



OBCHODNÁ STRATÉGIA

štátneho podniku LESY Slovenskej republiky

Obchod je základným pilierom rastu a kľúčovou prioritou podniku. Nová obchodná stratégia má zabezpečiť dlhodobý rast a zamestnanosť nielen pre podnik samotný, ale aj pre celú spoločnosť s prioritou zameranou na pridanú hodnotu výrobkov z dreva a zmysluplné využívanie ekosystémových služieb lesov, ktoré prispievajú k rozvoju regiónov Slovenska.

Január 2023



OBCHODNÁ STRATÉGIA

štátneho podniku LESY Slovenskej republiky

Voľný a spravodlivý obchod prispieva k zvyšovaniu hodnoty a dobrého mena podniku. Zabezpečuje dlhodobý rast a zamestnanosť nielen pre podnik samotný, ale aj pre celú spoločnosť s prioritou zameranou na pridanú hodnotu výrobkov z dreva a zmysluplné využívanie ekosystémových služieb lesov, ktoré prispievajú k rozvoju regiónov Slovenska. Nová obchodná stratégia zohľadňuje možnosti podniku, rešpektuje trvalú udržateľnosť, tradície lesníctva, princípy ochrany životného prostredia s cieľom zabezpečiť dlhodobú prosperitu pre celú spoločnosť.

Obchodná politika je výhradnou právomocou podniku. Sprewádza ju vysoká úroveň transparentnosti a efektívna komunikácia s obchodnými partnermi. Obchodná činnosť je základným pilierom rastu a kľúčovou prioritou podniku. Štátny podnik prichádza s novým multikriteriálnym obchodným systémom, ktorý je založený na jasne definovaných pravidlách pre odberateľov drevnej hmoty. Multikriteriálny obchodný systém - RATING - transparentne hodnotí odberateľa – stanovuje mu rating na základe nasledovných kritérií:

- Zhodnotenie a stupeň opracovania drevnej hmoty
- Tvorba a hodnotenie zamestnanosti v regiónoch
- História spolupráce
- Investície a modernizácia prevádzok odberateľov
- Trvalá udržateľnosť, ekológia a certifikačné procesy

Zámerom štátneho podniku je primerané využívanie ekonomických, ekologických a sociálnych funkcií lesov v prospech spoločnosti, so zameraním na biologickú diverzitu a zdravotný stav lesov, na zlepšovanie kvality života, zvyšovanie zamestnanosti a príjmov občanov vidieka.



CIELE OBCHODNEJ STRATÉGIE

OBCHOD S DREVNOU HMOTOU

Základným cieľom je nastavenie rámca transparentného systému obchodovania s drevnou hmotou v časovom horizonte 10 rokov v súlade so schváleným dlhodobým plánom a spôsobom ťažby dreva, t. j. v súlade s deklarovanou štátnou lesníckou politikou postupného zavedenia prírode blízkeho hospodárenia v lese v optimálnom ekonomickom rozsahu:

- Udržanie a rozvoj reprodukčnej, environmentálnej a spoločenskej funkcie diverzifikovaného lesa (primeraný objem ťažby dreva) s dôrazom na prírode blízke hospodárenie v lese (PBHL)
- Zvýšenie efektívnosti predaja cez ekonomickú výťažnosť jednotlivých sortimentov (kvalitné plánovanie ťažby, kvalitná manipulácia, presná sortimentácia)
- Udržanie a rozvoj výroby drevospracujúceho priemyslu s čo najvyššou pridanou hodnotou
- Udržanie a rozvoj regionálnej a celkovej zamestnanosti modernej bioekonomiky Slovenska
- Zabezpečenie pokrytia nákladov súvisiacich s plnením výrobných a verejnoprospešných úloh štátneho podniku.

OBCHOD – OSTATNÉ ČINNOSTI

Cieľom stratégie štátneho podniku v oblasti poľovníctva a turizmu (chaty a účelové zariadenia) je:

- Obhospodarovanie poľovných revírov s cieľom dosahovania ich rentability
- Produkcia kvalitných trofejí pre poplatkový lov a produkcia zveriny
- Zvyšovanie objemu realizovaných obchodných činností v oblasti poskytovaných služieb ubytovania a turizmu
- Rozšírenie poskytovaných služieb turizmu o služby v oblasti prírodného turizmu a aktivít pre verejnosť s využívaním rekreačnej funkcie lesov.



FORMY PREDAJA DREVNEJ HMOTY

Efektívne a transparentné zhodnotenie vyťaženej drevnej hmoty bude fungovať na základných pilieroch:

1. Priamy zmluvný vzťah v rozsahu 70-90 % ročných zdrojov
2. Elektronické aukcie dreva v rozsahu 10-30 % ročných zdrojov
3. Verejné dražby dreva – predaj najkvalitnejších sortimentov max. do 2 % ročných zdrojov
4. Iné formy predaja - predaj dreva na pni, drobný predaj - max. do 3 % ročných zdrojov

LESY Slovenskej republiky š.p. bude zverejňovať podiel jednotlivých plánovaných foriem predaja drevnej hmoty pre nasledujúci rok v novembri bežného roka.

1. Priamy zmluvný vzťah

Základný nástroj podpory spracovateľov drevnej hmoty. Tento spôsob predaja drevnej hmoty bude uplatňovaný prioritne pre spracovateľov drevnej hmoty v súlade s aktuálnou cenovou situáciou na trhu.

Zabezpečenie časti implementácie obchodnej stratégie (Udržanie a rozvoj výroby drevospracujúceho priemyslu s čo najvyššou pridanou hodnotou) bude realizované prostredníctvom Ratingu so stanovením:

- kľúčových faktorov pre posúdenie kupujúcich
- spôsobu pridelovania objemov požadovanej drevnej hmoty z celkovej ročnej plánovanej ťažby

Základné rozdelenie zákazníkov pre priamy predaj cez kúpne zmluvy (KZ) podľa objemu kapacity, dopytu, s ohľadom na regionálnosť a nosný sortiment, z celkových alokovaných ročných zdrojov pre predaj cez KZ

Ihličnaté piliarske výrezy (IPV):

Strategický zákazník - so spracovateľskými kapacitami nad 100 000 m³

- cca 35 % alokovaných ročných zdrojov

Významný zákazník - so spracovateľskými kapacitami od 10 000 do 100 000 m³

- s odberom z viacerých OZ
- cca 40 % ročných zdrojov

Regionálny zákazník - so spracovateľskými kapacitami do 10 000 m³

- s odberom len z jedného OZ
- cca 25 % ročných zdrojov



Listnaté piliarske výrezy (LPV): drevena BUK

Strategický zákazník - so spracovateľskými kapacitami nad 40 000 m³

- cca 20 % ročných zdrojov

Významný zákazník - so spracovateľskými kapacitami od 5 000 do 40 000 m³

- s odberom z viacerých OZ
- cca 50 % ročných zdrojov

Regionálny zákazník - so spracovateľskými kapacitami do 5 000 m³

- s odberom len z jedného OZ
- cca 30 % ročných zdrojov

Listnaté piliarske výrezy (LPV): drevena DUB

Významný zákazník - so spracovateľskými kapacitami nad 2 000 m³

- s odberom z viacerých OZ
- cca 50 % ročných zdrojov

Regionálny zákazník - so spracovateľskými kapacitami do 2 000 m³

- s odberom len z jedného OZ
- cca 50 % ročných zdrojov

Listnaté piliarske výrezy (LPV): ostatné dreveniny

Významný zákazník - so spracovateľskými kapacitami nad 3 000 m³

- s odberom z viacerých OZ
- cca 70 % ročných zdrojov

Regionálny zákazník - so spracovateľskými kapacitami do 3 000 m³

- s odberom len z jedného OZ
- cca 30 % ročných zdrojov

Listnaté vlákňinové výrezy V. triedy akosti

Strategický zákazník - so spracovateľskými kapacitami nad 25 000 m³

Regionálny zákazník - so spracovateľskými kapacitami do 25 000 m³
- s odberom len z jedného OZ

Energetické drevo

Významný zákazník - s kapacitou spracovania a odberu nad 5 000 m³

- s odberom z viacerých OZ
- cca 40 % ročných zdrojov

Regionálny zákazník - s kapacitou spracovania a odberu do 5 000 m³

- s odberom len z jedného OZ
- cca 60 % ročných zdrojov



Podmienky a kompetencie uzatvárania kúpnych zmlúv (KZ)

Podnik má záujem podporovať spracovateľov drevnej hmoty. Na úrovni GR budú mať zmluvný vzťah zástupcovia kategórií Strategickí a Významní. Regionálni zákazníci (spracovatelia) budú v kompetencii jednotlivých OZ.

Podmienky priamej zmluvnej spolupráce:

- Akceptovateľný zabezpečovací prostriedok (prioritne banková záruka, alebo trvalá finančná zábezpeka, resp. platba vopred)
- Zákazník môže mať priamy zmluvný vzťah na ten istý sortiment len z úrovne GR, alebo z úrovne OZ.

Druhy zmluvných vzťahov a ich platnosť:

- Kúpna zmluva GR (strategický, významný zákazník) s trvaním max. 24 mesiacov s výnimkou sortimentu Listnaté vlákňinové výrezy, kde môže byť uzatvorená kúpna zmluva aj na dlhšie obdobie
- Kúpna zmluva OZ (regionálny zákazník) s trvaním 12 mesiacov (na základe súhlasu GR)
- Kúpna zmluva OZ (regionálny zákazník) s trvaním 3 mesiacov

Cenotvorba

Cenník sortimentov surového dreva bude stanovený s platnosťou na najbližší štvrtrok. Informácia o zmene cenníkov bude zverejnená minimálne 5 pracovných dní pred začiatkom nasledujúceho štvrtroka.

2. Elektronické aukcie dreva (EAD)

Najtransparentnejšia forma predaja, prostredníctvom ktorej si budú môcť nakúpiť drevnú hmotu všetky skupiny zákazníkov v súlade s podmienkami EAD. Budú realizované v objeme 10 - 30% plánovaných disponibilných ročných zdrojov (s prihliadnutím na maximálnu ekonomickú výťažnosť jednotlivých sortimentov dreva) s pravidelnou periodicitou. Prostredníctvom tejto formy predaja bude umožnený aj predaj drevnej hmoty od iných subjektov ako LESY SR š.p. podľa vopred stanovených pravidiel.

3. Verejné dražby dreva (VDD)

Forma predaja najcennejších sortimentov surového dreva. Cieľom obchodnej stratégie a operatívneho riadenia je priblížiť sa k 2 % z celkového objemu ročného predaja drevnej hmoty.

4. Iné formy predaja

Drobný predaj - palivového dreva, resp. iných výrobkov z produkcie š.p. (žrde, čačina, vianočné stromčeky...) je určený najmä pre fyzické osoby nepodnikateľov, pri ktorých sa neuzatvárajú KZ, nie je potrebné vystavovať faktúry a predaj je možné realizovať cez registračné pokladnice.

Predaj dreva na pni je spôsob predaja drevnej hmoty zo stojacich stromov určených na ťažbu, alebo z objektívnych príčin spracovania následkov kalamít nevyhnutný pre š.p. a je realizovaný prostredníctvom obchodnej verejnej súťaže.



STRATÉGIA OBCHODU PRE OSTATNÉ ČINNOSTI

Obchod v činnostiach, ktoré priamo nesúvisia s predajom drevnej hmoty dlhodobo stagnuje na úrovni okolo 10 % všetkých výnosov Podniku.

Vzhľadom k tomu, že postupnou transformáciou na prírode blízke hospodárenie v lese, ale aj na základe iných zmien sa budú znižovať ťažbové možnosti štátneho podniku, je nevyhnutné zvýšiť obchodnú činnosť Podniku v nasledovných činnostiach:

- a) prírodný turizmus (účelové zariadenia a chaty)
- b) prenájom (príspevky od používateľov lesných ciest na ich udržiavanie, prenájom lesných pozemkov, zastavaných plôch a stavieb)
- c) poľovníctvo
- d) voľné poľovné revíry, zvernice a bažantnice
- e) rybárstvo, včelárstvo a vinárstvo

Stratégia rozvoja turizmu

Štátny podnik sa okrem správy lesného majetku vo vlastníctve štátu zaoberá aj správou ubytovacích zariadení, predovšetkým turistických a poľovníckych chát a účelových zariadení (Kaštieľ Palárikovo, Hotel Lesník, Poľovnícky zámok Topoľčianky, Antonstál).

Stratégia rozvoja turizmu je nastavená tak, aby bolo možné zabezpečiť optimalizáciu procesov a zlepšenie ekonomických ukazovateľov pomocou:

- Propagácie a marketingu - efektívny systém fungovania správy a manažmentu ubytovacích zariadení si vyžaduje kvalitnú marketingovú podporu založenú na medziodborovej spolupráci
- Webovej stránky – ubytovacieho portálu -nový pripravovaný interaktívny portál bude obsahovať informácie o ubytovacích zariadeniach, altánkoch, oddychových zónach, zabezpečených ohniskách, studničkách, ťažbe, spoločných poľovačkách a iných obmedzeniach (uzavreté cesty, rekonštrukcie, atď.)
- Cielených investícií na opravy, údržby a zlepšenie stavu ubytovacích zariadení
- Ratingu ubytovacích zariadení- vytvorením stáleho ratingu ubytovacích zariadení na základe dosahovaných ekonomických ukazovateľov, využiteľnosti objektov, ako aj lokalizácie zariadení
- Rozvoja prírodného turizmu - prostredníctvom odborných exkurzií, teambuildingových aktivít a animátorských programov - (spoplatnené programy).



Stratégia rozvoja poľovníctva, rybárstva a včelárstva

Užívaním poľovných revírov v správe štátneho podniku sa bude zabezpečovať rovnováha v kmeňových stavoch poľovnej zveri, zníži sa jej početnosť a tým pádom sa vytvárajú predpoklady na prevenciu proti škodám na lesných porastoch a poľnohospodárskych kultúrach spôsobovaných poľovnou zverou.

Stratégia užívania poľovných revírov a nakladanie s poľovnými pozemkami v správe štátneho podniku bude zabezpečená:

- užívaním poľovných revírov štátnym podnikom (režijné poľovné revíry)
- prenájmom poľovných pozemkov prostredníctvom ZVPP (zhromaždenia vlastníkov poľovných pozemkov)
- prenájmom poľovných pozemkov prostredníctvom VOS (obchodná verejná súťaž)
- minimalizáciou odpredaja odstreľu.

Rybárstvo a včelárstvo je ďalším rozvíjajúcim sa okruhom možností štátneho podniku, kde okrem získania finančných prostriedkov z predaja svojich produktov ide aj o zveľaďovanie prírodného prostredia a uspokojovanie požiadaviek širokej verejnosti.