

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: N 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Analýza exportu specifické komodity a predikce dalšího vývoje

Vedoucí diplomové práce:

Ing. Lucie Tichá, Ph.D.

Autor:

Lhotová Pavlína

2014

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Pavlína LHOTOVÁ**
Osobní číslo: **E110015**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Analýza exportu specifické komodity a predikce dalšího vývoje**
Zadávatel katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:

Zhodnotit současnou situaci postavení na trhu vybraného českého subjektu v daném odvětví a ve vybraných zemích. Na základě analýzy navrhnout vhodná opatření pro vybraný český subjekt.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek řešeného problému
2. Analýza sledovaného odvětví ve vybraných zemích a ČR
3. Analýza vybrané firmy
4. Návrhy a doporučení

Rámcová osnova:


1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury.

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 60 - 80 stran
Forma zpracování diplomové práce: tištěná
Seznam odborné literatury:


Drulák, P. *Teorie mezinárodních vztahů*. Praha: Portál, 2003.
Kalínská E., a kol. *Mezinárodní obchod v 21. století*. Praha: Grada Publishing, 2010.
Kubišta V., a kol. *Mezinárodní ekonomické vztahy*. Aleš Čeněk, 2009.
Machková H., Černošlávková E., Sato A. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2010.
Svatoš, M. a kol. *Zahraňní obchod - teorie a praxe*. Praha: Grada Publishing, 2009.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Lucie Tichá, Ph.D.
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: 15. února 2012
Termín odevzdání diplomové práce: 16. dubna 2013


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (20)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 6. listopadu 2012

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Analýza exportu specifické komodity a predikce dalšího vývoje“ vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a za použití materiálů a pramenů, které uvádím v seznamu citované literatury a informačních zdrojů.

Dále prohlašuji, že v souladu s § 47 b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění, souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě, elektronickou cestou na veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce.

Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne

Podpis studenta

Za odborné vedení a užitečné připomínky děkuji vedoucí práce Ing. Lucii Tiché, Ph.D.
Dále děkuji předsedovi představenstva společnosti FISH MARKET a. s. panu Ing.
Rudolfu Provázkovi za inspirativní připomínky a poskytnutí materiálů potřebných pro
zpracování diplomové práce.

Obsah

1 Úvod	3
2 Cíl a metodika práce.....	5
2.1 Cíl práce.....	5
2.2 Metodika práce	5
3 Teoretická část	7
3.1 Mezinárodní obchod	7
3.1.1 Mezinárodní podnikání, internacionalizace a globalizace.....	8
3.2 Export.....	11
3.2.1 Nepřímý export.....	12
3.2.2 Přímý export	12
3.3 Trh českého rybářství.....	13
3.3.1 Historický exkurz do rybářství v České republice.....	17
3.3.2 Současný stav rybářství na českém trhu	19
3.3.3 Produkce ryb v České republice	19
3.3.4 Spotřeba ryb	21
3.3.5 Zahraniční obchod s rybami	22
3.4 Rybolov a akvakultura na evropském trhu	24
4 Praktická část.....	28
4.1 Profil společnosti FISH MARKET a. s.	28
4.2 Analýza vybraných ekonomických ukazatelů společnosti FISH MARKET a. s.	30
4.2.1 Ukazatele rentability	30
4.2.2 Ukazatele likvidity	32
4.2.3 Ukazatele zadluženosti	33
4.2.4 Ukazatele aktivity	34
4.3 STEP analýza společnosti FISH MARKET a. s.	37

4.4 Porterův model pěti sil	40
4.5 BCG analýza FISH MARKET a. s.	45
4.6 SWOT analýza společnosti FISH MARKET a. s.	46
4.7 Analýza prodeje živých ryb ve společnosti	51
4.7.1 Prodej kapra	51
4.7.2 Prodej vedlejších druhů ryb	52
4.7.3 Export společnosti.....	53
4.8 SWOT analýza odvětví rybnářství České republiky.....	56
4.9 Analýza rybnářství ve vybraných zemích.....	59
4.9.1 Německé produkční rybnářství.....	60
4.9.2 Maďarské produkční rybnářství.....	61
4.9.3 Polské produkční rybnářství	62
4.9.4 Slovenské produkční rybnářství.....	63
4.9.5 Rakouské produkční rybnářství	64
4.9.6 Komparativní výhody a využitelné zkušenosti pro české rybnářství	65
4.10 Analýza budoucího vývoje českého rybnářství	66
4.10.1 Priority a specifické cíle českého rybnářství	67
4.10.2 Prognóza dalšího vývoje sektoru rybnářství v České republice	67
4.11 Návrhy a doporučení.....	68
5 Závěr	71
6 Summary.....	74
7 Seznam použité literatury	76
8 Seznam tabulek a grafů.....	79
9 Přílohy.....	82

1 Úvod

Mezinárodní obchod představuje velmi dynamickou oblast a především dvacáté první století přineslo velké změny v mezinárodním obchodu, tj. zrušení bariér zahraničního obchodu, vystupuje na trhu silná konkurence a neustále dochází ke zvyšování ceny přírodních zdrojů. Objem zahraničního obchodu i přes obtížné ekonomické podmínky neustále roste. Trh je typickým bojem o získání monopolního postavení v daném odvětví, co nejrozsáhlejšího spektra svých zákazníků a eliminaci konkurence.

Většina českých podniků si uvědomuje nutnost rozvoje mezinárodních aktivit a má zájem prodávat své výrobky a služby na zahraničních trzích. Zahraniční trhy nabízí spoustu možností pro růst firmy, avšak představují i různá rizika, která by se neměla podcenit. Jedná se o trh vysoce konkurenční a uspějí na něm pouze firmy, které mají promyšlenou dlouhodobou strategii a jsou schopné se přizpůsobit náročným podmínkám a moderním trendům. Podnik již působící na zahraničních trzích snižuje svou závislost na domácím trhu. Podnik může rozdělit svou činnost mezi různé trhy a to má příznivý vliv na stabilitu jeho podnikání.

Akciová společnost FISH MARKET a. s. působí v sektoru rybníkářství a podniká ve vyspělém tržním prostředí Evropské unie. Tato skutečnost vytváří silný a tvrdý konkurenční boj i na trhu rybníkářství. České rybníkářství má dlouholetou a bohatou tradici, která se nejvíce spojuje s historií zakládání a obhospodařování rybníků nacházející se po celém území České republiky. Profesní rybníkářství, jehož hlavním odvětvím je rybníkářství, mělo již v minulosti významně proexportní charakter. Objem vývozu ryb z českých zemí závisel nejen na úrovni produkce, ale také na přepravních podmínkách. Zatímco do 80. až 90. let 20. století se vyváželo necelých 5 000 tun ryb ročně převážně speciálními železničními vagóny, nastal hlavní zlom v 90. letech. Otevření evropského trhu znamenalo vzestup objemu exportu na dvojnásobek, významně se změnily přepravní podmínky díky aplikaci kyslíku (komprimovaného v kapalném stavu) na soupravách isothermických bazénů vezených kamiony. Současně s tím vzrostla motivace podnikatelů a rybářské podniky začaly cílevědomě koordinovat produkční možnosti s ohledem na požadavky jejich zákazníků. V současné době je odvětví českého produkčního rybníkářství ekonomicky stabilní a vykazuje jistou míru udržitelnosti, což je

velmi pozitivní fakt pro naši společnost, protože evropská sladkovodní akvakultura se nachází v recesi.

2 Cíl a metodika práce

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je analyzovat současné postavení firmy FISH MARKET a. s. v daném odvětví a ve vybraných zemích. Práce spočívá v provedení analýzy exportních aktivit této společnosti, která se zabývá prodejem živých ryb a výrobky z ryb. Společnost zajišťuje prodej výrobků z ryb na tuzemském trhu i v zahraničí. Práce poskytuje přehled o dosavadním vývoji rybářského odvětví v České republice a dále zohledňuje vývoj daného odvětví ve vybraných zemích. Rybářství je v České republice stabilizovaným a ekonomicky rentabilním odvětvím. Efekt rybářství je měřen prodejem ryb na trhu, schopností prosadit se v široké nabídce potravin, v oslovení domácího i zahraničního konzumenta.

Dílčí cíl práce se zabývá budoucím vývojem v odvětví. K dosažení tohoto dílčího cíle práce je použita analýza trhu s rybami v České republice. Další použité analýzy rybářství jsou zaměřené na vybrané země. V současné době se obchod s rybami včetně jejich exportu vyskytuje ve vysoce konkurenčních tržních podmínkách a náročném ekonomickém prostředí. Na základě provedených analýz je součástí dílčího cíle práce návrh vhodných opatření pro vybraný český subjekt.

V diplomové práci jsou stanoveny následující hypotézy:

Pro export společnosti FISH MARKET a. s. je klíčový slovenský trh.

Hrozbou pro společnost FISH MARKET a. s. je vstup nového konkurenta na trh českého rybářství.

2.2 Metodika práce

Při vypracování diplomové práce budou použity následující metody postupu. Studium teoretických východisek, které budou získány z dostupné odborné literatury a dalších

dostupných zdrojů. Metoda bude sloužit k seznámení se sledovanou problematikou: proč se firmy rozhodnou vstoupit na zahraniční trh, mezinárodní podnikání a export. Následující kapitola bude zaměřena na odvětví rybářství, v kterém vybraná společnost působí. Touto analýzou bude podán celkový obraz o vývoji rybářství v České republice a ve vybraných zemích. Stav odvětví rybářství bude analyzován jak před vstupem, tak především po vstupu České republiky do EU, přičemž budou nastíněny jeho výhody, ale i jeho úskalí.

Následně bude blíže představena vybraná firma, která umožnila spolupráci v rámci diplomové práce a poskytla informace nezbytné pro její zpracování. Bude uveden její profil, historie a dále budou analyzovány oblasti zákazníci společnosti a konkurence společnosti. Dále bude provedena STEP analýza, která se zabývá makroprostředím firmy. Dalšími použitými analýzami budou Porterův model pěti sil, portfolio analýza a analýza vybraných ekonomických ukazatelů. Na základě získaných poznatků a dat bude sestavena SWOT analýza, která určí, jaké má podnik silné a slabé stránky, zároveň příležitosti a ohrožení. Další součástí bude provedení analýzy prodeje živých ryb ve vybrané společnosti, která poskytne informace, jaký mají dané výrobky podíl na trhu a tendence trhu rybářství. Tato část práce bude obsahovat komparativní analýzu vybraných zemí. V závěru práce budou shrnuty veškeré návrhy, opatření a doporučení dalšího vývoje firmy v odvětví rybářství.

3 Teoretická část

3.1 Mezinárodní obchod

Zahraniční obchodní politika je charakterizována jako souhrn aktivit státu, kterými cílevědomě působí na zahraniční obchod. Podle toho, jakou obchodní politiku stát preferuje (**liberalismus** – aktivní přístup státu, který vytváří prostor pro vývozce zejména odstraňováním obchodních bariér, nebo **protekcionismus** – přístup, který spočívá zejména ve snaze ochránit domácí trh před nepříznivými aspekty, které může otevření ekonomiky přinášet), ovlivňuje vývoj svého mezinárodního obchodu. Zahraniční obchod patří mezi nejstarší formy vnějších ekonomických vztahů. Vliv zahraničního obchodu na ekonomiku každé země je různý. Význam zahraničního obchodu také vyplývá ze skutečnosti, že čím je vzájemná hospodářská provázanost dvou nebo více zemí větší, tím jsou celkové vztahy těchto zemí stabilnější (Štrach, 2009).

Mezinárodní obchod se uskutečňuje prostřednictvím velkého množství jednotlivých obchodních operací. Motivace, které vedou podniky k obchodování s partnery na zahraničních trzích, mohou být velmi různorodé. Často se pro tento postup rozhodují v situacích, kdy nemohou zcela naplnit svoji podnikatelskou strategii na trhu domácím. Zaměření podniků na zahraniční trhy je podmínkou efektivního podnikání v řadě výrobních oborů i ve službách. Zahraniční obchod může poskytovat firmám širší prodejní a nákupní možnosti i nové podnikatelské příležitosti. Navíc angažovanost podniků ve vývozu i dovozu snižuje jejich závislost na domácím trhu a vede většinou k větší stabilitě firmy (Machková, 2010).

Jedním z projevů rostoucí internacionalizace a globalizace světové ekonomiky je enormní růst objemu světového obchodu zbožím a službami, kapitálových toků i migrace pracovní síly, zejména po druhé světové válce.

Lze očekávat, že na významu bude dál nabývat mezinárodní obchod se službami. Zde existuje velký prostor pro další liberalizaci. Vlády jsou zpravidla více nakloněny liberalizaci svého zahraničního obchodu v situaci, kdy se jejich ekonomikám daří.

Naopak v obdobích recese se spíše snaží domácí trh chránit, často i nad rámec dohodnutých pravidel (Cihelková, 2009).

Nezbytnost zapojení podniků do oblasti mezinárodní hospodářské spolupráce je předurčena jak charakterem české ekonomiky, zejména malým vnitřním trhem, nedostatečným vybavením přírodními zdroji, relativně vysokým stupněm specializace průmyslu a nedostatkem vlastních kapitálových zdrojů, tak dynamickým vývojem globalizace světové ekonomiky, který nutně ovlivňuje mezinárodní podnikatelské prostředí. Výrazným impulzem pro internacionalizaci českých podniků se stalo i členství České republiky v Evropské unii (Machková, 2009).

Účast podniku v mezinárodním obchodě do značné míry modifikuje rizikovost jeho aktivit, a to v pozitivním i negativním směru. Samotný fakt diverzifikace odbytových trhů při prodeji do zahraničí nebo nákup zboží na různých zahraničních trzích snižuje závislost podnikatelského subjektu na podmínkách jednotlivých trhů. Pokud je podnik zaměřen na vývoz, rozděluje podstupovaná rizika mezi různé trhy, které se mohou vyznačovat odlišným vývojem. Prodejní orientace na několik trhů v důsledku jejich diverzity přináší podniku možnost větší stability podnikatelských výsledků (Machková, 2002).

Obchod s rybami je nezbytné orientovat na více odběratelů a tím zajistit stabilizovanější odbyt a zhodnocení produktů (Hartman, 2012).

3.1.1 Mezinárodní podnikání, internacionalizace a globalizace

Současné pojetí mezinárodního podnikání, které je uplatňováno asi od poloviny devadesátých let, klade hlavní důraz na strategický přístup, který vychází z nutnosti poznání a respektování vnějšího prostředí (ekonomického, politického, právního, technologického i sociálně-kulturního) i specifík každé firmy a klade čím dál tím větší důraz na společenskou zodpovědnost firem. Od devadesátých let minulého století došlo ve světové ekonomice k celé řadě změn. Jednalo se zejména o otevření trhů střední a východní Evropy, snadnější přístup na trhy asijských a latinskoamerických zemí, rostoucí konkurenceschopnost řady rozvíjejících se ekonomik (např. Brazílie, Ruska, Číny), rozvoj moderních komunikačních technologií, nových přepravních a logistických

systemů atp. Problémem řady podniků se stal fakt, že byly vyčerpány možnosti úspor v oblasti snižování nákladů formou zefektivňování výroby a navíc došlo i ke změně chování zákazníků, kteří dnes mají velice dobrý přístup k informacím a mohou vyhledávat dodavatele na celosvětovém trhu. Zákazníci jsou si dobře vědomi převahy nabídky nad poptávkou a posílení svých vyjednávacích pozic (Machková, 2009).

Firmy se stávají mezinárodními z různých důvodů – defenzivních i ofenzivních. **Defenzivními důvody k mezinárodní expanzi** jsou nejčastěji hrozby konkurenčních tlaků, obchodní bariéry, regulace a restrikce, požadavky a poptávka zákazníků či sekundární investice. **Ofenzivní přístup k internacionalizaci** je vyvolán nejčastěji úsporami z rozsahu, snahou o získání přístupu na mezinárodní trhy, úsilím o prezentaci a kapitalizaci nehmotných aktiv (know-how), získáním přístupu k omezeným zdrojům, aktivním vyhledáváním nákladových úspor či vytěžováním investičních pobídek (Štrach, 2009).

Před vstupem do mezinárodního prostředí musí firmy provést řadu analýz, které budou základem pro rozhodování o strategii mezinárodního marketingu, a dále musí vyhodnotit rizika, která s mezinárodním podnikáním bezprostředně souvisejí (Machková, 2009).

Celosvětový proces internacionalizace a globalizace se stal významným faktorem rozvoje mezinárodního podnikání. **Internationalizace** se stala významným faktorem rozvoje mezinárodního podnikání, a tudíž i rozvoje mezinárodního marketingu. Vzhledem k poměrně snadnému přenosu výrobních aktivit do nákladově příznivých lokací i stále se zvyšující schopnosti podniků z méně vyspělých zemí vyrábět konkurenceschopné výrobky, rozhoduje často o úspěchu na mezinárodních trzích, kromě technologické vyspělosti a inovační schopnosti, vhodná marketingová strategie. Strategický přístup k mezinárodnímu marketingu zlepšuje ekonomické výsledky podniků a posiluje jejich mezinárodní konkurenceschopnost.

Globalizace dala mezinárodnímu podnikání nový rozměr. Odstranění většiny významných překážek pro mezinárodní podnikání poskytlo možnost oslovovat zákazníky na celém světě podnikům, které nově vstoupily na zahraniční trhy a vytvořily tak mezinárodní konkurenci.

Podnikání v mezinárodním prostředí umožňuje firmám znásobit konkurenční výhodu v mnoha směrech. Konkurenční výhoda může spočívat např. v nízkých nákladech, v odlišnosti od konkurence anebo v úzké specializaci firmy (Machková, 2002).

Ekonomická globalizace je proces, v němž se zvyšuje význam nadnárodních a mezinárodních společností v národních ekonomikách, což se promítá do změn legislativních, institucionálních, ekonomických a logicky i politických (Kučerová, 2011).

Globalizace je společenským procesem, ve kterém dochází k redukci geografických omezení ekonomických, sociálních, kulturních, společenských a politických systémů. Proces globalizace byl vyvolaný technologickými, společenskými a kulturními změnami, které zásadním způsobem zkrátily ekonomické vzdálenosti mezi jednotlivými zeměmi světa. Pro komplexnější chápání je vhodné se na globalizaci dívat jako na procesy globalizace:

- finančních toků (banky, kapitálové trhy)
- informačních toků (médiá, telekomunikace)
- obchodu (zboží, služby)
- trhu práce
- energetických zdrojů (elektrická energie, zemní plyn, ropa).

Vývojovou fází internacionalizace je globalizace, která ve světové ekonomice nastupuje po roce 1980. Globalizace pozvedává konkurenceschopnost a soutěživost na světovou úroveň. Proces globalizace má přirozeně své podporovatele i odpůrce. Globalizace je na jedné straně generátorem hospodářského růstu, rozvoje nových technologií, růstu životní úrovně, ale na druhé straně procesem, který má negativní vliv na národní suverenitu, snižuje autonomii národních států, ohrožuje národní tradice a kulturu, vytváří předpoklady pro hospodářskou a sociální nestabilitu. V jednom bodě panuje shoda, a to, že globalizace je především ekonomický jev (Dvořáček, 2012).

Souhrnným efektem globalizace je propojování světové ekonomiky do jednotnějšího celku, v němž jsou podmínky pro ekonomickou aktivitu formovány složitou interakcí jednotlivých národních ekonomik. Ekonomické subjekty jsou vlivem globalizace vystaveny stále ostřejší globální konkurenci, která vede zejména k tlaku na zvyšování flexibility všech aktérů světové ekonomiky, včetně národních států. Důsledkem

globalizace a globální konkurence je snižování vlivu vlád na ekonomické prostředí (Cihelková, 2009).

Další významnou skupinou podmínek, které zapříčinily nebyvalý rozmach mezinárodního podnikání a mezinárodního obchodu, tvoří společenské předpoklady, k nimž lze přiřadit:

- ustálení relativně stabilního ekonomicko-politického rámce
- vznik regionálních obchodních organizací a společenství, které snížily obchodní bariéry a vytvořily prostor pro volnější pohyb osob, zboží a kapitálu
- privatizace, která neproběhla pouze ve východním bloku, ale i v zemích vyspělého světa
- znalost a pokrok vědy a techniky
- podstatné snížení nákladů na jednotku produkce spojených s proniknutím na mezinárodní trhy, tj. větší přístupnost mezinárodního obchodu pro malé a střední firmy (Štrach, 2009).

3.2 Export

Export je dodání zboží nebo poskytnutí služeb dovozci podle smlouvy o vývozu za účelem užití mimo území České republiky. (Zákon č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou, ve znění pozdějších předpisů, § 2).

Expanze na zahraniční trhy je cestou k rozvoji firmy. Exportem vzniká pro firmu možnost zvýšení tržeb, nalezení nových odbytišť pro svou produkci. Mnohé specializované produkty mohou mít větší potenciál růstu v zahraničí než na domácím trhu. Zapojení podniku do mezinárodního obchodu umožňuje lépe držet krok s konkurencí [www.czechtrade.cz, cit. 20. 1. 2013].

Vývoz a dovoz zboží a služeb jednotlivých zemí se skládá z celé řady obchodních případů realizovaných jednotlivými firmami. Ty vyváží své výrobky z různých důvodů. Firmy vyváží proto, aby zvětšily své trhy a diversifikovaly odbytiště pro svoje výrobky a tím snížily rizika plynoucí z možných výkyvů konjunktury v jednotlivých zemích

nebo regionech. Dále se jim nabízí možnost snížení výrobních nákladů rozpuštěním fixních nákladů do většího počtu výrobků, zvýšení zisku. Dalším důvodem je prodloužení tržní životnosti svého výrobku a tím zlevnění vývoje svých výrobků a nových technologických postupů [www.businessinfo.cz, cit. 20. 1. 2013].

Export je nejjednodušší formou vstupu na zahraniční trhy. Vývoz může být nepřímý, prostřednictvím domácích prostředníků, anebo přímý k zahraničnímu zákazníkovi.

3.2.1 Nepřímý export

Nepřímý export představuje situaci, kdy se organizace zapojuje do mezinárodního podnikání prostřednictvím jiných nezávislých obchodních firem v tuzemsku, které přebírají funkci prostředníka mezi ní a zahraničním zákazníkem. Organizace přichází do styku se zahraničním trhem pouze nepřímo a sama žádné zahraničněobchodní operace neuskutečňuje. Prostředníky jsou specializovaní exportéři, exportní makléři atp. Mezi **výhody** exportu se řadí například jednoduchý vstup na zahraniční trh, nevyžaduje se velký kapitál, specializovaní pracovníci, je zde nízké riziko investice, zodpovědnost za prodej výrobků je přenesena na prostředníky. Mezi **nevýhody** se řadí absence kontaktu se zákazníkem a tím způsobená nedostatečná informovanost o situaci v zahraničí, anonymita výrobce či nízká kontrola nad prodejem výrobků (Štrach, 2009).

Hlavními výhodami použití nepřímého exportu jsou nižší náklady oběhu a eliminace rizik vyplývajících z mezinárodního obchodu (rizik politických, kurzových apod.) a možnost vývozu na trhy, které by bylo příliš nákladné zpracovávat přímo. Nevýhodou jsou zejména ztráta bezprostředního kontaktu se zákazníkem, ztráta kontroly nad další distribucí i nad cenami, za které jsou výrobky prodávány na zahraničních trzích (Machková, 2010).

3.2.2 Přímý export

Při přímém exportu organizace vytváří přímý kontakt se zemí vývozu, a tím je vyřazen domácí zprostředkovatel. Organizace využívá distribuční kanály, jako je například

domácí exportní oddělení, zahraniční pobočka, zahraniční zastoupení, zahraniční distributor anebo obchodní zástupce cestující přímo po zahraničních trzích. Mezi **výhody** přímého exportu patří např. větší potenciál návratnosti investice, přímý kontakt se zahraničním trhem, lepší kontrola nad výrobky, distribucí, cenami, možnost realizace vlastní marketingové strategie. Za **nevýhodu** lze označit větší riziko a výši investice než při nepřímém exportu, potřebu specializovaných pracovníků, potřebu znalosti místních podmínek, jazykové bariéry, časové rozdíly, celní a daňová opatření a možné distribuční potíže (Štrach, 2009).

Při vývozu živých ryb by měl být preferován přímý export pro jeho významnou flexibilitu a také pro výhodu úspory nákladů na zprostředkovatele (Hartman, 2012).

Čisté přímé exporty se obvykle používají při vývozu průmyslových výrobků, výrobních zařízení a investičních celků. Dodávky těchto výrobků jsou velmi komplikované a je s nimi spojena nutnost poskytovat celou řadu odborných služeb, u kterých je bezprostřední přítomnost výrobce na zahraničním trhu nutná. Použití přímého vývozu vyžaduje dokonalou znalost technické i obchodní problematiky. Přímé vývozy jsou realizovány na základě kupních smluv (Machková, 2010).

3.3 Trh českého rybářství

„Rybářství je v České republice součástí zemědělství. Rybářská činnost je podle zákona č. 99/2004 Sb., o rybníkářství, výkonu rybářského práva, rybářské strážní, ochraně mořských rybolovných zdrojů a o změně některých zákonů (zákon o rybářství) rozdělena do dvou činností. Jedná se o oblast rybníkářství (tzv. produkčního rybářství) a oblast hospodaření v rybářských revírech. Zákon o rybářství a další národní legislativa spojená s produkcí ryb je plně kompatibilní s předpisy EU. Rovněž ošetřuje ochranu mořských rybolovných zdrojů.“ [www.eagri.cz, cit. 30. 6. 2013].

Na území České republiky se nachází více než 24 000 rybníků, jejichž celková plocha představuje 52 000 ha. Avšak z toho k produkci ryb je využito 42 000 ha rybníků. V oblasti jižních Čech se vyskytuje největší koncentrace rybníčních ploch, které jsou využívány k akvakultuře. Dalšími menšími lokalitami je např. jižní Morava a

Českomoravská vysočina. Uměle vytvořené vodní plochy, na kterých je vybudováno rybníkářství, jsou situovány hlavně do venkovských oblastí.

V České republice žádný rybářský podnik nepatří do kategorie velkých podniků (tj. více než 250 zaměstnanců, roční obrat vyšší než 50 mil. EUR) (Berka, 2006).

Rybářství v České republice je možné rozdělit:

- **produkční rybníkářství**

Nejvýznamnější oblastí rybníkářství je rybníkářství. Rybníkářství se zabývá chovem kaprovitých a dalších druhů ryb v chovných rybnících. Hospodaření na rybnících je specifickou formou akvakultury a základem produkčního rybníkářství. Rybníkářství plní produkční funkci, a nezastupitelná je i jeho celospolečenská funkce, tj. vodohospodářská, ochranná – retenční, a krajinnotvorná funkce. Produkční rybníkářství je funkční i z hlediska tržních mechanismů. Celkovou vyváženost produkce ryb lze považovat za optimální proces v rámci udržitelného vývoje oboru [www.eagri.cz, cit. 30. 6. 2013].

- **hospodaření v rybářských revírech**

Hospodaření v rybářských revírech spočívá v obhospodařování říčních systémů a udržování rybích společenstev ve vodních plochách, kde je rekreační rybolov prováděn především lovem na udici. Počet rybářských revírů na území České republiky přesahuje 2000. Rekreačním rybníkářstvím se zabývá 350 tis. Registrovaných členů všech rybářských svazů [www.eagri.cz, cit. 30. 6. 2013].

Produkční rybníkářství patří mezi stabilní oblasti. Produkce tržních ryb v České republice se pohybuje kolem 20 tisíc tun ročně, a podíl kapra tvoří 87 % tohoto objemu. Tento objem je nastaven na požadavek domácího i exportního trhu.

Tabulka 1: Vývoj produkce ryb v období 2000 až 2012 na území České republiky (v 1000 tunách).

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
19,5	20,1	19,2	19,7	19,4	20,4	20,4	20,4	20,4	20,1	20,4	21,0	20,7

Zdroj: Kniha Naše rybníkářství, červen 2013.

Z tabulky lze vyčíst, že historicky rekordním rokem v produkci ryb byl rok 2011 a ve srovnání s rokem 2012, kdy produkce ryb činila 20 763 tun, došlo k poklesu o 1,2 %.

V České republice vedle rybníkářství existují rybí farmy s chovem lososovitých ryb. Pro jejich rozšíření chybí vhodné zdroje vody a investiční kapitál.

Výzkum a školství jsou součástí celého odvětví. Odborné školství má dlouholetou mezinárodně uznávanou tradici. Vzdělání na středoškolské úrovni zajišťuje Střední rybářská škola a Vyšší odborná škola vodního hospodářství a ekologie ve Vodňanech, a Střední rybářská a vodohospodářská škola Jakuba Krčína v Třeboni. Vysokoškolsky vzdělané pracovníky připravuje např. Fakulta rybářství a ochrany vod Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, a obory na České zemědělské univerzitě v Praze.

Vývoj zaměstnanosti v tomto odvětví zaznamenával mírný sestup do roku 2007. Až v letech 2008 – 2010 došlo k nárůstu počtu zaměstnanců v sektoru produkčního rybářství. Pokles zaměstnanosti souvisí např. s vysokým podílem fyzické práce v obtížných přírodních podmínkách. Pro ženy je vhodné uplatnění např. v administrativě. Velkým problémem je odchod absolventů do jiných oborů z důvodu vyššího finančního ohodnocení. Produktivita práce se zvyšuje, ale i na rybářské hospodářství negativně dopadají např. zvyšování cen energií a dalších vstupů (Mze, 2011).

Ve vodách České republiky žije více než 60 druhů ryb, ale hospodářsky významnou úlohu má z celkového spektra ryb přibližně pětina vyskytujících se druhů.

Graf 1: Druhovú struktura prodeje ryb v České republice v %.



Zdroj: Rybářské sdružení České republiky, srpen 2013.

Dominantní postavení v druhové struktuře zaujímá kapr s 87 % z celkové produkce. Kapr je ryba poměrně rychle rostoucí, vysoce plodná, odolná k menším negativním změnám životního prostředí, schopná přežít i kruté zimy. A přitom je rybou chutnou a na území střední Evropy obecně akceptovanou. Trh s živým kaprem je nejvíce spojován s vánočními svátky. Za ním se nachází býložravé ryby s cca 5 %, kde hraje ekonomicky významnou úlohu amur. Lososovité ryby se 4 % jsou zastoupeny pstruhem, který „*je vlajkovou lodí sladkovodního chovu ryb ve většině evropských a mnoha mimoevropských zemí*“, napsal Rudolf Berka. Z hlediska spotřeby je druhým nejvýznamnějším produktem, ale domácí produkce se dostává do silného konkurenčního tlaku způsobeného dovozem pstruha ze třetích zemí (např. Turecko, Čína). Tradiční exportní lín s necelými 2 % má statisticky zanedbatelný objem prodeje. Vysoce ceněné dravé ryby (např. štika obecná, candát obecný, atd.) mají prostředím limitované produkční podmínky, které jsou způsobeny upřednostněným chovem kapra [www.rybsdr.fishnet.cz, cit. 25. 8. 2013].

Důležitým ekonomickým prvkem českého produkčního rybářství je export ryb. Ročně představuje 43 – 46 % živých ryb z celkového prodeje tržních ryb. V exportu i na domácím trhu stále vyčnívají živé ryby, za čímž stojí tradice a nižší cena ve srovnání s rybami zpracovanými. V zahraničí i na domácím trhu je požadován hlavně živý kapr. Exportní oblasti jsou především Německo, Slovensko a Rakousko (Mze, 2013).

Podle údajů Českého statistického úřadu dosahovala hrubá produkce rybářství hodnoty 1,15 mld. Kč v roce 2006. Podíl odvětví rybářství na tvorbě hrubého domácího produktu České republiky představuje 0,036 % HDP.

Za zvláštní oblast trhu jsou považovány násadové ryby, které se používají k produkci tržní ryby v rybníkářství a k vysazování do rybářských revírů. Tato produkce je důležitá pro udržení druhového spektra rybích společenstev. Ve velmi omezené míře se subjekty produkčního rybářství zabývají specifickým trhem s okrasnými sladkovodními rybami (Berka, 2006).

3.3.1 Historický exkurz do rybářství v České republice

Rybníkářství prošlo kolísavým procesem svého vývoje, od zlatého věku až po období útlumu. Jedinečnost tohoto vývoje však spočívá v tom, že se mu v dobách vnějších tlaků podařilo vždy mobilizovat síly, uplatnit odborné znalosti a dostat se zase minimálně na předchozí posty (Vácha, 2005).

Zlatý věk českého rybníkářství se datuje od druhé poloviny 15. století do konce první poloviny 17. století. Hlavní chovanou rybou byl kapr. Kapr byl poměrně drahou záležitostí a rozhodně nebyl finančně dostupný sociálně nižším vrstvám obyvatelstva. Na domácím trhu byl mimo šlechtu určen jen bohatším měšťanům. Vývoz českého kapra za hranice se týkal sociálně vyšší kategorie, která si tuto rybu mohla dovolit. Rybníkářství po svém zlatém věku vstoupilo do období útlumu, v jehož pozadí stála primárně třicetiletá válka (1618 – 1648). Koncem 19. století pomalu dochází k obnově chovu ryb v rybnících. Začátky jsou obtížné, protože chybí veškerá pracovní síla, ale především odborníci postupů v chovu ryb. Do začátku 20. století vstupuje české rybníkářství již jako hospodářsky konsolidované odvětví, produkující ročně v průměru kolem 2 500 tun tržních ryb s průměrnou hektarovou produkcí převážně kolem 70 kg. Z celkového výlovu byly téměř dvě třetiny prodávány do zahraničí, především do Rakouska a Německa. Před první světovou válkou české rybníkářství ovládalo trh s kaprem a prakticky i jeho ceny. První světová válka způsobila přerušování vybudovaných obchodních kontaktů, následně došlo k úplnému zákazu vývozu ryb, který byl zrušen až v roce 1927. V tomto období největším konkurentem pro český trh s rybami bylo Maďarsko. Koncem 20. a začátkem 30. let činil podíl vývozu českého kapra přibližně 20 % z celkové domácí produkce (před první světovou válkou to bylo kolem 60 %). Export mířil především do Německa, kde se kapr prosazoval vysokou kvalitou. V roce 1968 se podařilo dosáhnout soběstačnosti v tržní produkci ryb a dovoz kapra byl definitivně zastaven. Začátkem 90. let došlo uvnitř rybářského sektoru k transformačním přesunům majetku, restitucím a k vytváření nově formovaných rybářských společností. Volný trh na jedné straně umožnil jednotlivým rybářským subjektům se na něm prosadit, na druhé straně však přinesl i tvrdou konkurenci dovozem ryb z celého světa (Andreska, 1987).

Produkční vývoj nepřímo odvisel od rybářsky obhospodařované výměry rybníků. Kolem roku 1380, kdy začínal zlatý věk českého rybníkářství, bylo na území českých zemí k dispozici kolem 75 tisíc hektarů rybníků. Tato rozloha pak do začátku 16. Století vzrostla na 100 tisíc hektarů a roku 1585, kdy zlatý věk vrcholil, bylo v našich zemích kolem 180 tisíc hektarů rybníků. Vypuknutím třicetileté války a s ní souvisejícími následnými sociálními a ekonomickými změnami se plocha rybníků začala snižovat. Kolem roku 1840 se propadla dokonce na 35 tisíc hektarů, avšak poté došlo k mírnému vzestupu a především plošné stabilizaci na úroveň pohybující se kolem 44 tisíc hektarů rybníků. Tato rozloha v podstatě odpovídá i současným poměrům (dnes je obhospodařováno kolem 42 tisíc hektarů) (Šilhavý, 2012).

Vývoj produkce ryb v českých zemích ve druhé polovině 16. století se pohyboval kolem 4 až 6 tisíc tun. V období násilného útlumu rybníkářství klesl tento objem na ročních 1 až 1,2 tisíc tun ryb. Doba zlatého věku chovu ryb se datuje do rozmezí šedesátých až osmdesátých let 20. století, kdy produkce stoupla meziročně až o desítku procent. Posledních dvacet let je produkční úroveň velmi vyrovnaná, pohybuje se v minimální rozmezí, tj. 17,2 tisíc tun (1998) až 20,8 tisíc tun (1992) tržních ryb (Šilhavý, 2012).

Tabulka 2: Zhodnocení tržních ryb v České republice v letech 1996 – 2012 (v 1000 t).

Rok	Prodej živých ryb v tuzemsku	Zpracované ryby	Vývoz živých ryb
1996	8.5	1.9	8.2
1997	7.6	1.4	7
1998	7.5	1.6	8.8
1999	8.5	1.8	8
2000	8.5	2.1	9.2
2001	7.8	2.1	10
2002	7.6	1.6	9.7
2003	7.8	1.8	9.4
2004	8.2	1.7	9.5
2005	8.6	2.2	9.3
2006	8.5	1.9	10
2011	9.8	2.1	8.8
2012	9.5	2.3	8.6

Zdroj: Rybářské sdružení České Republiky, srpen 2013.

3.3.2 Současný stav rybářství na českém trhu

Dostupné informace byly použity ze zdrojů Mze, Rybářského sdružení České republiky, Českého statistického úřadu a webových stránek podniků působících v odvětví rybářství.

Rybářství je součástí zemědělství, i zde tedy působí stejné vlivy, např. výkyvy počasí, sezónnost, rostoucí ceny vstupů. Podle průzkumů obchodníků roste zájem o čerstvé chlazené ryby. Zdroj rybí suroviny v České republice je především tuzemská produkce sladkovodních ryb a dovoz mořských ryb.

Při uvedení ryb na trh rozhoduje spotřebitelská cena. Zájem zákazníků se soustředí na živou rybu. Kapacitní možnosti pro zpracování ryb jsou v České republice dostatečné.

Dle odhadu Rybářského sdružení ČR činí roční spotřeba rybího masa na jednoho obyvatele více než 5,5 kg a z toho více než 4 kg tvoří mořské druhy a 1,42 kg připadá na maso ze sladkovodních tuzemských ryb.

Největší tržní podíl ze zpracovaných ryb zaujímají zmrazené rybí výrobky. Obchod s rybami se uskutečňuje především na konci roku, což je spojeno s vánočními svátky, protože se ve velké míře vyskytuje stánková obchodní síť zaměřená na prodej živých kaprů.

Veškerý sortiment ryb a rybích výrobků je v České republice nabízen v rámci již existující obchodní sítě.

3.3.3 Produkce ryb v České republice

Produkce ryb prošla v posledních dvaceti letech mnoha výkyvy, které byly způsobeny především cenovou konkurencí substitučních potravin a špatně nastavenou cenou ryb. V současné době se však produkční rybářství považuje za stabilní sektor, kdy produkce dosahuje průměru kolem 20 tisíc tun ročně.

Tradičními odběrateli jsou Německo, Rakousko, Slovensko a ostatní země evropského společenství, kam se vyváží téměř polovina produkce. Největší část z produkce se prodá

v živém stavu a část produkce se zpracovává. Dovoz tvoří hlavně mořské ryby, plody moře a výrobky z nich, které i obyvatelé České republiky ve své spotřebě upřednostňují. To je důvodem, že bilance zahraničního obchodu s rybami a rybími výrobky je záporná.

Objem zpracovaných ryb v posledních letech na tuzemském trhu představuje kolem 20 %. V obchodních řetězcích se nyní prodá čtvrtina všech v tuzemsku zkonsumovaných sladkovodních ryb.

Tabulka 3: Produkce ryb v České republice a jejich užití (v t).

Rok	Produkce tržních ryb	Užití		
		Prodej živých ryb v tuzemsku	Ryby určené pro zpracování	Vývoz živých ryb
2007	20 447	8 578	1 904	9 552
2008	20 395	8 432	1 716	9 017
2009	20 071	9 130	1 595	8 929
2010	20 420	9 549	1 806	9 138
2011	21 010	9 759	2 130	8 802

Zdroj: Rybářské sdružení ČR, srpen 2013.

Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu uvádí: „*Největším producentem sladkovodních ryb v České republice i v Evropě je Rybářství Třeboň, a. s. Společnost hospodaří na 7 426 ha rybníků (378 rybníků), z čehož v jejím vlastnictví je 6 867 ha a zbývající plochu si firma pronajímá od měst, obcí a soukromých majitelů. Roční produkce ryb činí cca 3 000 tun, z toho je 95 % kapra a 5 % vedlejších druhů ryb (lín, candát, štika, amur, tolstolobik, bílá ryba a okoun). Více než třetinu produkce kapra tvoří kapr lysý. Podíl na celkové produkci ryb v ČR tvoří cca 15 %.*“

Produkce tržních ryb v České republice za rok 2010

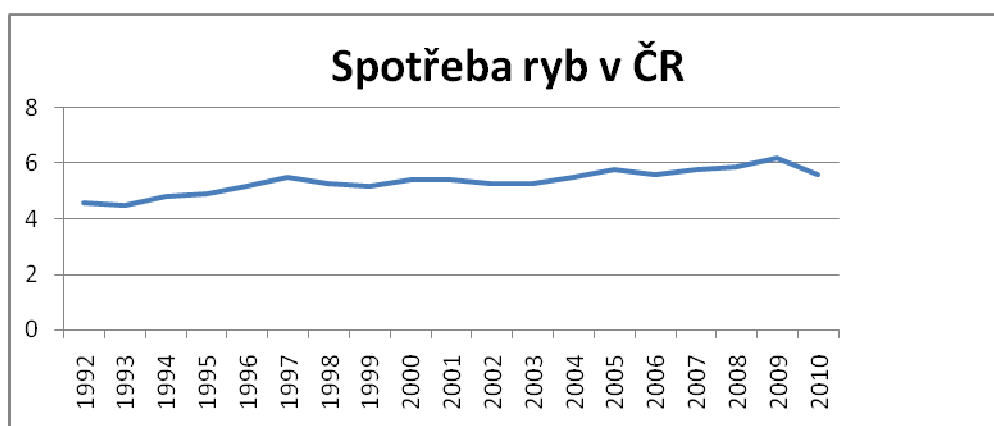
Významná čísla o produkci tržních ryb v České republice za rok 2010 budou uvedeny na základě zdrojů ze situační a výhledové zprávy vydané Ministerstvem zemědělství. Produkce tržních ryb byla během posledních deseti let bez výrazných výkyvů. Domácí produkce rybího masa v roce 2010 dosáhla 20 420 tun. Ve srovnání s rokem 2009 se jednalo o nárůst o 1,5 %. Největší část produkce byla vylovena z rybníků a činila 19 701 tun. Následovala produkce 701 tun ze speciálních zařízení a zbylých 18 tun bylo vyloveno z přehrad. Export živých ryb dosáhl 9 138 tun, což znamenalo ve srovnání s rokem 2009 zvýšení o 209 tun. Jak již bylo zmíněno, druhové zastoupení je velmi

stabilní a i v tomto roce kapr zastal dominantní postavení s 86,9 %. Jeho produkce se v roce 2010 meziročně zvýšila o 2,8 procenta. Cena kapra od rybářů činila průměrně 48,30 Kč za kilogram živé hmotnosti, a meziročně byla nižší o 2,4 % (tj. o 1,20 Kč). Tuzemský trh stále upřednostňoval dodávky ve formě živých ryb. Na výrobky bylo zpracováno 8 – 9 % vyprodukovaných sladkovodních tržních ryb. Více než polovina produkce ryb je postavena na přirozené rybniční potravě.

3.3.4 Spotřeba ryb

Ryby jsou zdrojem kvalitního masa obsahující lehce stravitelné bílkoviny a zdraví prospěšné rybí tuky. Ryby by měly být nedílnou součástí zdravého jídelníčku. Česká republika je významným producentem kvalitních sladkovodních ryb, ale jejich spotřeba u nás je velmi nízká ve srovnání s ostatními zeměmi v Evropské unii. Občan Evropské unie spotřebuje kolem 11 kg ryb ročně. Avšak v České republice se spotřeba rybího masa dlouhodobě pohybuje okolo 5,5 kg na obyvatele, z čehož pouze 1,4 kg připadá na spotřebu sladkovodních ryb. Meziroční spotřeba sladkovodních ryb v České republice vzrostla o 8 %. Předseda představenstva Rybářství Třeboň Hld. a. s. zastává názor, že tohoto výsledku bylo dosaženo především propagační kampaní Ryba domácí, která je zaměřená pro širokou veřejnost, ale i pro profesionály z oblasti gastronomie. Jejím cílem je podpořit zájem spotřebitelů o tuzemské rybí produkty. Kampaň je spolufinancovaná z Evropského rybářského fondu.

Graf 2: Spotřeba ryb v České republice (v kg/1 obyvatele).

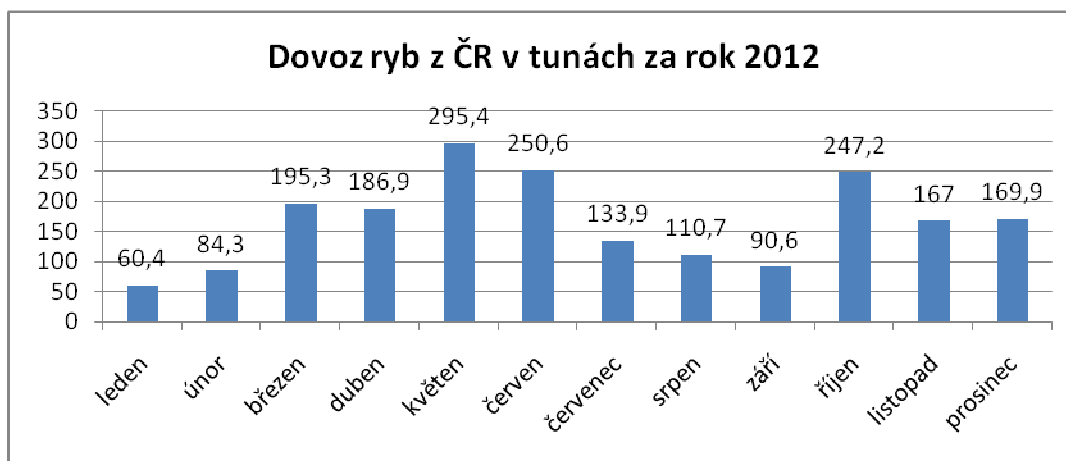


Zdroj: <http://www.czso.cz/>, srpen 2013.

3.3.5 Zahraníční obchod s rybami

Do České republiky se doveze více ryb, než je vyvezeno. Dovoz ryb převyšuje vývoz ryb, přičemž import tvoří především velké množství dovezených mořských ryb a produktů z nich vyrobených. Avšak import živých ryb je nižší než vývoz této celní položky.

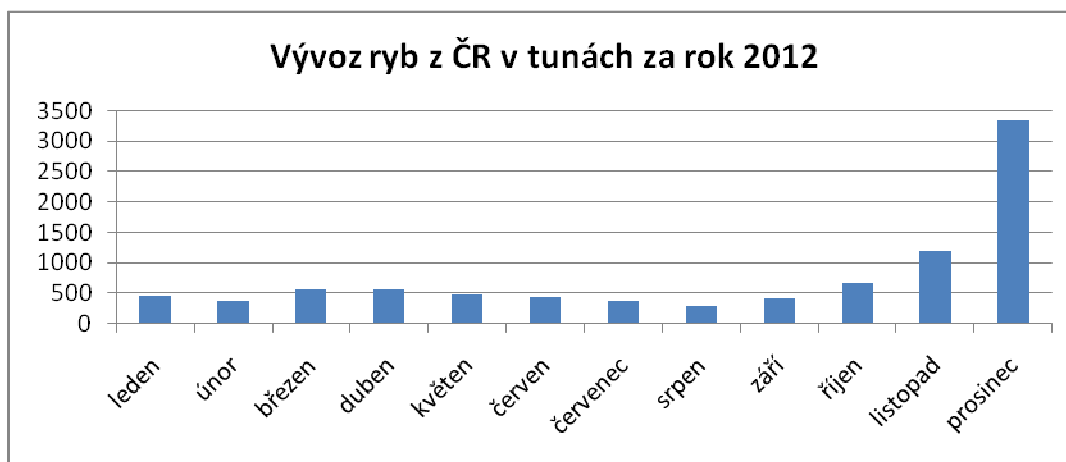
Graf 3: Dovoz ryb do ČR v roce 2012.



Zdroj: Rybářské sdružení ČR, červen 2013.

Graf znázorňuje dovoz ryb do ČR v roce 2012, na základě kterého lze říci, že v měsíci květen, červen a říjen dosahoval dovoz ryb největších hodnot. Na druhé straně stojí měsíc leden, kdy dovoz ryb byl jen na úrovni 60,4 tun.

Graf 4: Vývoz ryb z ČR v tunách za rok 2012.



Zdroj: Rybářské sdružení ČR, červen 2013.

Další graf ukazuje vývoz ryb z ČR v tunách za rok 2012, kde jednoznačně měsíc prosinec tvoří největší podíl, tj. 3332,6 tun. Tuto skutečnost potvrzuje tradice konzumace ryb spojená s vánočními svátky.

Tabulka 4: Přehled o vývozu živých ryb a výrobků z ryb z České republiky (t).

Ukazatel	Roky				
	2007	2008	2009	2010	2011
Živé ryby	9 552	9 017	8 929	9 138	8 802
Výrobky z ryb	490	468	412	445	445
Celkem vývoz ryb	10 042	9 485	9 341	9 583	9 247

Zdroj: Rybářské sdružení ČR, červen 2013.

Česká republika je největším vývozcem sladkovodních ryb v Evropě. Tabulka ukazuje, že objem vývozu je již několik let meziročně srovnatelný a největší část vývozu tvoří živé ryby, které konzumenti považují za nejkvalitnější. Přestože zpracované ryby nabízí pohodlnost při přípravě v kuchyni, tak se projevuje stagnace zpracování ryb, která je způsobena sezónností ve spotřebě. Zpracované ryby v exportu zastupují jen okrajovou úlohu.

Export ryb ročně představuje přibližně 45 % živých ryb z celkového prodeje tržních ryb. Již bylo uvedeno, že v exportu dominují živé ryby, důvodem může být i nižší cena ve srovnání s rybami zpracovanými. V zahraničním obchodě vystupuje kapr jako dominantní exportní ryba.

Tabulka 5: Vývoz kaprů živých z ČR dle zemí s nejvýznamnějším podílem v roce 2011 a 2012.

Rok 2011							
Země	Německo	Slovensko	Rakousko	Francie	Maďarsko	Polsko	Itálie
Tuny	2 757,5	1 011	568,2	557,3	182,2	2 390,3	88,4
Kč/kg	47,22	48,66	52,27	52,27	48,96	45,38	47,69
Rok 2012							
Země	Německo	Slovensko	Rakousko	Francie	Maďarsko	Polsko	Itálie
Tuny	2 550,2	1 047,4	599,3	573,3	159,1	2 762,9	38,6
Kč/kg	48,91	49,19	52,47	51,83	44,79	47,84	48,6

Zdroj: <http://www.eagri.cz/>, srpen 2013.

Již bylo zmíněno, že exportní rybou je kapr, který má charakter regionálního produktu v zemích západní Evropy. Otázka, zda bude stále zaujímat výjimečné postavení, bude záviset i na jeho komparativní ceně k lososovitým rybám.

V současné době je vývoz ryb předmětem zájmu několika evropských velkoobchodníků. A neměli by proti nim stát jednotliví producenti, ale silné odbytové organizace hájící odpovídající cenu kvalitní české ryby, protože Česká republika je hlavním exportérem. Exportující podniky se však nechtějí vzdát možnosti samostatného exportu, protože mají se zahraničními odběrateli navázány dlouhodobé obchodní vztahy.

Kapr je lokální komoditou i v Německu a v Rakousku. Ačkoliv je export kapra z České republiky do Německa velmi významný, tak v Německu i Rakousku převažuje spotřeba kapra z domácího chovu. V těchto státech je spotřeba kapra rozdělena do průběhu roku. Situace na trhu ve spotřebě kapra je velmi podobná na Slovensku, jako je v České republice, ale velká část spotřeby je tvořena dovozem kapra zejména z České republiky. V posledních letech se velmi zvýšil vývoz kapra z ČR do Polska. Export kapra do ostatních zemí obsažených v tabulce zabezpečuje řada vzájemně si konkurujících obchodních firem i jednotlivými producenty ryb.

Součástí této kapitoly je i oblast dalších druhů ryb, kde má Česká republika velké rezervy. Existuje nenasycená poptávka po dravých druzích ryb (např. candát, štika), která je spojována s náročnější technologií jejich produkce. Týká se to zemí, do kterých Česká republika exportuje kapra.

3.4 Rybolov a akvakultura na evropském trhu

Zdrojem ke zpracování této kapitoly sloužil především Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu. Celosvětově je středem pozornosti produkčního rybolovu akvakultura. *„Akvakulturou se označuje chov vodních organismů včetně ryb, měkkýšů, koryšů a vodních rostlin, který v sobě zahrnuje některé formy zásahů do chovného procesu zaměřené na zvýšení produkce, jako např. pravidelné nasazování, krmení nebo ochranu před dravci. Vyjadřuje řízenou biologickou produkci vodních živočichů z moří, zejména z příbřežních farem, a kontinentálních sladkých vod, při které se využívá všech*

dostupných vědeckých poznatků a technologií. Vzhledem k záměrně limitovaným, a tudíž omezeným možnostem dalšího zvyšování výlovů ryb z moří a oceánů, zejména z důvodu nezbytnosti zajištění trvale udržitelných zdrojů ryb a mořských živočichů, jsou v podstatě jediným současným východiskem zvyšování produkce mořských a sladkovodních ryb na světě akvakulturní chovy.“ (Mze, 2013).

V EU je akvakultura moderní a dynamické odvětví, které produkuje bezpečné produkty vysoké hodnoty a kvality. Odvětví akvakultury EU využívá dynamického a špičkového odvětví výzkumu a technologie, moderního vybavení, kvalifikovaných podnikatelů a kvalitního krmiva pro ryby. Akvakultura EU naráží i na mnoho problémů, např. legislativním zábránám, omezený přístup k prostoru a licencím, omezený přístup k úvěrům na inovace, tlak ze strany dovozu apod. Pravidla EU v oblasti ochrany životního prostředí vytvářejí překážky konkurenceschopnosti vůči konkurujícím subjektům z Asie či Latinské Ameriky. Akvakultura je pro investory poměrně neznámým odvětvím. Mezi silné stránky evropské akvakultury patří síla v technologii a výzkumu, silná podnikatelská základna s vysokou úrovní vzdělání a vhodné klima pro chov mnoha druhů ryb.

Země Evropské unie představují asi 4,4 % světové produkce rybolovu a akvakultury. Několik let se celková produkce EU mírně snižuje. Největšími producenty v rámci EU jsou Španělsko, Dánsko a Spojené království. Produkce akvakultury EU představuje 20,4 % celkového objemu produkce rybolovu v EU, řádově kolem 1,3 milionu tun v hodnotě zhruba 3,2 miliard Eur.

Tabulka 6: Celková produkce – hlavní producenti ryb v roce 2009.

Země	tuny ž. h.	%
Čína	49 699 466	34,4
Indie	7 845 161	5,4
Peru	6 958 769	4,8
Indonésie	6 832 789	4,7
EU 27	6 369 756	4,4
Vietnam	4 799 300	3,3
USA	4 702 125	3,3
Japonsko	4 633 927	3,2
Svět	144 598 778	100

Zdroj: Údaje FAO, 2013.

Základní informace o světové produkci ryb ukazuje následující tabulka, ve které na prvním místě vystupuje Čína s velmi vysokým číslem produkce, tj. 49 699 466 tun živé hmotnosti, což tvoří 34,4 % celkové produkce na světovém trhu. Tabulka potvrzuje, že podíly jednotlivých států na světovém výlovu ryb jsou rozdílné. Nejvíce ryb se vyloví v přímořských státech.

Celkové světové roční výlovy vykazují mírně stoupající tendenci. Pokud dochází k určité stagnaci, tak je to způsobeno nepříznivým vývojem ekologické situace ve světových mořích a neustálým vlivem zdokonalení rybolovné technologie.

Tabulka 7: Celková produkce EU podle členských států v roce 2009 – výlov a akvakultura.

Země	tuny ž.h.	%
Španělsko	1 029 291	16,16
Dánsko	811 877	12,75
Spojené království	783 248	12,3
Francie	676 360	10,32
Nizozemsko	437 654	6,87
Itálie	415 325	6,52
Irsko	316 292	4,97
Německo	290 304	4,56
Polsko	260 397	4,09
Švédsko	211 923	3,33
Portugalsko	205 732	3,23
Řecko	204 735	3,21
Litva	176 116	2,76
Finsko	168 223	2,64
Lotyšsko	163 728	2,57
Estonsko	98 076	1,54
Česká republika	24 183	0,38
Belgie	22 294	0,35
Maďarsko	20 537	0,32
Rumunsko	17 151	0,27
Bulharsko	16 892	0,27
Malta	7 206	0,11
Kypr	4 768	0,07
Slovensko	2 584	0,04
Rakousko	2 491	0,04
Slovinsko	2 339	0,04
EU-27	6 369 756	100

Zdroj: Eurostat.

Dlouhodobě stabilní vývoj v celkové produkci ryb má Česká republika, Maďarsko a Slovensko. Německo, Polsko i Finsko jsou státy s významným podílem produkce mořských ryb, které významně ovlivňují úroveň celkové produkce ryb.

Dále je důležité zmínit Norsko, které převyšuje produkcí ryb všechny evropské státy klecovými i pozemními chovy lososa. Produkce ryb v Norsku patří k nejvýznamnějším ve světové ekonomice. Ryby spolu s rybími produkty jsou třetí nejvýznamnější exportní komoditou. K velkému nárůstu exportu dochází tradičně u norského lososa, sledů a tresky. Celková produkce ryb a ostatních mořských živočichů dosahuje ročně přes 3,5 mil. tun.

Nejdůležitějším trhem pro Norsko je Evropská unie, zejména Francie, Dánsko a Rusko. V posledních deseti letech dochází k slibnému vývoji exportu ryb do zemí východní Evropy a Asie (zejména Japonsko). Norsko je největším dodavatelem ryb a ostatních mořských živočichů do zemí EU, s cca 12 % podílem na celkovém dovozu tohoto sortimentu do EU [www.businessinfo.cz, cit. 30. 8. 2013].

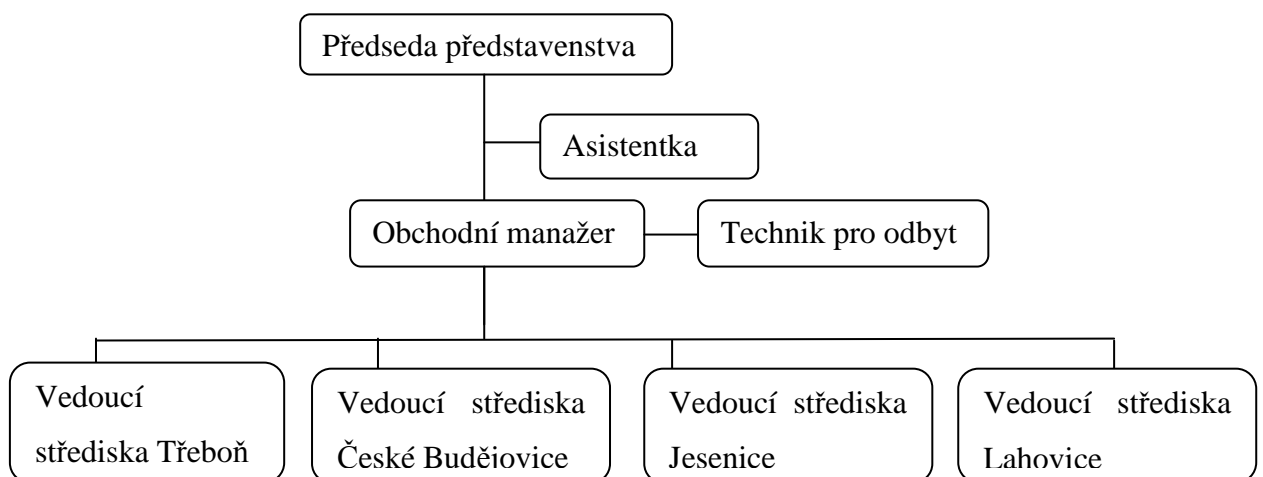
4 Praktická část

4.1 Profil společnosti FISH MARKET a. s.

Akciová společnost FISH MARKET vznikla v roce 2001. Koncem 90. let začala platit zcela nová legislativa, proto vznikl další podnik Fish Food, který se specializoval jen na výrobky z ryb. Poté se činnost vybrané akciové společnosti a Fish Food stále více prolínala a odběratelé nakupovali jak živé ryby, tak i výrobky z ryb. To bylo důvodem fúze v roce 2006 a vybraná firma dodnes zajišťuje prodej kompletně. Původní myšlenka vybrané společnosti byla, že zastřeší obchod celého českého rybářství. Tato úvaha se neuskutečnila, protože narazila na rozdílnou vlastnickou strukturu rybářských společností a nedošlo ke shodě, jak by měla taková organizace fungovat. V současné době firma nakupuje ryby od mnoha českých firem a dál je prodává.

Společnost FISH MARKET a. s. řídí předseda představenstva. Administrativní činnosti zajišťuje asistentka. V organizační struktuře dále vystupují obchodní manažer a technik pro odbyt pro odbyt, jejichž hlavní úkolem je obchodní činnost společnosti. Dále je vybraná společnost rozdělena do středisek zabývajících se zpracováním a prodejem ryb a výrobků z nich.

Schéma 1: Organizační struktura společnosti FISH MARKET a. s.



Zdroj: Vedení společnosti, srpen 2013.

Na otázku, jak je vybraná firma velká, předseda představenstva odpověděl: „V České republice se ročně produkuje okolo 20 tisíc tun sladkovodních druhů ryb, z toho naše společnost zajišťuje prodej zhruba více než 5 tisíc tun, tedy 25 %. Naprostá většina ryb 60 až 70 % od nás míří na export. Zbytek se prodá doma. Část je určena ke zpracování v Třeboni, Českých Budějovicích a v Jesenici u Mariánských Lázní.“

Firma je výhradním prodejcem živých ryb a výrobků z ryb. Hlavním produktem společnosti je živá ryba, především kapr šupinatý a lysý, ale i další sladkovodní ryby jako například sumec, štika, amur apod.

Vybraná společnost zajišťuje prodej výrobků z ryb na tuzemském trhu i v zahraničí. Do řady států Evropy je exportováno přibližně 75 % celkové produkce ryb. Export se týká následujících zemí: Německo, Slovensko, Rakousko, Francie, Itálie, Maďarsko, Srbsko a Polsko. Zbývajících 25 % produkce je uplatněno na domácím trhu. Celkový prodej živých ryb činí cca 5 000 tun.

Hlavní činností společnosti je prodej živých ryb velkoobchodním odběratelům. Jedním z velmi významných odběratelů jsou řetězce se sortimentem čerstvých rybích výrobků. Firma vytvořila spolupráci i s obchodními řetězci nejen v Česku, ale i v zahraničí, především na Slovensku. Jedná se například o obchodní domy AHOLD ČR, a. s., které se zaměřují na koncové zákazníky. Spolupráce probíhá i s velkoobchodním řetězcem MAKRO ČR, odkud se výrobky dostávají do menších prodejen nebo gastronomických zařízení. Dále firma nabízí dodávky rybích výrobků a specialit do restaurací, hotelů, obchodů apod. Výrobky jsou dodávány chlazené, mražené a uzené. Kapr a pstruh tvoří dominantní postavení ze zpracovávaných ryb.

Maloobchodní prodej ryb koncovým zákazníkům zajišťuje firma prostřednictvím vlastních prodejen ryb. Běžný spotřebitel si může zakoupit Třeboňského kapra i jiné sladkovodní ryby v prodejnách společnosti Rybářství Třeboň a. s.

Seznam prodejen ryb: Prodejna ryb sádky Praha Lahovice, Prodejna ryb a zpracovna ryb České Budějovice - Nemanice a Zpracovna Jesenice u Chebu.

4.2 Analýza vybraných ekonomických ukazatelů společnosti FISH MARKET a. s.

Finanční analýza zkoumá finanční situaci podniku, přičemž data čerpá z účetních výkazů podniku. Pro zpracování finanční analýzy firmy FISH MARKET a. s. je použita metoda poměrových ukazatelů, která je základním metodickým nástrojem finanční analýzy. Hlavní důraz je kladen na vypovídací schopnost poměrových ukazatelů, vzájemné vazby a závislosti, a jaký význam zaujímají pro posouzení ekonomické situace podniku.

4.2.1 Ukazatele rentability

Rentabilita či také výnosnost je finančním ukazatelem, který nám říká, jaký je poměr mezi finančními prostředky, které nám plynou z našich aktivit, a mezi finančními prostředky, které jsme na tyto aktivity dedikovali. Rentabilita je tak často užívána při rozhodování o tom, jakou aktivitu z firmy vyloučit, anebo naopak, na jakou aktivitu se v budoucnu zaměřit (SYNEK, 2006).

Tabulka 8: Ukazatele rentability společnosti FISH MARKET a. s. (v %).

Rok	ROE vlastního kapitálu	ROA celkových aktiv	ROS tržeb
2010	1,9	1,3	0,4
2011	6,2	3,3	1,3
2012	12,6	7,8	2,3

Zdroj: Vlastní zpracování, leden 2014.

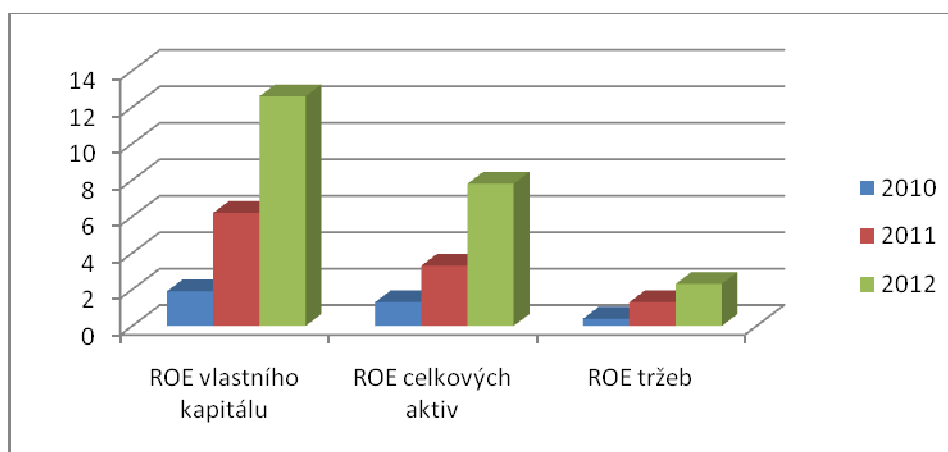
Prvním ukazatelem rentability v tabulce č. 2 je rentabilita vlastního kapitálu. Tento ukazatel udává poměr zisku po zdanění a vlastního kapitálu, přičemž zisk po zdanění je převzat z výkazu zisku a ztrát. Jedná se o klíčový ukazatel hodnocení úspěšnosti podniku z pohledu vlastníků, jejichž cílem je maximalizace hodnoty tohoto poměrového ukazatele. Tabulka č. 2 obsahuje hodnoty rentability vlastního kapitálu společnosti FISH MARKET a. s. v letech 2010 – 2012 a tyto hodnoty jsou: 1,9 %, 6,2 % a 12,6 %. Na internetových stránkách Ministerstva průmyslu a obchodu jsou k dispozici údaje

hodnot ROE vlastního kapitálu za odvětví rybářství. V roce 2010 odvětví rybářství disponovalo hodnotou 8,19 % a v roce 2011 hodnota ukazatele činila 5,71 %. Situace v podniku je tedy považována za příznivou, protože ukazatel má rostoucí trend.

Dalším ukazatelem je rentabilita aktiv, která vypovídá o zhodnocení každé vložené koruny kapitálu. Ve sledovaném období hodnota ukazatele měla rostoucí trend, který ovlivnil především zvyšující se zisk. V roce 2012 dosáhla hodnota rentability aktiv společnosti FISH MARKET a. s. 7,8 %.

Výpočet rentability tržeb se rovná poměru čistého zisku a tržeb za prodej zboží a současně tržeb za prodej výrobků a služeb. Podle serveru faf.cz je tento ukazatel někdy označován jako zisková marže. Na vývoj trendu tohoto ukazatele má vliv zejména: změna ceny, změna nákladů, výše tržeb, kurzové rozdíly a změna struktury prodejního sortimentu. Rentabilita tržeb vybrané společnosti má stejný trend jako předchozí ukazatele. V roce 2010 činila hodnota 0,4 %, v následujícím roce se hodnota zvýšila na 1,3 % a v roce 2012 již dosahovala hodnoty 2,3 %.

Graf 5: Ukazatele rentability v letech 2010 – 2012 společnosti FISH MARKET a. s. (v %).



Zdroj: Vlastní zpracování, leden 2014.

4.2.2 Ukazatele likvidity

Cílem ukazatelů platební schopnosti, resp. likvidity, je vyjádřit potenciální schopnost podniku hradit své splatné závazky. Základním problémem v této oblasti je zajištění dostatku likvidních prostředků s rezervou na nepředvídatelné situace, avšak bez nadměrného umrtvování kapitálu [www.businessinfo.cz, cit. 20. 1. 2014].

Tabulka 9: Ukazatele likvidity společnosti FISH MARKET a. s.

Rok	Běžná likvidita	Okamžitá likvidita	Pohotová likvidita
2010	2,5	1,7	2,3
2011	3,7	1,2	1,5
2012	3,3	1,2	1,6

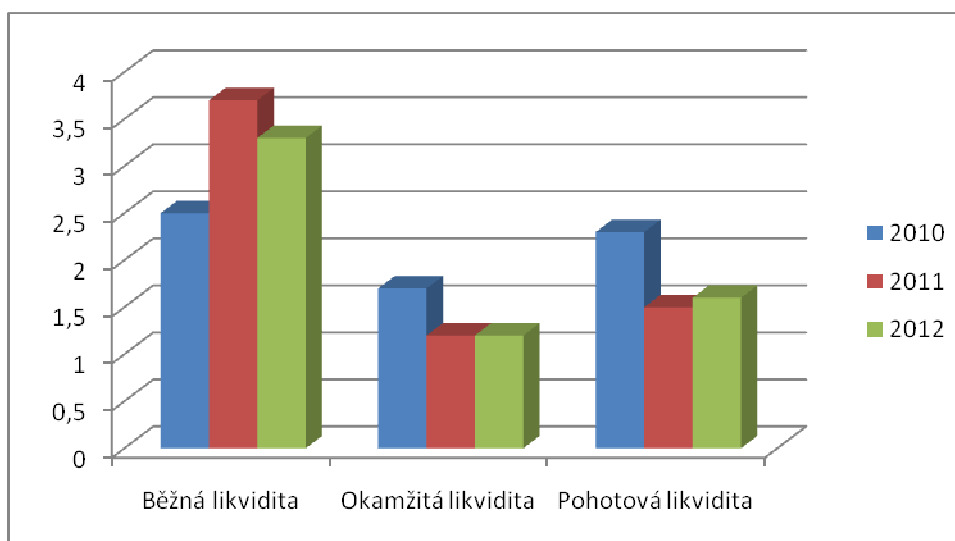
Zdroj: Vlastní zpracování, leden 2014.

Ukazatel běžné likvidity je poměr oběžných aktiv a krátkodobých závazků (včetně krátkodobých bankovních úvěrů). Ve společnosti FISH MARKET a. s. se pohybuje tento poměr od 2,5 do 3,7. Nejvyšší hodnota 3,7 ze sledovaných let 2010 – 2012 patřila roku 2011, na které se podílela především vyšší hodnotou oběžných aktiv způsobená navýšením krátkodobého finančního majetku. Dle literatury lze strategii společnosti FISH MARKET a. s. označit za konzervativní, tzn. hodnoty vyšší než 2,5.

Okamžitá likvidita je ukazatel, který vyjadřuje okamžitou schopnost společnosti uhradit své krátkodobé závazky a doporučená hodnota dle internetových stránek businessvize.cz se pohybuje mezi 0,2 až 0,5. Z tabulky je patrné, že hodnoty okamžité likvidity společnosti FISH MARKET a. s. vysoce převyšují doporučenou hodnotu.

Ukazatel pohotové likvidity je poměr oběžných aktiv snížený o zásoby a krátkodobých závazků. Tento poměr ve vybrané firmě kolísá mezi 1,5 a 2,3. Nepříznivá situace pro firmu byl rok 2010 s hodnotou 2,3, protože bylo vázáno příliš mnoho finančních prostředků v aktivech, jež zhoršovalo i rentabilitu podniku.

Graf 6: Ukazatele likvidity v letech 2010 – 2012 společnosti FISH MARKET a. s.



Zdroj: Vlastní zpracování, leden 2014.

Vyšší hodnoty likvidity mohou značit skutečnost, že firma průběžně investuje značné finanční prostředky do modernizace a nových technologií. Z hlediska likvidity je společnost FISH MARKET a. s. poměrně bezpečná pro věřitele.

4.2.3 Ukazatele zadluženosti

Ukazatele zadluženosti bývají označovány také jako ukazatele dlouhodobé finanční stability. Tato skupina ukazatelů měří, jak podnik využívá k financování cizí zdroje a jak je schopný hradit své závazky. Jsou ovlivňovány čtyřmi základními faktory: rizikem, daněmi, typem aktiv a stupněm finanční volnosti podniku [www.managementmania.com, cit. 20. 1. 2014].

Tabulka 10: Ukazatele zadluženosti společnosti FISH MARKET a. s.

Rok	Celková zadluženost	Krytí zdrojů	Míra zadluženosti VK
2010	0,33	0,11	0,5
2011	0,48	0,1	0,88
2012	0,38	0,24	0,6

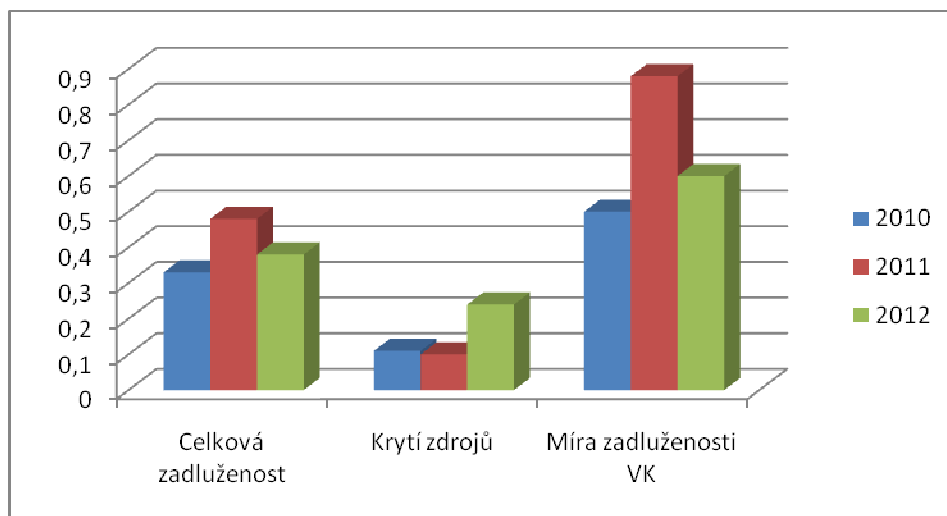
Zdroj: Vlastní zpracování, leden 2014.

Ukazatel věřitelského rizika (celková zadluženost) je poměr cizích zdrojů a celkových aktiv a charakterizuje finanční úroveň firmy. Tento ukazatel udává míru krytí firemního majetku cizími zdroji, a proto vyšší hodnoty ukazatele věřitelského rizika jsou rizikem pro věřitele. Nejvyšší hodnoty, tj. 46,8 % dosahuje ukazatel věřitelského rizika společnosti FISH MARKET a. s. v roce 2011, protože v tomto roce byl firmě poskytnut velký úvěr od banky.

Druhým ukazatelem v tabulce č. 4 je ukazatel úrokového krytí, který bývá optimální při hodnotě 3. Výpočty uvedené v tabulce ukazatelů zadluženosti společnosti FISH MARKET a. s. se pohybují v rozmezí od 0,1 do 0,24 a jsou tedy nižší než optimální hodnota 3.

Ukazatel míry zadluženosti vlastního kapitálu je poměr cizích zdrojů a vlastního kapitálu. Tento poslední ukazatel v tabulce č. 4 udává téměř stejný pohled jako ukazatel míra celkové zadluženosti.

Graf 7: Ukazatele zadluženosti v letech 2010 – 2012 společnosti FISH MARKET a. s.



Zdroj: Vlastní zpracování, leden 2014.

4.2.4 Ukazatele aktivity

Ukazatele aktivity měří, jak efektivně podnik hospodaří se svými aktivy (majetkem, pohledávkami, zásoby atd.), resp. jak dlouho v nich má podnik vázány finanční

prostředky. Jsou charakterizovány rychlostí obratu (tj. kolikrát se obrátí konkrétní položka majetku za stanovený časový interval) nebo dobou obratu (tj. doba, po kterou je majetek vázán) [www.businessinfo.cz, cit. 20. 1. 2014].

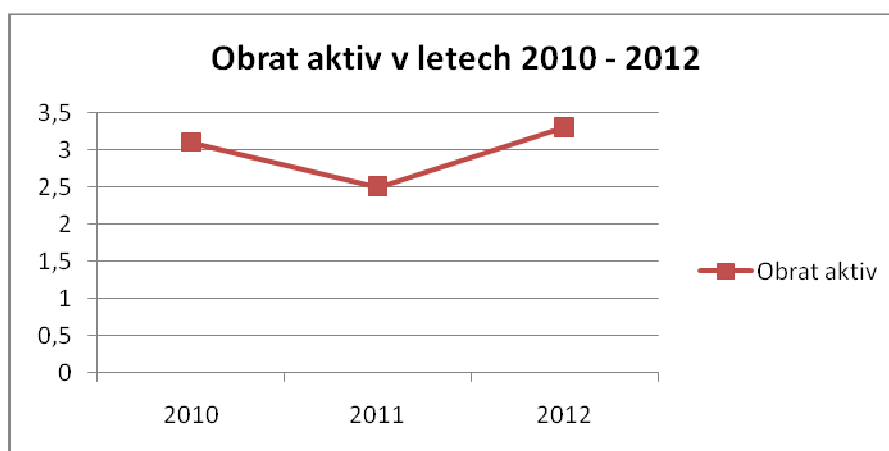
Tabulka 11: Ukazatele aktivity společnosti FISH MARKET a. s.

Rok	Obrat aktiv (v Kč)	Doba obratu pohledávek (v dny)	Doba obratu zásob (v dny)
2010	3,1	30,2	5,1
2011	2,5	31,2	5
2012	3,3	23	5

Zdroj: Vlastní zpracování, leden 2014.

Ukazatel obrat aktiv udává poměr tržeb a aktiv, přičemž je ukazatelem měřícím efektivnost využívání celkových aktiv. Hodnota obratu aktiv by dle doporučení měla být na úrovni 1. Z tabulky lze vyčíst, že hodnota obratu aktiv u vybrané společnosti je vyšší ve všech sledovaných letech.

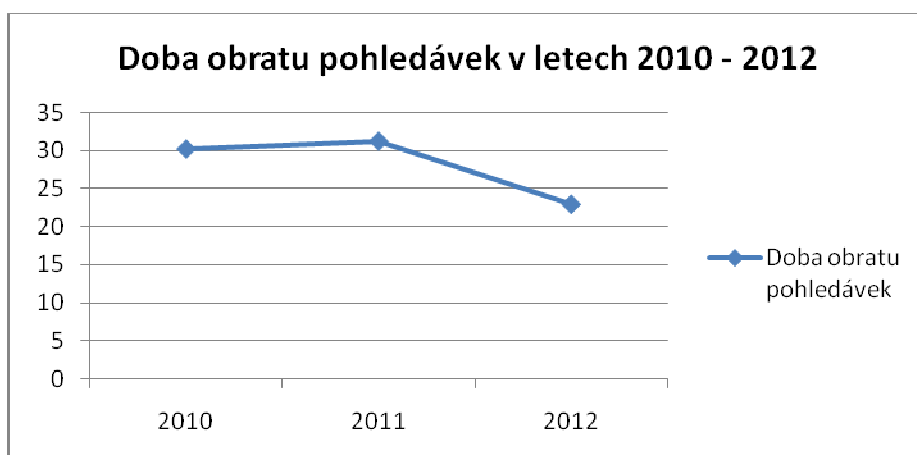
Graf 8: Vývoj obratu aktiv v letech 2010 – 2012 v Kč.



Zdroj: Vlastní zpracování, leden 2014.

Dalším ukazatelem v tabulce je doba obratu krátkodobých pohledávek, která udává počet dní, jež uplynou mezi vystavením faktury a jejím splacením od odběratelů. Za uspokojivé se v literatuře uvádí, pokud se hodnota dostane pod 50 dní. V tabulce lze vyčíst, že hodnoty pro naši společnost činí 30,2 dní, 31,2 dní a 23 dní, a vypovídají o dobré situaci v oblasti platební morálky zákazníků firmy.

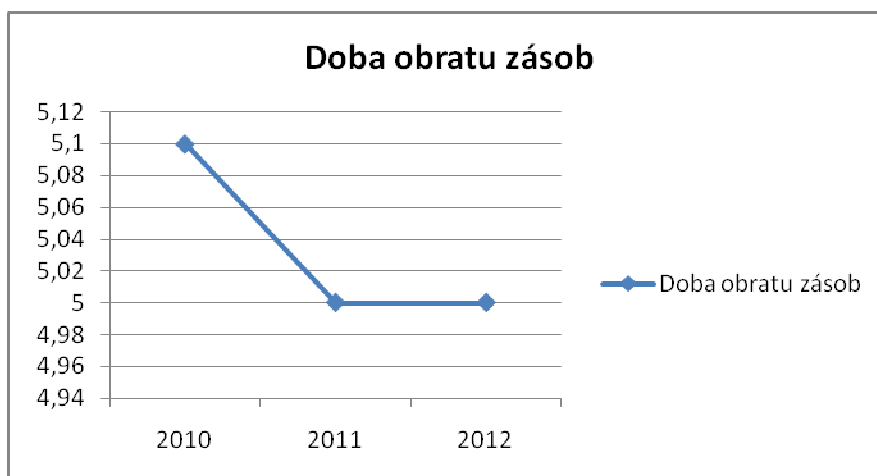
Graf 9: Vývoj doby obratu krátkodobých pohledávek v letech 2010 – 2012 (v dny).



Zdroj: Vlastní zpracování, leden 2014.

Doba obratu zásob je poměr zásob a denních tržeb. Dle literatury je žádoucí, aby dosahoval co nejnižších hodnot a v delší časové řadě docházelo k poklesu. U společnosti FISH MARKET a. s. byla v prvním sledovaném roce hodnota ukazatele 5,1 dní a v letech 2011 a 2012 byla doba obratu zásob stejná, tj. 5 dní.

Graf 10: Vývoj doby obratu zásob v letech 2010 – 2012 (v dny).



Zdroj: Vlastní zpracování, leden 2014.

4.3 STEP analýza společnosti FISH MARKET a. s.

STEP analýza slouží jako nástroj pro pochopení vnějšího prostředí, ve kterém firma působí. Okolí firmy lze rozdělit do čtyř sektorů: sociální, technologické, ekonomické a politické okolí.

Sociální okolí je zaměřeno např. na nedostatky v kvalitaci, vývoji nových pracovních trhů, migrace kvalifikované síly atd.

V oblasti technologického okolí lze sledovat vývoj nových materiálů, nové technologie, ale i vzrůstající počet katastrof např. ropných tankerů apod.

Ekonomické prostředí – v této oblasti se sleduje pohyb cen, cena pracovní síly, vládní finanční a daňová politika atd.

Politické okolí – zde je sledování zaměřeno na změny v legislativě, nové zákony apod. (Hartman, 2012).

Sociálně – kulturní faktory

Společenské vlivy, které působí na vybranou firmu, vycházejí z podmínek plně otevřeného trhu s nabídkou jiných konkurenceschopných nebo srovnatelných produktů, ale i z nabídky dovážených ryb. Z provedených průzkumů podniku na trhu vítězí živá ryba, kterou si konzumenti nejraději nakupují přímo na sádkách.

Na úspěchu firmy mají velký podíl vývojové trendy. V tomto případě podnik doufá, že vymizela myšlenka koupit raději lososa, který byl nedostupný na socialistickém trhu po dlouhou dobu, a móda se ubírá k úvahám koupit si zpracovaného kapra.

Mezi další vlivy ovlivňující hospodářskou aktivitu společnosti patří současné demografické trendy. Dochází ke snižování počtu mladých lidí vstupujících do odvětví. Mladá generace má velmi rozsáhlé možnosti při výběru volnočasových a studijních aktivit. Změny ve složení populace mohou způsobit snížení či zvýšení počtu konzumentů v různých věkových kategoriích.

Technologické faktory

V minulosti v centru pozornosti stála chovatelská technologie. Dnes hlavními hledisky jsou ekonomika chovu ryb, marketingové otázky a v rybníkářství problémy vycházející z multifunkčního postavení rybníků.

Jeden z nejvýznamnějších vnějších problémů v současnosti je spojen s otázkou retence vody v rybnících. Tento stav je důsledkem chybného rozhodnutí minulého politicko-ekonomického systému o neuváženém rozsáhlém scelování orné půdy, kdy docházelo ke splachům z povodí do rybníků. Pokud by nedošlo k řešení tohoto problému, pak by to vedlo k degradaci rybníků z pohledu produkce ryb. Rybníkáři tvrdí, že odbahnění rybníků je nerealistické bez dlouhodobé a intenzivní státní či evropské podpory, protože vyprodukované ryby nikdy nemohou zabezpečit ekonomickou návratnost vložených prostředků.

Mezi další problémy řadí trvalý tlak chráněných rybožravých predátorů na ekonomiku produkčního rybníkářství. Především kormoraní a vydra způsobují na rybnících škody ve výši půl miliardy ročně. Odstranění tohoto problému je v nedohlednu.

Ekonomické faktory

Zaměstnanost v odvětví produkčního rybníkářství měla sestupný trend až do roku 2007. V současné době v tomto sektoru počet zaměstnanců mírně roste.

Rybníkářství je sektorem, kde v současné době převažuje podíl zaměstnaných mužů, což je kromě tradice způsobeno především velkou fyzickou náročností vykonávaných činností. Ženy zaujmají v odvětví podíl 15 % na zaměstnanosti a vykonávají práce v administrativě, rybníkářském výzkumu a školství na všech úrovních. Rostoucí trend vykazuje zaměstnanost ve výzkumu a školství. V České republice je rozvinutý systém oborového vzdělávání v rybníkářství. V Jihočeském kraji do něho patří např. střední rybníkářské učiliště v Třeboni, Střední rybníkářská škola a Vyšší rybníkářská škola ve Vodňanech, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Úroveň českého výzkumu je na světové úrovni a výzkumná pracoviště jsou v kontaktu s rybníkářskými podniky.

Velký problém v sektoru produkčního rybníkářství je však odchod absolventů do jiných oborů z důvodu vyššího finančního ohodnocení.

Část textu ve víceletém národním strategickém plánu pro akvakulturu zní: „*Na domácím trhu je teoreticky dostatečná kapacita pro zvýšení spotřeby ryb. Je zřejmé, že perspektivní cestou může být důsledné zvládnutí zpracování ryb (spíše ekonomické než technologické), jež může vést k navýšení jejich domácí spotřeby (podobně jako v řadě jiných zemí).*“

Politicko – právní faktory

Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu vymezuje předpisy pro rybníkářství v České republice. Rybníkářství je součástí zemědělství, konkrétně odvětví živočišné výroby a legislativně jej upravuje zákon č. 99/2004 Sb., o rybníkářství, výkonu rybníkářského práva, rybníkářské strážní, ochraně mořských rybolovných zdrojů a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

Kompetence ve vodním hospodářství v České republice upravuje zákon č. 254/2001 Sb., o vodách, novelizovaný zákonem č. 150/2010. Zákon stanoví, že ústředním orgánem státní správy ve vodním hospodářství je Ministerstvo zemědělství.

Velmi důležitý je pro rybníkářské odvětví a především pro produkční rybníkářství zákon o ochraně přírody a krajiny č. 114/1992 Sb.

Legislativní rámec pro rybníkářství v České republice:

Zákon č. 254/2001 Sb., zákon o vodách

Zákon č. 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny

Zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči

Zákon č. 154/2000 Sb., o šlechtění, plemenitbě a evidenci hospodářských zvířat

a další.

Zákon o rybníkářství a další národní legislativa spojená s produkcí ryb je plně kompatibilní s předpisy EU.

Předpisy ES:

Nařízení Rady (ES) č. 1198/2006 ze dne 27. července 2006 o Evropském rybníkářském fondu.

Nařízení Komise (ES) č. 498/2007 ze dne 26. března 2007.

Nařízení Rady (ES) č. 2371/2002 ze dne 20. prosince 2002 o zachování a udržitelném využívání rybolovných zdrojů v rámci SRP.

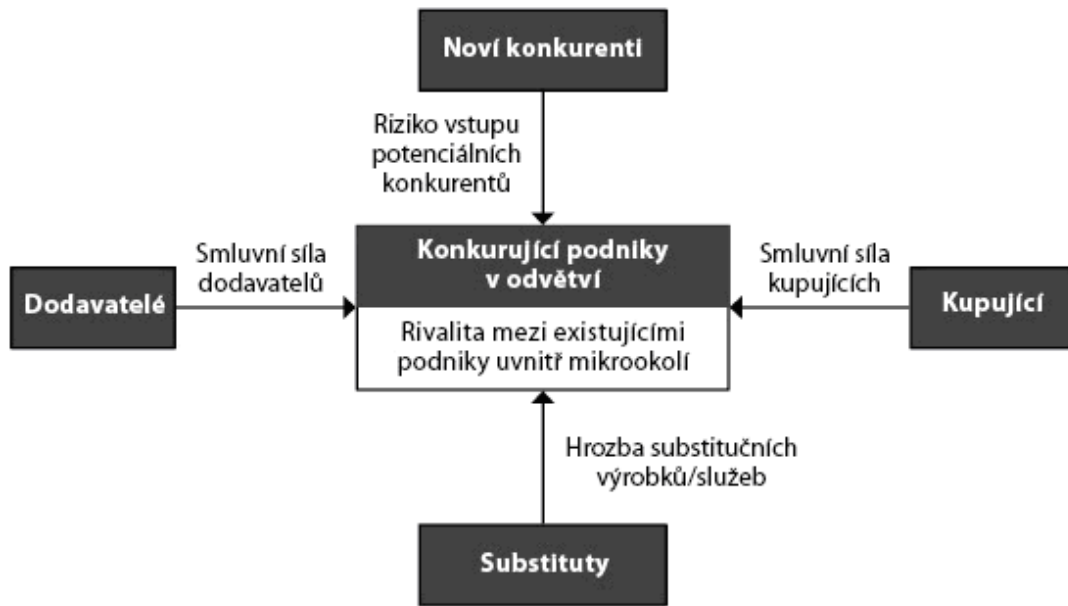
Nařízení Rady (ES) č. 510/2006 o ochraně zeměpisných označení a označení původu zemědělských produktů a potravin.

Nařízení Rady (ES) č. 104/2000 ze dne 17. prosince 1999 o společné organizaci trhu s produkty rybolovu a akvakultury.

4.4 Porterův model pěti sil

Tento model představuje základní faktory, které ovlivňují ziskovost odvětví a působí na firmy. Hrozby představují silná konkurence a velká rivalita mezi podniky, protože omezují firmy při zvyšování cen a dosahování vyššího zisku, dále velká smluvní síla kupujících, která tlačí cenu dolů, či kupující požadující vyšší kvalitu nebo servis. Také velká smluvní síla dodavatelů, kteří mohou zvýšit ceny a podnik musí toto zvýšení zaplatit nebo přistoupit na nižší kvalitu, existence substitučních výrobků a noví konkurenti vstupující do odvětví. Opačné situace představují příležitosti pro firmu [www.businessinfo.cz, cit. 10. 2. 2014].

Schéma 2: Porterův model pěti sil.



Zdroj: <http://www.businessinfo.cz/>, únor 2014.

Riziko vstupu nových konkurentů do odvětví

Na území České republiky v současné době vystupuje asi 100 podniků, které se zaměřují na produkci sladkovodních ryb. Metodika produkčního cyklu chovu rybníčních ryb je velmi dobře propracovaná a na základě této skutečnosti je možné produkovat kapra v relativně ekonomicky přijatelné nákladové rovině, což je v dnešní době hospodářských krizí ceněno.

V současné době je vstup firem do odvětví rybářství obtížný. Několik subjektů působících v tomto sektoru je již závislých na poskytovaných finančních podporách a dotacích. Vstup nových konkurentů do odvětví je doprovázen ekonomickým tlakem, za který je například považována roztroušenost rybníků. Jejich obhospodařování vyžaduje vyšší ekonomické náklady. Dále se nepříznivě projevují požadavky na ochranu přírody a minimální účast státu na krytí údržby rybníční krajiny. Společnost FISH MARKET tedy neočekává velké riziko vstupu nových konkurentů do odvětví.

Vyjednávací síla dodavatelů

Vzhledem k fungujícím vztahům mezi společnostmi a dodavateli lze tvrdit, že vyjednávací síla dodavatelů je silná a stabilní. Firma neočekává změny ve výběru dodavatelů.

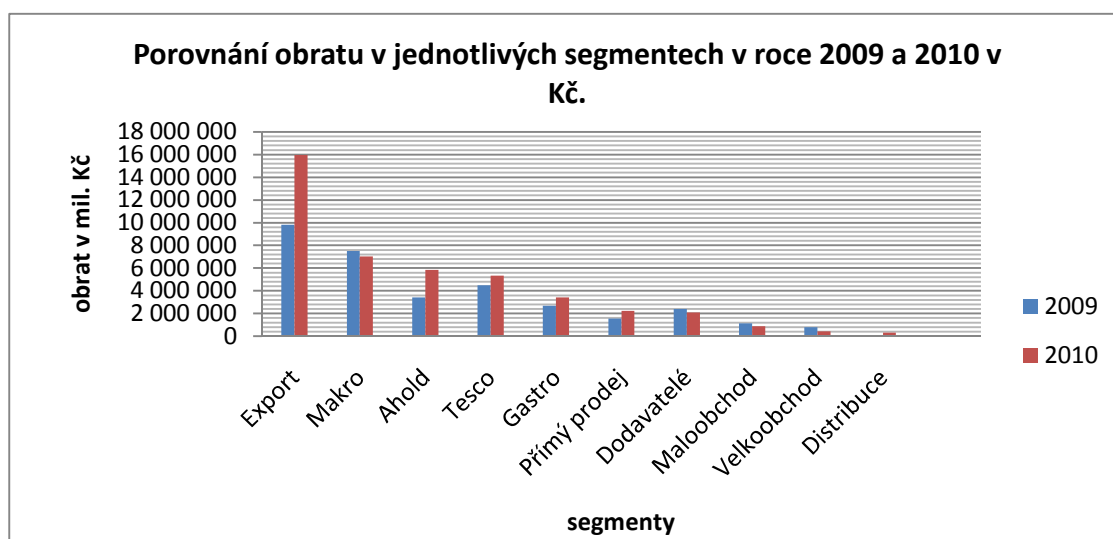
Vyjednávací síla kupujících

Trh s rybami má mnoho svých specifík. FISH MARKET a. s. zakládá úspěch své činnosti na schopnosti se přizpůsobit situaci na trhu a uspokojit potřeby zákazníků. Spotřebitelé v tomto sektoru jsou velmi citliví na změnu ceny. Na trhu s rybami převládá nabídka nad poptávkou, proto při rozhodování o koupi hraje velkou roli kvalita. Mezi další faktory ovlivňující kupující je dostupnost produktů, trend zdravé výživy, tradice. Vyjednávací síla kupujících v sektoru rybářství je velmi vysoká. Vybraná akciová společnost si během své dlouholeté existence získala stálou klientelu, která využívá možnosti koupit kvalitní produkt pod značkou „Třeboňský kapr“.

Zákazníky vybrané společnosti tvoří obchodní řetězce, gastronomická zařízení a obchody pro koncové spotřebitele s částečnou specializací na prodej rybích výrobků.

Rozhodující segmenty pro prodej výrobků a zboží pro vybranou firmu jsou export a obchodní řetězce. Export činí 60 – 70 %.

Graf 11: Porovnání obrátu v jednotlivých segmentech v roce 2009 a 2010 v Kč.



Zdroj: Vedení akciové společnosti, srpen 2013.

Zvýšený obrat v exportu byl dosažen díky novým odběratelům a zvýšením průměrné ceny (z části zvýšením ceny a z důvodů kurzových změn).

U společnosti Makro došlo k poklesu obratu. Avšak výrazný nárůst obratu byl u obchodní sítě Ahold, jehož důvodem byly především uskutečněné promoční akce na prodejnách Albert.

V segmentu gastronomie a přímý prodej byl nárůst obratu způsoben především vyšším počtem odběratelů, ale i celkovým nárůstem odběrů na jednoho zákazníka a prodejem výrobků za vyšší cenu ve srovnání se stejným obdobím loňského roku.

Maloobchod je segmentem, ve kterém dochází k pravidelnému poklesu, protože obtížněji odolává konkurenci obchodních řetězců.

U velkoobchodu se projevuje snaha postupně omezit a ukončit obchodní vztahy, protože jsou pro firmu přímou konkurencí.

Novým segmentem je pro firmu distribuce, která představuje prodej výrobků a zboží na doklady jiných dodavatelů, kteří dodávají zákazníkům firmy, kteří jsou v dosahu jejich zaváženého regionu své výrobky a zboží jménem společnosti FISH MARKET a. s. Za tuto činnost si navzájem účtují provizi.

Hrozba substitutů

Činnost firmy FISH MARKET a. s. je velmi ovlivněna nabídkou substitutů. Řadí mezi ně především ceny ostatních druhů masa, přičemž lze zdůraznit především drůbeží maso, které je považováno za správnou volbu pro zdravý životní styl. Velkou konkurencí pro tuzemské ryby sladkovodní jsou levnější mořské ryby. Příčinou cenového rozdílu je způsob získávání rybího masa. Ve sladkovodním rybníkářství se jedná o dlouholetý chov ryb, který znamená mnohonásobně vyšší náklady na získání rybí suroviny. A naproti tomu mořský rybolov se uskutečňuje z přírodních zdrojů.

Rivalita mezi existujícími konkurenty

Konkurence na trhu s rybami je velmi vysoká. V sektoru rybníkářství se jedná především o cenovou konkurenci. Velmi často firmy jdou na minimální hranici ziskovosti, aby si udržely místo na trhu. Dále se konkurence projevuje v poskytování kvality produktů, kde si společnost FISH MARKET a. s. stojí na velmi dobré úrovni.

Hrozba konkurence u vybrané společnosti je silná. Za konkurenci lze považovat všechny firmy nabízející ryby na domácím trhu za levnější cenu. Situace na trhu s rybami a produkty z nich není pro firmu jednoduchá, protože spotřeba sladkovodních ryb za rok 2012 činila 1,461 kg na osobu, takže na trhu většinou rozhoduje nejnižší cena.

Tabulka 12: Přehled cen kapra u konkurenčních podniků za rok 2013 (v Kč/kg).

	Cena za kg kapra I. třídy	Cena za kg kapra výběrového
Třeboň (FISH MARKET)	77	87
Nové Hrady	50	65
Blatenská ryba	76	84
Kardašova Řečice	70	-
Hluboká nad Vltavou	70	70

Zdroj: Vlastní zpracování, březen 2014.

Dalším velkým konkurentem je dovoz pstruha duhového ze zahraničí (např. Turecko), kde náklady na jeho chov jsou díky přírodním zdrojům a již zaběhlé technologii nižší než v České republice. Dovážený pstruh se prodává levněji a je přitom velmi kvalitní.

Za konkurenci až hrozby (z pohledu externích faktorů SWOT analýzy) společnost považuje i dovoz mořských ryb. Tyto ryby nemají vnitrosvalové kůstky, které komplikují konzumaci, a hodně lidí jim dává přednost.

„Sílu tržní ceny dovážených ryb jako konkurence domácích sladkovodních ryb nejlépe dokumentuje příběh vietnamského sumečka prodávaného pod názvem „pangasius“. Tato ryba, jejíž story je jinak při svém dobývání Evropy a Ameriky ohromující a svědčí o nezměrné pílí a tvrdé práci Asiaticů, nemůže svou nízkou kvalitou (vysoký objem vody v mase této ryby) kapru konkurovat, si dobývá svou výraznou konzumentskou pozici téměř dumpingovou cenou.“ (Berka, 2012).

Společnost FISH MARKET a. s. se nachází ve vysoce konkurenčním prostředí. Mezi největší konkurenty v regionu v prodeji hlavní ryby kapra patří zejména Rybářství Kardašova Řečice, Nové Hrady, Lesy a rybníky města České Budějovice, Rybářství Protivín., Rybářství Essox Tábor a další. Zmíněné rybářství mají dlouholetou tradici, velmi úrodné rybníky a jejich ryby a produkty se rovněž vyznačují vysokou kvalitou a

zejména nižší cenou. Při prodeji žádaného pstruha duhového, kterého FISH MARKET, ale i ostatní rybářské subjekty nakupují nejvíce z Turecka, Itálie a Německa rozhodují především rozdílné dovozní ceny, které výrazným způsobem ovlivňují úspěšnost prodeje na domácím trhu.

4.5 BCG analýza FISH MARKET a. s.

Společnost FISH MARKET a. s. prodává živé ryby i opracované výrobky z ryb, přičemž nejvíce zpracovávanou rybou je Třeboňský kapr a pstruh. Po konzultaci s vedením vybrané firmy lze její produktové portfolio rozdělit:

1. **živá ryba** – kapr I. třídy a kapr výběr
2. **vedlejší druhy ryb** – amur, pstruh, štika a candát
3. **výrobky z ryb** – kapr filet, kapr podkova, kapr vnitřnosti, pstruh filet aj.

Novým produktem společnosti FISH MARKET a. s. je polotovar Kapří (jedná se o drcené kapří maso zbavené kostí a kůže, které je promícháno s ovesnými vločkami a kořením).

První analyzovanou skupinou jsou „Dojné krávy“, které se vyznačují pomalu rostoucím trhem a vysokým tržním podílem. Vytvářejí značné množství peněžních prostředků, které firma používá i pro ostatní skupiny portfolia a nevyžadují další investice firmy. Ve firmě FISH MARKET a. s. splňuje tyto předpoklady její hlavní artikl, kterým je kapr I. třídy a kapr výběr. Prodej kapra pod značkou Třeboňský kapr zajišťuje jistotu výtěžku na trhu s rybami. Odůvodněním tohoto tvrzení je především spotřebitelské chování, které se v současné době vyznačuje požadavkem vysoké kvality produktů, která je zde zastřešena právě značkou Třeboňský kapr. Cílem vybrané společnosti je chránit tuto skupinu svého portfolia.

Další skupina portfolia „Hvězdy“ je typická produkty s vysokým tempem růstu a velkým podílem na trhu. Firma musí na podporu jejich postavení na trhu vynakládat značné peněžní prostředky a týká se to skupiny vlastních výrobků z ryb, které společnost dodává ve formě chlazené, mražené nebo uzené ryby. V tomto případě se

společnost FISH MARKET musí soustředit hlavně na potřeby zákazníka, které formují poptávku po rybích komoditách. V současné době působí mnoho cenových i necenových faktorů ovlivňujících poptávku po rybích výrobcích, např. cena substitutů, dostupnost produktů, trend zdravé výživy apod.

Produkty nazývané „Otazníky“ jsou charakterizované nízkým relativním podílem na rychle rostoucím trhu. Vyznačují se znaky nestability, protože mohou být v budoucnu ztrátové, ale i vysoce ziskové. Společnost FISH MARKET a. s. do této kategorie řadí vedlejší druhy ryb. I tato skupina vyžaduje investice na reklamu, protože společnost potřebuje dosáhnout vyšší spotřeby sladkovodních ryb u obyvatel České republiky. Až chování spotřebitelů na trhu s rybami firmě ukáže, zda je to vhodná skupina, na kterou by firma měla vsadit.

Kategorie „Bídní psi“ je charakteristická pomalu rostoucím trhem a malým tržním podílem. Jde o komodity, které pro firmu nejsou perspektivní. Na vybraném podniku je rozhodnutí, zda produkty utlumit či stáhnout z trhu. V případě vybrané firmy je sem zařazen polotovar Kapří. Jedná se polotovar, který je vhodný pro gastronomické provozy, školní jídelny a provozovny hromadného stravování. Své uplatnění by tento polotovar mohl nalézt i v provozech rychlého občerstvení. Na druhou stranu je nutné zmínit, že většina spotřebitelů upřednostňuje čerstvé ryby.

4.6 SWOT analýza společnosti FISH MARKET a. s.

Pro analýzu akciové společnosti byla použita tzv. SWOT analýza, která poskytla zhodnocení, jaké má firma silné a slabé stránky a rovněž jaké příležitosti se firmě na trhu mohou otevřít a které vnější faktory firmu na trhu mohou ohrozit.

Silné stránky

- vysoká kvalita produktů
- kvalifikovaná pracovní síla
- technické zázemí
- výborná logistika
- dobré jméno společnosti

Tabulka 13: Silné stránky společnosti FISH MARKET a. s.

Silné stránky	Pořadí dle vlivu faktoru
Vysoká kvalita produktů	1
Kvalifikovaná pracovní síla	2
Technické zázemí	4
Výborná logistika	3
Dobré jméno společnosti	5

Zdroj: Vlastní šetření, listopad 2013.

Slabé stránky

- nedostatečná propagace a reklama
- vysoké technologické náklady
- omezený zájem spotřebitelů o ryby a výrobky z nich
- vysoká orientace na kapra
- velmi specifický obchod s rybami

Tabulka 14: Slabé stránky společnosti FISH MARKET a. s.

Slabé stránky	Pořadí dle vlivu faktoru
Nedostatečná propagace a reklama	3
Vysoké technologické náklady	4
Omezený zájem spotřebitelů o ryby a výrobky z nich	1
Vysoká orientace na kapra	2
Velmi specifický obchod s rybami	5

Zdroj: Vlastní šetření, listopad 2013.

Příležitosti

- růst poptávky po sladkovodních rybách
- změna spotřebitelských návyků
- legislativa podporující podniky v sektoru rybářství
- snazší dostupnost evropských trhů po vstupu ČR do EU

Tabulka 15: Příležitosti společnosti FISH MARKET a. s.

Příležitosti	Pořadí dle vlivu faktoru
Růst poptávky po sladkovodních rybách	1
Změna spotřebitelských návyků	2
Legislativa podporující podniky v sektoru rybářství	3
Snazší dostupnost evropských trhů po vstupu ČR do EU	5

Zdroj: Vlastní šetření, listopad 2013.

Ohrožení

- silné postavení konkurentů
- levnější zahraniční producenti
- vliv klimatických podmínek (časté povodně)
- růst nákladů na hospodaření

Tabulka 16: Ohrožení společnosti FISH MARKET a. s.

Ohrožení	Pořadí dle vlivu faktoru
Silné postavení konkurentů	1
Levnější zahraniční producenti	2
Vliv klimatických podmínek	4
Růst nákladů na hospodaření	3

Zdroj: Vlastní šetření, listopad 2013.

Schéma 3: SWOT matice společnosti FISH MARKET a. s.

SWOT	Interní faktory	Silné stránky: <ul style="list-style-type: none"> - vysoká kvalita produktů - kvalifikovaná pracovní síla - technické zázemí - výborná logistika - dobré jméno společnosti 	Slabé stránky: <ul style="list-style-type: none"> - nedostatečná propagace a reklama - vysoké technologické náklady - omezený zájem spotřebitelů o ryby a výrobky z nich - vysoká orientace na kapra
	Externí faktory		
	Příležitosti na trhu: <ul style="list-style-type: none"> - růst poptávky po sladkovodních rybách - změna spotřebitelských návyků - legislativa podporující podniky v sektoru rybářství 	Strategie rozvoje (SO)	Strategie využití (WO)
	Ohrožení na trhu: <ul style="list-style-type: none"> - silné postavení konkurentů - levnější zahraniční producenti - vliv klimatických podmínek - růst nákladů na hospodaření 	Strategie konfrontace (ST)	Strategie vyhýbání (WT)

Zdroj: Vlastní zpracování, listopad 2013.

Tabulka 17: Strategie konfrontace.

Faktor	Relativní četnost
S	27,6
W	21,1
O	25,7
T	26,3

Zdroj: Vlastní šetření, listopad 2013.

Výsledkem SWOT analýzy pro společnost FISH MARKET a. s. je strategie konfrontace, z čehož vyplývá, že firma by měla využít svých silných stránek k odbourání hrozeb na trhu.

Za nejvýznamnější silnou stránku společnosti FISH MARKET a. s. je považována vysoká kvalita produktů spojená s největším výrobcem ryb Rybářství Třeboň a. s., kterou oceňují domácí i zahraniční spotřebitelé. Sladkovodní ryby patří mezi lehce stravitelné potraviny, které obsahují vhodný poměr nenasycených mastných kyselin, mnoho vitamínů a potřebných stopových prvků. Další velmi důležitou silnou stránku činí kvalifikovaná pracovní síla, jejíž základ tvoří rozvinuté rybářské školství a snaha společnosti neustále vzdělávat své zaměstnance prostřednictvím spolupráce na výzkumech. Firma FISH MARKET a. s. patří mezi certifikované prodejce pod značkou „Originál Třeboňský kapr“, což má značný vliv na udržení si dobrého jména společnosti, které je také řazeno mezi silné stránky společnosti. Firma by měla stavět na logistice, která je v akciové společnosti na špičkové úrovni, čímž se může vyvarovat problému růstu nákladů na hospodaření. Pro podnik je vhodné uplatnit i další silnou stránku, tzn. rozsáhlé technické zázemí, aby byl schopen odbourat hrozby na trhu. Největší ohrožení pro firmu zaujímá silné postavení konkurentů. Správně zvolenou propagací a reklamou může vybraná firma dosáhnout odlišení se od konkurence, které přispěje k oslabení postavení konkurence na trhu. Nejen vybranou společnost, ale i celý trh rybářství ohrožují levnější zahraniční producenti. Akciová společnost FISH MARKET by v tomto případě měla postavit svou strategii na využití své silné stránky – vysoké kvality produktů, která může být jedním z prostředků k pokrytí růstu poptávky po sladkovodních rybách. Firma musí věnovat svou pozornost i legislativě podporující podniky v sektoru rybářství, aby co nejvíce zmírnila růst nákladů na hospodaření. Negativně se do cen promítá extrémní nárůst rybožravých predátorů decimující obsádky ryb a nemoci ryb, které mohou výrazně omezit vývoz vybrané společnosti.

4.7 Analýza prodeje živých ryb ve společnosti

V této části textu bude zpracována analýza prodeje společnosti z dostupných údajů, které byly poskytnuty vybranou společností. Údaje jsou k dispozici z let 2010 – 2011.

V roce 2010 bylo akciovou společností zobchodováno celkově 42 937 q živých ryb v celkové hodnotě 201,605 mil. Kč.

Kapr představoval z celkového prodeje 36 162 q a hodnota prodeje činila 173,560 mil. Kč. Vedlejších druhů ryb bylo prodáno celkem 6 775 q, a to za 28,045 mil. Kč.

Z hlediska objemu se kapr podílel na prodeji 88 % a vedlejší druhy ryb 12 %. Z pohledu tržeb tvořil kapr 86 % a vedlejší druhy ryb 14 %.

Průměrná cena s dopravou všech živých tržních ryb byl 51,52 Kč/kg. Průměrná cena kapra byla 50,21 Kč/kg, z čehož cena na export byla 49,64 Kč/kg a na domácím trhu 52,34 Kč/kg.

Prodej ryb v letních měsících je zásadním technologickým krokem, který umožňuje dosažení vyšší celkové produkce a navíc zajišťuje plynulost tržeb během roku.

Na domácím trhu se v roce 2011 potvrdil trend u zákazníků firmy, kdy byl nákup vánočních ryb koncentrován na 22. a 23. prosince. Situace na trhu v Čechách byla v podzimním období nepřehledná. Cenové nabídky byly rozkolísané, čímž se vytvořil prostor pro spekulace s cenou a s vyčkáváním maloprodejců s pevnými objednávkami až do začátku vánočního prodeje. Vlastní domácí trh (ryby, které se skutečně spotřebují v ČR) vykázal nepatrný nárůst. Nezbyvá než věřit, že tento trend bude i nadále pokračovat.

4.7.1 Prodej kapra

Ve vybrané společnosti vystupuje na první pozici prodeje živá ryba. Hlavním produktem je kapr, a proto v této části textu diplomové práce bude uvedena tabulka znázorňující vývoj průměrné ceny kapra s dopravou v jednotlivých měsících pro rok 2010 a 2011.

Tabulka 18: Vývoj průměrné ceny kapra v jednotlivých měsících – v letech 2010 – 2011.

Měsíc	Průměrná cena 2010	Průměrná cena 2011
Leden	50,22	54,78
Únor	51,19	55,2
Březen	51,08	56,71
Duben	47,75	55,67
Květen	50,62	56,68
Červen	52,12	56,88
Červenec	51,58	58,35
Srpen	55,09	58,43
Září	54,48	61,17
Říjen	49,48	52,14
Listopad	49,17	52,93
Prosinec	49,27	54,6
Průměrná cena	53,85	55,21

Zdroj: Vedení akciové společnosti, srpen 2013.

4.7.2 Prodej vedlejších druhů ryb

Vybranou akciovou společností bylo v roce 2011 prodáno celkově 6 775 q vedlejších druhů ryb. Z přehledu výlovu vedlejších druhů ryb vybrané firmy vyplývá, že objem i sortiment výlovů za rok 2011 je přibližně stejný jako v roce 2010. První místo obsadil tolstolobik, jehož podíl na celkovém prodeji v roce 2011 činil 40 %. Následoval pstruh s 21,60 % a další pozici v popředí zastal amur s 9,80 %.

V roce 2011 byl výlov candáta i přes mírný nárůst stále nedostačující. Došlo k výraznému nárůstu výlovu „bílé ryby“, která je považována za obchodně cennou rybu pro sportovní revíry s dravou rybou. Stále chybí a meziročně propadá výlov lína. Poklesl i výlov amura.

Meziročně se zvýšil výrazně výlov cejna, avšak tento druh není požadován na trhu a je cenově nezajímavý a spíše konkuruje výrobě kapra. Výlov sumce se udržel na stejné úrovni.

Výroba vedlejších druhů ryb nabývá každým rokem na významu. Sortiment ryb je žádaný nejen na export za účelem konzumace a zarybňování, ale je stále důležitější i pro domácí trh – a to jak pro sítě řetězců, tak i pro gastronomii.

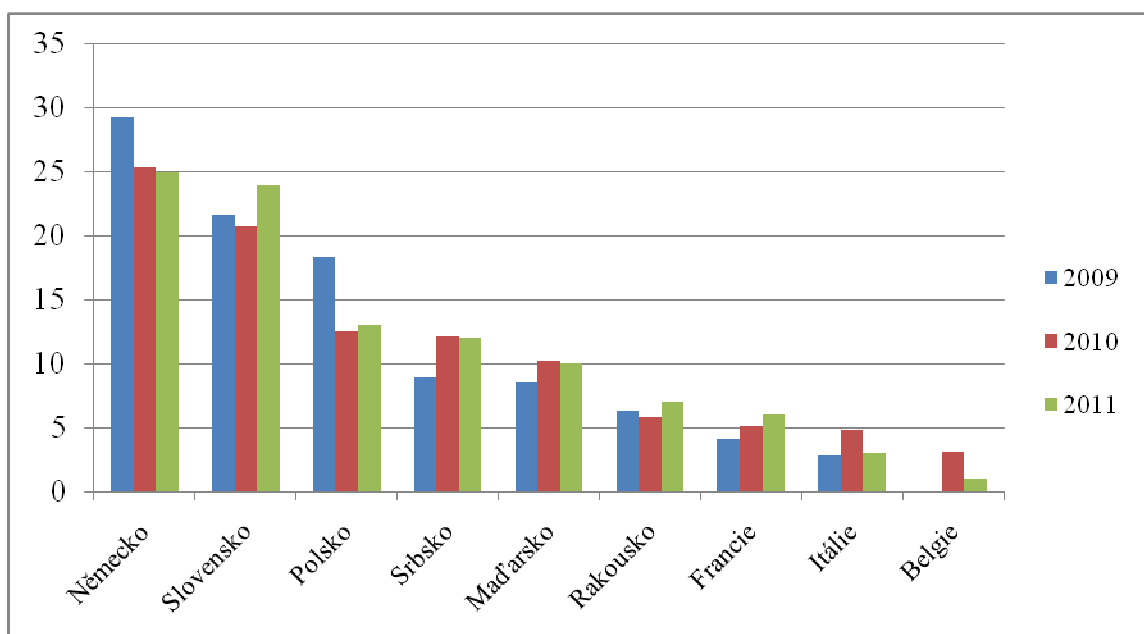
4.7.3 Export společnosti

Údaje o exportu firmy jsou z let 2009 – 2011.

Export živých ryb byl vždy velmi důležitý pro Českou republiku. Stanovení cen musí vycházet z úrovně výroby v Polsku, Maďarsku, Německu a Chorvatsku, které jsou trhy značně propojenými a navzájem závislými. Cena kapra na export musí navíc přihlížet i na vývoj cen mořských ryb, ryb lososovitých a drůbeže.

V roce 2011 bylo vybranou firmou dodáno na export 35 454 q živých ryb, což představovalo 78 % z celkového prodeje. V porovnání s rokem předchozím je podíl exportu vyrovnanější z hlediska objemu, avšak došlo k přesunu mezi jednotlivými zeměmi.

Graf 12: Procentuální podíl zahraničních odběratelů dle jednotlivých zemí v letech 2009 – 2011.



Zdroj: Vedení akciové společnosti, srpen 2013.

V meziročním srovnání došlo k největšímu poklesu prodeje především do Itálie a Belgie. Největší nárůst zaznamenalo Slovensko. A k mírnému nárůstu došlo u Rakouska a Francie.

Již bylo zmíněno, že rozhodující postavení v prodeji živých ryb zaujímá kapr. V následujícím textu tedy budou shrnuty poznatky firmy o vývoji ceny kapra v jednotlivých exportních zemích.

Německo

Německo patří již dlouhodobě k největším odběratelům společnosti. Země je atraktivní stabilizovanou cenou, ale i kontinuálním celoročním odběrem živých ryb. V meziročním srovnání dochází již několik let k nárůstu ceny.

Slovensko

V meziročním porovnání došlo k nárůstu objemů i ceny. Důvodem je především prodej tržního kapra a aktivní postup v zarybňování sportovních revírů Slovenska.

Polsko

Polsko je tradičním a velmi perspektivním odběratelem živých ryb. Limitujícím faktorem je cena, která se už dostala nad úroveň polských producentů a orientace polských obchodníků se začala orientovat na dovozy ryb z Běloruska, Lotyšska a Litvy. Meziroční nárůst ceny kapra je cca 2 % a vzhledem ke kupní síle je další navyšování ceny málo reálné.

Srbsko

Tato země patří mezi velmi perspektivní odběratele kapra. Tradice církve, která striktně dodržuje dlouhodobé postní svátky s konzumací ryb, zcela jistě přežije řadu let. Navíc je hlavní část rybí konzumace rozložena na jarní období, vánoční období a pravoslavné svátky. Objem prodeje je závislý na ceně. Tradice poskytuje záruky značných objemů, které je možné v této lokalitě umístit. Nevýhodou jsou vysoké přepravní náklady a chybějící sádkovací kapacity a dovozní přírážka, která vstoupila v platnost v červnu 2003 a obchod značně zkomplikovala. I přesto je nutné obchod udržovat, aby nedošlo k odklonu konzumentů kapra směrem k mořským rybám či drůbeže jako je tomu běžně v řadě ostatních evropských zemí.

Maďarsko

Maďarsko patří svou vysokou spotřebou sladkovodních ryb také k perspektivním odběratelům. Samotný prodej se zde odehrává hlavně v sítích hypermarketů, které jsou většinou vybaveny na celoroční prodej živých ryb.

Rakousko

U této země se podařilo zastavit stále klesající objem i cenu za kapra, což je firmou považováno za úspěch. Rakousko se brání našemu vývozu zejména značkou „Waldviertelkarpfen“ z biochovů, ale samozřejmě spotřebě ve Vídni to nestačí, a proto tady nastupuje Rybářství Třeboň, jako dvorní dodavatel ryb do císařského Hofburgu již údajně z dob rakouskouherské monarchie.

Francie

Řadí se mezi odběratele v posledních letech objemově nevyrovnané, zaměřené především na letní dodávky kapra na zpracování a podzimní zásobení sportovních revírů.

Itálie

Itálie již není tradičním odběratelem kapra, protože cena kapra přesunula okruh zájmu sportovních rybářů na levnější druhy. Neustále se zhoršuje i platební disciplína u všech obchodníků s rybami v Itálii.

Belgie

Belgie je zaměřená především na sportovní rybolov. Podmínkou odběru kapra je podíl vedlejších druhů ryb, např. lín, amur, štika, bílá ryba (plotice, cejn).

Velmi důležité je rozložení objemů a tržeb během roku. Ideální poměr je nejméně 50 % do konce 9. měsíce a maximálně 50 % na zbytek roku. Důvodem je rozložení tržeb. Snaha dosáhnout vyšších „letních“ cen, snížení rizik sádkování během podzimu a snížení rizika kolísání cen v podzimním období, kdy je dostatek ryb.

4.8 SWOT analýza odvětví rybníkářství České republiky

K závěrečnému zhodnocení českého trhu rybníkářství byla využita především konzultace s vedením společnosti a se zaměstnancem Rybníkářského sdružení České republiky. Dalším zdrojem pro zpracování byl Národní strategický plán pro oblast rybníkářství.

Silné stránky

- tradice českého rybníkářství
- konkurenceschopnost rybníkářských podniků díky významné pozici kapra
- rozvinuté rybářské školství
- vysoká kvalita produktů
- dostatek zpracovatelských kapacit
- mimoprodukční funkce rybníků
- existence organizace, která koordinuje zájmy rybníkářství (Rybníkářské sdružení ČR)

Dlouhá tradice českého rybníkářství je mnohde více než pětisetletá. Odvětví pracuje s rozsáhlým souborem poznatků týkajících se chovu ryb, do kterého patří například vlastní technologie chovu ryb. Druhou silnou stránku oboru rybníkářství potvrdily rybářské podniky především vstupem do Evropské unie, kdy dokázaly využít tuto skutečnost pro posílení svých pozic. Mezi silné stránky patří vysoká kvalita produktů, kterou oceňují domácí i zahraniční spotřebitelé. Zpracovny ryb jsou ve velmi dobrém stavu a splňují náročná kritéria stanovená legislativou EU. Své vysoké technologicko-hygienické úrovně dosáhly díky výstavbě a modernizaci z prostředků programu SAPARD. Jejich výrobní kapacita významně převyšuje nabídku ryb a stávající objem výroby. Další silnou stránku je mimoprodukční funkce rybníků, protože větší část rybníků slouží také k vodohospodářským účelům jako retenční nádrže. Rybníky rovněž mají krajinotvorný, rekreační, historický či estetický význam. Poslední zmíněnou silnou stránkou sektoru rybníkářství je existence organizace, která koordinuje zájmy rybníkářství, a jedná se o Rybníkářské sdružení ČR, které vzniklo v roce 1991. Rybníkářské sdružení ČR koordinuje zájmy producentů a poskytuje informace veřejnosti o své činnosti a činnosti svých členů.

Slabé stránky

- nedostatečná propagace ryb, výrobků z nich i rybníkářství jako profese

- omezený sortiment na trhu
- nízká ekonomická návratnost podnikání v rybářství
- sezónní charakter trhu
- přílišná orientace na kapra
- nedostatek vhodných zdrojů vody pro chov lososovitých ryb
- vysoký podíl fyzické práce

První slabá stránka souvisí především s velmi nízkou spotřebou ryb na osobu v České republice. Propagační akce výrobců nejsou dostačující, chybí v nich zaměření na kvalitu rybího masa. Nejsou téměř využívány cílené reklamní kampaně k propagaci ryb a rybích výrobků. Omezený sortiment na trhu je způsoben preferencemi spotřebitelů, kteří požadují živou rybu do hmotnosti 3 kg. A podnikům se pak ekonomicky nevyplatí některé sortimentní položky na trh vůbec dodávat. Celkový objem produkce sladkovodních ryb nevytváří dostatečné finanční zdroje a rezervy, proto je nutné využívat veřejné finanční prostředky na velké investiční akce. S další slabou stránkou jsou spojeny spotřebitelské návyky, které jsou orientovány na vánoční svátky, což je důvodem, že v průběhu kalendářního roku lidé nejeví zájem o sladkovodní ryby. Na prvním místě žebříčku spotřebitelské popularity se nachází kapr. Tato slabá stránka s sebou nese nebezpečí zvýšeného výskytu nebezpečných nálezů, pokud jde o jednostranně orientované obsádky. Další slabou stránkou pro obor rybářství je vysoký podíl fyzické práce. Náročné přírodní podmínky omezují možnosti využívat mechanizaci.

Příležitosti

- růst poptávky po sladkovodních rybách a výrobcích z nich
- rozšíření sortimentu výrobků ze zpracovaných ryb
- modernizace technického vybavení zpracoven
- rozvoj rybářské turistiky
- legislativa podporující hospodaření na rybnících
- návrat migrujících druhů ryb do našich toků
- podmínky pro maloobchodní prodej na farmách

Zvýšená poptávka po rybách a výrobcích skýtá příležitost při pohledu na zahraniční trhy a jejich potenciál. Dále se vyplatí mít v portfoliu výrobky, pro které dosud neexistoval dostatečný odbyt. To znamená pro rybářství v České republice, že by mělo rozšířit chov

o další druhy s dobrým uplatněním na trhu. S tím souvisí i další příležitost, širší segment konzumentů by mohl otevřít nové možnosti pro producenty a zpracovatele. V případě rozšíření segmentu je vhodné si zvolit za cílovou skupinu mladou generaci. Mezi příležitosti patří i nevyužitý turistický potenciál lokalit, které umožňují trávit volný čas rybolovem nebo jinými aktivitami souvisejícími s chovem ryb. V následujících letech rybářské podniky očekávají novou legislativu, která by umožnila lepší podmínky pro hospodaření s akvakulturou. Nabízí se vybudování rybích přechodů, které vytvoří přirozenou reprodukci, ale i výskyt rybích populací. Úkolem tohoto kroku je obnova původní druhové skladby organismů. Za příležitost shledává sektor rybářství podporu maloobchodního prodeje na rybích farmách a vytvoření vhodných podmínek pro prodej ryb a výrobků z nich. Maloobchodní prodej by mohl producentům přinést vyšší zisk a spotřebitelům jistotu, že kupují čerstvé produkty.

Ohrožení

- růst nákladů na hospodaření v rybářských hospodářstvích
- změna spotřebitelského chování
- konkurence jiných druhů potravin na trhu
- import levnějších ryb a výrobků z nich
- vlivy extrémních klimatických jevů
- možnost výskytu nebezpečných nákaz ryb
- legislativa omezující rybářské hospodaření

Odvětví rybářství předpokládá, že v budoucnu bude docházet k růstu vstupů do akvakultury, tj. růst ceny energií, krmiv a hnojiv. Ohrožení vidí především v konkurenci sladkovodních ryb, ale také v rybách mořských a v jiných substitučních potravinách. Lze navázat importem levnějších ryb a výrobků z nich, protože mořský rybolov má nižší investiční náklady, a proto produkty dodává na trh levněji. Dalšími nevýhody domácí akvakultury jsou sezónnost produkce, dlouhodobý proces vlastní výroby. Předpoklad pro funkční akvakulturu je dostatek kvalitní vody, proto dlouhodobý nedostatek vody a rovněž přebytek vody může způsobit špatné produkční výsledky hospodaření. Poslední zmíněné ohrožení je legislativa omezující rybářské hospodaření, které znamená pro rybníkáře, že si musí požádat o celou řadu výjimek a povolení. Hospodářské využívání rybníků je omezené, protože stále více rybníků se stává součástí chráněných oblastí. A vlastníkům rybníků tím vznikají ekonomické ztráty.

Na tuzemském území rybníkářství plní spojovací článek mezi produkční kapacitou vodních ploch a celou řadou dalších funkcí rybníků v kulturní krajině. Dále i činnost zahrnující udržování vyvážených rybích společenstev v rybářských revírech přikládá na nezastupitelné roli rybníkářství v celé krajině, která je využívána člověkem. Z analýz provedených Rybníkářským sdružením České republiky vyplývá, že odvětví je založeno na kvalitních základech a disponuje znalostmi o ekonomicky výhodném a udržitelném nakládání s akvakulturou. Je dosahováno vysoké kvality produktů v tomto oboru. Hospodaření v odvětví rybníkářství respektuje environmentální kritéria a rekreační rybníkářství představuje volnočasovou aktivitu pro část populace. Mezi problémy produkčního rybníkářství lze zmínit např. nízkou rentabilitu způsobenou rostoucími cenami vstupů do hospodaření, nedostatečné vlastní zdroje neumožňující dostatečnou propagaci kvalitních produktů domácí akvakultury. Ve spojení s přírodním prostředím je za velký problém považován vysoký podíl sedimentů v rybnících a vliv rybožravých predátorů. Stěžejním problémem je nízká ziskovost sektoru produkčního rybníkářství, který je způsoben rostoucími cenami vstupů do odvětví, legislativními požadavky a také stagnující poptávkou po produktech sladkovodní akvakultury.

4.9 Analýza rybníkářství ve vybraných zemích

Tato část diplomové práce bude věnována popisu akvakultury ve vybraných zemích. Jedná se o střeoevropské státy, převážně sousední státy, tj. Německo, Polsko, Maďarsko, Slovensko a Rakousko.

Tabulka 19: Dovozy a vývozy produktů rybolovu a akvakultury za rok 2010.

Stát	Dovozy		Vývozy	
	Objem v tunách	Hodnota v tis. EUR	Objem v tunách	Hodnota v tis. EUR
Německo	1 241 130	3 298 250	761 991	1 717 599
Polsko	431 252	1 011 835	217 980	552 821
Maďarsko	22 641	54 233	2 661	11 405
Slovensko	24 115	54 344	578	7 493
Rakousko	67 698	306 165	7 224	35 813

Zdroj: Společná rybníkářská politika v číslech – příručka pro uživatele.

Z tabulky je zřejmé, že ve všech zemích převažuje dovoz nad vývozem, což je způsobeno skutečností nižšího výlovu mořských ryb evropskými zeměmi.

4.9.1 Německé produkční rybníkářství

Základní údaje:

Rozloha: 356 854 km²

Počet obyvatel: 81 751 602

Hustota zalidnění: 229 osob/km²

V Německu je zastoupeno několik forem akvakultury, např. klasické kaprové rybníkářství, intenzivní akvakultura, využití recirkulačních systémů. Lov ryb se provozuje na jezerech. Dominantní postavení má chov kapra v rybnících, který je rozvinut v Bavorsku a Sasku, přičemž v Bavorsku se nachází spíše rodinné rybníkářské farmy a v Sasku jsou větší rybníkářské podniky. Rybníky jsou spíše menší a středně velké. V posledních letech produkce kapra a býložravých ryb klesla, ale je stabilizována na úrovni polointenzivních chovů významně zaměřených na produkci biokapra. Orgány ochrany přírody omezují iniciální obsádky a přírůstek z 1 ha, který se pohybuje na úrovni 500 kg za rok.

Německo je zaměřeno na chov lososovitých ryb (pstruha duhového) v průtočných systémech. V menším rozsahu se chová siven americký a v omezeném rozsahu je produkce orientována na jikry.

Spotřeba ryb v Německu je méně sezónní, protože ryby jsou zde konzumovány i v dalších obdobích roku, tj. jaro, léto. K rovnoměrné spotřebě sladkovodních ryb také přispívá spotřeba lososovitých ryb.

V Německu export sladkovodních ryb není významný. Německo je dovozcem kapra z České republiky a pstruha z Polska. Dále jsou z České republiky do země dováženy dravé ryby a lín.

Komparativní výhodou Německa je vyšší kupní síla obyvatelstva a s tím související schopnost nákupu kvalitních a dražších potravin včetně sladkovodních ryb.

4.9.2 Maďarské produkční rybářství

Základní údaje:

Rozloha: 93 000 km²

Počet obyvatel: 9 985 722

Hustota zalidnění: 107 osob/km²

Dostupné informace z roku 2006 pro Maďarsko jsou následující: Celková produkce tržních ryb dosahovala 21,9 tisíc tun, z toho produkce tržních ryb v rybnících 12,9 tisíc tun, v intenzivních chovech 1,8 tisíc tun a výlov ryb z volných vod 7,2 tisíc tun. Maďarský export sladkovodních ryb tvořil 1,3 tisíc tun a import činil 18,5 tisíc tun. V tomto roce bylo evidováno v zemi 361 rybích farem. Celková plocha rybníků činila 26,248 ha.

Druhová struktura ve výlovu ryb:

Kapr – 15 980 tun

Býložravé ryby – 3 162 tun

Další druhy ryb – 1 620 tun.

Významné postavení v maďarské akvakultuře zaujímá rybníkářství zaměřené na chov kapra, býložravých ryb a teplomilných druhů ryb (např. sumeček africký) využívající termální vody. Velká část rybníků je nově vystavena a převládají menší a středně velké rybníky.

Chov pstruha duhového je nevýznamný, protože i v této zemi není dostatek vhodných zdrojů vody. V posledních letech se rozvinul chov sumečka afrického v recirkulačních a semirecirkulačních systémech, které jsou napájeny termální vodou. Dochází k rozvoji produkce jesetera.

Maďarsko je v lepší situaci ve srovnání s Českou republikou, co se týká konzumace sladkovodních ryb. Konzumace je méně sezónní. Typická je konzumace rybích jídel ve specializovaných restauracích.

Export kapra a dalších sladkovodních ryb z Maďarska je nevýznamný, a i v této zemi existuje značný dovoz kapra z České republiky.

Výhodou maďarského rybářství jsou teplotně výhodné klimatické podmínky pro chov kapra a býložravých ryb a zdroje termální vody pro chov tropických druhů ryb.

4.9.3 Polské produkční rybářství

Základní údaje:

Rozloha: 312 679 km²

Počet obyvatel: 38 200 037

Hustota zalidnění: 122 osob/km²

Polské produkční rybářství je zaměřeno především na sladkovodní druhy ryb. V Polsku se nachází 70 tisíc ha rybníků. Z toho pro chov ryb je určeno 51 700 ha. V rámci EU je Polsko druhým největším producentem kapra. Dalšími chovanými druhy ryb jsou např. pstruh duhový, lín, býložravé ryby, jeseteři, losos obecný. Farmy se v Polsku vyskytují především na severu země a zčásti na jihu.

Údaje z roku 2008 uvádí: V tomto roce bylo v Polsku 240 rybích zpracoven a z toho 15 zpracoven ryb jsou velkými podniky, protože zaměstnávají více než 250 pracovníků. Průměrná spotřeba ryb na jednoho obyvatele je považována polskými odborníky za nízkou a činí cca 11,8 kg/rok. 85 % spotřeby tvoří mořské ryby a zbylými 15 % se podílejí na spotřebě sladkovodní ryby. V Polsku dochází k velké modernizaci v chovu pstruha, a větší část jeho produkce je exportována do Německa. V některých oblastech Polska se desítky procent produkce ryb z chovu realizuje na domácím trhu pomocí lovu ryb na udici. Pro srovnání v České republice je to jen asi 1 – 3 %. Pro podniky je to ekonomicky výhodné, protože to rozšiřuje jejich zdroje příjmů a zároveň to přispívá i ke zvýšení zaměstnanosti.

Polsko je významným vývozcem pstruha duhového, především do Německa a v menší míře i do České republiky. Kapr ze země ale exportován není.

V této zemi je za výhodu považována poměrně vysoká spotřeba rybího masa obyvatelstvem. V zemi je větší výskyt rybích restaurací. Velmi populární a široce rozšířený je komerční lov ryb v malých rybnících.

Chov kapra v Polsku v minulých letech zdecimovalo KHV, proto mají velkou závislost na dovozu převážně z ČR.

4.9.4 Slovenské produkční rybářství

Základní údaje:

Rozloha: 48 845 km²

Počet obyvatel: 5 392 446

Hustota zalidnění: 110 osob/km²

Slovenská akvakultura je poplatná historickému vývoji (rybníky víceméně sloužily k retenčním a závlahovým účelům) a nevyvážená. V horských oblastech země převažuje chov lososovitých ryb realizovaný v nedávné minulosti Slovenským rybářským svazem a naopak v teplých oblastech země se nalézají rybníky s produkcí kapra. Chov jiných druhů ryb je téměř zanedbatelný. Avšak silná stránka slovenského rybářství je chov lososovitých ryb, jehož produkce převyšuje produkci kaprovitých ryb v rybnících.

Dříve se slovenské rybářství vyjímalo zvládnutím umělé reprodukce hlavatky a lipana a produkcí jejich násad do domácích volných vod a na export, ale nyní je tento směr produkce ve velkém útlumu. V současné době se Slovensko orientuje na vlastní produkci nebo na dovoz jiker z Dánska. Důležitá pro slovenské rybářství je skutečnost, že se připravuje výstavba velkého objektu pro chov teplomilných ryb na středním Slovensku.

Na Slovensku jsou stejné zvyklosti jako v České republice ohledně konzumace sladkovodních ryb. Spotřeba kapra je tedy spojená se sezónní konzumací ryb na vánoční

svátky, ale kdysi dosahoval vývoz ryb na Slovensko před Velikonocemi vývozu na Vánoce. Pstruh je konzumován na domácím trhu celoročně především v restauracích.

Na Slovensko je ve velkém měřítku dovážen kapr z České republiky a k exportu dochází zejména v předvánočním období.

Dosud nevyužitou potenciální výhodou jsou geotermální prameny, které by bylo možné využít pro chov ryb v oteplené vodě.

4.9.5 Rakouské produkční rybníkářství

Základní údaje:

Rozloha: 83 870 km²

Počet obyvatel: 8 404 252

Hustota zalidnění: 100 osob/km²

I v Rakousku je zastoupeno klasické kaprové rybníkářství, formy intenzivní akvakultury, ale i využití recirkulačních systémů. Převládají menší rybníky, které jsou většinou součástí zemědělských podniků. Dominuje chov kapra, a je lokalizován především v podhorské oblasti Waldvertelu a v oblasti Grazu. V horských oblastech Alp v průtočných systémech se nachází chov lososovitých ryb. Rozvoj rybníkářství a rybníkářství je podporován základním a aplikovaným rybářským a akvakulturním výzkumem zabezpečeným výzkumným rybářským ústavem.

V Rakousku je zvýšená poptávka v podzimním období a na Vánoce. Kapra dováží hlavně z České republiky. Rovnoměrnější spotřeba sladkovodních ryb je ovlivněna vyšší spotřebou lososovitých ryb v průběhu roku.

Rakousko je dovozcem kapra a dravých druhů ryb z České republiky.

Komparativní výhoda pro Rakousko je vysoká produkce tržního pstruha a jeho stálá konzumace. Další výhodou jsou lepší přírodní podmínky, zejména dostatek vody a kvalitní voda.

4.9.6 Komparativní výhody a využitelné zkušenosti pro české rybářství

Jednoznačná výhoda pro Českou republiku zůstává chov kapra v rybnících. Důvodem je, že produkce kapra je tradiční, ale i technologicky zvládnutá. Na základě provedené analýzy vybraných zemí lze konstatovat, že Česká republika zaostává v zavádění intenzivních chovů ryb šetrných k životnímu prostředí, proto nedochází k zvýšení objemu produkce, ale i pestrosti druhové nabídky chovaných ryb.

Využitelné zkušenosti pro Českou republiku:

Zvýšení objemu chovaných vedlejších druhů ryb - např. vyvolat větší zájem o lína na domácím trhu.

Rozšíření spektra chovaných druhů ryb – týká se druhů ryb, které jsou v České republice chované málo či vůbec, např. jeseteři.

Technologie recirkulačních systémů pro různé druhy ryb – v České republice existuje pouze minimum těchto systémů. Na základě dosavadních pozitivních zkušeností ostatních států je vhodné rozšířit tyto systémy i v České republice. Tento krok se může stát reálným díky poskytnutým veřejným prostředkům z EU na investice spojené s výstavbou těchto objektů.

Marketing – v České republice je potřeba zlepšit atraktivitu a kulturnost prodeje ryb. Na území České republiky je nedostatek malých a specializovaných prodejen rybích produktů a rybích restaurací s kvalifikovaným personálem.

Enviromentální aspekty – souvisí se specifickými podmínky akvakultury v České republice, tj. především mimoprodukční funkce rybníků.

Podpora aplikovaného výzkumu – je vhodné pokračovat ve finanční podpoře stěžejních projektů zaměřených na nové technologie.

Spotřeba ryb – žádoucí pro české rybářství je udržet spotřebu živého kapra v tradičních obdobích, ale zároveň zvýšit spotřebu zpracovaného kapra v průběhu celého roku.

Důležité je udržet trend zvyšujícího se zájmu spotřebitelů o lososovité ryby, avšak poptávku uspokojit z domácí produkce.

4.10 Analýza budoucího vývoje českého rybářství

V textu diplomové práce byl již analyzován současný stav trhu s rybami a nyní bude věnována pozornost nejbližší budoucnosti českého produkčního rybářství.

Vize budoucího vývoje českého rybářství je postavena na několika východiscích, např.:

- zvýšení produkce dalších druhů
- zvýšení podílu i sortimentu zpracovaných sladkovodních ryb pro český trh
- prohloubení marketingové politiky rybářských podniků
- snížení dovozu ryb a rybích výrobků zejména z třetích zemí.

„Akvakultura v ČR je založena na kombinaci konkurenceschopného tradičního rybářství s pozitivními mimoprodukčními funkcemi a využívání inovativních postupů šetrných k životnímu prostředí při produkci ryb. Tím je zajištěna celoroční dostupnost vybraných druhů sladkovodních ryb v dostatečném množství. Prostřednictvím zacílených marketingových aktivit pak je dosaženo dlouhodobého nárůstu spotřeby sladkovodních ryb a rybích produktů v České republice.“ (Mze, 2013)

„Globálním cílem rybářství je udržitelná a konkurenceschopná akvakultura založená na inovacích, konkurenceschopnosti, znalostech a účinnějším využití zdrojů.“ (Mze, 2013)

Pro české rybářství je cílem rozvoj udržitelného chovu ryb a zajištění rovnoměrných dodávek domácích sladkovodních ryb na domácí trh v požadovaném sortimentu. Další cíle jsou určeny na základě zjištěných komparativních výhod z provedené analýzy ostatních zemí, tj. rozvoj tradiční formy akvakultury, podpora zavádění moderních intenzivních chovných systémů.

4.10.1 Priority a specifické cíle českého rybářství

Mezi hlavní cíle rybářství v České republice patří zvýšení spotřeby sladkovodních ryb zařazením sladkovodní ryby v různé formě do jídelníčku nejméně 1x týdně. Velký důraz je kladen na přesun spotřebitelského zájmu o čerstvé sladkovodní ryby na celý rok. Prioritou je zabezpečení, skladování a přeprava produktů akvakultury plně zohledňující environmentální požadavky. Důležité pro sektor rybářství je získání trvalé důvěry spotřebitelů pro produkty akvakultury. Mezi cíle českého rybářství se řadí i budování moderních recirkulačních zařízení k produkci kvalitních ryb, investice do výstavby, obnovy a odbahnění rybníků, a účelem je posílení konkurenceschopnosti rybníků. A umožní to rozšířit stávající sortiment ryb o druhy produkované v recirkulačních systémech. Dále se české rybářství zaměřuje na podporu nových chovatelů začínající podnikat v akvakultuře. Velkou váhu mezi cíly rybářství má zvýšení podílu zpracovaných ryb a propagace akvakultury. Dále se zaměřují na zapojování podniků do prodeje. Za prioritu českého rybářství je také považována podpora rybářského výzkumu a vývoje nových nebo inovovaných produktů a technologií. Mezi další cíle patří rozvoj mezinárodní spolupráce, přičemž jde o rozvoj aktivního zapojení do evropských sítí a mezinárodní spolupráce v rámci společných evropských a světových struktur.

4.10.2 Prognóza dalšího vývoje sektoru rybářství v České republice

Další vývoj ročního nárůstu produkce ryb nebude postaven zcela na základě výlovu z rybníků, a proto je strategie pro další období postavena na 3 klíčových bodech:

1. Udržení stávající úrovně produkce ryb v tradičním rybníkářství

V České republice je dlouhodobě stabilní produkce cca 20 tisíc tun ryb ročně a cílem je tuto produkci zachovat, a pokud dojde k aplikaci nových technologií tak i produkci mírně zvýšit.

2. Růst a rozšíření produkce ryb v České republice

Technologie používané v současné době jsou na velmi vysoké úrovni, ale vyžadují vysoké počáteční náklady dané investice. Zavedení těchto nových systémů by umožnilo produkci širšího spektra kvalitních druhů ryb. Nejdříve

dojde ke zvýšení produkce ve stávajících již vybudovaných kapacitách recirkulačních systémů. Poté lze očekávat postupný nárůst produkce ryb z nově budovaných systémů, které budou financovány z vlastních prostředků, ale i v rámci projektů financovaných s podporou Evropské unie.

3. Zvýšení podílu zpracovaných ryb a sortimentu rybích produktů pro trh

Zde je nutné uvést, že současné zpracovatelské kapacity zastarávají vzhledem k rychlému technickému rozvoji v této oblasti. Zvyšuje se tedy tlak na jejich modernizaci (Mze, 2013).

Pro naplnění prognózy budoucího vývoje je podmínkou pokračování podpůrného a vysoce účinného Evropského rybářského fondu. Strategické cíle české akvakultury pravděpodobně narazí na velmi těžce překonatelné překážky, které jsou spojovány především s hospodářskou krizí. I přesto lze uvést, že české produkční rybářství má při zachování stávajícího chovného prostoru reálnou šanci udržet současnou produkci a dále se rozvíjet v souladu s požadavky na udržitelnost.

4.11 Návrhy a doporučení

Na základě seznámení s činností firmy FISH MARKET a. s., provedením STEP analýzy podniku, Porterova modelu pěti sil, BCG analýzy a SWOT firmy, a především zpracováním analýzy odvětví rybářství v České republice a komparativní analýzy rybářství ve vybraných zemích, lze doporučit společnosti následující:

Jedná se o moderní a rozvíjející se podnik. Společnost je zaměřena na prodej živých ryb a výrobků z ryb. Hlavním produktem společnosti je živá ryba.

Vybraná společnost by měla racionálně řešit cenovou politiku s cílem zmenšení rizika tuzemské i zahraniční konkurence, a bude schopna docílit své konkurenceschopnosti. Konkurenceschopnost na tuzemském trhu snižuje i nedostatečná propagace a reklama týkající se celého sektoru rybářství, proto je možné firmě doporučit, aby věnovala pozornost správné a efektivní propagaci firmy. Hlavní důraz při propagaci by měl být kladen na kvalitu a čerstvost produktů, které hrají významnou roli při nákupu rybího masa spotřebitelem, a proto by na balení výrobku neměla chybět ochranná známka, tj. „Český kapr“ či „KLASA“. Další možností propagace můžou být reklamní kampaně v rozhlasových stanicích daného regionu či reklama v tiskovinách.

Společnost by měla využít prodeje živého kapra pod značkou Třeboňský kapr, čímž se odliší od konkurence a může dosáhnout lepšího postavení na trhu.

Je možné uvažovat pro vybranou akciovou společnost, zda by pro ni nebylo vhodné, aby investovala finanční prostředky do rozšíření technologického vybavení firmy, především speciálních návěsů určených pro přepravu ryb. Tento krok by mohl přispět k lepšímu výsledku hospodaření.

Dále lze akciové společnosti navrhnout, aby v co největší míře využila své dlouholeté působnosti v oboru rybářství. Nabízí se pro firmu doporučení, aby nadále těžila z poskytování kvalitních produktů, a udržela si tak existenci stálé klientely. Důvodem pro tyto návrhy a doporučení může být, že v odvětví rybářství dochází k rivalitě mezi existujícími konkurenty a poté jsou nabízeny nereálné cenové nabídky.

Další doporučení pro akciovou společnost zní, aby využila jedné ze svých příležitostí na trhu, tj. růst poptávky po sladkovodních rybách. Je možné tedy firmě navrhnout, aby se zaměřila na důkladné zjišťování zákaznických potřeb. Spotřebitelé kupují ryby a produkty z ryb především ve specializovaných prodejnách, což pro firmu činí návrh, aby se snažila lépe využít svých mnoha zpracoven a prodejen. V specializované prodejně by měl být přítomen kvalifikovaný pracovník, který zákazníkovi pomůže vybrat nejen správný druh ryby dle jeho preferencí, ale bude schopen podat informace o složení, způsobu výlovu, možnostech kuchyňské úpravy apod.

Akciová společnost FISH MARKET by měla omezit přílišnou orientaci na kapra, protože zákazníci požadují větší pestrost sortimentu. Pro vybranou firmu to znamená se orientovat na houževnatou chovatelskou praxi, s využitím jak reprodukčních tak i chovatelských – rybničních kapacit. Naše rybářství stojí především na kaprovi, máme rybníky pro něj vhodné a jeho výroba je poměrně levná, chov ostatních ryb je technologicky i ekonomicky náročný, takže omezení připadá v úvahu, pokud převládne nějaká environmentální politika, která se dlouhodobě snaží omezit intenzitu chovu kapra různými zákazy a omezeními. Podle nich přispívá chov k zhoršení kvality vody a dochází také k vytlačování ostatních vzácných organismů a rostlin – velké nebezpečí do budoucna pro rybářství. Snahou tedy bude udržet stávající produkci kapra.

Mezi silné stránky sektoru rybářství bylo zařazeno rozvinuté školství, které je v místě společnosti a výzkum, včetně některých pracovišť České Akademie věd, čímž se

vybrané firmě nabízí možnost rozsáhlého výběru pracovní síly a know how. Avšak je nutné zdůraznit, že podnik musí zvolit dostatečné finanční ohodnocení svých zaměstnanců, aby se vyvarovala odlivu kvalifikované pracovní síly.

5 Závěr

Diplomová práce byla zpracována pro akciovou společnost FISH MARKET, která působí v sektoru rybnářství jako obchodní společnost, která pomáhá realizovat jak vlastní v rámci holdingu, tak i vykoupnou produkci ryb. Hlavním cílem práce bylo zhodnotit její současnou situaci a postavení na trhu, jako vybraného významného českého subjektu v daném odvětví. Dílčím cílem byla predikce dalšího vývoje odbytových možností v návaznosti na zákaznický tuzemský a zahraniční sektor.

V rámci analýzy trhu českého rybnářství byly rozpracovány faktory charakterizující zákazníky firmy, současný stav rybnářství, produkci ryb a spotřebu ryb. Bylo zjištěno, že český spotřebitel na trhu ryb je velmi konzervativní a odbyt pro zahraniční zákazníky je až na výjimky (tzn. Slovensko a Polsko) převážně stagnující. Spotřeba sladkovodních ryb v České republice se pohybuje na nízké úrovni, ale je srovnatelná s ostatními zeměmi Evropské unie, kde však je významně vyšší spotřeba mořských ryb.

Zákaznická klientela v současné době začíná preferovat kvalitní a čerstvé ryby, v podobě polotovarů – tzn. zpracovaných ryb pro rychlou kuchyňskou úpravu. Mezi nejoblíbenější sladkovodní ryby patří stále kapr a pstruh. Z některých indicií vyplývá, že se mění spotřebitelské návyky, a proto na trhu s rybami dochází k růstu poptávky po sladkovodních rybách a jejich produktech. Ryby a výrobky z nich zákazníci konzumují hlavně z důvodu zdravé výživy.

Lze uvést, že firma se nachází ve vysoce konkurenčním prostředí, neboť konkurencí pro firmu jsou všechny okolní a poměrně velké a technologicky vybavené podniky nabízející ryby na tuzemském trhu za levnější cenu. Mezi substituty patří i konkurence tvořená dovozem mořských ryb.

Na základě využití SWOT analýzy byly vyhodnoceny slabé a silné stránky společnosti, její příležitosti a ohrožení na trhu. Akciová společnost by měla využít svých silných stránek k odbourání hrozeb na trhu.

Na základě STEP analýzy firmy bylo zpracováno vnější prostředí firmy s ohledem na sektor rybnářství. Součástí diplomové práce je analýza prodeje živých ryb ve vybraném podniku se zaměřením i na export firmy. Export ryb v dané akciové společnosti tvoří

přibližně 75 % z celkového prodeje ryb. Dlouhodobě největším odběratelem firmy je Německo. K určitému a do jisté míry značnému nárůstu v prodeji kapra dochází se Slovenskem a Polskem, jejichž dovozci vedle přiměřené kvality usilují o výhodné cenové úrovni.

K zhodnocení tuzemského trhu s rybami byla použita rovněž SWOT analýza, ze které vyplývá významný problém českého rybářství, za který je považována sezónnost trhu, neboť o vánočních svátcích se prodá cca 65 % z celkového objemu prodeje sladkovodních ryb. Velkým problémem prodeje živých ryb a výrobků ze sladkovodních ryb je jejich cena, u výrobků z ryb se promítají vysoké investiční náklady. Na trhu českého rybářství většinou zatím rozhoduje nejnižší cena. Mezi slabé stránky tohoto sektoru je řazena i nedostačující propagace ryb, výrobků z nich i rybářství jako profese.

Prostřednictvím komparativní analýzy vybraných zemí v sektoru rybářství bylo zjištěno, že dlouhodobě stabilní vývoj v celkové produkci ryb má Maďarsko a Slovensko. Německo, Polsko i Finsko jsou státy s významným podílem produkce mořských ryb, které významně ovlivňují úroveň celkové produkce ryb. Na základě provedené analýzy vybraných zemí lze konstatovat, že Česká republika zaostává v zavádění intenzivních chovů ryb šetrných k životnímu prostředí, proto nedochází k zvýšení objemu produkce, ale ani k pestrosti druhové nabídky chovaných ryb.

Strategie budoucího vývoje rybářství je postavena na udržení stávající úrovně produkce ryb, popřípadě produkci mírně zvýšit ve spojení s aplikací nových technologií. Dalším důležitým východiskem je zvýšení podílu zpracovaných ryb a sortimentu rybích produktů pro trh.

V diplomové práci byly stanoveny dvě hypotézy. První z nich zněla, že pro export společnosti FISH MARKET a. s. je klíčový slovenský trh. Na základě zjištěných poznatků nelze hypotézu potvrdit. Export společnosti na slovenský trh zaznamenal největší nárůst, avšak nelze ho považovat za klíčový trh pro vybranou společnost. Analýza exportu firmy ukázala, že by se firma neobešla bez největších odběratelů živých ryb, tj. Německo a Polsko. V druhé hypotéze bylo řečeno, že hrozbou pro společnost FISH MARKET a. s. je vstup nového konkurenta na trh českého rybářství. Hypotézu lze potvrdit a doplnit o zjištění, že se jedná především o dovoz sladkovodních

ryb z klimaticky příznivějších oblastí. Za významného konkurenta lze považovat Maďarsko, které projevuje zvýšené úsilí expandovat na český trh s rybami.

6 Summary

This master thesis provides an analysis of a specific commodity and production of future development. The main goal was to evaluate current market position of a selected Czech business unit within its industry.

A selected joint-stock company is involved in an industry of fresh-water fishery. Main part of this thesis is focused on an analysis of fish market as a main foundation for analysing a market position of a future development in this industry.

I applied a situation analysis of this company to make assumption about current and future position of this company. The situation analysis consists of following factors: consumers, competition and a Czech fresh-fish market. As a result of this analysis I can conclude that consumers prefer fresh and high quality fish. A carp and a trout belong to consumers' favourite fresh-water fish. I can also conclude that the company is involved in a high competitive environment.

Based on a SWOT I evaluated strengths, weaknesses, opportunities and threats on a market. The joint-stock company should use their strengths to eliminating threats on their market.

Using a STEP analysis, I analysed an external environment in on a fish market. The thesis also covers a an expert analysis of a selected company. About 75% of companies production is exported. The main export market is Slovakia. We have also seen a significant increase of carp sale in Slovakia.

The domestic market was evaluated through a SWOT analysis The main issue for a fishery market are seasonal sales. The major problem related to fresh-water fish products is a price. The Czech consumers are price-sensitive prefer lower prices. On other market weaknesses are fish product promotion and PR for fisherman jobs.

Using a comparative analysis of selected countries, I found that long-term and stable production in a fish production is in Hungary and Slovakia. Germany, Poland and Finland have a significant proportion of fish production, which significantly affect the level of total fish production. Based on a conducted analysis I can provide following conclusion: the Czech Republics lacks of promotion intensive environmentally friendly

fish-farming, so there is no potential of increase in the volume of production. It also affects a variety of species of fish available on a market.

Strategy for a future development of a fishery industry is based on maintaining the current level of a fish production, or to slightly increase a production in conjunction with an application of new technologies. Another important point is to increase a share of processed fish and fish products for the market.

7 Seznam použité literatury

Odborná literatura:

- Andreska, J. (1987). *Rybářství a jeho tradice*. Praha: Státní zemědělské nakladatelství.
- Berka, R. (2006). *Český kapr*. České Budějovice: Rybářské sdružení České republiky.
- Cihelková, E. a kol. (2009). *Světová ekonomika: Obecné trendy rozvoje*. Praha: C. H. Beck.
- Drulák, P. (2010). *Teorie mezinárodních vztahů* (2nd ed.). Praha: Portál.
- Dvořáček, J., Slunčík, P. (2012). *Podnik a jeho okolí: Jak přežít v konkurenčním prostředí?* Praha: C. H. Beck.
- Hartman, P., Bednářová, D., Mikl, R. (2012). *Management akvakultury*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Fakulta rybářství a ochrany vod.
- Kalínská, E. a kol. (2010). *Mezinárodní obchod v 21. století*. Praha: Grada Publishing, a. s.
- Kubišta, V. (2009). *Mezinárodní ekonomické vztahy*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2009.
- Kučerová, I. (2011). *Mezinárodní ekonomické vztahy: Repetitorium* (2nd ed.). Praha: Metropolitní univerzita Praha, o. p. s.
- Machková, H. (2009). *Mezinárodní marketing* (3th. ed.). Praha: Grada Publishing, a. s.,
- Machková, H., Černošlávková, E., Sato, A. a kol. (2010). *Mezinárodní obchodní operace* (5th. ed.). Praha: Grada Publishing, a. s.
- Machková, H., Zamykalová, M. (2002). *Mezinárodní obchod a marketing*. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o.
- Ministerstvo zemědělství České republiky. (2011). *Situační a výhledová zpráva – ryby*. Praha: Mze ČR.

Ministerstvo zemědělství České republiky. (2013). *Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu*. Praha: Mze ČR.

Synek, M. a kol. (2006). *Podniková ekonomika* (4th. ed.). Praha: C. H. Beck.

Šilhavý, V. a kol. (2012). *Naše rybářství*. České Budějovice: Rybářské sdružení České republiky.

Štrach, P. (2009). *Mezinárodní management*. Praha: Grada Publishing, a. s.

Vácha, F., Buchtová, H. (2005). *Komodity akvakultury*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta.

Zákon č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou, ve znění pozdějších předpisů, § 2

Internetové zdroje:

Rybářské sdružení České republiky. Dostupný z WWW: <http://www.cz-ryby.cz/tables-show/>

Společnost Fish Market a. s. Dostupný z WWW: <http://www.fishmarket.cz/>

Třeboňský kapr. Dostupný z WWW: <http://www.trebonskykapr.cz/>

Rybářství Hluboká nad Vltavou. Dostupný z WWW: <http://www.rybarstvihluboka.cz/>

Rybářské sdružení ČR. Dostupný z WWW: http://rybsdr.fishnet.cz/ryby_cr.htm

Rybářství Třeboň Hld, a. s. Dostupný z WWW: <http://www.rybarstvi.cz/>

Businessinfo – oficiální portál pro podnikání a export. Dostupný z WWW: <http://www.businessinfo.cz/>

E15.cz. Dostupný z WWW: <http://zpravy.e15.cz/domaci/ekonomika/ministerstvo-zemedelstvi-spusti-rybu-domaci-2-988405>

Ministerstvo zemědělství ČR. Dostupný z WWW: <http://eagri.cz/public/web/mze/>

CzechTrade – partner pro export. Dostupný z WWW: <http://www.czechtrade.cz/>

FAO. Dostupný z WWW: <http://www.fao.org/home/en/>

Český statistický úřad. Dostupný z WWW: <http://www.czso.cz/>

Evropská komise. Dostupný z WWW: http://ec.europa.eu/index_cs.htm

Fórum zdravé výživy. Dostupný z WWW: <http://www.fzv.cz/>

Justice. Dostupný z WWW: <http://portal.justice.cz/Justice2/Uvod/uvod.aspx>

8 Seznam tabulek a grafů

Schéma:

Schéma 1: Organizační struktura společnosti FISH MARKET a. s.	str. 33
Schéma 2: Porterův model pěti sil	str. 46
Schéma 3: SWOT matice společnosti FISH MARKET a. s.	str. 54

Tabulky:

Tab. 1: Vývoj produkce ryb v období 2000 až 2012 na území ČR (v 1000 t)	str. 19
Tab. 2: Zhodnocení tržních ryb v České republice v letech 1996 – 2012 (v 1000 tunách)	str. 23
Tab. 3: Produkce ryb v České republice a jejich užití (v t)	str. 25
Tab. 4: Přehled o vývozu živých ryb a výrobků z nich z ČR	str. 28
Tab. 5: Vývoz živých kaprů z ČR dle zemí s nejvýznamnějším podílem v roce 2011 – 2012	str. 28
Tab. 6: Celková produkce – hlavní producenti ryb v roce 2009	str. 30
Tab. 7: Celková produkce EU podle členských států v roce 2009 – výlov a akvakultura	str. 31
Tab. 8: Ukazatele rentability společnosti FISH MARKET a. s. (v %)	str. 35
Tab. 9: Ukazatele likvidity společnosti FISH MARKET a. s.	str. 37
Tab. 10: Ukazatele zadluženosti společnosti FISH MARKET a. s.	str. 38
Tab. 11: Ukazatele aktivity společnosti FISH MARKET a. s.	str. 40
Tab. 12: Přehled cen kapra u konkurenčních podniků za rok 2013 (v Kč/kg)	str. 49

Tab. 13: Silné stránky společnosti FISH MARKET a. s.	str. 52
Tab. 14: Slabé stránky společnosti FISH MARKET a. s.	str. 52
Tab. 15: Příležitosti společnosti FISH MARKET a. s.	str. 52
Tab. 16: Ohrožení společnosti FISH MARKET a. s.	str. 53
Tab. 17: Strategie konfrontace	str. 55
Tab. 18: Vývoj průměrné ceny kapra v jednotlivých měsících – v letech 2010 – 2011	str. 57
Tab. 19: Dovozy a vývozy produktů rybolovu a akvakultury za rok 2010	str. 64

Grafy:

Graf 1: Druhov struktura prodeje ryb v České republice v %	str. 20
Graf 2: Spotřeba ryb v České republice (v kg/1 obyvatele)	str. 26
Graf 3: Dovoz ryb do ČR v roce 2012	str. 27
Graf 4: Vývoz ryb z ČR v tun ch za rok 2012	str. 27
Graf 5: Ukazatele rentability v letech 2010 – 2012 společnosti FISH MARKET a. s. (v %)	str. 36
Graf 6: Ukazatele likvidity v letech 2010 – 2012 společnosti FISH MARKET a. s.	str. 38
Graf 7: Ukazatele zadluženosti v letech 2010 – 2012 společnosti FISH MARKET a. s.	str. 39
Graf 8: Vývoj obratu aktiv v letech 2010 – 2012 v Kč	str. 40

Graf 9: Vývoj doby obratu krátkodobých pohledávek v letech 2010 – 2012 (v dny)	str. 41
Graf 10: Vývoj doby obratu zásob v letech 2010 – 2012 (v dny)	str. 41
Graf 11: Porovnání obratu v jednotlivých segmentech v roce 2009 a 2010 v Kč	str. 47
Graf 12: Procentuální podíl zahraničních odběratelů dle jednotlivých zemí v letech 2009 – 2011	str. 58

9 Přílohy

Příloha 1: Zahraniční obchod s rybami, koryši, měkkýši a ostatními bezobratlovci celkem (v tunách) celní položky: 0301 – 0307.

Příloha 2: Zahraniční obchod ČR, ryby živé – celní položka 0301 (v tunách).

Příloha 3: Spotřeba rybích produktů ve vybraných zemích EU (rok 2009).

Příloha 4: Fullerův trojúhelník.

Příloha 5: Výsledky ze SWOT analýzy společnosti FISH MARKET a. s.

Příloha 6: Rozvaha společnosti FISH MARKET a. s.

Příloha 7: Výkaz zisků a ztrát společnosti FISH MARKET a. s.

Příloha 1

Tabulka: Zahraniční obchod s rybami, koryši, měkkýši a ostatními bezobratlovci celkem (v tunách) celní položky: 0301 – 0307.

Rok	Dovoz	Vývoz	Saldo
2001	31 632	12 256	-19 376
2002	30 121	11 985	-18 136
2003	31 180	11 973	-19 207
2004	35 617	13 048	-22 569
2005	38 746	14 784	-23 962
2006	38 892	16 697	-22 195
2007	38 868	16 375	-22 493
2008	44 282	15 347	-28 935
2009	44 502	16 841	-27 661
2010	40 548	18 073	-22 475
2011	38 705	18 494	-20 211
2012	15 588	6 314	-9 274

Zdroj: Celní statistika pro rok 2012, údaje jsou uvedeny do 31. 5. 2012.

Příloha 2

Tabulka: Zahraniční obchod ČR, ryby živé – celní položka 0301 (v tunách).

Období	Dovoz		Vývoz		Průměrná dovozní cena Kč/kg		Průměrná vývozní cena Kč/kg	
	Celkem	z toho kapr	Celkem	z toho kapr	Celkem	z toho kapr	Celkem	z toho kapr
2001	333	39	9 953	8 690	74,16	50,14	49,48	46,65
2002	465	110	9 657	8 596	74,03	65,18	52,10	48,37
2003	484	132	9 416	8 114	74,63	66,67	54,73	51,82
2004	434	125	9 812	8 540	84,04	63,83	52,50	48,70
2005	858	274	9 460	8 233	65,80	61,33	51,25	46,87
2006	698	297	9 934	8 856	68,31	60,07	49,71	46,01
2007	451	9	10 326	9 310	70,00	28,17	51,92	48,08
2008	427	79	9 850	8 558	63,29	39,36	53,65	49,95
2009	227	9	8 256	7 169	76,05	56,29	51,72	49,00
2010	272	121	8 896	7 741	61,88	44,52	50,14	47,64
2011	647	242	8 910	7 932	64,80	45,05	51,36	49,01
2012	199	98	2 430	2 135	90,95	44,76	49,14	47,99

Zdroj: Celní statistika, pro rok 2012 jsou uvedeny údaje do 31. 5. 2012.

Příloha 3

Tabulka: Spotřeba rybích produktů ve vybraných zemích EU (rok 2009).

Země	t živé hmotnosti					Kg/os/rok
	Produkce celkem	Nepotravin. užití	Import	Export	Celková spotřeba	Spotřeba na obyvatele
Německo	293 757	1 272	1 846 973	926 177	1 263 260	15,3
Maďarsko	22 888	34	28 917	889	50 282	5,1
Rakousko	2 875	13	132 399	7 601	127 659	15,4
Polsko	187 448	4 636	565 759	333 507	415 064	10,9
Slovensko	4 071	8	41 786	2 365	43 485	8,1

Zdroj: Údaje FAO, srpen 2013.

Příloha 4 Schéma: Fullerův trojúhelník.

1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
		4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
			5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
				5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
				6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
					6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
					7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
						7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
						8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
							8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
							9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
								9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
								10	11	12	13	14	15	16	17	18	
									10	10	10	10	10	10	10	10	10
										11	12	13	14	15	16	17	18
										11	11	11	11	11	11	11	11
										12	13	14	15	16	17	18	
											12	12	12	12	12	12	12
											13	14	15	16	17	18	
												13	13	13	13	13	13
												14	15	16	17	18	
													14	14	14	14	14
													15	16	17	18	
														15	15	15	15
														16	17	18	
															16	16	16
															17	18	
																17	17
																	18

Zdroj: Vlastní šetření, listopad 2013.

Příloha 5

Tabulka: Výsledek ze SWOT analýzy společnosti FISH MARKET a. s.

Číslo faktoru	Absolutní četnost	Relativní četnost
1.	13	8,6
2.	8	5,3
3.	4	2,6
4.	7	4,6
5.	10	6,6
6.	8	5,3
7.	3	2,0
8.	12	7,9
9.	8	5,3
10.	0	0,0
11.	13	8,6
12.	13	8,6
13.	7	4,6
14.	6	3,9
15.	15	9,9
16.	14	9,2
17.	5	3,3
18.	6	3,9
Celkem	152	

Zdroj: Vlastní šetření, listopad 2013.

Příloha 6

Tabulka: Rozvaha společnosti FISH MARKET a. s. ke dni 30. 9. 2012.

Označ. a	AKTIVA b	č.ř. c	Běžné účetní období			Minulé období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM	001	109 651	-25 393	84 258	100 044
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	002				
B.	Dlouhodobý majetek	003	61 406	-25 393	36 013	35 626
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	004	344	-344		
B. I. 1.	Zřizovací výdaje	005				
2.	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	006				
3.	Software	007	344	-344		
4.	Ocenitelná práva	008				
5.	Goodwill	009				
6.	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	010				
7.	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	011				
8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehm. majetek	012				
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	013	52 726	-25 049	27 677	27 486
B. II. 1.	Pozemky	014	968		968	968
2.	Stavby	015	34 067	-10 115	23 952	24 625
3.	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	016	17 672	-14 934	2 738	1 848
4.	Pěstitelské celky trvalých porostů	017				
5.	Dospělá zvířata a jejich skupiny	018				
6.	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	019				
7.	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	020	19		19	45
8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hm. majetek	021				
9.	Oceňovací rozdíl k nabytému majetku	022				
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	023	8 336		8 336	8 140
B. III. 1.	Podíly - ovládaná osoba	024				
2.	Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	025	8 336		8 336	8 140
3.	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	026				
4.	Půjčky a úvěry-ovládaná nebo ovládající osoba, podstatný vliv	027				
5.	Jiný dlouhodobý finanční majetek	028				
6.	Požizovaný dlouhodobý finanční majetek	029				
7.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	030				

Označ.	AKTIVA	č.ř.	Běžné účetní období			Minulé období
			Brutto	Korekce	Netto	Netto
a	b	c	1	2	3	4
C.	Oběžná aktiva	031	48 208		48 208	64 418
C. I.	Zásoby	032	3 864		3 864	3 389
C. I. 1.	Materiál	033	943		943	1 014
2.	Nedokončená výroba a polotovary	034				
3.	Výrobky	035	1 049		1 049	755
4.	Mladá a ostatní zvířata a jejich skupiny	036				
5.	Zboží	037	1 872		1 872	1 620
6.	Poskytnuté zálohy na zásoby	038				
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	039	41		41	42
C. II. 1.	Pohledávky z obchodních vztahů	040				
2.	Pohledávky - ovládaná nebo ovládající osoba	041				
3.	Pohledávky - podstatný vliv	042				
4.	Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	043				
5.	Dlouhodobé poskytnuté zálohy	044	41		41	42
6.	Dohadné účty aktivní	045				
7.	Jiné pohledávky	046				
8.	Odložená daňová pohledávka	047				
C. III.	Krátkodobé pohledávky	048	17 620		17 620	21 602
C. III. 1.	Pohledávky z obchodních vztahů	049	14 602		14 602	17 492
2.	Pohledávky - ovládaná nebo ovládající osoba	050				
3.	Pohledávky - podstatný vliv	051				
4.	Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	052				
5.	Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	053				
6.	Stát - daňové pohledávky	054	2 643		2 643	3 041
7.	Krátkodobé poskytnuté zálohy	055	303		303	486
8.	Dohadné účty aktivní	056	72		72	583
9.	Jiné pohledávky	057				
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	058	26 683		26 683	39 385
C. IV.1.	Peníze	059	347		347	212
2.	Účty v bankách	060	26 336		26 336	39 173
3.	Krátkodobé cenné papíry a podíly	061				
4.	Požizovaný krátkodobý finanční majetek	062				
D. I.	Časové rozlišení	063	37		37	
D. I. 1.	Náklady příštích období	064	37		37	
2.	Komplexní náklady příštích období	065				
3.	Příjmy příštích období	066				
	Kontrolní číslo	999	438 567	-101 572	336 995	400 176

Označ.	PASIVA	č.ř.	Stav v běžném období	Stav v minulém období
a	b	c	6	7
	PASIVA CELKEM	067	84 258	100 044
A.	Vlastní kapitál	068	51 811	53 194
A. I.	Základní kapitál	069	35 000	35 000
A. I. 1.	Základní kapitál	070	35 000	35 000
2.	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly	071		
3.	Změny základního kapitálu	072		
A. II.	Kapitálové fondy	073	8 024	7 829
A. II. 1.	Emisní ažio	074		
2.	Ostatní kapitálové fondy	075		
3.	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků	076	8 024	7 829
4.	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách společností	077		
5.	Rozdíly z přeměn společností	078		
6.	Rozdíly z ocenění při přeměnách společností	079		
A. III.	Rezervní fondy, nedělit. fond a ost. fondy ze zisku	080	2 251	1 070
A. III. 1.	Zákonný rezervní fond / Nedělitelný fond	081	1 750	1 070
2.	Statutární a ostatní fondy	082	501	
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	083		6 004
A. IV.1.	Nerozdělený zisk minulých let	084		14 580
2.	Neuhrazená ztráta minulých let	085		-8 576
3.	Jiný výsledek hospodaření minulých let	086		
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	087	6 536	3 291
B.	Cizí zdroje	088	32 402	46 802
B. I.	Rezervy	089		
B. I. 1.	Rezervy podle zvláštních právních předpisů	090		
2.	Rezerva na důchody a podobné závazky	091		
3.	Rezerva na daň z příjmů	092		
4.	Ostatní rezervy	093		
B. II.	Dlouhodobé závazky	094	536	432
B. II. 1.	Závazky z obchodních vztahů	095		
2.	Závazky - ovládaná nebo ovládající osoba	096		
3.	Závazky - podstatný vliv	097		
4.	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	098		
5.	Dlouhodobé přijaté zálohy	099		
6.	Vydané dluhopisy	100		
7.	Dlouhodobé směnky k úhradě	101		

8.	Dohadné účty pasivní	102		
9.	Jiné závazky	103		
10.	Odložený daňový závazek	104	536	432

Označ.	PASIVA	č.ř.	Stav v běžném období	Stav v minulém období
a	b	c	6	7
B. III.	Krátkodobé závazky	105	14 539	17 636
B. III. 1.	Závazky z obchodních vztahů	106	12 487	15 388
2.	Závazky - ovládaná nebo ovládající osoba	107		
3.	Závazky - podstatný vliv	108		
4.	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	109		
5.	Závazky k zaměstnancům	110		
6.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdrav. pojištění	111	250	223
7.	Stát - daňové závazky a dotace	112	64	64
8.	Krátkodobé přijaté zálohy	113		
9.	Vydané dluhopisy	114		
10.	Dohadné účty pasivní	115	1 738	1 961
11.	Jiné závazky	116		
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	117	17 327	28 734
B. IV.1.	Bankovní úvěry dlouhodobé	118	3 504	6 502
2.	Krátkodobé bankovní úvěry	119	13 823	22 232
3.	Krátkodobé finanční výpomoci	120		
C. I.	Časové rozlišení	121	45	48
C. I. 1.	Výdaje příštích období	122		
2.	Výnosy příštích období	123	45	48
	Kontrolní číslo	999	330 451	396 837

Příloha 7

Tabulka: Výkaz zisků a ztrát společnosti FISH MARKET a. s. za rok 2012.

Označení a	TEXT b	č.ř. c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	01	230 336	207 109
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	02	198 971	180 546
+	Obchodní marže	03	31 365	26 563
II.	Výkony	04	48 930	38 424
II. 1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	05	49 091	39 323
2.	Změna stavu zásob vlastní činnosti	06	-234	-899
3.	Aktivace	07	73	
B.	Výkonová spotřeba	08	56 384	44 195
B. 1.	Spotřeba materiálu a energie	09	34 997	25 862
2.	Služby	10	21 387	18 333
+	Přidaná hodnota	11	23 911	20 792
C.	Osobní náklady	12	12 779	12 340
C. 1.	Mzdové náklady	13	7 680	8 084
2.	Odměny členům orgánů společnosti a družstva	14	2 379	1 028
3.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	15	2 405	2 799
4.	Sociální náklady	16	315	429
D.	Daně a poplatky	17	143	145
E.	Odpisy dlouhodob. nehmotného a hmotného majetku	18	1 374	1 534
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	19	317	2 573
III. 1.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	20	100	2 500
2.	Tržby z prodeje materiálu	21	217	73
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	22	179	191
F. 1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	23		93
2.	Prodaný materiál	24	179	98
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	25		-861
IV.	Ostatní provozní výnosy	26	1 282	1 061
H.	Ostatní provozní náklady	27	2 217	4 635
V.	Převod provozních výnosů	28		
I.	Převod provozních nákladů	29		
*	Provozní výsledek hospodaření	30	8 818	6 442
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	31		44
J.	Prodané cenné papíry a podíly	32		
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku	33	493	951
VII. 1.	Výnosy z podílů v ovládaných osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	34	493	951
2.	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a podílů	35		

3.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	36		
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	37		
K.	Náklady z finančního majetku	38		
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	39		
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	40		
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	41		
X.	Výnosové úroky	42	157	25
N.	Nákladové úroky	43	1 495	1 510
XI.	Ostatní finanční výnosy	44	4 773	4 548
O.	Ostatní finanční náklady	45	4 350	5 033
XII.	Převod finančních výnosů	46		
P.	Převod finančních nákladů	47		
*	Finanční výsledek hospodaření	48	-422	-975
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	49	1 860	2 176
Q. 1.	- splatná	50	1 757	2 078
2.	- odložená	51	103	98
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	52	6 536	3 291
XIII.	Mimořádné výnosy	53		
R.	Mimořádné náklady	54		
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti	55		
S. 1.	- splatná	56		
2.	- odložená	57		
*	Mimořádný výsledek hospodaření	58		
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	59		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	60	6 536	3 291
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	61	8 396	5 467
	Kontrolní číslo	99	772 122	671 900