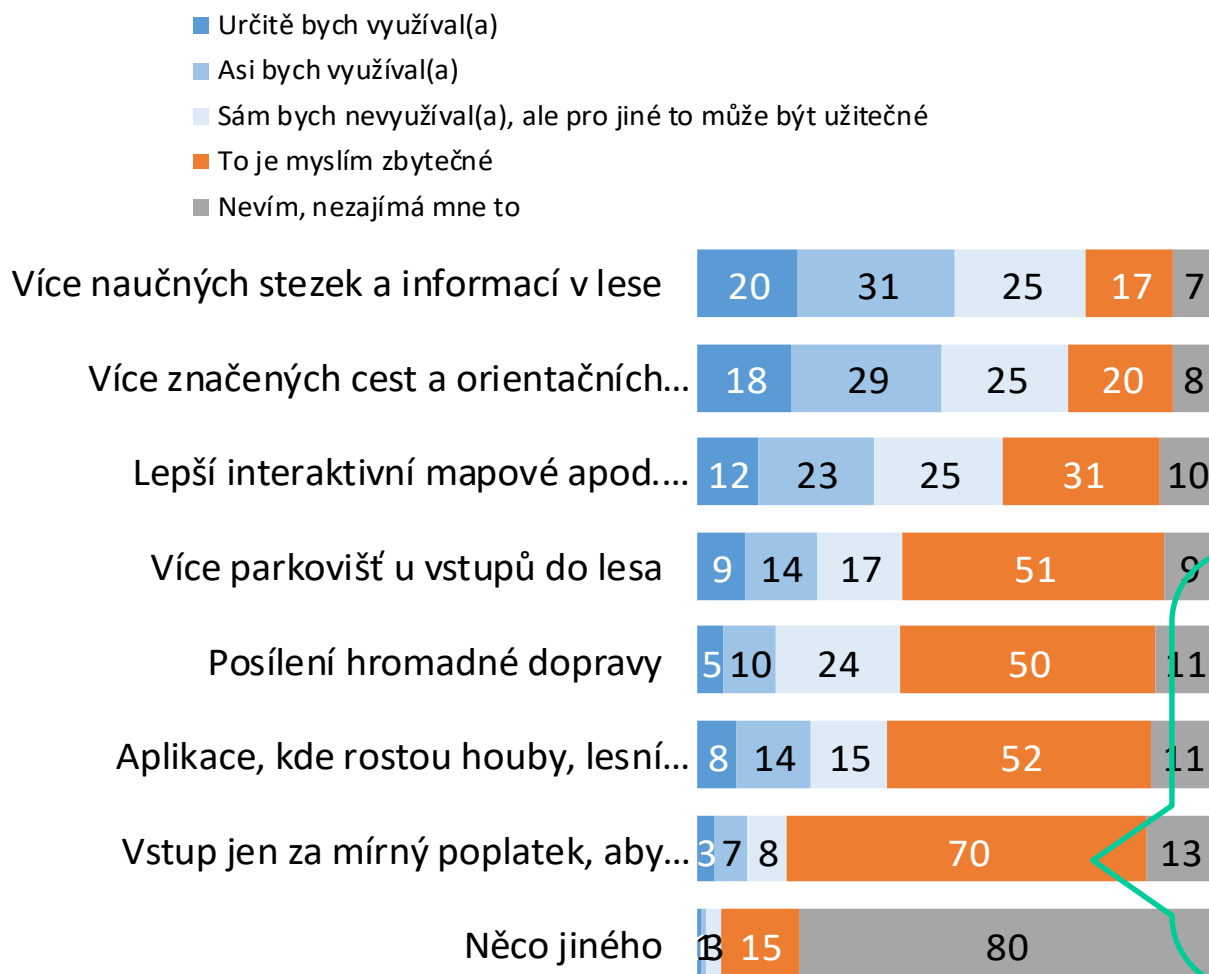
## Máte pocit, že máte dostatek informací o následujícím?

■ Určitě ano    ■ Spíše ano    ■ Spíše ne    ■ Určitě ne    ■ Nezajímá mě



ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=1016 [údaje v grafu jsou v %]

# Zájem o novinky: hlavně naučné stezky a značené cesty

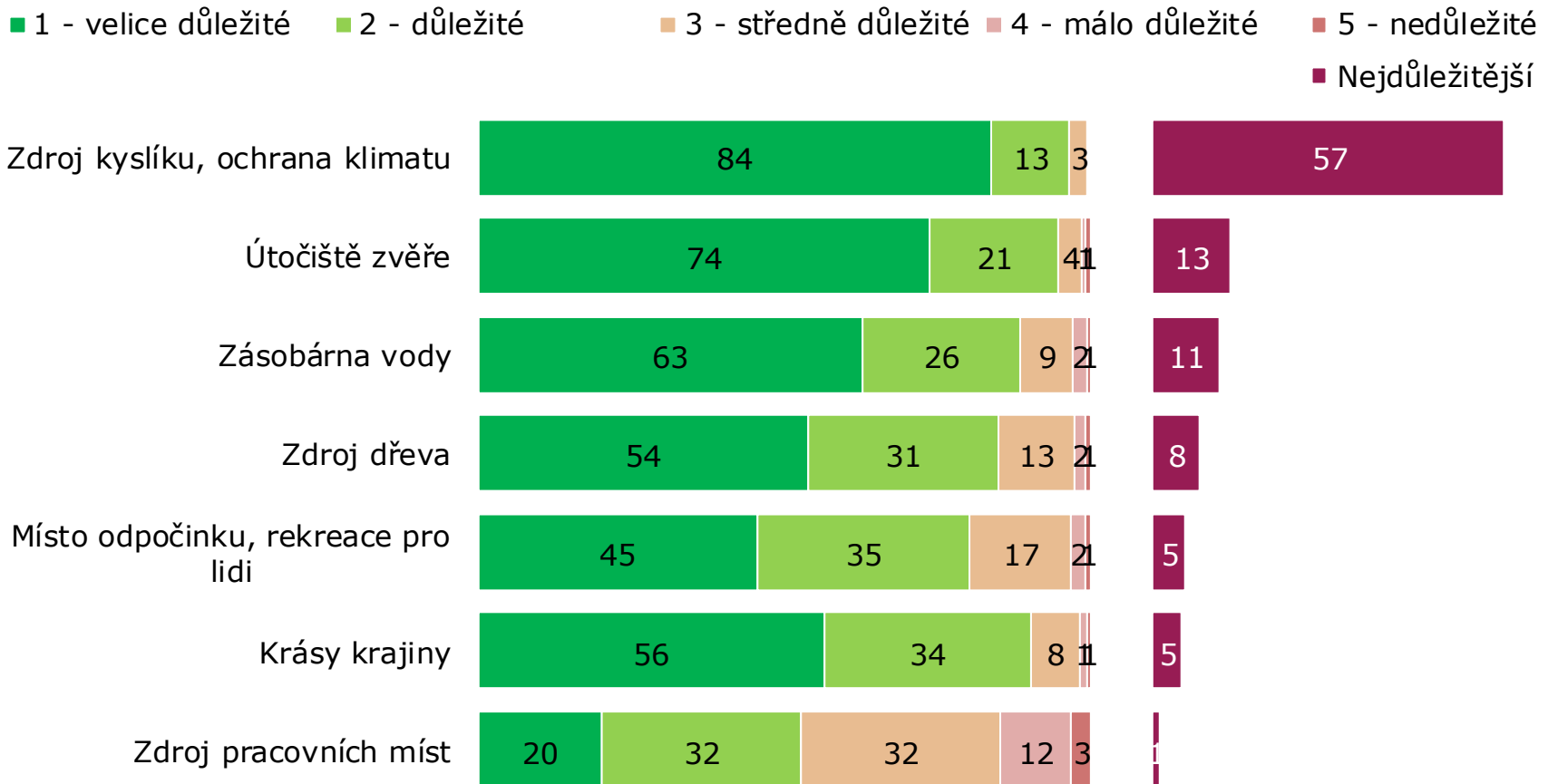


Konkrétní návrh uvedlo jen 6 % lidí. Jednalo se např. o: instalaci odpadkových košů, zpoplatnění vjezdu pro auta, omezení volného pohybu psů, informace o nebezpečných zvířatech, propagace péče o les a skutečná péče o les

Otázka: Měl(a) byste zájem o některé novinky, které by měly lidem pomoci usnadnit nebo zpříjemnit využívání lesa? Všichni respondenti, n=1008 [údaje v %]

# Většina nabízených aspektů je pro lidi důležitá.

Pokud jde o Vás osobně, v čem spatřujete přínosy lesů pro naši republiku?  
Vyberte ten největší přínos.



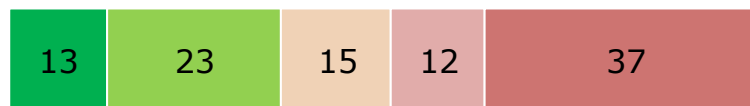
# Lidé spíše nesouhlasí se zavedením poplatků pro tyto aktivity. Relativně nejméně odpůrců má zpoplatnění pohybu v chráněných lokalitách.

**V některých evropských zemích se za využívání lesů platí určité, obvykle ne velké poplatky. Považoval(a) byste za správné, aby bylo zpoplatněno...**

■ Určitě ano    ■ Spíše ano    ■ Tak napůl    ■ Spíše ne    ■ Určitě ne



Vstup do vymezených chráněných lokalit



Sběr jmelí, dekorativních bylin a samorostů



Vstup a pohyb v lese mimo turistické a značené cesty



Sběr lesních plodů (maliny, borůvky, brusinky apod.)



Sběr léčivých a zdraví prospěšných bylin

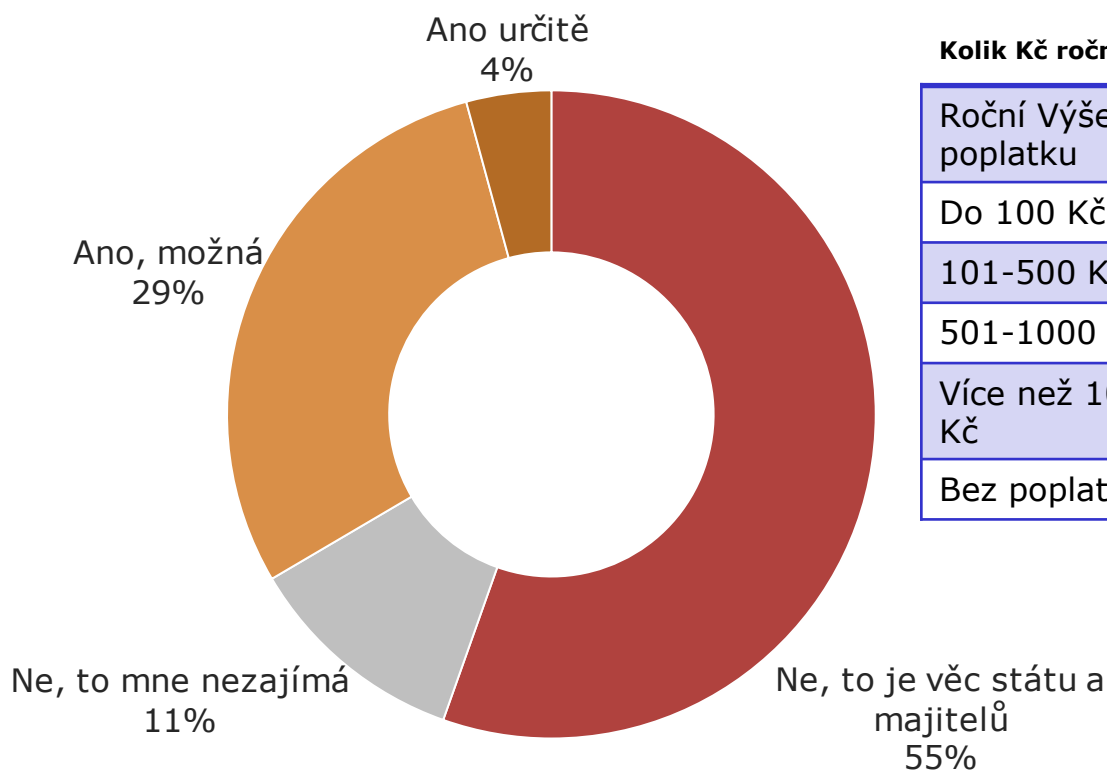


Sběr hub



# Třetina lidí by s příspěvkem souhlasila, mohl by se pohybovat kolem 500 Kč za rok.

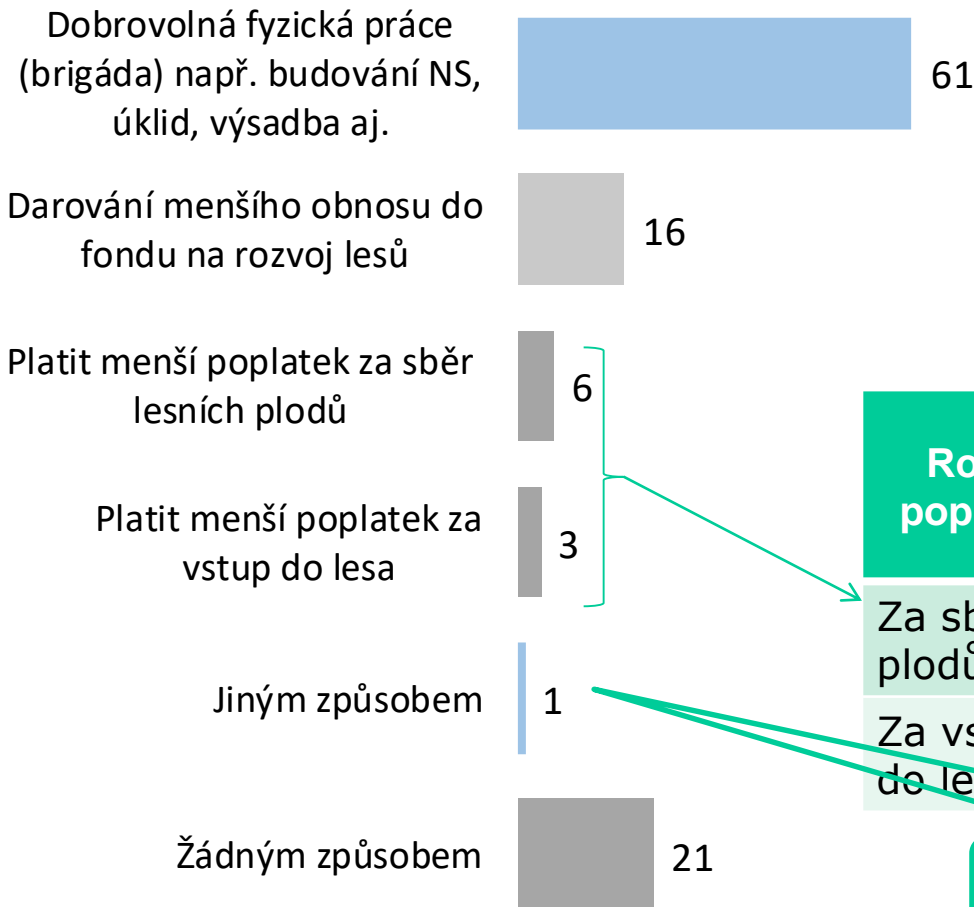
Byl(a) byste ochoten(na) přispívat do celorepublikového fondu na rozvoj a ochranu lesů, budování stezek, značení apod., podobně jako se platí na rozvoj dálniční sítě?



## Kolik Kč ročně?

Roční Výše poplatku	Podíl osob	Popisné statistiky	
Do 100 Kč	7 %	Průměr	758 Kč
101-500 Kč	15 %	Medián	500 Kč
501-1000 Kč	8 %	Modus	1.000 Kč
Více než 1000 Kč	3 %	Minimum	1 Kč
Bez poplatku	67 %	Maximum	20.000 Kč

# Osobní zapojení: fyzická práce, ev. poplatek, pětina nijak



☐ lidé by si radši než placení poplatků případně vybrali dobrovolnickou práci – častěji ženy a lidé do 59 let

Roční poplatek	Počet osob (N)	Průměr (Kč)	Medián (Kč)	Modus (Kč)
Za sběr plodů	54	513	200	300
Za vstup do lesa	35	344	200	100

Např.: nedělat nepořádek, propagace ochrany lesa

**Otázka: Pokud se týká Vás osobně, byl(a) byste ochoten(na) nějakou formou podporovat aktivity související s rozvojem, péčí a zvyšování kvality našich lesů? [údaje v %]**



# Pomoc vlastníkům lesa při snížení příjmů? : stát má pomáhat

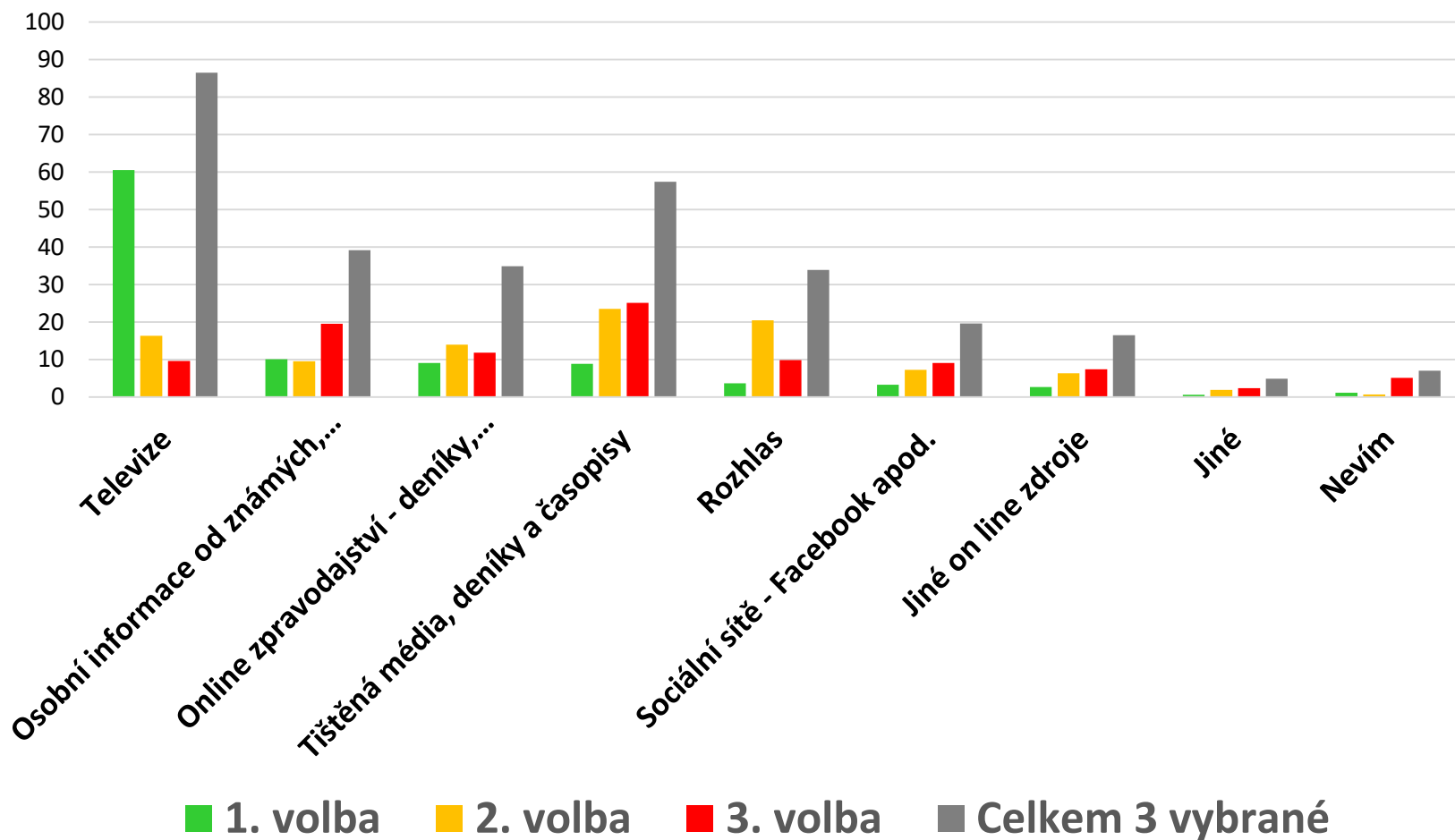


Všichni respondenti, n=1008 [údaje v %]

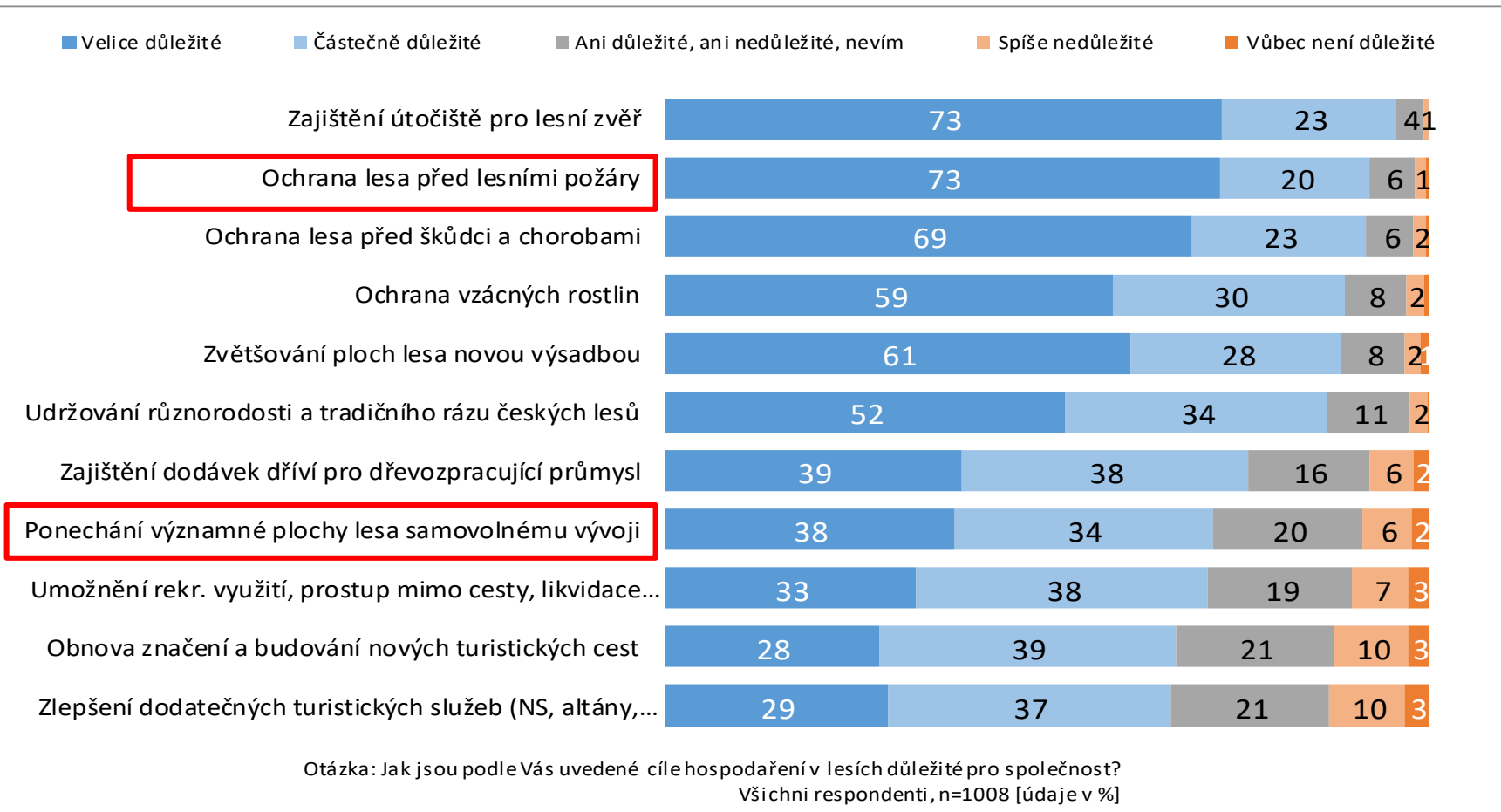
- ❑ lidé by nejvíc preferovali pomoc státu ve formě daňových úlev a krytí rizik, ale stát by mohl pomoci i regulací výkupních cen dřeva a zajištěním některých služeb místo majitele lesa
- ❑ ochota platit za sběr v lese je poměrně malá

**Otázka: Jak byste řešil(a) problémy vlastníků lesa vzniklé snížením příjmů z lesa v důsledku omezení těžby dřeva či výrazným poklesem ceny dřeva?**

# Zdroje informací o lesích a lesním hospodářství



# Význam lesního hospodářství: většina cílů je důležitá



- Mezi skupinami se názory významně neliší
- o rekreaci v lese, značení a dodatečné služby mají zájem hlavně lidé nad 30 let

# Analytická část

- Pravidla týkajících se sběru lesních plodů
  - Rakousko
  - Německo
  - Polsko
  - Slovensko
  - Itálie
  - Skandinávie
  - Velká Británie
- Příklady úspěšného marketingu
  - Rakousko
  - Německo
  - Srbsko
  - Itálie
  - Kastilie
  - Skotsko
  - Wales

# Hlavní zjištění

- ❑ Lesní hospodářství zajišťuje společensky důležité cíle, zejména cíle spojené s chovem lesní zvěře, ochranou před požáry, škůdci a nemocemi, ochranou vzácných rostlin, novou výsadbou a zachováním rázu našich lesů.
- ❑ Pokles příjmů vlastníků lesa by měl **kompenzovat stát**, ať už daňovým zvýhodněním, regulací výkupních cen nebo zajištěním některých služeb namísto vlastníka lesa. Možnost vybírat poplatky od návštěvníků lesa schvaluje jen nepatrná část lidí.
- ❑ Lidé by případně **pomohli na bázi dobrovolné fyzické práce**. Finančně se podílet na rozvoji lesů je ochotna jen čtvrtina lidí - přitom platit za sběr plodů nebo vstup do lesa je ochotno jen malé procento osob (medián ročního poplatku dosahuje 200 Kč).
- ❑ Z novinek zaujaly **naučné stezky**, informace v lese a turistické stezky. Naopak se zpoplatněním vstupu do lesa souhlasí jen nepatrný počet lidí.
- ❑ Zdrojem informací je hlavně **TV** (87 % lidí) a tisk (57 %).
- ❑ Les je vnímán jako důležitý z většiny sledovaných hledisek, ať už jde o ekologické, ekonomické, estetické či společenské aspekty.

# Závěr

- Analýzy potvrdily, že s rostoucí úrovní produktu roste jeho exkludity a rivality (Mantau). Tedy potenciální produkt se může stát předmětem trhu, i když na úrovni očekávaného tomu tak nebylo.
- Nejdůležitějším marketingovým nástrojem úspěšné komercializace je zejména teritoriální marketing (italská údolí, Skotsko, Srbsko, Kastilie) a komplexnost produktu spojená s řadou dalších služeb (Wales, Kastilie).
- Z legislativy a disciplinovanosti návštěvníků vychází příklady úspěšné komercializace z Německa a Rakouska

# Pro srovnání

Název zakázky

**Komunikační kampaň na podporu  
Vína z Moravy, vína z Čech pro  
období 2019 - 2021**

Popis

Předmětem Veřejné zakázky je poskytování služeb vybraných účastníků na základě rámcových dohod, uzavřených v celkem dvou částech Veřejné zakázky, v oblasti strategického a kreativního vývoje, mediálního plánování a nákupu mediálního prostoru včetně detailních analýz efektivity. Jedná se o služby v oblasti marketingové komunikace s vysokým potenciálem integrovat všechny off-line a on-line aktivity Vinařského fondu v rámci marketingové komunikace zaměřené **na rozvoj a budování značky Vína z Moravy vína z Čech.**

Předpokládaná hodnota  
v Kč bez DPH

**102 066 116,00 Kč**