



MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



EVROPSKÝ RYBÁŘSKÝ FOND
INVESTOVÁNÍ DO UDRŽITELNÉHO
RYBOLOVU



RYBA DOMÁCÍ

Ipsos pro Ministerstvo zemědělství

**Opakovaná evaluace komunikační kampaně na podporu spotřeby
sladkovodních ryb a výrobků z nich v ČR - RYBA DOMÁCÍ a zajištění šetření
postojů a informovanosti cílových skupin formou výzkumu veřejného mínění.**

Dopady kampaně Ryba domácí na ekonomiku a odvětví

Projekt mimo standardní roční evaluaci kampaně

Obsah

1	POZADÍ A CÍLE PROJEKTU	3
2	METODOLOGIE	5
2.1	KVANTITATIVNÍ VÝZKUM	5
2.2.	KVALITATIVNÍ VÝZKUM.....	6
3	HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ	7
3.1	Konzumace sladkovodních ryb širokou veřejností v kontextu zdravého životního stylu.....	7
3.2	Přínos kampaně Ryba domácí pro rozvoj odvětví.....	10
4	EXTRAKT A DOPORUČENÍ.....	13
5	DETAILNÍ ANALÝZA	16
5.1	Veřejnost	16
5.2	Odborná veřejnost	25
5.3	Obchodní řetězce	40
5.4	Názory odborníků.....	44
5.4.1	Vývoj odvětví rybářství v kontextu kampaně Ryba domácí	44
5.4.2	Prospěšnost masa sladkovodních ryb v kontextu zdravé výživy .	47
6	PŘÍLOHY	49
6.1	Expertní posudky	49
6.2	Scénáře rozhovorů s řetězcí.....	106
6.3	Dotazníky	114

1 POZADÍ A CÍLE PROJEKTU

Cílem projektu je vyhotovení opakované evaluační studie sestávající ze čtyř ročních etap (šetření) a jednoho individuálního šetření v průběhu realizace projektu dle požadavku zadavatele, prováděné paralelně po dobu realizace projektu komunikační kampaně. Výsledky evaluace se stanou jedním z účinných nástrojů pro řízení a korekce komunikační kampaně ze strany ŘO OP Rybářství ve vztahu k firmě Dorland spol. s r.o., která je nositelem projektu na podporu spotřeby sladkovodních ryb a výrobků z nich. Projekt je orientován na analýzu a zhodnocení míry znalosti (informovanosti), srozumitelnosti a líbivosti celé kampaně cílovými skupinami.

V projektu mimo standardní roční evaluace kampaně, který se netýká evaluace kampaně přímo, ale přináší širší pohled na dopady kampaně směrem ke zvýšení konzumace výrobků ze sladkovodních ryb mezi českými spotřebiteli, bylo hlavními cíli:

- zjistit, jaké jsou dopady kampaně Ryba domácí na ekonomiku odvětví rybářství,
- zmapovat stav ve spotřebě ryb a další vývoj mezi konzumenty na domácím trhu,
- popsat, zda došlo ke změně chování konzumentů v oblasti konzumace sladkovodních ryb a jak se tato změna projevuje,
- do jaké míry položila kampaň základy edukativního charakteru v přístupu lidí ke stravování a jaký je v této oblasti očekávaný vývoj do budoucna.

Přístup Ipsos k řešení

Pro zjištění informací výše uvedeného charakteru předložil Ipsos zadavateli podrobnou nabídku složenou z několika samostatných etap řešení.

Pro zpracování závěrů a doporučení byly využity poznatky z dotazování odborné veřejnosti (jednak subjektů produkujících sladkovodní ryby a výrobky z nich a jednak představitelů významných obchodních řetězců), z dotazování široké veřejnosti (návštěvníků farmářských trhů) a z expertních posudků odborníků z oblasti odvětví rybářství a z oblasti výživy.

Dílčí cíle a šetření

Široká veřejnost :

Zjistit na stále oblíbenějších farmářských trzích, kde jsou v prodeji ryby uzené či chlazené, zda návštěvníci prodejní stánky zaznamenali, do jaké míry jsou pro ně atraktivní, zda rybu koupili a důvody pro a proti.

Na trzích, kde k prodeji sladkovodní ryby nejsou zjistit, proč lidé na trhy chodí, zda jim něco chybí (např. ryby).

Obecné vnímání prospěšnosti sladkovodních ryb pro zdraví a jako součást zdravého životního stylu.

Odborná veřejnost:

1) expertní posudky odborníků z různých odvětví na vývoj odvětví rybářství a stravovací zvyklosti v populaci ČR

Byly zpracovány expertní posudky na následující témata:

Vývoj odvětví rybářství v České republice,

Zhodnocení vývoje odvětví rybářství a dopadu čerpání dotací z OP R na ekonomiku odvětví, vliv kampaně Ryba domácí na stravovací návyky veřejnosti,

Prospěšnost masa sladkovodních ryb v kontextu zdravé výživy na základě teorie i zkušeností z praxe výživového poradenství,

Prospěšnost masa sladkovodních ryb.

2) analýza rozhodovacího procesu nákupu sladkovodních ryb do prodejen

Zjistit, do jaké míry měla kampaň Ryba domácí vliv na nákupní chování spotřebitelů dle zástupců obchodních řetězců a to prostřednictvím výzkumu ohledně rozhodovacího procesu nákupu ryb pro prodejny,

Postoj marketingových oddělení řetězců k propagaci a podpoře prodeje sladkovodních ryb.

3) analýza vlivu kampaně Ryba domácí na rozvoj subjektů produkujících sladkovodní ryby a výrobky z nich

Do jaké míry a v čem konkrétně pomohla kampaň Ryba domácí výrobcům sladkovodních ryb. Promítnutí aktivit RD do rozvoje firmy. Znalost a čerpání dotací – hodnocení. Názor na změnu spotřebního chování obyvatel ČR, na změnu poměru exportu a domácího trhu, atp.

2 METODOLOGIE

Projekt byl realizován formou kvantitativního a kvalitativního výzkumu. Oba typy výzkumu byly realizovány s následujícími cílovými skupinami:

Široká veřejnost

Odborná veřejnost

2.1 KVANTITATIVNÍ VÝZKUM

Cílová skupina: *Veřejnost*

Celkový počet rozhovorů: 126

Vzorek respondentů: lidé starší 18 let, návštěvníci farmářských trhů 50 % návštěvníci trhů s prodejem sladkovodních ryb, 50 % návštěvníci trhů bez prodeje sladkovodních ryb

Metoda: Exit surveys – respondenti byli dotazováni v okolí farmářských trhů, když tyto trhy opouštěli, PAPI – osobní dotazování tazatele a respondenta s využitím papírového dotazníku

Nástroj výzkumu: Strukturovaný dotazník s otevřenými otázkami.

Délka rozhovoru: 10 min.

Místa dotazování:

trhy s prodejem sladkovodních ryb - Praha- nám. Jiřího z Poděbrad, Praha – Na Pankráci, Brno – Bystřec

trhy bez prodeje sladkovodních ryb - Praha – Zličín, České Budějovice, Kladno

Cílová skupina: *Odborná veřejnost – subjekty produkující sladkovodní ryby a výrobky z nich*

Celkový počet rozhovorů: 162, z toho:

122 rozhovorů realizovaných z databáze dodané MZe (dále příjemci)

40 rozhovorů realizovaných z databáze Ipsos (dále nepřijemci*)

* mezi respondenty mohli být i příjemci dotací, nebyli však uvedeni v databázi dodané MZe

Vzorek respondentů: Zástupci subjektů produkující sladkovodní ryby a výrobky z nich

Z databáze dodané MZe, která zahrnovala příjemce dotací z OP R, byli realizovány rozhovory přímo se subjekty, které dotaci obdržely. V případě, že o dotace příjemci žádali prostřednictvím jiných subjektů (především kvůli administrativní náročnosti žádosti), byla

na příjemce dohledána telefonní čísla, aby byla možná realizace rozhovorů s cílovou skupinou.

Metoda: CATI – telefonické dotazování tazatele a respondenta

Nástroj výzkumu: Strukturovaný dotazník s otevřenými otázkami.

Délka rozhovoru: 15 min.

2.2. KVALITATIVNÍ VÝZKUM

Cílová skupina: Odborná veřejnost – expertní posudky odborníků z oblasti odvětví rybářství a z oblasti výživy

Celkový počet posudků: 4

2 posudky na téma Vývoj odvětví rybářství v ČR v kontextu kampaně Ryba domácí

2 posudky na téma Prospěšnost masa sladkovodních ryb v kontextu zdravé výživy

Expertní posudky vypracovali:

Ing. Václav Šilhavý – Rybářské sdružení České republiky

Ing. Jan Štípek – Český rybářský svaz

Prof. Ing. Jana Dostálová, CSc. – Ústav chemie a analýzy potravin, VŠCHT Praha

Ing. Ivan Mach, CSc. – prezident Aliance výživových poradců ČR

Cílová skupina: Odborná veřejnost – zástupci obchodních řetězců v oblasti marketingu a nákupu se zaměřením na ryby a produkty z ryb

Celkový počet rozhovorů: 8 (4 zástupci marketingu, 4 zástupci nákupu)

Vzorek respondentů: Rozhovory byly realizovány se zástupci obchodních řetězců Makro, Tesco, Globus a Albert v oblasti marketingu a nákupu se zaměřením na ryby a produkty z ryb.

Metoda: IDI – individuální rozhovory

Nástroj výzkumu: Scénář rozhovoru, semi – strukturovaný rozhovor

Délka rozhovoru: 45 min.

3 HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ

3.1 Konzumace sladkovodních ryb širokou veřejností v kontextu zdravého životního stylu

Lidé si začínají uvědomovat, že ryby jsou součástí zdravého životního stylu.

Po poklesu v roce 2008 na 1,32 kg (oproti 1,4 kg /osobu/ rok v roce 2007) sladkovodních ryb na osobu za rok **dochází k opětovnému nárůstu spotřeby**. Za rok 2010 dosahovala tato hodnota 1,42 kg / osobu za rok. Sami **producenti ryb tento trend potvrzují**, jelikož se jim zvyšuje odbyt na domácím trhu. Poměr exportu se snížil, což je zčásti způsobeno rostoucí domácí poptávkou, ale i silnou korunou. Nicméně export je pro producenty důležitý, jelikož na domácím trhu nelze v současné době celou produkci prodat. Cílem je zvýšit spotřebu na 1,55 kg sladkovodních ryb / osobu / rok.

Farmářské trhy

S trendem zdravé výživy korespondují stále oblíbenější farmářské trhy, na kterých návštěvníci hledají kvalitní a čerstvé potraviny z domácí produkce, což koresponduje se zdravým jídelníčkem, do kterého sladkovodní ryby patří. Ryby podle samotných spotřebitelů na takový typ prodejních akcí patří a to ze zvýše zmíněných důvodů.

Na trzích, kde byly sladkovodní ryby nabízeny, byl zaznamenán **pozitivní ohlas ze strany návštěvníků**, především častých, ale i občasných konzumentů sladkovodních ryb.

Převážná část návštěvníků těchto trhů si nějaký produkt ze sortimentu sladkovodních ryb také koupila. Ti, co tak neučinili při poslední návštěvě, možnost zakoupit si rybí produkt při další návštěvě neodmítají, záleží na nabídce a momentální chuti rybu koupit. Na trzích byla zaznamenána nabídka ryb především chlazených a uzených. Negativem je ale nabídka omezeného sortimentu.

Příčiny úzkého sortimentu v oblasti sladkovodních ryb

Hlavním faktorem pro omezenou nabídku sortimentu je skutečnost, že **87 % produkce sladkovodních ryb tvoří kapr a žádné výrazné změny se v tomto směru dle slov producentů nechystají**. Je to dáno především tradicí a jedinečností českého rybníkářství a kaprem jako vývozním artiklem. Kapr je také pro řetězce dominantní rybou, pokud jde o prodeje, ale tyto prodeje jsou sezónní záležitostí (Vánoce a Velikonoce). Řetězce tak kapra hodnotí stranou od ostatních ryb. Nejoblíbenějšími zůstávají losos ve formě filetů a pstruh.

Určitou roli zde hraje i **sezónnost**, což zmiňují zástupci obchodních řetězců. Prodejny mají širší nabídku čerstvých sladkovodních ryb především v době jarního a podzimního výlovu

Na farmářských trzích, kde ryby v nabídce nebyly, části návštěvníků chyběly a to především častým ale také občasným konzumentům.

Návštěvníci farmářských trhů se shodli na tom, že by ocenili **rozšíření sortimentu nabídky o produkty sladkovodních ryb zpracovaných na filety**. Část by ocenila i prodej živých ryb z důvodů vnímané čerstvosti.

Čerstvost ryb a prodej v obchodních řetězcích

Motivujícím prvkem pro koupi ryb na trzích, ale i v prodejnách je především **viditelná čerstvost ryb**. Nabízené čerstvě vypadající ryby vyvolávají chuť spotřebitelů si daný produkt zakoupit k další konzumaci.

Důležitost aspektu čerstvosti prodáváných ryb potvrzují i pro řetězce. Proto je oceňována spolupráce s lokálními dodavateli sladkovodních ryb do prodejen. Prodejny spolupracují s více než jedním dodavatelem, a většinou jde o spolupráci dlouhodobého charakteru. Prioritou je komunikace přímo s producenty, aby byla zaručena co nejkratší dodávka ryb a tím zaručena již zmiňovaná čerstvost ryb.

Pokud jde o **prodej živých ryb v obchodních řetězcích** je názor na tento způsob prodeje **různý**. Zatímco pro řetězce je prodej živých ryb imageovou i když okrajovou záležitostí a podle zástupců řetězců, ale i podle části spotřebitelů dokazují živé ryby čerstvost, oslovený výživový poradce má na tento způsob prodeje zcela opačný názor. Podle něj jsou ryby v akváriích „polomrtvé“ a unavené a naopak mohou od koupě odrazovat. Zde záleží na péči ze strany řetězců, kterou této náročnější formě prodeje věnují.

Živá ryba versus zpracovaná ryba a vnímání ceny

Všechny cílové skupiny tohoto projektu se shodují na tom, že **živá ryba / kapr je pro spotřebitele náročná na zpracování z hlediska technického i časového**. Podle producentů však spotřebitelé dávají stále této variantě přednost, což má za následek stagnaci zpracování sladkovodních ryb a kapacity jsou tak využívány pro zpracování ryb mořských. V současné době dosahuje **podíl zpracovaných sladkovodních ryb cca 9 % z celkové tuzemské produkce**.

Cena sladkovodních ryb je často porovnávána s cenami masa jiných zvířat. Nejen podle producentů, ale i podle odborníků na výživu je nutné vzít v potaz, že kapr je téměř bioprodukt a tak nemůže být cena porovnávána např. s kuřaty. Na druhou stranu si i samotní producenti ryb, a nejen oni, uvědomují, že z kapra činí jedlý podíl 50 – 60 %. Lidé/spotřebitelé/konzumenti- si to ale vlastně vůbec neuvědomují.

Podle konzumentů, kteří dbají na kvalitní a čerstvé potraviny, není cena za sladkovodní ryby vnímaná jako vysoká. U ostatních, především **v případě nabízených filetů v obchodních řetězcích, je cena mnohdy vnímaná jako vysoká**. Kapr není zatím stále vnímán jako luxusní ryba jako je tomu např. u lososa, za kterého zákazník nemá takový problém zaplatit požadovanou částku, což by u kapra byl problém.

Zdá se, že na jednu stranu **spotřebitelé volají po nabídce zpracovaných ryb, na druhou stranu část z nich není ochotna za polotovary zaplatit.**

Vnímání cen ryb na tuzemském trhu také kazí pangasius, který je nejen levný, ale je oblíbený kvůli absenci kostí, ale také typické chutě a vůně, a to i mezi dětmi a ve školních jídelnách, které kromě smažených filetů, žádné další pokrmy z ryb, kromě pangasia, nenabízejí. Podle výživových poradců však pangasiovi chybí potřebné nutriční látky včetně prospěšných mastných kyselin. Maso této ryby navíc obsahuje značné množství vody a to díky přítomným fosfátům.

Zástupci řetězců potvrzují myšlenku **zaměřit se na rodiny s dětmi a na školní jídelny**, kde chybí jakýkoli vliv ze strany propagace konzumace sladkovodních ryb.

Preference zpracovaných ryb

Spotřebitelé **nejvíce preferují již zpracované ryby, především ve formě filetů a také ryby mražené.** Odborníci na výživu doplňují, že vhodně zpracované ryby pro další kuchyňské využití bez nutnosti dalších větších úprav a především bez dalšího odpadu, jako jsou kosti, ploutve apod. by výrazně napomohly doplnit stávající sortiment a potenciálně zvýšit poptávku po produktech ze sladkovodních ryb, které jsou stále utlačovány oblíbeností mořských ryb.

Opět se potvrzuje, že spotřebitelům na rybách vadí kosti, vůně a chuť, nižší pocit nasycenosti, nedostatečná dostupnost a nabídka zpracovaných rybích produktů, které by mohly eliminovat bariéry konzumace, jako jsou kosti, senzorické vlastnosti a pocit nižší nasycenosti, např. úpravou ve formě filetů, marinovaných a sulcovaných ryb, salátů z ryb apod.

Přínos rybiho masa pro zdraví

Veřejnost si uvědomuje **prospěšnost rybiho masa pro zdraví**, což potvrzují i odborníci přes výživu. Navíc by maso ryb mělo být zařazeno **do jídelníčku lidí potýkajících se s nadváhou**, jejichž počet i mezi dětmi roste (*pozn. v ČR je 55% populace s nadváhou či obezitou*). Ryby obsahují velké množství nutričních látek, jako jsou bílkoviny, tuk, minerální látky a vitamíny. Maso je také lépe stravitelné než maso teplokrevných zvířat. Tuk ryb je vysoce cenný pro obsah polyenových mastných kyselin řady n-3, které působí preventivně proti onemocnění srdce a cév. Vyšší podíl těchto kyselin obsahují ryby mořské, ale i ryby sladkovodní jsou jeho nezanedbatelným zdrojem.

Specializované prodejny ryb

Rybárny, které byly v minulosti mezi českou populací velmi oblíbené, by byly většinou konzumentů ryb a to jak častých tak i občasných, přivítány.

Spotřebitelé by vedle široké nabídky produktů z mořských i sladkovodních ryb očekávali odbornou obsluhu, která by byla schopná podat další informace k nabízeným produktům (úpravy ryb, prospěšnost ryb). To je otázka resp. výzva pro podnikatele a pro producenty ryb, zda se vydat opět touto cestou.

3.2 Přínos kampaně Ryba domácí pro rozvoj odvětví

Vývoj odvětví rybářství a přínos

Celkově lze zhodnotit vývoj odvětví rybářství v ČR za poslední tři roky pozitivně a to i přes probíhající ekonomickou krizi ve světě i v Evropě s dopadem prakticky na všechna odvětví. Výraznou změnu prodělává mj. rozhodovací proces spotřebitelů a jejich nákupní chování, lidé šetří, snaží se omezovat spotřebu.

Poslední tři roky hodnotí pozitivně zejména **producenti sladkovodních ryb v ČR** a to zejména z pohledu **získávání dotací**, které jim umožňují modernizovat techniku. Tím se zvyšuje jejich konkurenceschopnost v oblasti výroby/ zpracování i v oblasti logistiky.

Pozitivní vývoj vyplývá i ze zvýšené poptávky po produktech ze sladkovodních ryb na domácím trhu. Od roku 2008 došlo ke zvýšení prodeje na domácím trhu o 13 %. Je to způsobeno již výše zmíněným snížením exportu, ale **významný podíl na zvýšení poptávky podle producentů ryb má i kampaň Ryba domácí**, kterou zaznamenalo téměř 80 % subjektů působících v odvětví rybářství.

Konkrétní finanční efekt a dopad na ekonomiku odvětví ale nedokáží producenti ryb ani odborníci zodpovědně zhodnotit. Všichni se ale shodují v názoru, že kampaň výrazně podpořila růst poptávky po sladkovodních rybách na domácím trhu.

Na tomto i dalším hodnocení kampaně se **shodne jak skupina příjemců dotací, tak skupina nepřijemců** a v podobně pozitivním duchu ji hodnotí i **oslovení experti - odborníci**. Z pohledu odborníků z odvětví kampaň Ryba domácí ukazuje veřejnosti širší využití sladkovodních ryb v kuchyni především motivačními pořady o vaření v TV, čímž se poptávka zvyšuje. To potvrzují i zástupci obchodních řetězců, podle kterých vždy poptávku ovlivňuje to, jaký druh ryb byl v médiích v poslední době kuchyňsky zpracováván.

Představitelé obchodních řetězců hodnotí kampaň Ryba domácí rovněž pozitivně, i když růst zájmu veřejnosti o nákup sladkovodních ryb připisují zejména růstu zájmu o zdravý životní styl. Lze však konstatovat, že prodeje jsou kampaní ovlivněny. Zatímco mořské ryby se prodávají v průběhu celého roku rovnoměrně, **u sladkovodních ryb jsou nejvyšší prodeje zaznamenány na Vánoce, Velikonoce, v létě na grilování a v době výlovů, tedy v době, kdy kampaň probíhá a je zesílena.**

Kampaň vítají producenti ryb nejen proto, že zvyšuje poptávku po jejich produktech, ale také zvyšuje povědomí o odvětví rybářství. K pozitivnímu hodnocení navíc přispívá

skutečnost, že samotní rybáři by si z finančních důvodů nemohli takto rozsáhlou kampaň dovolit. Najdou se však i kritické hlasy, podle nichž je kampaň neefektivní a nákladná. Kritika na kampaň je i ze strany řetězců a to především na její grafické zpracování a obecně malou viditelnost kampaně.

Propagace ryb v obchodních řetězcích je dána dle poptávky ze strany zákazníků. O propagaci ryb rozhoduje nákupčí daného řetězce. Marketingová oddělení jen naplňují jeho požadavky. Propagace probíhá formou letáků, v nichž se objevují nejen ryby v akci, ale i sezónní druhy ryb. Na prodejně jsou produkty z ryb propagovány formou POS materiálů. Nárůst prodeje ryb je zaznamenán jen v průběhu akce, po jejím skončení se prodej vrací ke standardním objemům. To platí i pro akce Ryba domácí – ochutnávky v prodejnách. Nadále však zamýšlejí v této spolupráci i přes výtky pokračovat. Neuvažují však o masivnější propagaci produktu, který pro ně není z hlediska obrátu příliš zajímavý.

Vývoj u producentů ryb v posledních 3 letech

K nárůstu produkce ryb došlo u téměř poloviny příjemců dotací a u téměř čtvrtiny nepřijemců dotací. Poměrně vysoké procento příjemců (téměř 40 %) dotací však nezaznamenalo žádný nárůst v oblasti produkce ryb. Těm subjektům, kterým se podařilo zvýšit produkci ryb, podle vyjádření dotace pomohly, ale nebyly tím hlavním faktorem pro rozvoj. Na prvním místě to byly procesní změny uvnitř organizací, které vedly nejen k lepší organizaci práce, ale také v dalších aktivitách jako byla změna systému zarybňování, rozšíření rybochovných zařízení atp.

Zde je na místě uvést jedno ze základních marketingových hesel: „*Jednou věcí je umět vyrobit, druhou věcí je umět prodat. A to je mnohdy důležitější*“. Zde rezervy v odvětví rybářství přetrvávají.

Ke zlepšení ekonomické situace však nedošlo u všech subjektů, u kterých došlo k nárůstu produkce. Jako hlavní důvod jsou uváděny zvyšující se náklady (např. energie).

Operační program Rybářství

Operační program (dále OP R) je hodnocen jako efektivní a to i díky tomu, že nevznikal „od stolu“, ale na základě intenzivního jednání se samotnými producenty ryb – potvrzují nejen producenti, ale i odborníci/ experti.

OP R je hodnocen **pozitivně** zejména těmi, kteří dotace z tohoto programu obdrželi. Program umožňuje rozvoj odvětví a pomáhá producentům modernizovat především techniku a tím zefektivňovat pracovní procesy v organizace a to nejen velkým ale i malým firmám. Navíc dochází k postupně revitalizaci rybníků a jejich odbahňování, které je velmi finančně pro rybáře nákladné (sedimenty tvoří v současné době třetinu kapacity rybníků).

K OP R se vyskytují výtky ohledně administrativní náročnosti, ale je konstatováno, že s každým kolem je administrativa spojená s podáním žádostí o proplacení jednodušší.

Očekávaný vývoj

Výroba

V krátkodobém horizontu se počítá s tím, že **bude udržena současná produkce ryb na úrovni cca 20 tis. tun ročně**. V dlouhodobém horizontu se však očekává zvyšování produkce spíše mírný pokles a to především kvůli tlakům, které jsou na producenty ryb kladeny. Jde jak o environmentální tlaky na snižování intenzity chovu ryb, tak zvyšující se externí vstup plánovaným zvýšením DPH, limitovaný rybníční fond, tlaky na udržení, popř. snížení ceny ze strany spotřebitelů atd. Vývoj poměru export/import není možné vzhledem k těžko odhadnutelným vlivům (kurs CZK/EUR) validně předpovědět.

V důsledku výše uvedeného je k diskusi, zda případné samotné udržení výkonu rybářství v nezměněné výši nebude dostatečným úspěchem.

Spotřeba

Odborná veřejnost - producenti ryb, představitelé obchodních řetězců, odborníci/ experti - zastávají názor, že **změna spotřebitelských zvyklostí v oblasti konzumace ryb je dlouhodobou záležitostí**.

Zde by měla nadále sehrát svoji významnou roli **kampaň Ryba domácí**, jejíž **pokračování všechny cílové skupiny podporují**.

4 EXTRAKT A DOPORUČENÍ

Dopady kampaně Ryba domácí na ekonomiku odvětví rybářství

Všechny skupiny účastníků trhu – producenti ryb, obchodní řetězce, odborníci/experti - hodnotí probíhající kampaň pozitivně a hodnotí ji jako důležitou pro podporu výkonu odvětví rybářství, tudíž i její ekonomiky.

Kampaň výrazně podporuje pozitivní povědomí o odvětví, o prospěšnosti masa sladkovodních ryb, o významu pro zdravý životní styl/ stravování a tím podporuje i růst spotřeby konzumace sladkovodních ryb.

Stav ve spotřebě ryb a další vývoj mezi konzumenty na domácím trhu

Roste počet „častých“ i „občasných“ konzumentů sladkovodních ryb na úkor nekonzumentů, což vytváří příznivé předpoklady pro další růst celkové spotřeby sladkovodních ryb/ na osobu.

Nicméně počet konzumentů není rozhodující. Rozhoduje spotřeba sladkovodní ryby, kterou konzument ročně nakoupí.

Změna chování konzumentů v oblasti konzumace sladkovodních ryb a jak se tato změna projevuje

Spotřebitelé jsou pohodlní a kladou důraz – i v důsledku krize – stále více na cenu.

Z výzkumu Ipsos (*Vnímání krize populací ČR, září 2011*) vyplývá, že 70 % populace očekává v r. 2012 další zhoršení své osobní ekonomické situace, což ve svém důsledku vyvolá i další změnu v jejich nákupním chování (více budou šetřit).

Spotřebitelé oceňují, když si mohou koupit rybu kdykoliv, blízko svého bydliště a ve formě, se kterou nemají práci (filety apod.).

Spotřebitelé chtějí porcované ryby, za které nechtějí platit, protože je nepovažují za value for money, radši si koupí celou rybu, která stojí 89/kg (kapr), 40 – 50 % vyhodí (kosti, ploutve atd.) ale mají pocit, že je to levnější. Proto je nutné v komunikaci výrazně posílit sdělení, že cena za filety je adekvátní ceně celé/ živé nezpracované rybě.

V případě, že by se producenti pustili výrazně více do sekundárního zpracování (nejen filety, ale i finální určené k přímé konzumaci bez nutnosti dalších kuchyňských úprav spotřebitelem), lze předpokládat nejen zvýšený zájem ze strany spotřebitelů, ale i efektivnější využití zpracovatelských kapacit u producentů ryb.

Kampaň Ryba domácí a základy edukativního charakteru

Kampaň má vedle vlivů na podporu růstu konzumace sladkovodních ryb i výrazný edukativní charakter - ukazuje na zdravý životní styl, na prospěšnost masa

sladkovodních ryb pro zdraví. Výrazně k tomu pomáhají zejména pořady o vaření v TV (bývají často impulsem pro nákup).

Pro další pokračování kampaně je vhodné se zaměřit na mládež (školní jídelny, rodiny s dětmi a na osoby s nadváhou/ obezitou) s důrazem na zdravý životní styl.

Doporučení pro další kroky

Změna tradičního chování spotřebitelských zvyklostí populace je dlouhodobá záležitost.

Proto i kampaň - která má podpořit formou podpory prospěšnosti konzumace sladkovodních ryb - musí být dlouhodobá.

Pokud by se v této započaté kampani s jasnými cíly dále nepokračovalo :

- pak by dopad dosud vynaložených prostředků na kampaň Ryba domácí v letech 2008 – 2011 ve výši 150 mil. Kč byl znehodnocen;
- pak lze předpokládat, že by se *konzumace sladkovodních ryb dále nezvyšovala na požadovanou úroveň a spotřebitelé (konzumenti ryb) by nadále preferovali mořské ryb.*

Rozpočet plánované kampaně v příštích letech - cca 15 mil.Kč ročně (60 mil. Kč na roky 2012 – 2015) - umožní použít efektivně jednotlivé komunikační kanály včetně TV sponzoringu, ale bez TV spotů, které jsou finančně náročné.

Efektivní TV kampaň (TV spoty) vyžaduje podle mediálních expertů minimálně 700 GRP, přičemž stávající cena je minimálně 15.000 Kč za 1 GRP.

(GRP = Gross Rating Point = kumulovaný součet všech sledovaností v populaci – v široké cílové skupině. GRP je hodnotou, která udává sílu kampaně).

Tzn. že v případě 1 nasazení TV reklamy v roce by byla cena kampaně minimálně (bez výroby spotu) 10,5 mil.Kč ($700 \times 15000 = 10.500.000$). Na zbývající aktivity by zbylo jenom 4,5 mil. Kč.

Proto bude efektivnější upustit od TV spotu a jít do těch komunikačních kanálů, které co nejefektivněji budou šířit informace typu prospěšnost pro zdraví, konzumace sladkovodních ryb jako trend i jako součást životního stylu, benefitů konzumace.

Těmito kanály jsou:

- TV sponzoring – pořady o vaření
- Akce v místech prodeje – supermarkety/hypermarkety – ochutnávky
- Placené P.R. v tisku
- Regionální akce – farmářské trhy, výlovy

- **Podpora ze strany tisku pro širokou veřejnost, rozhlasu, internetu**

Pro zajištění efektivního dopadu komunikačních aktivit z hlediska cena/výkon doporučujeme návrhy komunikace otestovat na cílové skupině široká veřejnost.

5 DETAILNÍ ANALÝZA

Je kombinací výsledků kvalitativního, kvantitativního výzkumu a odborných posudků. Kvantitativní výsledky jsou, jak za veřejnost tak odbornou veřejnost, zobrazeny především v grafech a tabulkách vždy s vysvětlujícím komentářem. Výsledky kvalitativního výzkumu mapují rozhodovací proces v obchodních řetězcích a shrnutí posudků dává na celou problematiku odborný nadhled.

5.1 Veřejnost

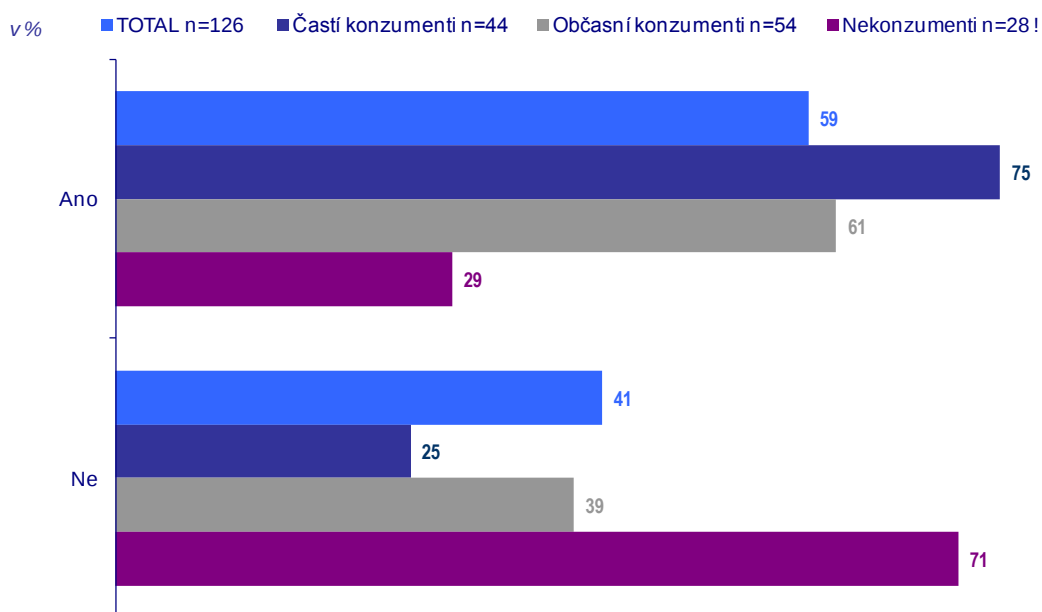
Farmářské trhy se staly v posledních letech oblíbeným místem nákupu čerstvých potravin, což mimo jiné potvrzují i výsledky realizovaného výzkumu.

59 % dotázaných respondentů navštěvuje farmářské trhy pravidelně. Především častí a občasní konzumenti sladkovodních ryb (konzumují sladkovodní ryby častěji než 1 x za rok). (viz graf 1)

Návštěvy farmářských trhů

Graf 1

Q1. Navštěvujete farmářské trhy pravidelně?



Pozn.: ! = nízká báze

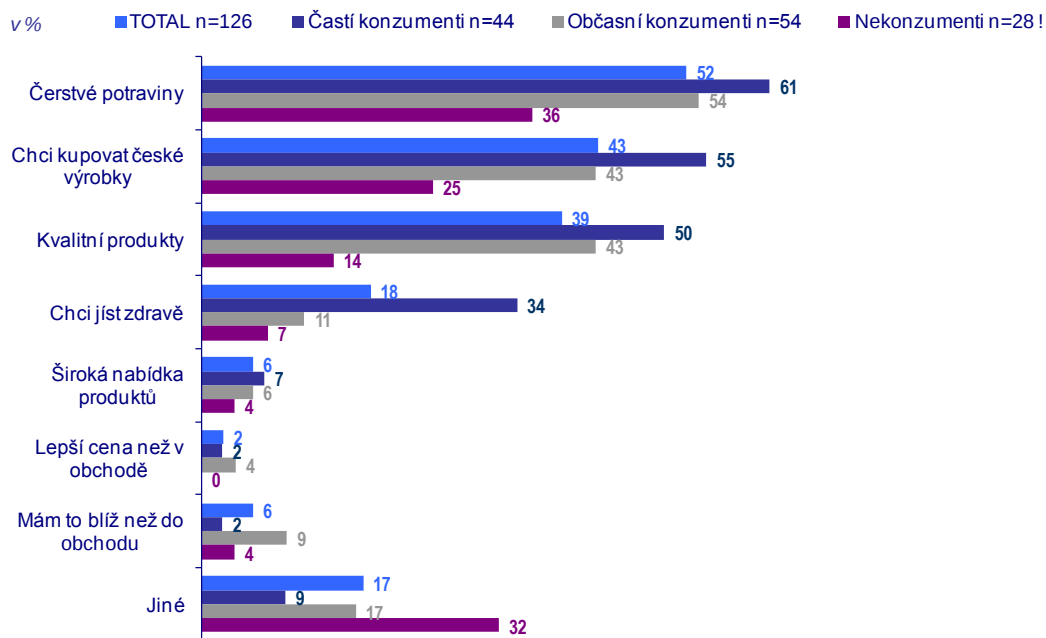
Na trzích, jak častí tak občasní konzumenti sladkovodních ryb, hledají především čerstvé potraviny (61 %, resp. 54 %) z domácí produkce (55 %, resp. 43 %). (viz graf 2)

S tímto koresponduje i to, že nejčastěji kupovaným produktem na farmářských trzích je pro 75 % respondentů čerstvá zelenina. 19 % všech návštěvníků a až 41 % častých konzumentů ryb hledá na trzích produkty ze sladkovodních ryb a to jak chlazených tak uzených.

Z výsledků je patrné, že část častých konzumentů trhy s nabídkou sladkovodních ryb záměrně vyhledává. (viz graf 3)

Graf 2

Q3. Proč farmářské trhy navštěvujete?

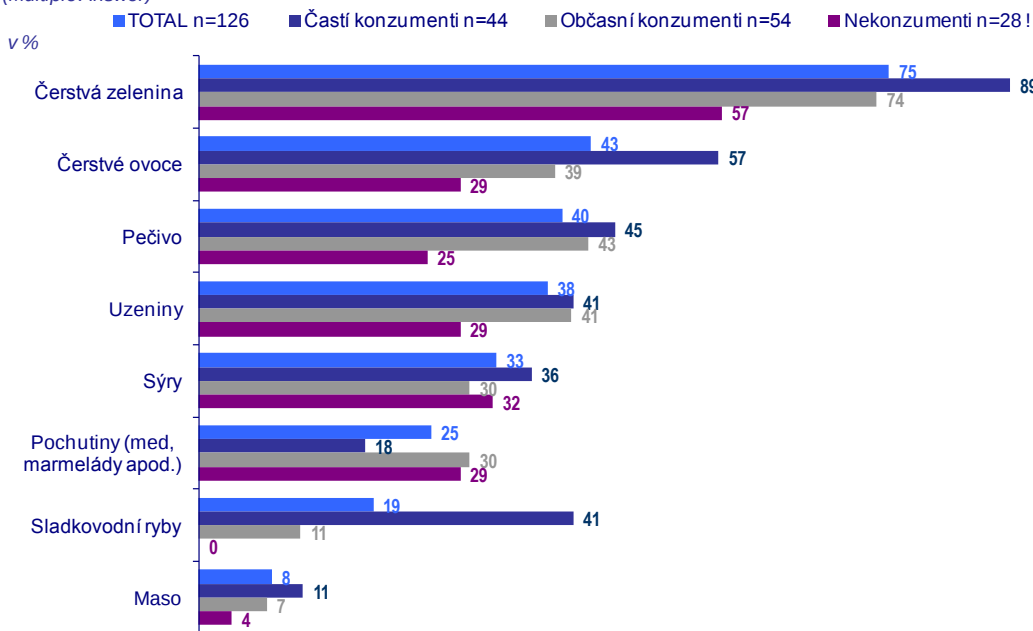


Pozn.: ! = nízká báze

Graf 3

Q2. Co na farmářských trzích obvykle nakupujete?

(Multiple Answer)

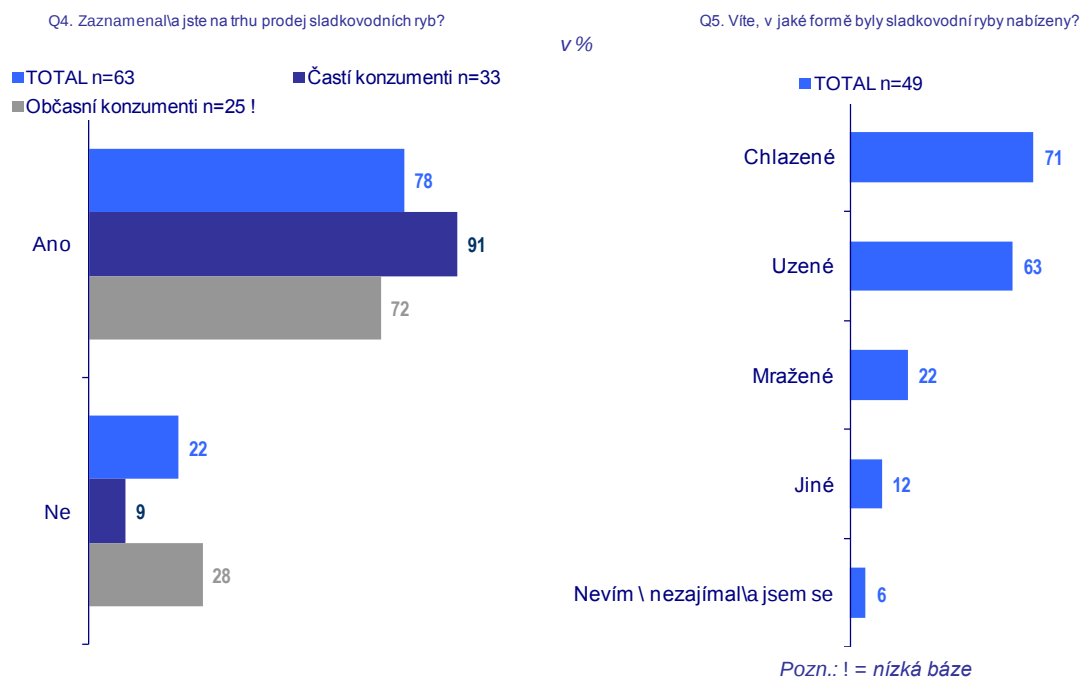


Pozn.: ! = nízká báze

Návštěvy farmářských trhů s prodejem sladkovodních ryb

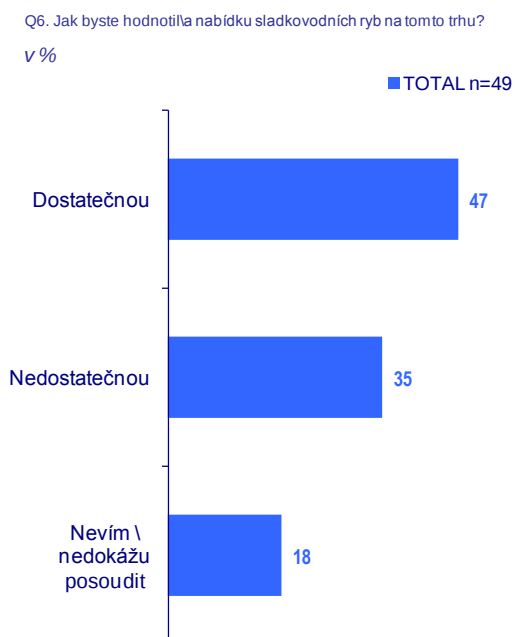
78 % návštěvníků trhů s prodejem sladkovodních ryb zaznamenalo na trhu nabídku prodeje tohoto sortimentu. (viz graf 4) Na trzích byly ryby nabízeny především uzené a chlazené. (viz graf 5)

Graf 4 a 5



47 % návštěvníků hodnotilo nabídku jako dostatečnou, 35 % jako nedostatečnou. (viz graf 6)

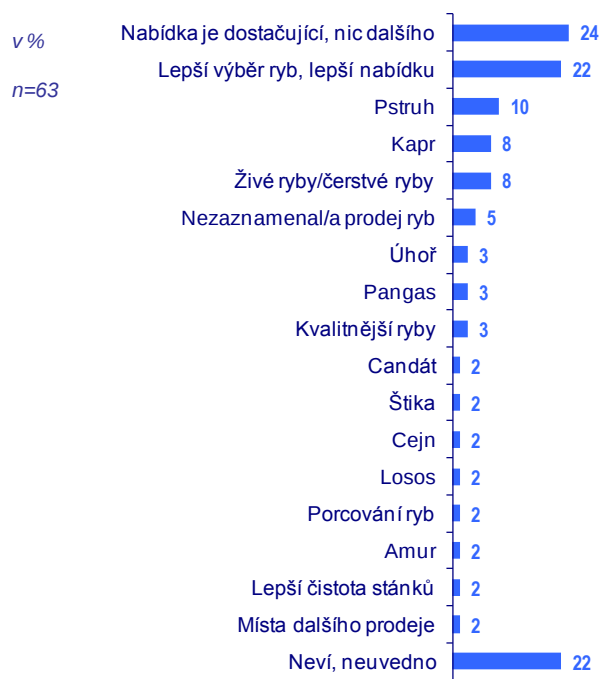
Graf 6



24 % je s nabídkou spokojeno, nic dalšího jim nechybí, 22 % by ocenilo širší nabídku výrobků ze sladkovodních ryb, další by uvítali nabídku konkrétních druhů sladkovodních ryb. (viz graf 7)

Graf 7

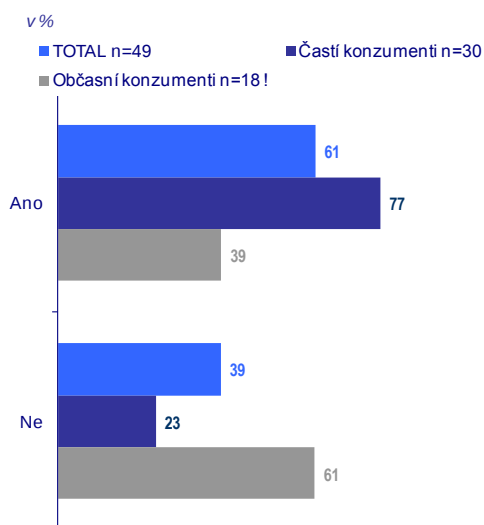
Q7. Co byste v nabídce sortimentu sladkovodních ryb prodávaných na farmářských trzích uvítal/a?



Většina těch, kteří zaznamenali na trhu prodej ryb, si také nějaký produkt koupila. (viz graf 8) Hlavním důvodem koupě bylo to, že ryby vypadaly čerstvě. (viz graf 9)

Graf 8 a 9

Q8. Koupila jste si sladkovodní rybu nebo nějaký výrobek \ polotovár z sladkovodní ryby?



Q9. Co bylo důvodem, že jste sladkovodní rybu nebo výrobek \ polotovár z ní koupila?



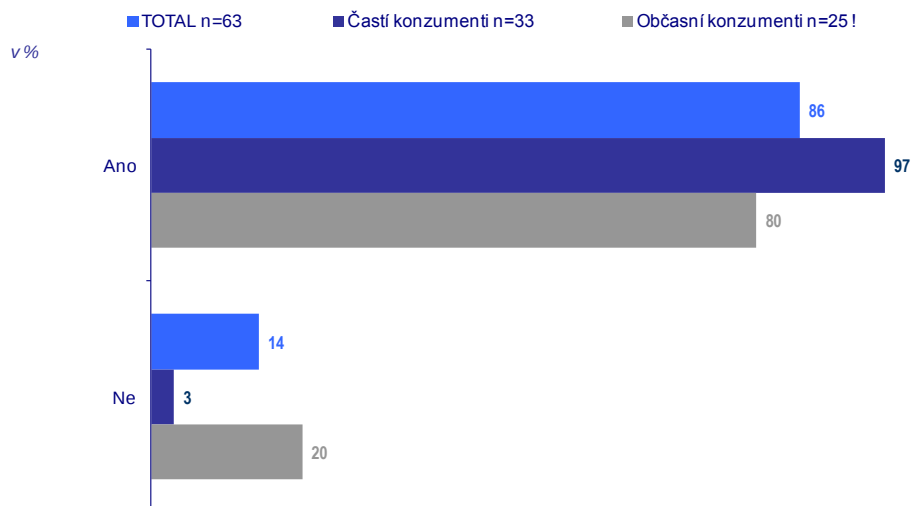
Pozn.: ! = nízká báze

Ti, kteří si rybu na trhu v době realizace výzkumu nekoupili, tuto možnost do budoucna nevylučují. Budou se rozhodovat především podle svých momentálních chutí a potřeb a také podle nabídky. Výjimkou jsou podle očekávání nekonzumenti.

Podle 86 % těch, kteří navštívili trh s prodejem sladkovodních ryb, takováto nabídka na tento typ akce patří (viz graf 10) a to především proto, že tento sortiment rozšíří nabídku kvalitních a čerstvých produktů.(viz graf 11)

Graf 10

Q13. Patří podle Vás na farmářské trhy stánky s prodejem sladkovodních ryb ať už chlazených či uzených?



Pozn.: ! = nízká báze

Graf 11

Q14. Proč ano?

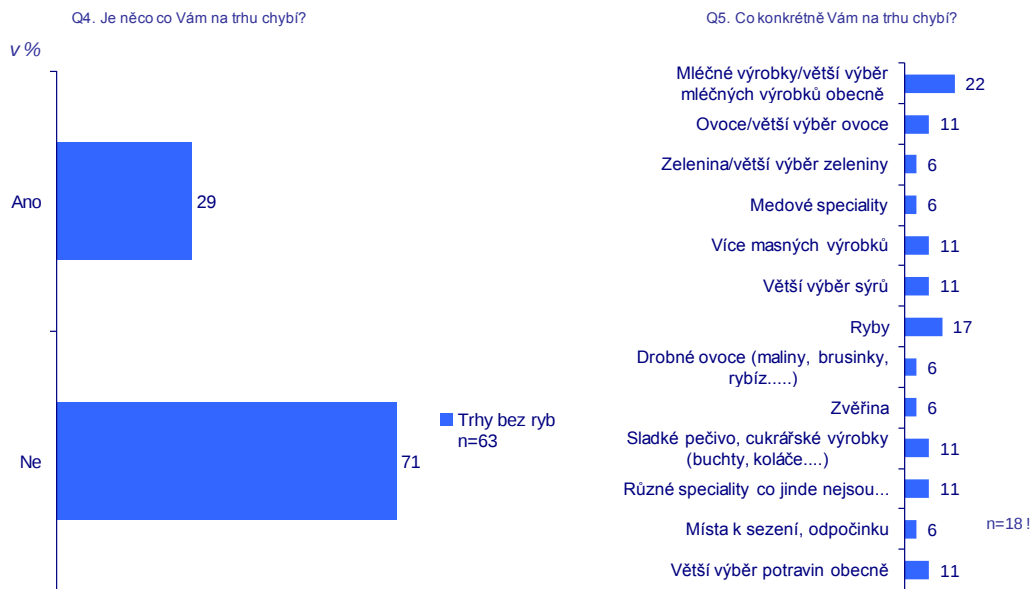


Pozn.: ! = nízká báze

Návštěvy farmářských trhů bez prodeje sladkovodních ryb

Na trzích, kde se sladkovodní ryby neprodávaly, 29 % návštěvníků zmínilo, že jim na trhu něco chybí (viz graf 12), přičemž ryby se ve výpovědích objevily po mléčných výrobcích na druhém místě. (viz graf 13)

Graf 12 a 13

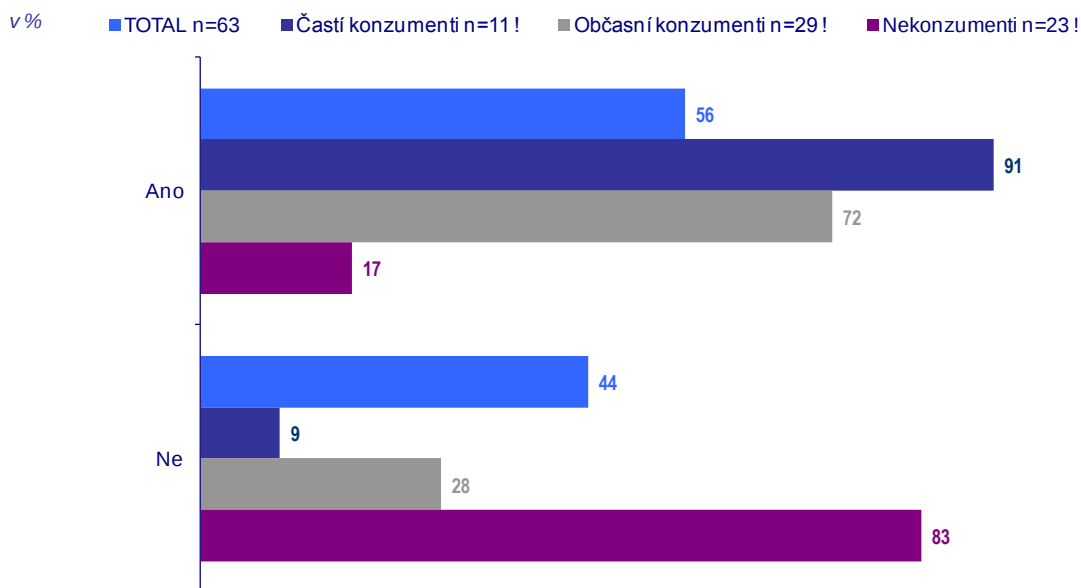


Pozn.: ! = nízká báze

91 % častých konzumentů a 72 % občasných konzumentů by přivítalo, kdyby se i na těchto trzích prodávaly produkty ze sladkovodních ryb. (viz graf 14)

Graf 14

Q6. Uvítala byste, kdyby se na trhu prodávali sladkovodní ryby, např. chlazené, uzené, atp.?

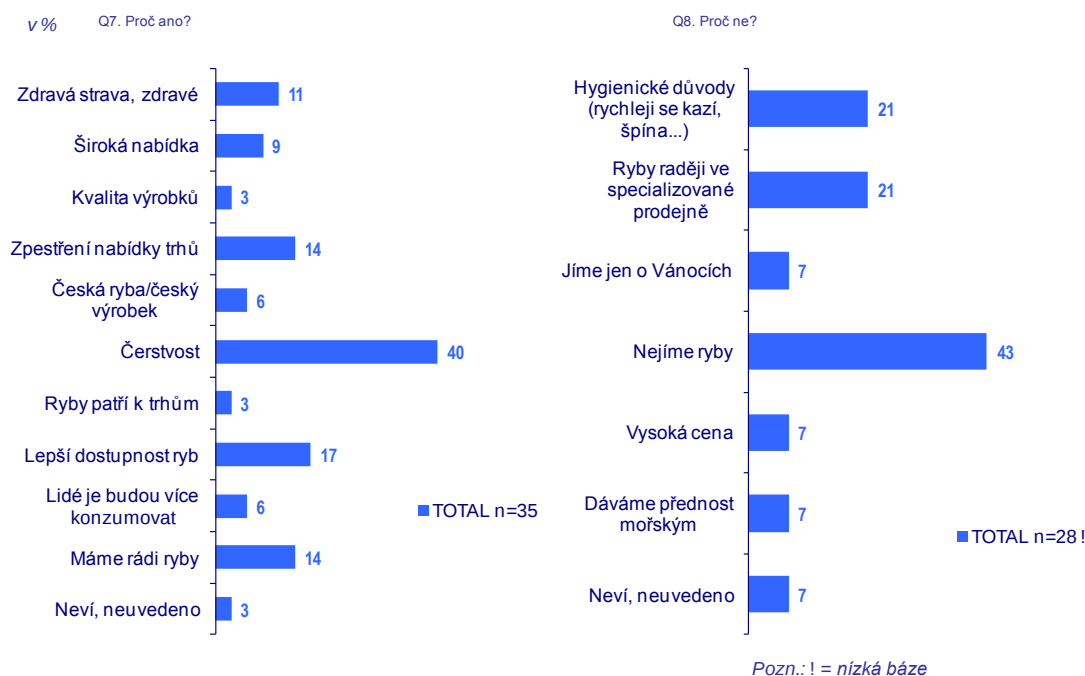


Pozn.: ! = nízká báze

Pro konzumenty by byly ryby takto více přístupné, zpestřila by se nabídka trhů. Lidé by je kupovali kvůli tomu, že mají ryby rádi a kvůli prospěšnosti konzumace rybího masa pro zdraví. (viz graf 15) Pětina by uvítala, kdyby bylo možné na trhu zakoupit ryby již zpracované nejlépe ve formě filetů tak, aby nebyly s kuchyňskou přípravou další starosti. Necelá pětina by uvítala širokou nabídku produktů ze sladkovodních ryb, více než desetina by ocenila prodej živých ryb. (viz graf 17)

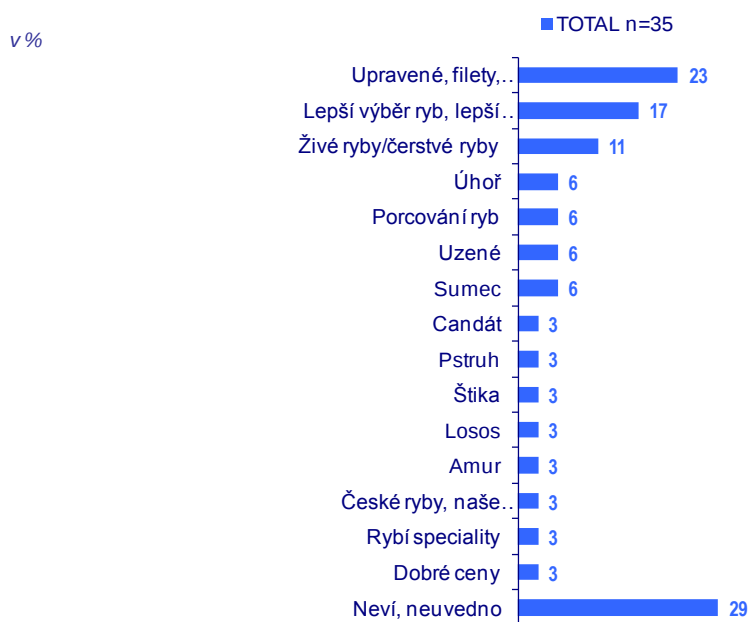
Ti, kteří by nevívali prodej ryb na farmářských trzích, byli především ti, kteří je nekonzumují. Pětina se však vyjádřila proti kvůli nedůvěře v dodržení standardů prodeje a dávají tak přednost specializovaným prodejnám. (viz graf 16)

Graf 15 a 16



Graf 17

Q9. Co konkrétně byste v nabídce sortimentu sladkovodních ryb prodávaných na farmářských trzích uvítala?

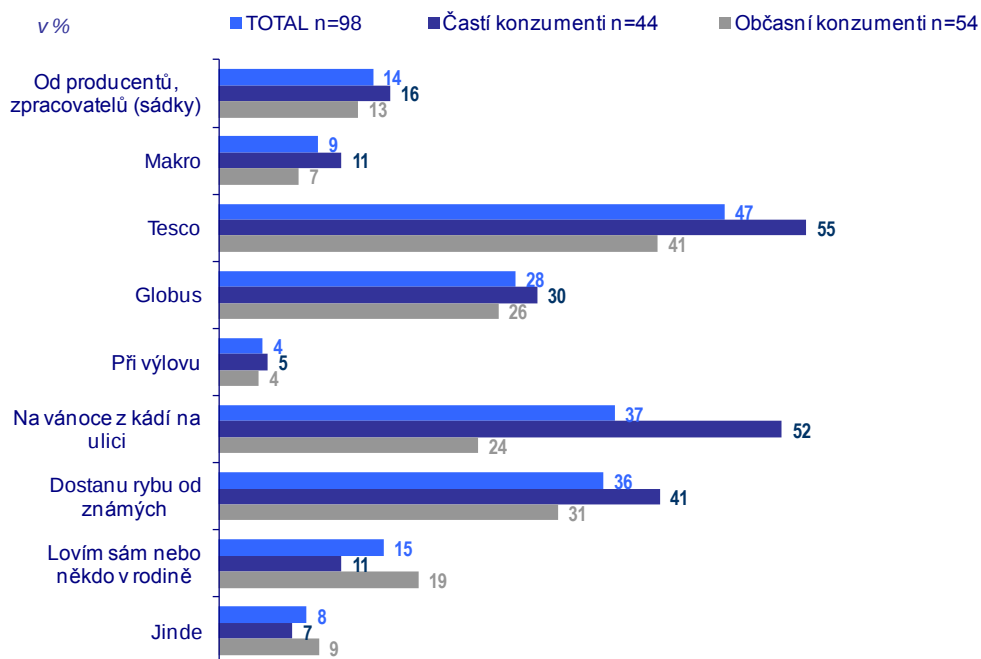


Názory konzumentů sladkovodních ryb

I přes to, že většina dotázaných kupuje ryby v některém z řetězců, především Tesco a Globus, a polovina má sladkovodní ryby k dispozici ať již od známých, někoho z rodiny nebo si ji uloví sami, (viz graf 18) 76 % by uvítalo specializované prodejny ryb, kde by bylo možné koupit sladkovodní i mořské ryby v jakékoli formě a ve kterých by byla navíc také odborná obsluha. (viz graf 19)

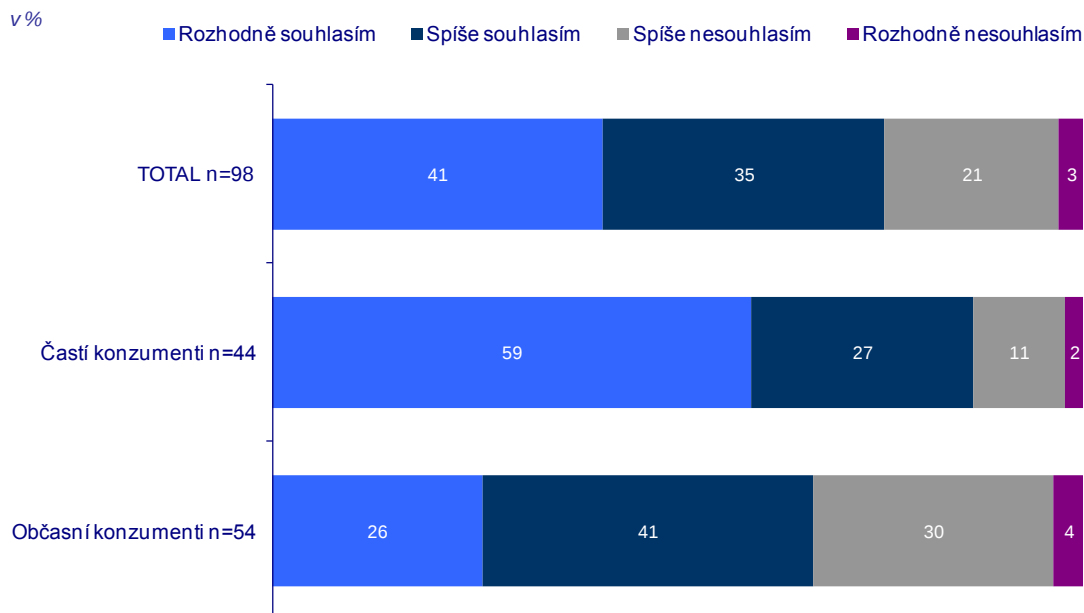
Graf 18

Q11, Q17. Kde obvykle kupujete \ získáváte sladkovodní ryby?



Graf 19

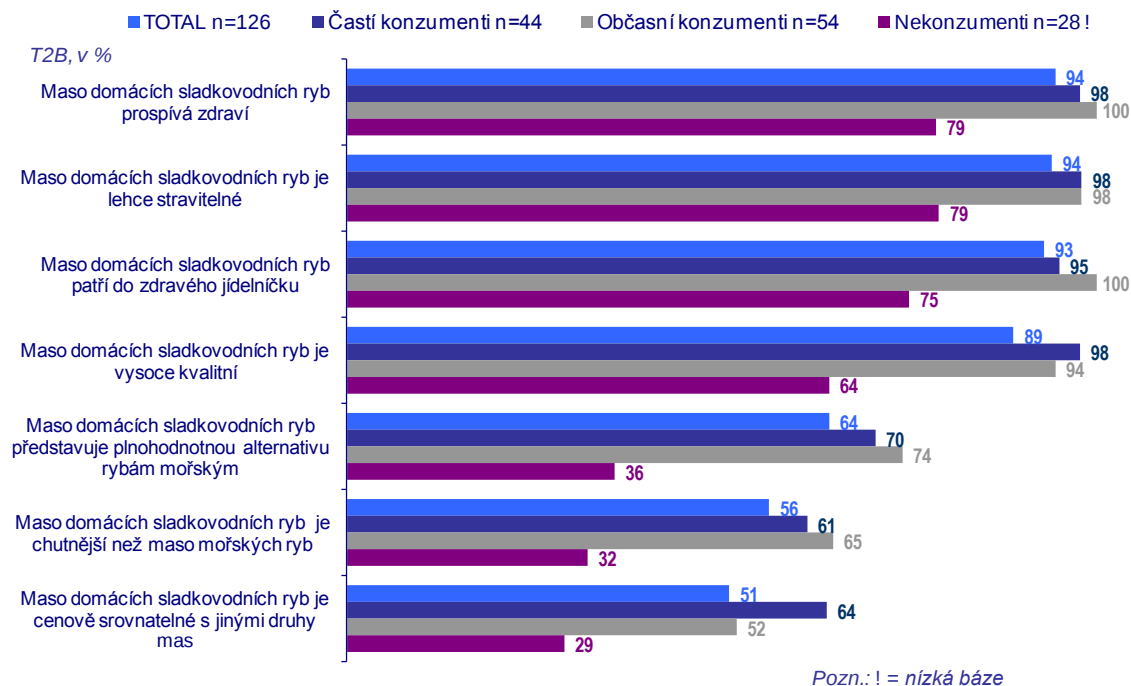
Q12, Q18. Uvítala byste specializované prodejny ryb v místě Vašeho bydliště, kde by bylo možné koupit ryby sladkovodní i mořské v jakékoli formě, např. živou, chlazenou, uzenou, kde byste mohla získat i další informace ke kupovaným rybám (jak je upravit)?



Maso sladkovodních ryb je vnímáno jako příznivé pro zdraví i mezi nekonzumenty. 56 % návštěvníků trhů považuje maso sladkovodních ryb za chutnější než maso ryb mořských. Především častí konzumenti zastávají názor, že cena masa sladkovodních ryb je srovnatelná s jinými druhy mas. (viz graf 20)

Graf 20

Q13, Q19. Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky?

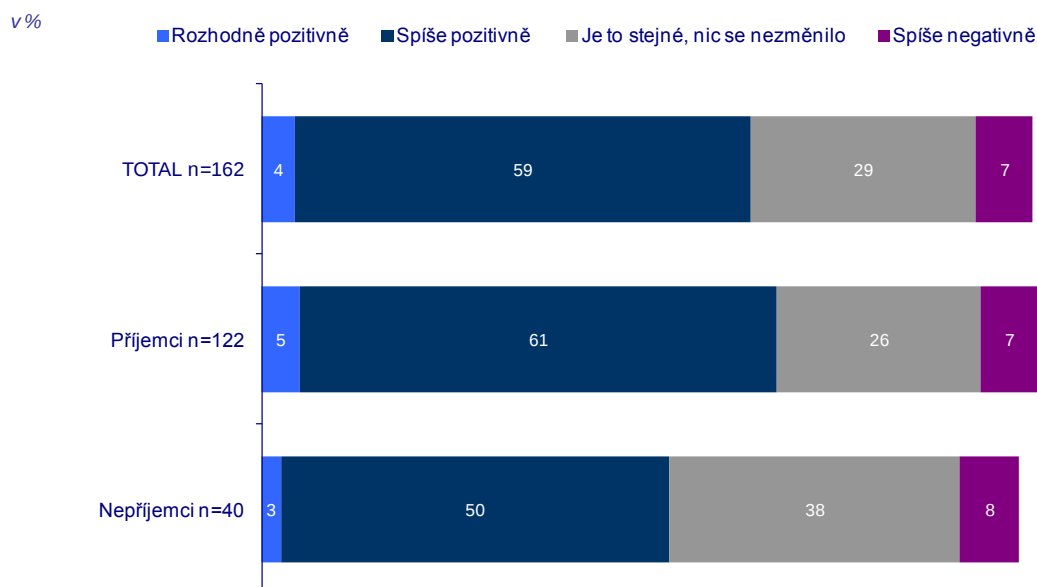


5.2 Odborná veřejnost

Vývoj odvětví rybářství za poslední tři roky hodnotí 63 % subjektů pozitivně, podle 29 % nedošlo k žádné změně a podle 7 % došlo ke zhoršení. Situaci pozitivněji hodnotí skupina příjemců dotací (66 % vs. 53 % nepřijemci). (viz graf 21)

Graf 21

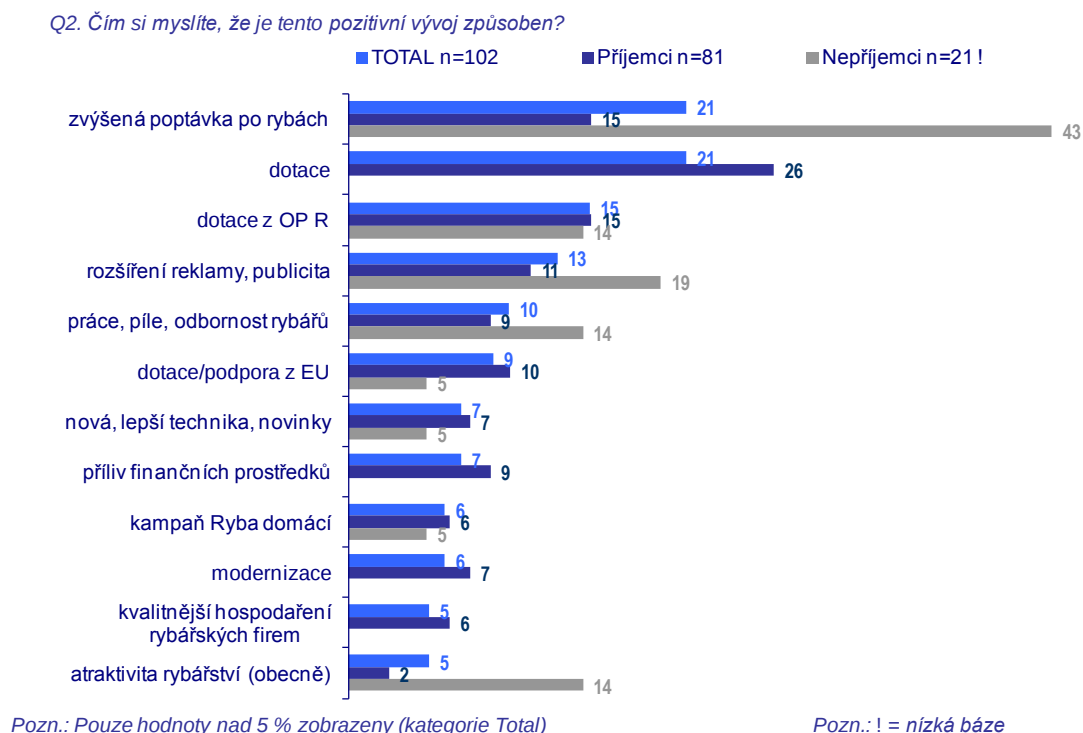
Q1. Jak hodnotíte vývoj odvětví rybářství v České republice za poslední 3 roky?



Pozitivní vývoj je způsoben především dotacemi a zvýšenou poptávkou po produktech ze sladkovodních ryb. Nemalou roli také hraje kampaň na podporu prodeje ryb.(viz graf 22)

Ti, podle kterých nedochází k žádnému vývoji, je hlavní příčinou odbyt, který zůstává v posledních letech na stejné úrovni, nízké výkupní ceny ryb, nedostatek financí a podpory a nedostatečná legislativa. (viz graf 23)

Graf 22



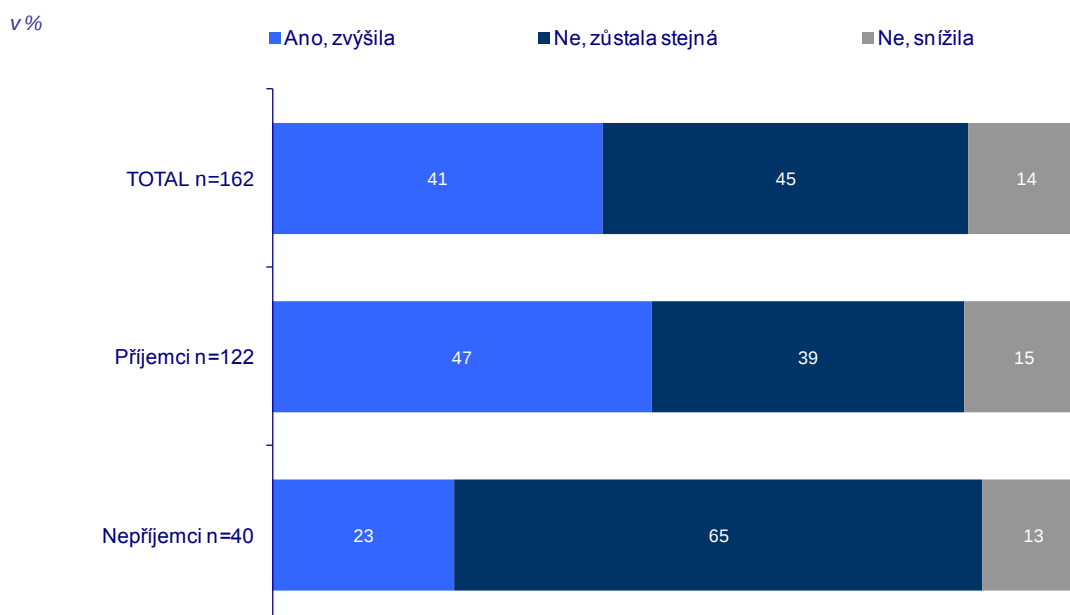
Graf 23, 24 a 25



K nárůstu produkce ryb za poslední tři roky došlo především u subjektů, které obdržely dotace z OP R a to až v 47 % případů, u nepřijemců deklaruje nárůst 23 %. Stejnou situaci jako před třemi lety deklaruje 39 % příjemců dotací. Zcela jiná situace je u nepřijemců. Podle 65 % se produkce drží v posledních třech letech na stejné úrovni a jen u 23 % došlo ke zvýšení. (viz graf 26)

Graf 26

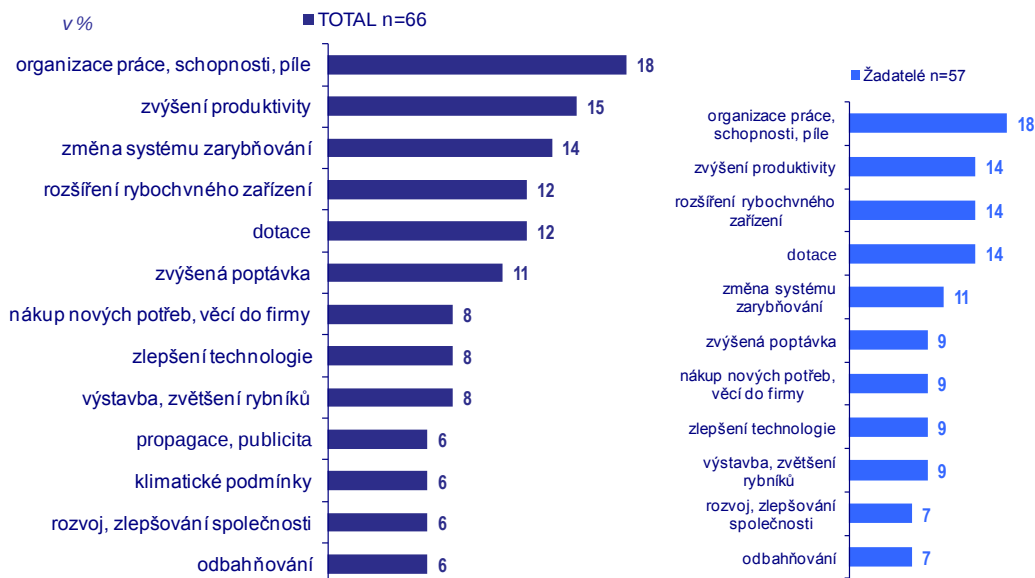
Q5. Zvýšila se ve vaší společnosti v posledních 3 letech produkce ryb?



Zvýšení produkce ryb je podle rybářů především zásluhou změny v organizaci práce, zvýšení produktivity, změny zarybňování atd. Dotace jsou uváděny na 4. – 5. místě. (viz graf 27)

Graf 27, 28

Q6. Čím si myslíte, že je tento pozitivní vývoj způsoben?

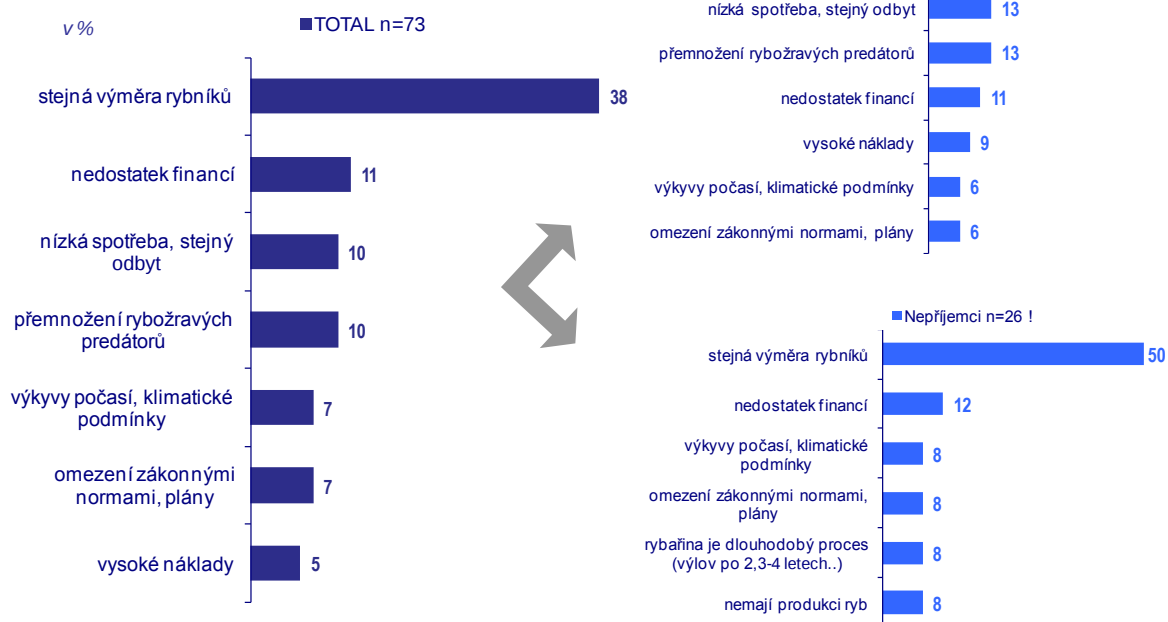


Pozn.: Pouze hodnoty nad 5 % zobrazeny

Ti, podle kterých nedošlo ke zvýšení produkce, uvádějí jako příčinu nemožnost rozšiřování výměry rybníků. (viz graf 29)

Graf 29, 30, 31

Q7. Proč myslíte, že nedochází k žádnému vývoji?



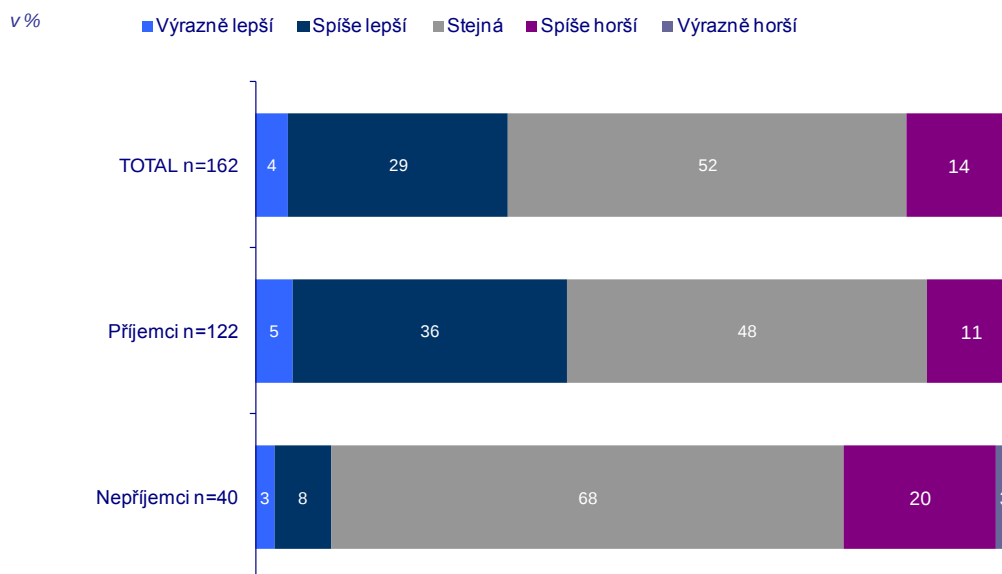
Pozn.: Pouze hodnoty nad 5 % zobrazeny

Pozn.: ! = nízká báze

Ke zlepšení ekonomické situace došlo za poslední tři roky u 41 % příjemců dotací, podle 48 % nedošlo k žádné výrazné změně, u 11 % došlo ke zhoršení ekonomické situace. U 68 % nepříjemců nedošlo v posledních třech letech k žádné změně v ekonomické situaci společnosti. 10 % subjektů se situace zlepšila, 22 % se ekonomická situace zhoršila. (viz graf 32)

Graf 32

Q9. Jak hodnotíte ekonomickou situaci Vaší společnosti v porovnání před 3 lety?



Pozitivní vliv na ekonomickou situaci společnosti má zvýšená spotřeba sladkovodních ryb, dotace a efektivnější organizace práce. (viz graf 33)

Graf 33

Q10. Čím si myslíte, že je tento pozitivní vývoj způsoben?



Pozn.: Pouze hodnoty nad 5 % zobrazeny

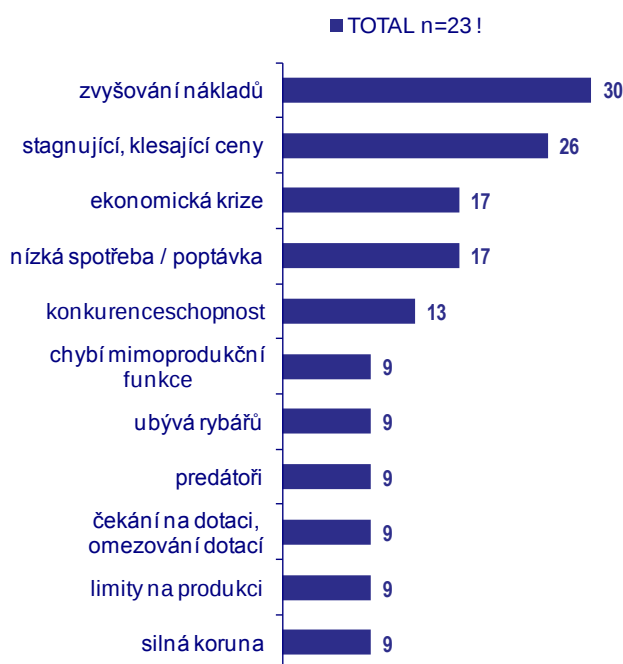
Ti, u kterých nedochází k žádné změně v ekonomické situaci, uvádí jako hlavní důvod zvyšování nákladů. (viz graf 34) Tento důvod uvádí taktéž ty subjekty, které si ekonomicky pohoršily. Ty jako další hlavní důvod uvádějí stagnaci nebo snižování cen.(viz graf 37)

Graf 34,35,36



Graf 37

Q12. Čím si myslíte, že je tento negativní vývoj způsoben?

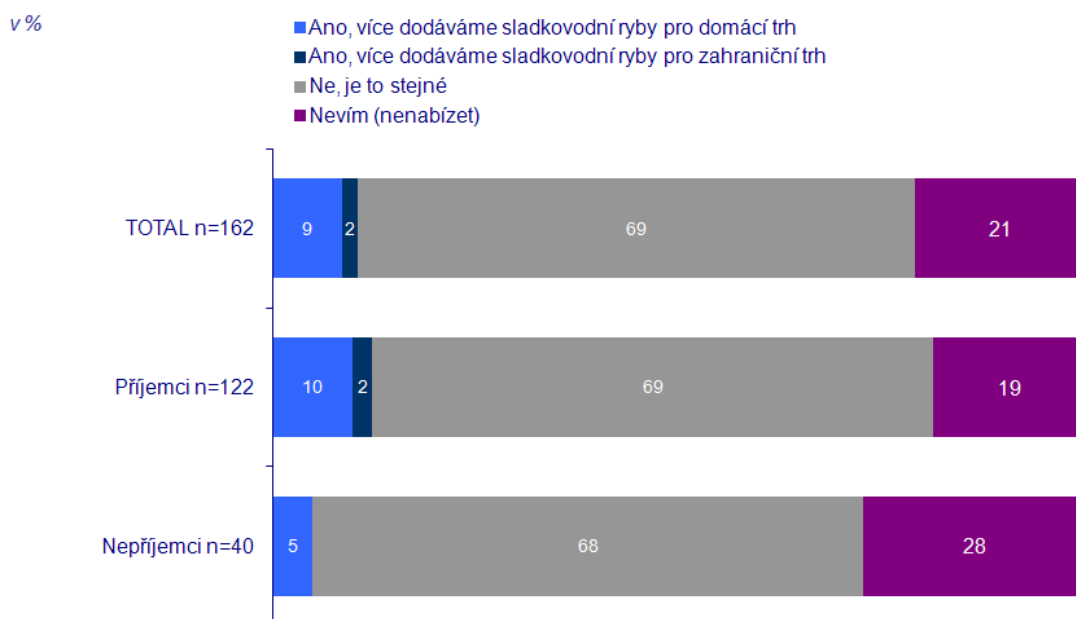


Dotázané společnosti deklarují, že v průměru dodávají 86 % produkce na domácí trh a zbývajících 14 % jde na export. 49 % dotázaných subjektů dodává ryby ze své produkce pouze na tuzemský trh. Jedná se především o menší firmy (do 5 zaměstnanců) s obratem do 1 mil. Kč.

69 % společností deklaruje, že se v posledních třech letech poměr dodávek na tuzemský trh a na export nezměnil. U 9 % došlo ke změně poměru ve prospěch dodávek na domácí trh. Hlavním důvodem je především propagace ryb a prospěšnosti rybiho masa na zdraví. (viz graf 38)

Graf 38

Q14. Změnil se v posledních třech letech tento poměr?



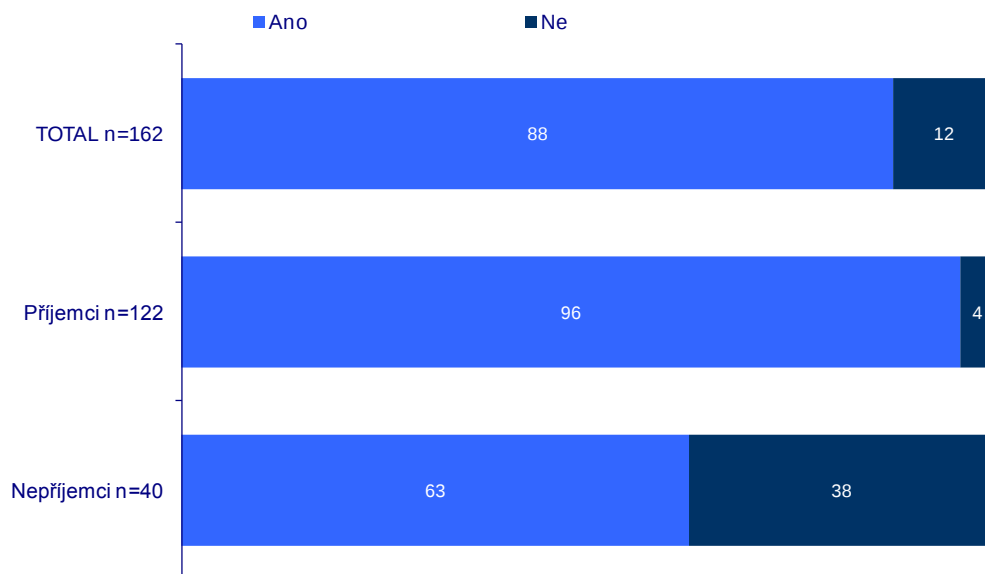
Operační program Rybářství

Operační program Rybářství (dále OP R) zná 96 % příjemců a 63 % nepříjemců. (viz graf 39) 90 % firem zažádalo o finanční dotaci z OP R. (viz graf 40) Ti, co nežádali, tak především z důvodu, že by nesplnili podmínky pro získání dotací.

Graf 39

Q16. Znáte Operační program Rybářství?

v %

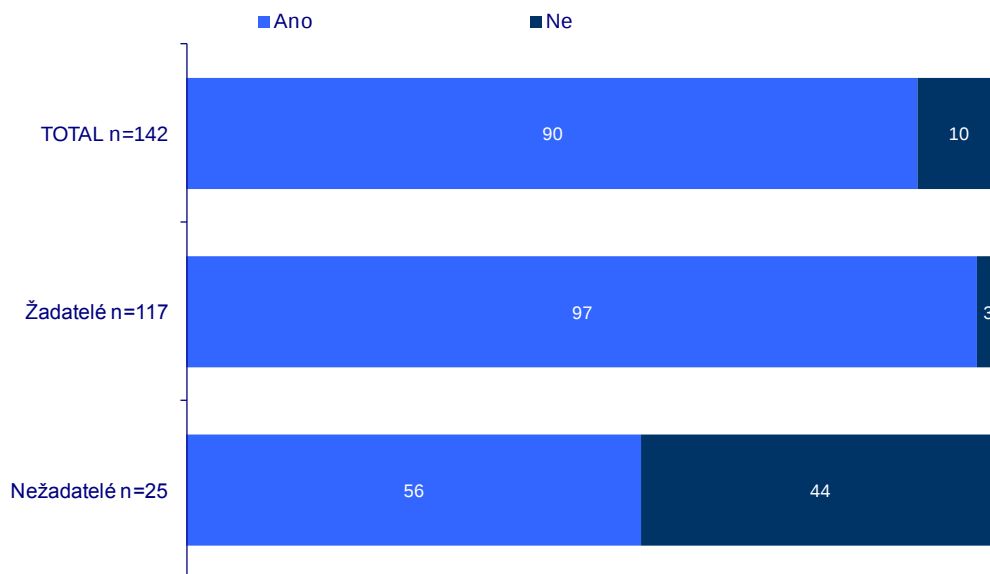


Názory těch, kteří OP R znají

Graf 40

Q17. Zažádali jste o finanční dotaci z tohoto operačního programu?

v %



86 % příjemcům získané finanční prostředky pomohly k rozvoji společnosti a to především nákupem techniky, aut a rybářského vybavení. (viz graf 41 a 42)

Graf 41

Q19. Pomohly získané finanční prostředky k rozvoji vaší společnosti?

v %



Pozn.: ! = nízká báze

Graf 42

Q20. Prosím vysvětlíte.

v %

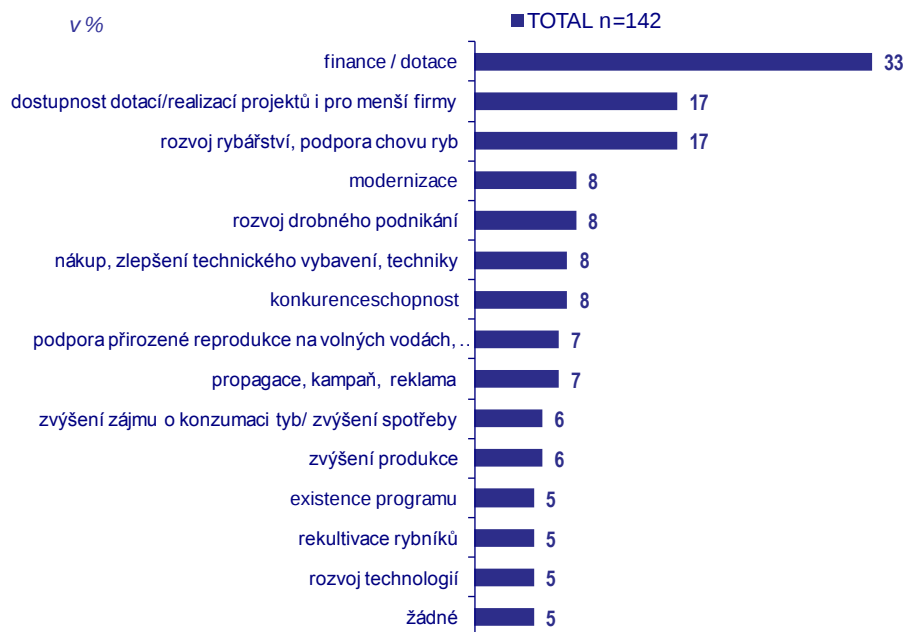


Pozn.: Pouze hodnoty nad 5 % zobrazeny

Pozitiva OP R jsou především možnost čerpání dotací, dostupnost dotací i pro menší firmy a obecně rozvoj odvětví rybářství. (viz graf 43)

Graf 43

Q21. Jaká jsou podle Vás hlavní pozitiva Operačního programu Rybářství. Uveďte prosím max. 3

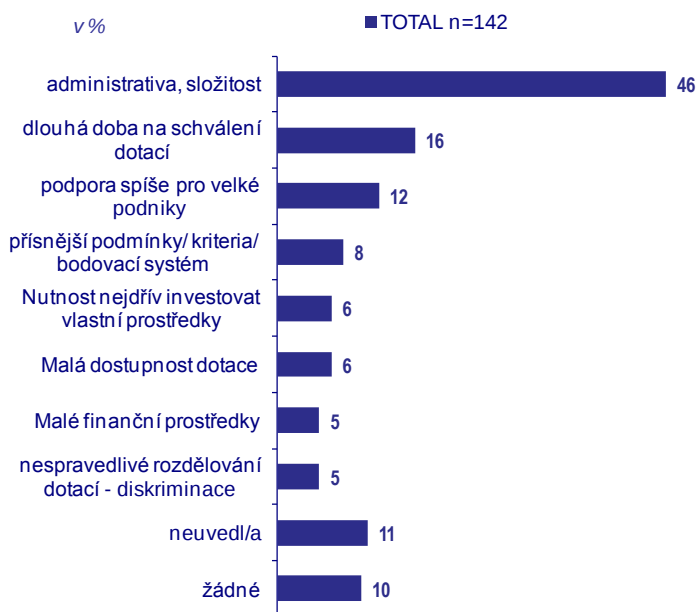


Pozn.: Pouze hodnoty nad 5 % zobrazeny

Jednoznačným negativem OP R je složitost administrativy při získávání dotací. (viz graf 44)

Graf 44

Q22. Jaká jsou podle Vás hlavní negativa Operačního programu Rybářství. Uveďte prosím max. 3



Pozn.: Pouze hodnoty nad 5 % zobrazeny

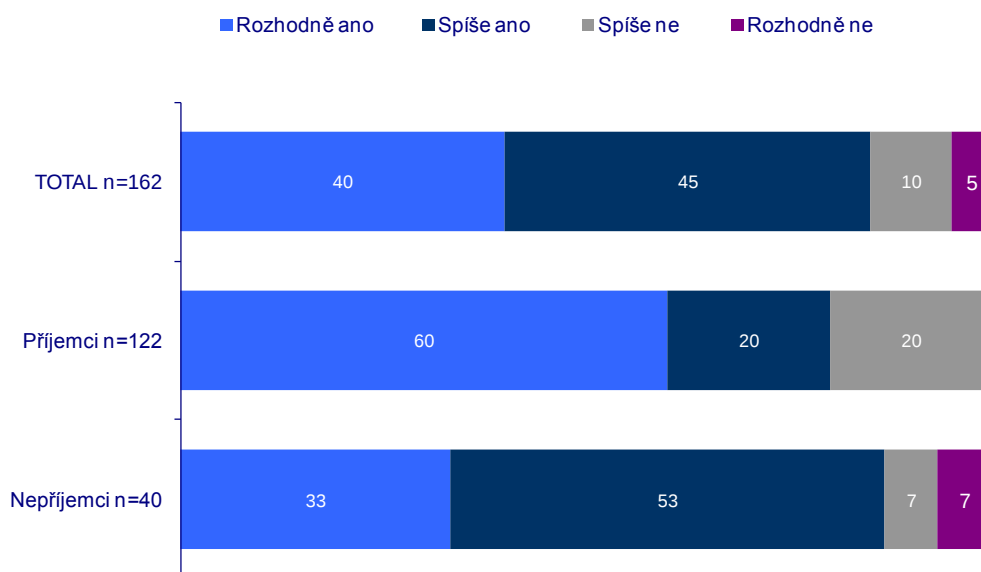
Kampaň

Naprostá většina dotázaných zastává názor, že by se konzumace sladkovodních ryb v České republice měla podporovat řízenou komunikací. (viz graf 45) 65 % jako důvod uvádí, že se řízenou komunikací propaguje konzumace sladkovodních ryb z domácí produkce a uvádí prospěšnost masa ryb na zdraví člověka a jde také o podporu domácího trhu s rybami.

Graf 45

Q26. Zastáváte názor, že by se měla podporovat řízenou komunikací konzumace sladkovodních ryb v České republice?

v %

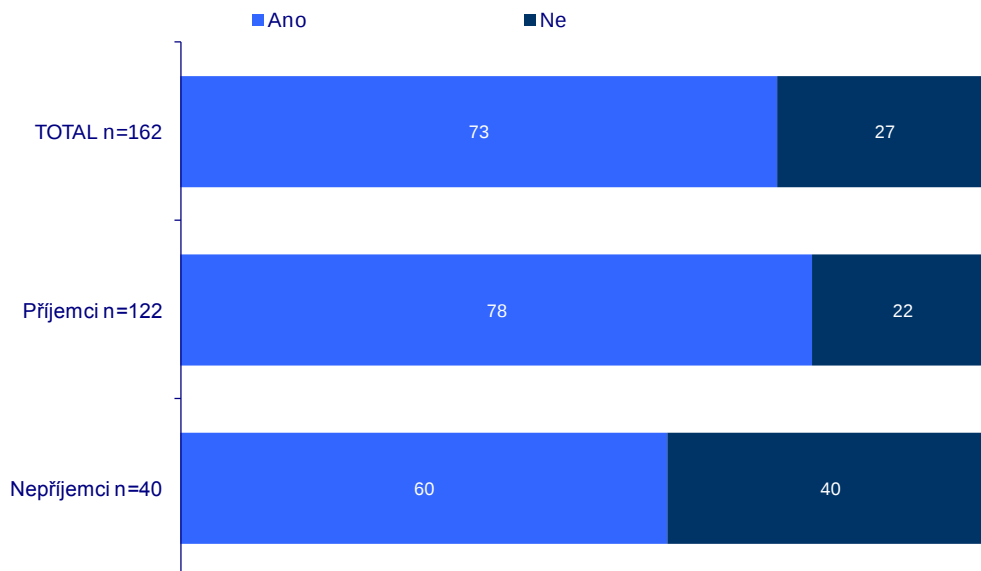


74 % dotázaných zaznamenalo nějakou podpůrnou kampaň na zvýšení konzumace sladkovodních ryb. (viz graf 46) Z těch, kteří nějakou kampaň zaznamenali, polovina zmínila kampaň Ryba domácí. (graf 47)

Graf 46

Q29. Zaznamenali jste nějakou podpůrnou kampaň na zvýšení konzumace sladkovodních ryb?

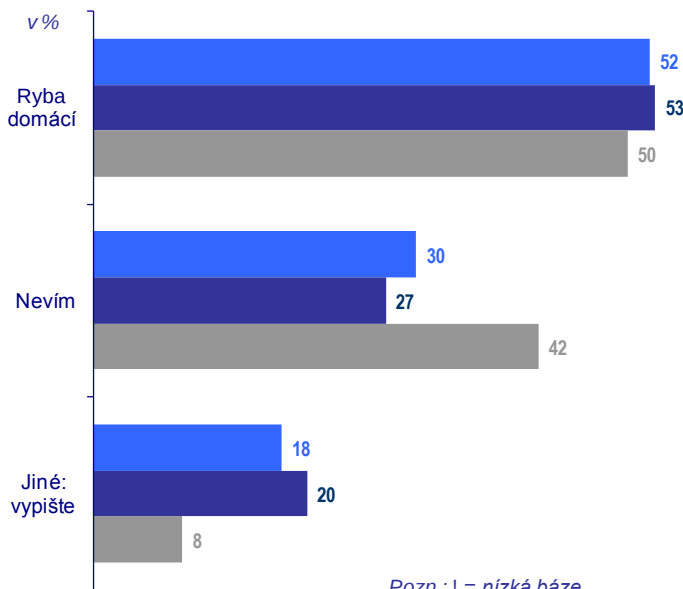
v %



Graf 47

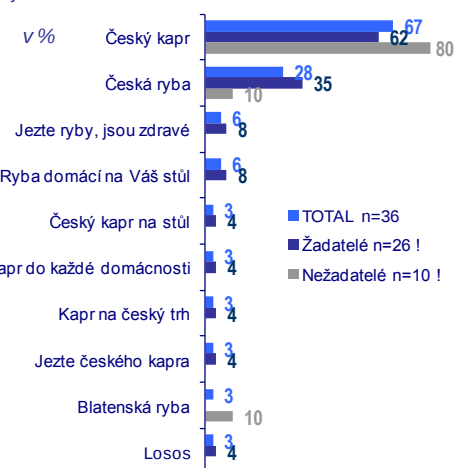
Q30. Víte, jak se tato kampaň jmenovala?

■ TOTAL n=119 ■ Žadatelé n=95 ■ Nežadatelé n=24 !



Pozn.: ! = nízká báze

Jiné: vypište: Q30. Víte, jak se tato kampaň jmenovala?

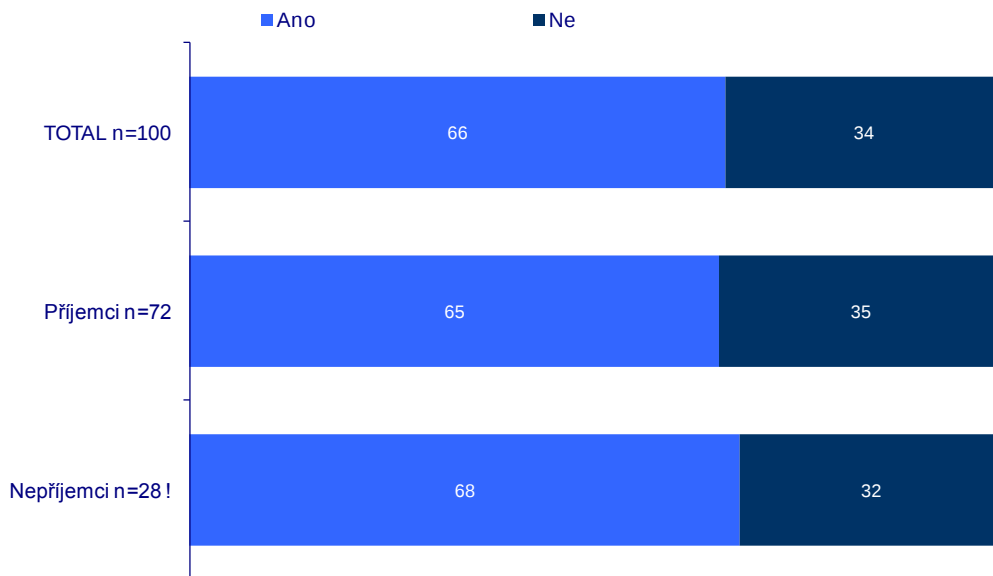


66 % těch, kteří nezmínili spontánně znalost kampaně Ryba domácí, potvrdila na základě přímo položené otázky, že tuto kampaň zná. (viz graf 48)

Graf 48

Q31. Zaznamenala jste kampaň Ryba domácí?

v %



Pozn.: ! = nízká báze

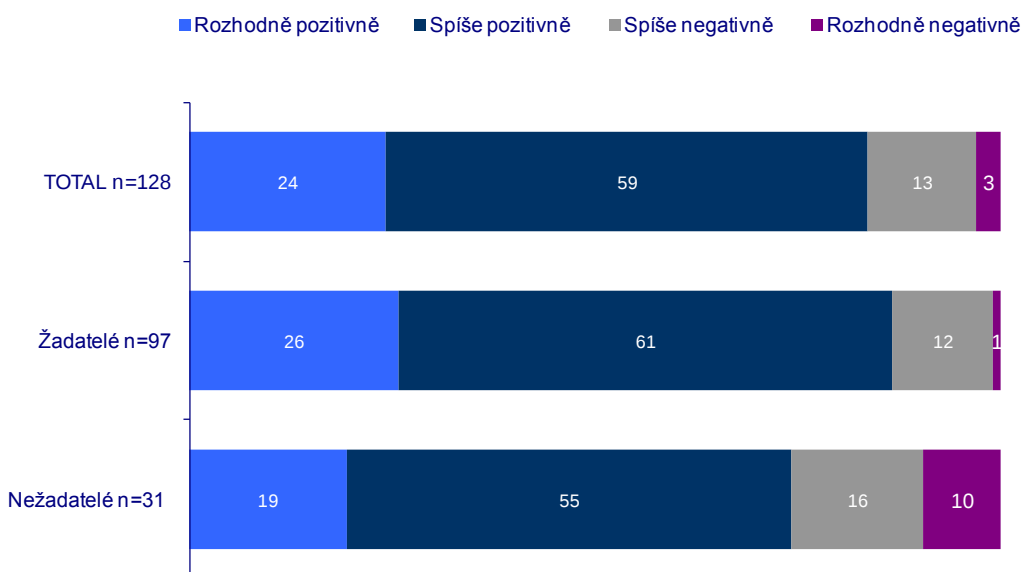
Celkově tedy kampaň Ryba domácí zaznamenalo 79 % dotázaných subjektů.

84 % tuto kampaň hodnotí pozitivně, přičemž lépe ji hodnotí příjemci dotací. (viz graf 49)
Podle 74 % pomohla tato kampaň zvýšit konzumaci sladkovodních ryb v ČR. (viz graf 50)

Graf 49

Q32. Jak tuto kampaň hodnotíte?

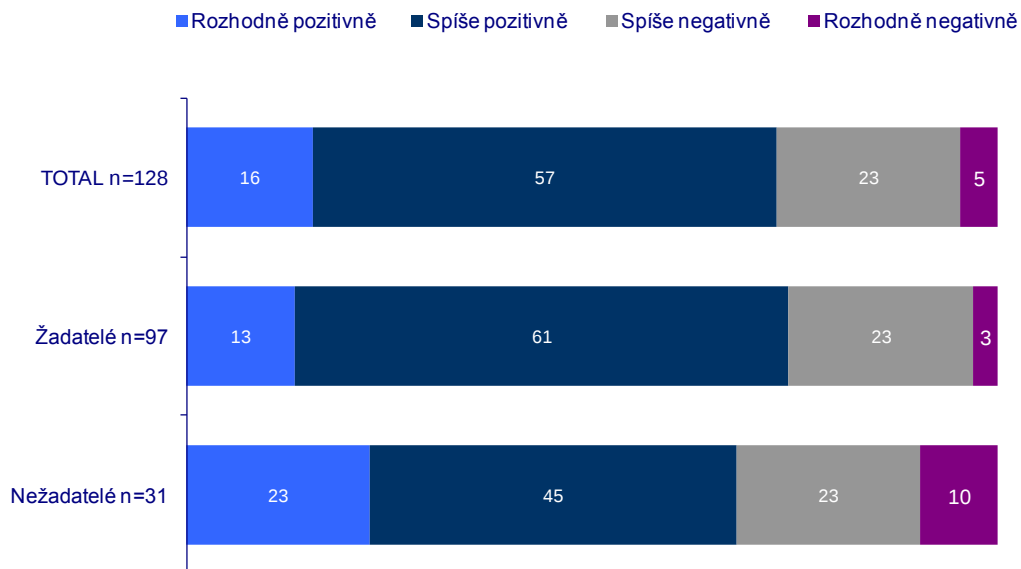
v %



Graf 50

Q33. Pomohla podle Vás zvýšit kampaň konzumaci sladkovodních ryb v populaci?

v %

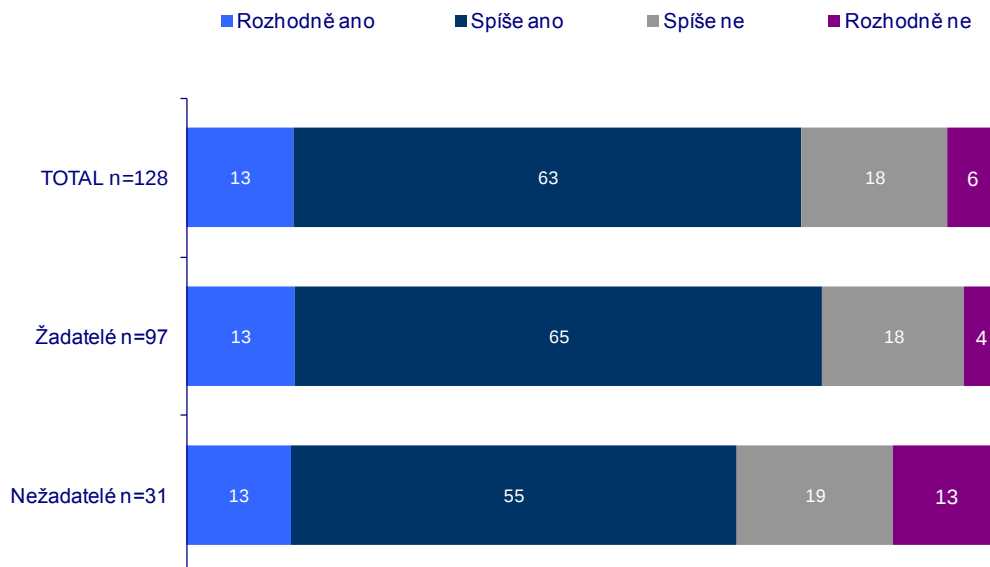


76 % taktéž zastává názor, že kampaň alespoň částečně pomohla rozvoji odvětví rybářství a to především tím, že se zvýšila spotřeba rybiho masa v populaci. (viz graf 51 a 52)

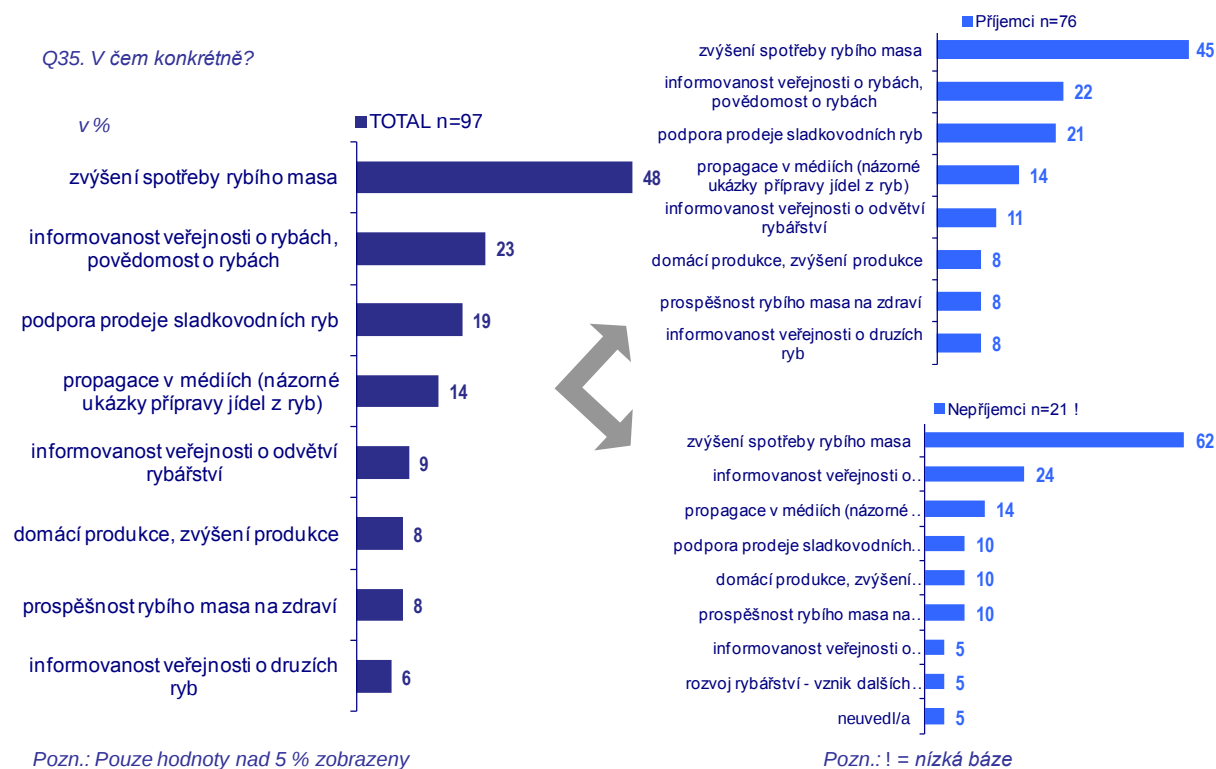
Graf 51

Q34. Pomohla podle Vás tato kampaň alespoň částečně rozvoji odvětví rybářství?

v %

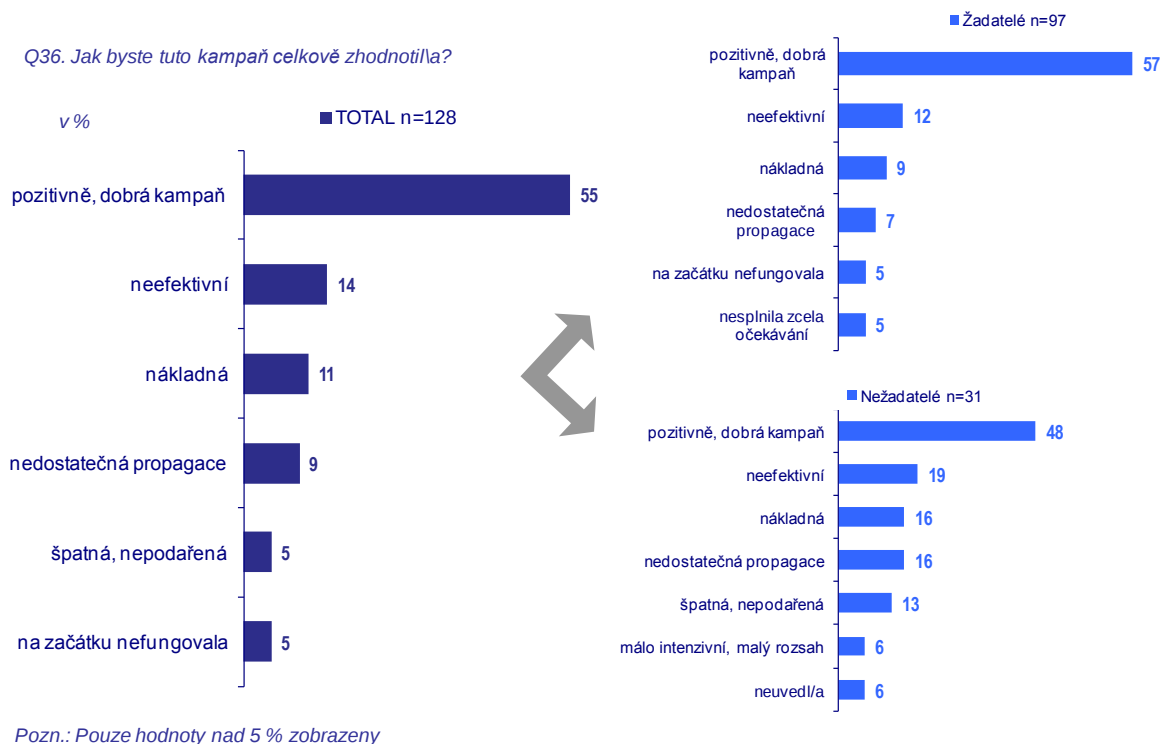


Graf 52,53,54



55 % těch, kteří kampaň Ryba domácí znají, ji hodnotí pozitivně, a to jak skupina příjemců tak skupina nepřijemců dotací. Objevují se však i dílčí připomínky.(viz graf 55)

Graf 55,56,57



5.3 Obchodní řetězce

Vnímání a role ryb v nabídce obchodních řetězců

Ryba hraje v nabídce obchodních řetězců významnou roli z hlediska image obchodu. Napříč všemi obchodními řetězci je hodnocena role ryby jako výjimečná ve svém postavení. Chlazená či živá ryba je vnímána jako zboží s puncem exkluzivity. Řetězce rybu pokládají za potravinu, která je symbolem čerstvosti. Ukazují tak zákazníkům prostřednictvím ryb svou schopnost postarat se o čerstvost potravin.

Ryba není významným činitelem ve smyslu obratu obchodních řetězců. Jedná se spíše o okrajovou záležitost. I přes tento fakt patří ryba mezi důležité zboží. Ryby jsou v chlazeném a živém stavu považovány za sortiment, který významně rozšiřuje nabídku obchodního řetězce. Vynechání ryb z nabídky obchodních řetězců by mohlo narušit vnímání řetězce (hlavně vyšší příjmovou třídou).

Nabídka ryb v obchodních řetězcích

Nákupčí jednotlivých obchodních řetězců vnímají svou současnou nabídku ryb jako optimální. Obchodní řetězce určují šíři sortimentu dle poptávek a zájmu zákazníků o nové druhy a typy ryb. Zájem o konkrétní druhy ryb se zvyšuje na základě mediálního vlivu, např. pokud se určitý druh ryby připravuje v některém z pořadů o vaření, popř. je určitý druh ryby více propagován v tisku, především v časopisech pro ženy, především formou receptů.

Dalším faktorem ovlivňující sortiment ryb je také neustálé udržování kroku s konkurencí. Svou nabídku ryb dělí obchodní řetězce na sladkovodní a mořské ryby. Dále rozdělují ryby dle forem na živé, chlazené, uzené a mražené. Mezi chlazené ryby řadí celé ryby, rybí filety a rybí delikatesy. Nabídka živých a chlazených ryb se mění dle ročního období, respektive dostupnosti určitých druhů ryb (hlavně u sladkovodních ryb). V době jarních a podzimních výlovů se rozšiřuje v podejnách nabídka o ryby jako je štika, lín apod.

V nabídce ryb výrazně převažují mořské ryby nad sladkovodními. Tento aspekt zdůvodňují obchodní řetězce díky šíři sortimentu mořských ryb v porovnání se sladkovodními, ale také z důvodu většího zájmu spotřebitelů o mořské ryby na rozdíl od sladkovodních.

Živé ryby se objevují jen v některých obchodních řetězcích. Tento fakt vnímají řetězce jako velmi důležitý z hlediska image obchodu. Co se týká prodejnosti, jsou živé ryby spíše okrajovou záležitostí. Spotřebitele sice živé ryby přilákají a utvrdí je o čerstvosti potravin v této sekci, ale na druhou stranu je tato forma nejobtížnější na úpravu pro konzumenty.

Velmi oblíbenou formou ryb jsou chlazené ryby a rybí filety. Toto zboží působí na konzumenty velmi lákavě, tudíž obchodní řetězce kladou na tuto formu velkou důležitost z hlediska čerstvosti, šíře sortimentu, líbivosti a tedy i propagace. Jejich nevýhodou, hlavně u filetů, je vyšší cena.

Mražené ryby jsou stále nejprodávanější formou, do sortimentu jistě patří, avšak na image obchodu velký vliv nemají. Zákazníci tuto formu nakupují díky nižší ceně a také delšímu datu spotřeby než u čerstvých ryb.

Sezónnost/Prodej ryb

Mořské ryby se prodávají během celého roku téměř stejně, u sladkovodních ryb se jedná spíše o sezóny, ve kterých jsou ryby prodávány více a na druhou stranu období tzv. hluchých míst. Nejvýraznější prodej sladkovodních ryb se objevuje na Vánoce, dalším výkyvem (v pozitivním slova smyslu) jsou v poslední době Velikonoce, poté je zvýšený zájem o sladkovodní ryby v období léta, díky stále oblíbenějšímu grilování ryb a posledním obdobím zvýšené tendence prodeje jsou výlovy, v nichž narůstá sortiment sladkovodních ryb v obchodních řetězcích až několikanásobně.

Propagace ryb obchodních řetězců

Propagace ryb je mimo prodejnu realizována prostřednictvím letáků, v nichž se objevují nejen ryby v akci, ale také sezónní druhy ryb. Na prodejně propagují obchody rybu a rybí produkty skrze POS materiály. Téměř všechny obchodní řetězce ve svých letácích či na prodejních uvádí recepty s rybami.

Zájem zákazníků o ryby vzrůstá v době propagace dané ryby. Pokud jde o rybu v akci, zájem je vyšší a po návratu k běžné ceně se ryba prodává většinou méně než před akcí.

Kromě sezónních propagací (Vánoce, Velikonoce, výlovy), kdy je propagována ryba v živé podobě, je nejčastěji propagována ryba chlazená ve všech svých podobách.

Propagace ryb je dána dle poptávky nákupního oddělení. Rozhodujícím činitelem v propagaci ryb je tedy nákupčí daného řetězce. Výběr konkrétní ryby do propagace je ovlivněn preferencí dané ryby v médiích (kuchařské pořady, časopisy) či výlovem určitých druhů ryb.

Obchodní řetězce se v typu propagace ryb liší. Některé obchodní řetězce věnují rybám celou stránku letáku i s odkazem na dovozce ryb či případné recepty na dané ryby v promoci. Některé vybírají rybu týdne, která je v akci. Objevuje se zde i propagace určitého typu rybích výrobků napříč celým rokem (například mořské rybí delikatesy).

Oblíbené ryby z hlediska prodeje

Nejoblíbenější rybou je losos v čerstvé podobě (filety), po něm následuje pstruh také v čerstvé podobě a třetí preferovanou rybou je kapr v živé podobě. Losos je hodnocen jako dražší ryba, přesto je však nakupován nejvíce z důvodu jednoduché úpravy a propagace prostřednictvím médií. Pstruh je nejčastěji nakupovanou sladkovodní rybou v rámci celého roku. Kapr z hlediska prodeje dominuje nad všemi druhy ryb. Jeho prodej je však spíše sezónní záležitostí (Vánoce, v poslední době i Velikonoce), řetězce jej díky tomuto faktu hodnotí stranou od ostatních druhů ryb.

Sladkovodní ryby versus mořské ryby

Mořské ryby, jak již bylo zmíněno, jsou oblíbenější než sladkovodní. Sortiment mořských ryb v obchodech je širší. Dle zástupců obchodních řetězců mají vliv na výběr mořské ryby na rozdíl od sladkovodní ještě další aspekty. Díky předchozímu režimu zde po dlouhou dobu nebyl optimální výběr zboží. Po roce 1989 se otevřely brány trhu a lidé i v dnešní době touží poznat něco nového, exotického.

Propagace mořských ryb v časopisech i v televizi je daleko silnější než u ryb sladkovodních. Dalším faktorem v nakupování mořských ryb je cestování – dovolené spotřebitelů. Ti po návratu ze svých zahraničních cest poptávají mořské ryby, které v daných lokacích mohli ochutnat.

Oproti tomu sladkovodní ryba (kapr) působí spíše jako „Popelka“. Její pozice je jasná, lidé budou kupovat stejně jako dříve sladkovodní rybu na Vánoce či Velikonoce. Nejde však o luxusní zboží, jak je vnímán například losos.

Konzumenti experimentují s recepty spíše u mořských ryb, domácí sladkovodní ryby upravují na několik známých způsobů a riskovat s recepty v této oblasti spíše nechtějí.

Dodávka sladkovodních ryb

O dodávce ryb rozhoduje nákupní oddělení na centrále řetězců. Obchodní řetězce využívají k dodávce ryb jak rybáře, tak i firmy zabývající se zprostředkováním dodávky mezi rybáři a obchodním řetězcem. Všechny řetězce využívají v dodávce sladkovodních ryb více než 1 dodavatele. Své dodavatele mají již delší dobu a většinou je nemění. Tendencí u některých obchodních řetězců je zkracování logistické linky při dopravě ryb. Snaží se komunikovat přímo s rybáři bez mezičlánků. Prioritou při spolupráci s dodavateli je nejen cena, ale také flexibilita, sortiment, rychlost dodávky, důvěra a hlavně čerstvost ryb. Dodavatele vybírají nákupci také z hlediska dostupnosti k obchodům daných řetězců po celé ČR.

Obchodní řetězce vnímají pozitivně, že jejich sladkovodní ryby jsou produkty pocházející z ČR. Podpora rozvoje rybářství a hlavně čerstvost jsou aspekty jejich výběru ryb z ČR. Obchodní řetězce chápou značku ČR jako důležitou i pro jejich zákazníky, ne však natolik, aby většinu spotřebitelů neoslovila spíše cena. Tendence kvality potravin nad cenou se však dle jejich vnímání postupně zvyšuje.

Atraktivita sladkovodních ryb

Sladkovodní ryby jsou oproti mořským rybám kupovány méně. Zájem o ryby obecně se však zvyšuje, nejedná se sice o skokovou záležitost, spíše o pozvolný trend dnešní doby. Ryby a sladkovodní ryby nevyjímaje jsou preferovány zákazníky, kteří mají zájem o zdravý životní styl a nebojí se experimentovat. Jedná se tedy spíše o vyšší příjmové, mladší rodiny s dětmi.

Nechť kupovat sladkovodní ryby může mít hned několik důvodů. Jedná se například o obavu ze zpracování ryby, zápach ryby, kosti, cena atd.

Kampaň Ryba domácí

Zástupci obchodních řetězců znají kampaň Ryba domácí prostřednictvím ochutnávek, pořádaných v jejich obchodech. Znalost kampaně přes jiné komunikační kanály je velmi nízká. Kampaň Ryba domácí jako podpora rybářství ČR a zvýšení zájmu o konzumaci sladkovodních ryb jim přijde jako velmi zajímavá z hlediska její myšlenky.

Pozvolný růst spotřeby sladkovodních ryb připisují spíše zájmu spotřebitele o zdravý životní styl než důsledku samotné kampaně.

Vliv ochutnávek na prodej v obchodních řetězcích je spíše jednodenní záležitostí. V den ochutnávky prodej ryb výrazně vzroste. Den po ochutnávce je obrat v oblasti ryb opět v normálu.

Propagace Ryby domácí

Zástupci obchodních řetězců se domnívají, že jednodenní ochutnávky nemají dostatečný vliv na zvýšení konzumace sladkovodních ryb. Ochutnávky by měly být prodlouženy či s větší frekvencí opakovány na daných obchodech. Dále poukazují na nevýraznost kampaně z grafického hlediska, také jim chybí zacílení této kampaně na určitou cílovou skupinu.

Předpokládají, že známá osoba, stojící za touto kampaní, by pozvedla její viditelnost, důvěryhodnost, a tak i zájem ze strany spotřebitelů.

Zvýšení konzumace ryb, dle jejich názoru, není záležitost několika let. Je třeba dlouhodobější vliv na spotřebitele, aby měla kampaň význam. Domnívají se, že zacílení kampaně na nejmenší, respektive na rodiny s dětmi je správnou cestou. Vliv rodiny v oblasti konzumace ryb je nejdůležitější.

Propagace Ryby domácí by měla být propojena i se školními institucemi, kde dle názorů zástupců obchodních řetězců tento vliv chybí. Nejedná se jen o vzdělání v této oblasti, ale také o včlenění ryb do školních jídelen.

Jak již bylo zmíněno, atraktivita sladkovodních ryb (hlavně kaprů) je výrazně nižší než u mořských ryb. Sladkovodní ryba by měla být spotřebitelům ukazována v novém světle exkluzivity. Prostředkem, který na spotřebitele funguje, jsou například módní časopisy pro ženy, kde jsou recepty s mořskými rybami běžně uváděny. Dle zástupců obchodních řetězců je vliv na tuto cílovou skupinu, která čte tyto časopisy významný a odráží se i v prodeji dané ryby na obchodech.

Zájem o rozšíření nabídky sladkovodních ryb a jejich propagace

Zástupci obchodních řetězců vnímají pozitivně spolupráci s Rybou domácí, ve které hodlají i nadále pokračovat. O rozšíření nabídky a následně masivnější propagaci však neuvažují. Podnětem k tomu by pro ně byl větší zájem o ryby. Bez zvýšeného zájmu spíše nehodlají investovat do obrátově nevýrazné potraviny.

5.4 Názory odborníků

5.4.1 Vývoj odvětví rybářství v kontextu kampaně Ryba domácí

Aktuální stav

Rybářství má v Čechách dlouhou tradici. Dělí se na produkční, které chová ryby pro tržní účely a sportovní (rekreační), které představuje obhospodařování rybářských revírů. Výlovek z rybářských revírů docílených lovem ryb na udici představuje značnou část (cca 30 %) z celkové spotřeby sladkovodních ryb v ČR.

V současné době zaměstnává produkční rybářství kolem 1400 osob, kteří jsou v oboru dostatečně kvalifikovaní a mají k rybářství víceméně celoživotní vztah. Zaměstnanost v odvětví rybářství nehraje příliš velkou roli pro regiony, ale spíše pro menší lokality, které jsou v blízkosti rybníků. Odvětví tak zaměstnává především lidi žijící ve venkovských oblastech. Sezónnost rybářství přináší nárazovou potřebu dalších pracovních sil v rybářsky exponovaných obdobích roku.

Výhody a nevýhody

Tradice rybářství přináší odvětví jak řadu výhod tak i řadu nevýhod. Hlavní výhodou je především právě tradice a tím pozitivní vnímání rybářství veřejností, vyspělé chovatelské know how založené na dlouholeté existenci odvětví, navíc samotný fenomén vývozu ryb českého produkčního rybářství nemá v Evropě podoby.

Nevýhodou zakládání rybníků v minulých stoletích je jednoznačně zabahnění rybníků, ke kterému dochází postupem času a sedimenty dosahují takového objemu, že je v současné době kapacita rybníků snížena o jednu třetinu. Zabahněním se snižuje produkce ryb, retenční funkce rybníků atd. Odbahnění je velmi nákladné a spočívá na současných vlastnících, kteří nedisponují dostatečnými finančními prostředky a jsou v tomto odkázáni na dotace. Nevýhodou může být také tradice kapra na úkor širšího sortimentu chovaných ryb, sezónnost poptávky především v období Vánoc.

Nicméně odvětví se potýká s dalšími problémovými faktory jako jsou rybožraví predátoři, kteří ročně způsobí škody přesahující půl miliardy korun ročně, ale kompenzace zatím není z Evropského rybářského fondu ani z jiných zdrojů možná. Stupňují se také tlaky ze strany ochránců přírody a náklady směřované na naplňování mnohostranných, společensky nezastupitelných mimoprodukčních funkcí rybníků, jako kromě již zmíněného retenčního významu také význam krajinotvorný, vodohospodářský a zejména ekologický, čímž se chovatelé ryb tak mohou dostat nejen do ekonomických problémů.

Vývoj v posledních letech

V posledních pěti letech došlo ke zvýšení prodeje živých ryb na tuzemském trhu na úkor exportu. Tento fakt je způsoben částečně tím, že se zvýšila nejen spotřeba sladkovodních ryb českými konzumenty, ale také tím, že posílil kurz české koruny vůči euru, což snížilo

poměr exportu, přičemž cca 45 % produkce ryb jde na export a v ČR nelze celou produkci prodat.

Cílem marketingové strategie je dosažení celostátního průměru spotřeby 1,5 kg sladkovodních ryb na osobu a rok. Podle názorů producentů a distributorů sladkovodních ryb není na domácím trhu příležitost pro uplatnění většího množství živých ryb. Podobná situace je i v možnosti vývozu sladkovodních živých ryb. Možností pro růst je oblast zpracování ryb, která však není považována za jistou. Zpracované ryby by měly být určeny pro domácí trh, jelikož ze zkušeností producentů ryb vyplývá, že zpracované ryby nejsou ve vývozu významnějším prvkem, nýbrž jen dílčím doplňkem a předpokládá se, že tato situace se do budoucna výrazně nezmění.

Lidé stále nejčastěji dávají přednost domácímu zpracování živých ryb, které jsou podle nich nejčerstvější. Ať již si je kupují na Vánoce z kádí nebo je dostanou z výlovu na udici. I přes to, že se očekávalo, že dojde ke zvýšené poptávce ze strany veřejnosti po zpracovaných rybách, dochází ke stagnaci zpracování sladkovodních ryb a zpracovny sladkovodních ryb tak využívají své kapacity i ke zpracování ryb mořských. Příčinou stagnace zpracování sladkovodních ryb není technická nepřipravenost sektoru, ale sezónnost ve spotřebě a preference živých ryb ze strany konzumentů. V současné době dosahuje podíl zpracovaných sladkovodních ryb cca 9 % z celkové tuzemské produkce.

Podle producentů ryb nahrávají pro zpracování ryb nabízených v síti supermarketů ve vysoké kvalitě v podobě chlazených rybích polotovarů (půlky, steaky, filety, separované maso) či finálních výrobků (zejména uzené a marinované ryby, rybí pomazánky a saláty) ekonomické a technické aspekty. I přesto, že se cena zpracovaných ryb zdá spotřebitelům vysoká a bývá porovnávána s jinými podobnými produkty, především mořskými rybami a sladkovodními z třetího světa (pangasius), je nutné vzít podle producentů ryb v potaz, že při rybích polotovarech nevzniká spotřebitelům již žádný odpad. Technické parametry se pak týkají především samotného zpracování živých ryb – od usmrcení po nutnost zpracování, což je pro spotřebitele náročné i z časového hlediska.

Budoucí vývoj

V krátkodobém horizontu se počítá s tím, že bude udržena současná produkce ryb na úrovni 20 tis. tun ročně, v dlouhodobém horizontu se však očekává spíše mírný pokles již z výše zmíněných environmentálních tlaků na snížení intenzity chovu ryb. Ve hře omezující zvýšení další produkce jsou i další faktory jako limitovaný rybníční fond, očekávaný nárůst vstupů do výroby ryb zejména zvýšením DPH, tlak na cenu ryb ze strany spotřebitelů, nutnost respektovat opatření na udržení stanovených kvalitativních parametrů vody v rybnících a rybochovných zařízeních a další omezující podmínky chovu ryb stanovené orgány ochrany přírody. Omezování rybníkářského hospodaření přitom často postrádá racionální základ.

Druhy ryb

I nadále zůstává dominantní rybou českého rybníkářství kapr, jehož chov má historickou tradici a tím pádem dosahuje vysoké úrovně chovatelské technologie. Kapra by měla

v rybnících doplňovat polykultura býložravých ryb s důrazem na amura. Ostatní druhy ryb včetně dravých druhů zůstanou produkčně na současné úrovni, jelikož nemají v ekonomice rybníčního chovu se šanci výrazněji prosadit na úkor kapra. Velkým konkurentem domácích sladkovodních ryb se stává pangasius, který je mezi spotřebiteli pro své vlastnosti (bez výrazné vůně a chuti, bez kostí, nízká cena) vyhledávanou rybou i přes to, že nedosahuje výživových vlastností kapra.

Kampaň Ryba domácí

Rybáři velmi vítají podporu v podobě kampaně Ryba domácí. Do zahájení této kampaně neexistovala žádná celoplošná komunikační podpora odvětví. Benefity kampaně jsou vnímány především v tom, že chovatelé ryb by si z ekonomických důvodů nemohli takto rozsáhlou kampaň dovolit a kampaň pomáhá zviditelnit odvětví rybářství a zvyšuje i když velmi pozvolna trend konzumace sladkovodních ryb v populaci. Kampaň plní i osvětovou funkci směrem k odborné veřejnosti - k profesionálním kuchařům.

Rybáři tak podporují pokračování kampaně, jelikož si uvědomují, že spotřebitelské zvyklosti v oblasti konzumace sladkovodních ryb jsou dlouhodobou záležitostí. Nelze však ještě hodnotit její dopady na ekonomiku odvětví i když v zásadě je tento dopad hodnocen pozitivně, neboť došlo objektivně ke zvýšení prodeje sladkovodních ryb na domácím trhu v roce 2010 o 419 tun, resp. o 4,6 %. Od roku 2008 tak došlo ke zvýšení o 13 %.

Pozitiva kampaně jsou spatřovaná v tom, že se podařilo dostat do povědomí lidí následující: rybářství je český historický obor a ryba jeho zdravý produkt, ryby se nejí jenom na Vánoce, existuje nejen kapr, ale i jiné druhy ryb, ryba se dá upravit i jinak, než smažením, ryba na grilu je výborný nápad, výlov rybníka je zajímavý tip na výlet, ryba koupená na výlovu nebo přímo na sádkách dává pocit větší čerstvosti, tak proč ji nekoupit, když vaří ryby protagonisté TV kuchařských pořadů, tak to stojí za to také zkusit.

Naopak negativa jsou viděna v tom, že spotřebitelé sice viděli v TV a na dalších akcích kuchařské úpravy i jiných druhů ryb, než kapra, ale buď je obtížně sháněli nebo je odradila jejich vysoká cena, kampaň taktéž nebyla v úplném počátku veřejností výrazněji vnímána.

Operační program Rybářství (dále OP R) je hodnocen pozitivně, výrazně pomohl odvětví rybářství v České republice. Umožnil nastavit transparentní a potřeby rybářů reflektující čerpání. Pozitivně je hodnoceno také to, že OP R nevníkal „od stolu“, ale na základě intenzivního jednání s potencionálními žadateli, tedy samotnými rybáři. Největší zájem žadatelů se soustřeďuje na žádosti o podporu v rámci opatření zahrnutých do osy 2 Akvakultura. Z důvodu nižšího počtu žádostí bylo zhodnoceno, že je možné přesunout část alokovaných prostředků z osy 3 Opatření společného zájmu a tak posílit finanční zdroje osy 2.

Problémem žadatelů o dotace z OP R je jednoznačně administrativa. Bylo však vyhodnoceno, že každým kolem je administrativa spojená s podáním žádosti o proplacení jednodušší, ŘO OP R i SZIF jdou v tomto vstříc žadatelům.

5.4.2 Prospěšnost masa sladkovodních ryb v kontextu zdravé výživy

Odborníci na výživu jak z komerční tak akademické sféry se shodují v tom, že rybí maso je z výživového hlediska velmi cenné díky obsahu významných nutrietů, jako jsou bílkoviny, tuk, minerální látky a vitamíny. Obsah cholesterolu je stejný jako u masa teplokrevných zvířat. Maso ryb je však lépe stravitelné díky tomu, že svalová vlákna ryb jsou kratší a neobsahují tzv. pojivové bílkovinné složky jako je kolagen a elastin. Celková stravitelnost rybího masa závisí na obsahu tuku, který je však z výživového hlediska velmi cenný díky obsahu polyenových mastných kyselin řady n-3, zejména kyselinám eikosapentové (EPA) a dokosahexaenové (DHA), které působí preventivně proti onemocnění srdce a cév. Maso mořských ryb jednoznačně obsahuje vyšší množství těchto kyselin, ale i ryby sladkovodní jsou jeho nezanedbatelným zdrojem.

Nevýhodou ryb je velká citlivost rybího tuku vůči oxidačním změnám, právě z důvodu vysokého obsahu polyenových mastných kyselin, které vedou ke snížení sensorických vlastností, zejména chutě a vůně. Na druhou stranu se odborníci shodují v tom, že maso sladkovodních ryb z kontrolovaného chovu neobsahuje toxické látky, např. rtuť, které se mohou objevovat v mase některých mořských ryb.

Odborníci se také shodují v tom, že by se rybí maso mělo zařadit do jídelníčku alespoň 2 x týdně a tím by se dosáhlo alespoň průměru EU. V současné době patří spotřeba rybího masa v ČR mezi nejnížší v Evropě, dosahuje 5,5 kg na osobu za rok, přičemž maso sladkovodních ryb tvoří z tohoto množství 1,415 kg. Spotřeba ryb v EU je 11kg /osobu a rok. I přes to, že konzumace sladkovodních ryb má velmi dlouhou tradici a ve staročeské kuchyni bylo maso sladkovodních ryb výrazným zdrojem živočišných bílkovin, ve 20. století byla spotřeba masa ryb velmi nízká. Postupně dochází k mírnému nárůstu konzumace ryb, ale existuje značné množství překážek k tomu, aby se tato situace změnila pozitivním směrem.

Odborníci spatřují nevýhody a tím nižší konzumaci masa sladkovodních ryb **v sensorických vlastnostech jako je chuť a nepříjemná vůně**, kterou lze odstranit ne příliš šetrnou úpravou jako je smažení, **kosti**, které by se daly vhodným zpracováním v nabízených produktech eliminovat (sulcování, marinování atp.), **nižší pocit nasycenosti** v porovnání s teplokrevnými zvířaty, **citlivost na skladování** a rychlá kazivost masa ryb, **nedostatečná logistika prodeje a dostupnost**. U prodeje je mimo jiné shledán problém ve způsobu prodeje a to především formou velkých akvárií v supermarketech, ve kterých plavou unavené, polomrtvé ryby, které naopak od koupě spíše odrážejí. Dále chybí **recepty** na úpravu rybího masa, **nabídka již částečně zpracovaných produktů** ze sladkovodních ryb a obtížnost domácí úpravy celé ryby. Mohou se objevovat **obavy z kontaminace rybího masa chemickými kontaminanty, alergenní vlastnosti masa ryb**. Od koupě **odrazuje i vyšší cena**. U ceny se objevuje výtka ve smyslu, že průměrná cena za 1kg kapra byla 89 Kč/ kg, přičemž průměrný jedlý podíl je cca 50 – 60 %.

Velmi malá oblíbenost rybích pokrmů je ve školních jídelnách. Děti odmítají rybí pokrmy konzumovat s výjimkou smažených ryb. Situaci zlepšuje příprava pangase, který je

bez výrazné chuti a zápachu, který však nedosahuje nutričních hodnot mořských ani sladkovodních ryb. Obsah polyenových mastných kyselin je mizivý. Navíc je dostupný pouze zmražený a obsahuje velké množství vody díky přítomnosti fosfátů a riziko přítomnosti kontaminantů je vyšší než u kapra.

Konzumace masa nejen sladkovodních ryb má příznivé účinky na prevenci kardiovaskulárních chorob a je taktéž vhodné v jídelnících pro snižování hmotnosti.

Přibývá osob a dětí s nadváhou a obezitou, takže doporučování konzumace ryb bude stále aktuální. Na druhou stranu se zvyšuje počet lidí, kteří dbají na zdravý životní styl a kteří ryby do jídelníčku sami zařazují. Je však nutné zlepšit dostupnost ryb v prodejnách a také v podobě jednoduché na další kuchyňské zpracování, jako jsou vykostěné filety, ale i rybí saláty, sulcované a marinované ryby a další rybí lahůdky.

Určitě je nutná podpora formou vhodně zvolené komunikace, aby byly ryby konzumovány v průběhu celého roku a je nutné konzumentům doručovat relevantní informace shodné se současnými doporučeními odborníků na výživu.

6 PŘÍLOHY

6.1 Expertní posudky

ODBORNÝ POSUDEK

VÝVOJ ODVĚTVÍ RYBÁŘSTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE

Zhotovitel: Ing. Václav Šilhavý
ředitel Rybářského sdružení České republiky
Říjen 2011

Obsah

TEXTOVÁ ČÁST

Charakteristika českého rybářství v posledních letech

Hospodářsky významné druhy ryb chované v České republice

Situace na trhu se sladkovodními rybami v České republice

Předpoklady udržitelnosti domácí produkce ryb

Vlivy působící na domácí trh

Perspektivy trhu sladkovodních ryb v České republice

Současný stav a očekávaný vývoj rybářství v České republice

Hodnocení kampaně Ryba domácí

TABULKOVÁ ČÁST

Produkce tržních ryb chovem a výlov na udici v České republice

Druhová struktura tržních ryb získaných chovem v České republice

Produkce ryb chovem v České republice a jejich užití

Přehled o úrovni a užití zpracovaných sladkovodních ryb v České republice

Přehled o vývozu živých ryb a výrobků z ryb z České republiky

Struktura spotřeby ryb v České republice

Spotřeba ryb v České republice

TEXTOVÁ ČÁST

Charakteristika českého rybářství v posledních letech

Pod pojmem „produkční rybářství“ zahrnujeme specifický chov lososovitých ryb, ale zejména chov kaprovitých a dalších druhů ryb chovaných v rybnících. Obě tato odvětví jsou chovatelsko-technologicky rozdílná, odlišný je i jejich přístup k ochraně životního prostředí a přírody.

Zatímco chov pstruha a sivena probíhá v uzavřeném hospodářském cyklu a bez výraznějšího vlivu na přírodní prostředí (pokud jsou respektována pravidla o kvalitě vypouštěných vod z pstruhových hospodářství), klasické rybníkářství pracuje v otevřené krajině, tedy uprostřed přírody a životního prostředí. Není zvláštností, když chované ryby nejsou na přední příčce důležitosti, naopak často jsou odsouvány na druhé, třetí či další místo v pořadí za ochranu přírody, retenci vody, biologickou úpravu vody a další funkce.

Rybníkářství má svůj svérázný charakter. Obecně je řazeno do sektoru živočišné výroby, přitom ale musí respektovat i na něj silně působící faktory, které jsou typické pro výrobu rostlinnou. Mezi jinými je to například vliv klimatických podmínek na konečné produkční výsledky, působení kvality rybníčního dna na potravu (bentos) a vlastní růst ryb. Rozhodující vliv má také střídání teplot a délka vegetační doby, tedy prvky charakterizující rostlinnou výrobu. I proto má rybníkářství tolik společného s reálnou přírodou a kulturní krajinou.

Metodika celého produkčního cyklu chovu rybníčních ryb je efektivně propracovaná, vychází z výsledků rybářského výzkumu a je v praxi plně prověřená. Jejím výsledkem je kapr s parametry prakticky organického potravinového produktu. Výživa kapra je založena na přirozené rybníční potravě v čele se zooplanktonem bohatým na živočišné bílkoviny. Ten je doplňován přidáváním obilovin představujících energetickou složku výživy. Zmíněná metodika umožňuje produkovat kapra v relativně ekonomicky přijatelné nákladové rovině, což je v exponované době finančních krizí a hospodářských turbulencí vysoce ceněno.

Nicméně, zcela mimo vlastní chov ryb se rybníkářství v posledních letech ocitá ve stále zostřujícím se působení vnějších problémů, které se ve své podstatě dotýkají velice žádoucí udržitelnosti chovu ryb.

Jedním ze stěžejních problémů je vysoký obsah sedimentů v rybnících, které snižují jejich produkční kapacitu a omezují retenci vody v rybnících. Sedimenty představují v současnosti zhruba 200 milionů m³, čímž je kapacita rybníků snížena o celou třetinu. Neřešení tohoto stavu by vedlo k degradaci rybníků nejen z pohledu produkce ryb, ale především v souvislostech vodohospodářských, ekologických a krajinných. Zdůraznit je třeba zejména vodohospodářský aspekt. Omezená kapacita rybníků vlivem zabahnění se může v případě výskytu přívalových dešťů ukázat jako rozhodující při záplavách. Rybníky zanesené sedimenty mají velice omezenou možnost zpomalit povodňovou vlnu a zamezit větším škodám na majetku, případně ztrátám na životech.

Odstranění nadměrných sedimentů z rybníků je však extrémně nákladné a navíc problémové i tím, že rybníční bahno je klasifikováno jako odpadní produkt, s nímž je třeba účelově zacházet. Z pohledu rybníkářů, kteří tento stav na rybnících nezavinili, je odbahnění rybníků nereálné bez dlouhodobé průběžné dotační podpory. Vyprodukované ryby nemohou zajistit ekonomickou návratnost vložených prostředků. Zabahněné rybníky jsou v současnosti nejzávažnějším problémem našeho rybníkářství.

Dalším vážným handicapem je trvalý tlak chráněných rybožravých predátorů na ekonomiku produkčního rybářství. Predátoři, především kormorán a vydra, ale také volavka a norek způsobují na rybích obsádkách škody na úrovni přes půl miliardy korun ročně. Nově k nim přistupují i škody na rybníčních stavbách, zejména hrázích, způsobované býložravým bobrem. Doposud většina těchto škod jde v rozhodující míře k tíži chovatelů ryb. Zatím však účinné opatření nejen v České republice, ale ani v dalších evropských zemích neexistuje. Od problému se distancuje i Evropská komise, kompenzace škod z Evropského rybářského fondu není možná.

Specifikou rybníčního chovu ryb je víceúčelové využívání rybníků. Tyto pak slouží nejen k produkci samotných ryb, ale také k ochraně přírody a krajiny, k zachování druhové pestrosti fauny a flóry (NATURA 2000, ptačí oblasti), jako zdroj pitné a technologické vody, k závlahám, ke zlepšení kvalitativních parametrů vody přitékající do rybníků a v neposlední řadě k zachování či nové tvorbě přirozeného rázu krajiny.

Péče o přírodu a obecně i celková environmentální filozofie je rybníkářům bytostně blízká. Po celá staletí jsou s přírodou bezprostředně sžiti, jsou na ni vázáni svým řemeslem, ví, že jen respektování jejích zákonů může přinést prospěch i jim. Není proto odůvodnění jim tento přístup upírat. Navzdory těmto skutečnostem se však environmentální požadavky na rybníční hospodaření stupňují a v blízké perspektivě by tyto tlaky mohly vést i k tomu, že by chovatelé ryb nemuseli být schopni vlastní podnikání ustát.

Neadekvátní kompenzace vyvolaných nákladů směřovaných na naplňování mnohostranných, společensky nezastupitelných mimoprodukčních funkcí rybníků může nejen přivodit rybníčnímu hospodaření ekonomické problémy, ale také ještě neefektivně komplikovat potřebnou účinnou spolupráci se správními, environmentálními a dalšími orgány.

Rybníkáři, kteří z podstaty svého působení respektují požadavky přírody, by se mohli dostat do pozice těch, kdož by nakonec sami ochranu potřebovali. Přitom správně řízený a daným podmínkám prostředí nastavený chov ryb může výrazně přispět k nápravě existujících či předpokládaných environmentálních problémů. Obecně je třeba přijmout fakt a aplikovat pohled, že chov ryb není vlastním problémem prostředí, ale právě naopak, že je součástí řešení tohoto problému.

Hospodářsky významné druhy ryb chované v České republice

Ve vodách České republiky žije více než 60 druhů ryb. Většina z nich je chovatelsky nevyužívána. Hospodářsky významnou úlohu má z celkového spektra ryb asi jen pětina vyskytujících se druhů.

Kapr obecný

Je základním druhem čeledi kaprovitých chovaný pro příznivé hospodářské vlastnosti, rychlý růst a jakostní maso. Kapr dosahuje tržní velikosti ve 3 - 4 letech (v příznivých podmínkách již ve třetím roce dociluje hmotnosti kolem 2 kg). Odchovává se především kapr šupinatý a lysý.

Pstruh duhový

Patří do čeledi lososovitých ryb. Pochází ze Severní Ameriky (k nám byl dovezen v 80. letech 19. století). Je náročný na dostatek potravy. Pstruh duhový dobře roste (ve druhém roce docílí i hmotnosti 0,5 kg). Patří k nejhodnotnějším rybám, je zpravidla odchováván intenzivním odkrmem speciálními krmnými směsmi v řízeném prostředí.

Siven americký

Rovněž patří mezi lososovité ryby. Do Evropy byl dovezen v roce 1884. Biologií života připomíná pstruha duhového. Patří mezi významné a konzumentsky vysoce kvalitní ryby. Produkuje se obdobným způsobem jako pstruh, tedy ve speciálních zařízeních.

Tolstolobik pestrý

Pochází z jezer amurské oblasti (k nám byl dovezen v roce 1966). Živí se fytoplanktonem i zooplanktonem, velmi dobře přirůstá (při dostatku potravy může čtvrtým rokem dosáhnout i hmotnosti 4 kg).

Tolstolobik bílý

Jedná se o rybu z čeledi kaprovitých. Živí se filtrací fytoplanktonu. Pochází z jezer v amurské oblasti (byl k nám dovezen v roce 1966). Je v rybníkářství význačnou rybou využívající primární produkci (brání rozvoji vodního květu).

Amur bílý

Náleží do čeledi kaprovitých ryb. Jeho původním domovem je východní Asie (byl k nám dovezen v roce 1961). Je významnou rybou rybníčního chovu, kde napomáhá k likvidaci i tvrdých vodních porostů. Má vysoce kvalitní svalovinu, ideální tržní velikosti dosahuje za 3 - 5 let (podle potravních podmínek).

Lín obecný

Patří mezi kaprovité ryby. Je důležitým doplňkovým druhem, který se zdržuje převážně u dna. Živí se drobnějšími a později i hrubšími živočichy. Má chutné maso, je ceněn na zahraničních trzích. V současnosti se projevuje o lína zájem i na vnitřním trhu.

Štika obecná

Dravá štika se pro chovné účely vytírá uměle a stejným způsobem se odchovává i raný plůdek. Patří k nejcennějším doplňkovým rybníčním rybám. Trh ji velice ochotně akceptuje, je vyhledávaným objektem sportovního rybolovu.

Candát obecný

Jde o příslušníka čeledi okounovitých. Je významnou dravou rybou. Candátu vyhovují zejména hlubší rybníky s písčitým dnem. Pro svou bílou svalovinu a výbornou chuť patří mezi konzumentsky vysoce kvalitní ryby.

Sumec velký

Řadí se do čeledi sumcovitých ryb. Vyhovují mu větší rybníky, je dravcem lovicím obvykle zvečera. Pro rybníční chov se sumec obvykle vytírá uměle. Při dostatku potravy rychle roste (ve třetím roce dorůstá 2 - 2,5 kg). Vyznačuje se chutným masem bez mezisvalových kůstek. Sumec brání přemnožení méněcenných ryb.

Síh severní maréna

Lososovitá ryba, která byla v Čechách do rybníků vysazena na Třeboňsku Josefem Šustou v roce 1882. Vyžaduje hlubší čistou vodu s dostatkem kyslíku i potravy. Živí se planktonem a částečně též bentosem. Konzumentsky je ceněna především jako uzená.

Síh peled'

Přísluší do čeledi lososovitých. Podobá se maréně, tělo má však podstatně vyšší a hlavu menší. V roce 1970 byly jikry převezeny z bývalého SSSR do Československa. Peled' je schopna se adaptovat na široké teplotní spektrum, živí se převážně

zooplanktonem, potravou přijímá i v zimě. Maso má jemné a aromatické. Peleď je vysoce konzumentsky ceněná zejména jako uzená.

Dominantní rybou českého produkčního rybářství je kapr nacházející uplatnění na domácím i zahraničním trhu. Má to své racionální historické kořeny, poněvadž kapr je rybou poměrně rychle rostoucí, vysoce plodnou, odolnou k menším negativním změnám životního prostředí, schopnou přežít i poměrně kruté zimy, přitom navíc chutnou a v oblasti střední Evropy obecně akceptovanou. Podle průzkumů trhu stále více než 85 % potenciálních konzumentů požaduje výhradně živého kapra a odůvodňuje to tím, že živý kapr je pro ně zárukou vysoké kvality, čerstvosti a vynikající chuti. Takové hodnocení není typické jen pro Českou republiku, neboť podobně smýšlejí konzumenti v Maďarsku, Polsku, Rakousku i v některých částech Německa.

Významnou specifikou kapra je i jeho tržní sezónnost. Zhruba 65 % produkce se na domácím trhu prodá koncem roku v souvislosti s Vánocemi. I když je naše společnost značně sekularizovaná, přesto původem religiozní tradice českého kapra dosud přetrvává.

Druhou v pořadí je skupina býložravých ryb. Zejména amur hraje tržně a tedy ekonomicky významnou úlohu. Případnému zvyšování jeho produkce brání existující environmentální mantinely. Maso tolstolobiků je tučnější, vhodné především k uzení. Pro vysoký podíl nenasycených mastných kyselin v tuku roste obliba těchto ryb.

Lososovité ryby, především pstruh je vlajkovou lodí sladkovodního chovu ryb ve většině evropských a mnoha mimoevropských zemí. Jeho chov u nás naráží na omezenou dostupnost odpovídajícího množství a kvality vody. Chov lososovitých a specifických druhů ryb v technizovaných odchovných systémech dosud není praktikován v rozsahu, který by výrazněji ovlivňoval domácí produkci tržních ryb, ale situace se začíná měnit, poněvadž vznikají specializované provozy, jejichž výrobní kapacita se brzy promítne.

Úroveň produkce dravých ryb je limitována ekonomicky upřednostněným chovem kapra a také omezeným prostorem vyhovujícím jejich zvýšeným nárokům.

Síhové, kteří v sedmdesátých letech patřili mezi hospodářsky mimořádně významné druhy ryb (maréna, peled'), jsou už řadu let na okraji zájmu chovatelů, neboť snahu o produkci zejména jejich násadového materiálu ovlivňuje zcela likvidační predační tlak kormoránů.

Situace na trhu se sladkovodními rybami v České republice

Začátkem devadesátých let došlo v důsledku radikálních politických, společenských a ekonomických změn uvnitř rybářského sektoru k transformačním přesunům majetku, restitucím a spolu s tím k vytváření nově formovaných rybářských akciových společností, dále společností s ručením omezeným a podniků ve vlastnictví fyzických osob. Volný trh na jedné straně umožnil jednotlivým rybářským subjektům se na něm prosadit, na druhé straně však nastolil i tvrdou konkurenci dovozem ryb z celého světa.

V posledních pěti letech došlo ke zvýšení prodeje živých ryb v tuzemsku, zatímco v objemu zpracovaných ryb došlo ke stagnaci. Změna v objemu vyvážených ryb zapadá do strategie většiny firem, které usilují o růst spotřeby sladkovodních ryb v České republice.

Stávající objem konzumu chovaných ryb na českém trhu odpovídá jejich spotřebě zhruba 1 kg na obyvatele za rok. Průzkumy odhalily, že trh je zájmem spotřebitelů orientován především na živého kapra konzumovaného zejména o vánočních svátcích. Příčinou sezónní konzumace sladkovodních ryb je jednoznačně tradice. Rozsáhlá propagační kampaň má za cíl přesvědčit konzumentskou veřejnost, že ryba je zdravou a nezastupitelnou složkou ve spektru veškeré přijímané potravy, že je nezbytná nejen při dietách, ale nepostradatelná pro posílení zdraví seniorů a dětí, že by ji tedy měl člověk konzumovat mnohem častěji než jen o Vánocích.

Dogmatické lpění výhradně na živém kapru má pozadí v požadavku na tradiční vánoční pokrm, a to čerstvou rybu. K tomu jistě přispívá i skutečnost, že živá ryba je ve srovnání s rybou zpracovanou výrazně levnější a mnoho domácností ji umí usmrtit, vyvrhnout, naporcovat či filetovat a vůbec připravit podobně jako je tomu, když k jejímu zpracování dochází ve specializovaných provozech.

Do průměrné spotřeby ryb na obyvatele za rok se započítává konzum ryb odlovených na udici (od roku 2003) a patří sem i konzumace importovaných sladkovodních ryb (využito při této příležitosti). Celková spotřeba (produkce chovem + výlov na udici + dovoz) se pohybuje na úrovni 1,5 kg sladkovodních ryb na obyvatele za rok, což se blíží průměru obvyklému v řadě evropských zemí.

Vývoz ryb je fenoménem českého produkčního rybářství. V Evropě ve vývozu sladkovodních ryb nemá Česká republika konkurenci. Objemy ryb realizované na domácím i zahraničním trhu jsou velmi přesně a citlivě nastaveny na udržitelnou realitu jejich trhu. Jakékoliv hlubší změny by vyvolaly problémy jen obtížně rychle (z roku na rok) řešitelné vzhledem k délce chovného cyklu ryb a navazující potřebě produkce násadového materiálu. Spoléhání se na stabilitu samotného vývozu je na druhé straně velmi citlivou a jen těžce předvídatelnou otázkou, neboť k negativnímu zlomu může dojít doslova obratem (ze dne na den).

Samostatnou kapitolou je úsek zpracování ryb. V posledním desetiletí v České republice působí více než desítky zpracoven sladkovodních ryb, z nichž většina má povolení k vývozu sortimentu výrobků z ryb do zemí Evropské unie. Prognózy se shodovaly na tom, že změnou společenskoekonomických poměrů dojde v konzumentské veřejnosti k vyšší poptávce po zpracovaných rybách nabízejících především pohodlnost další přípravy v kuchyni. Předpoklad se ale nenaplnil, dnes zpracovny produkují menší množství výrobků a polotovarů než v minulosti. S cílem lepšího využití jejich kapacit bylo přistoupeno ke zpracovávání rovněž mořských ryb (ročně cca 3,5 tisíce tun). Příčinou stagnace zpracování sladkovodních ryb není technická nepřipravenost sektoru, ale sezónnost ve spotřebě a jistá konzumentská setrvačnost v názoru, že jen živá ryba je nejkvalitnější. Překážkou ovlivňující celkový objem zpracovaných ryb je také skutečnost, že nabízeným výrobkům z ryb cenově konkurují jiné substituční potraviny. Vývoz zpracovaných sladkovodních ryb hraje zcela okrajovou úlohu a není ani zájem na této skutečnosti cokoliv měnit. Sortiment zpracovaných ryb je a zůstane prioritně k dispozici pro vnitřní trh.

Předpoklady udržitelnosti domácí produkce ryb

Výsledky vykazované po dlouhou řadu let ukázaly, že seriózní perspektivu produkčního rybářství zaručí racionálně nastavená rovnováha mezi objemem

produkce a jejím zhodnocením trhem přihlížející současně k objektivizovaným nárokům na životní prostředí a ochranu přírody.

V souladu s historickou tradicí zůstane kapr i nadále dominantní rybou našeho produkčního rybářství. Vychází to nejen z renomé této ryby u domácích konzumentů a z její dobré pověsti na zahraničních trzích. Čeští a moravští rybníkáři jsou si také vědomi dlouhými lety prověřené vysoké úrovně jeho chovatelské technologie, kdy je výsledkem ryba téměř organického charakteru, vysoké nutriční hodnoty nezastupitelné ve spektru zdravých potravin. Kapra bude v rybnících doplňovat polykultura býložravých ryb s důrazem na amura, a to pokud to podmínky prostředí dovolí.

Zastoupení ostatních druhů (včetně dravých ryb) zůstane produkčně na současné úrovni, neboť v ekonomice rybnického chovu nemají šanci se výrazněji prosadit na úkor kapra.

Chov lososovitých ryb má teoretický prostor k svému rozvoji. Nevyhnutelnost náročných investičních akcí při vzniku nových hospodářských jednotek by neměla při celkově dobře postaveném záměru odrazovat. Nelze však pominout skutečnost, že import pstruha do České republiky je již plně rozběhnutý a konkurovat mu je velmi obtížné (vývozní země mají výhodnější ekonomickou strukturu, konkrétně výrazně nižší mzdové náklady a státní finanční podporu exportu).

Prvky udržitelnosti našeho chovu ryb jsou plně v souladu s aktualizovaným návrhem revidované Společné rybářské politiky Evropské unie, kam náleží i projekt Strategie evropské akvakultury. V České republice je v platnosti Národní strategický plán pro oblast rybářství na období 2007 – 2013, který formuluje předpokládané a dosažitelné cíle udržitelnosti v sektoru chovu ryb. Plán nemění nic na parametrech v oblasti samotného chovu ryb (od vlastní produkce ryb až po společenské přínosy naplňované mimoprodukčními funkcemi rybníků), ovšem za předpokladu legislativního zakotvení finančních kompenzací za „služby veřejnosti“. Národní strategický plán zahrnuje také nutnost dalšího rozvoje funkčního aplikovaného výzkumu, který má být zacílený jednoznačně na potřeby produkčního rybářství.

Ze zřetele nelze pustit ani nekvantifikovaná kritéria historického dědictví tradičního rybářství, vytváření kulturní krajiny, spojení s přírodou a vůbec s životním prostředím konvenující a vyváženou produkci ryb získávanou za téměř „organických podmínek“.

Hledání prostoru pro strategické progresivní úpravy v sektoru chovu ryb nebude pro nikoho, tedy ani pro Českou republiku jednoduché. Vedle vlastních otázek chovatelských jde také o problematiku zpracování a trhu ryb, o dopady sociálně společenské, environmentální a ochranné, což je pochopitelně navíc spojeno s obecnou ekonomickou politikou. Podmínkou by mělo být pokračování podpůrného dosud vysoce účinného Evropského rybářského fondu i po roce 2013 a legislativní uznání kompenzačních nároků za servis, který produkční rybářství poskytuje společnosti, a to od ochrany před povodněmi, přes ochranu přírody, retenci vody, zachycování smyvů z povodí až třeba po kompenzaci škod způsobovaných zvláště chráněnými rybožravými predátory. Tady, v těchto úsecích totiž mohou objektivní strategické cíle naší, ale rovněž i evropské akvakultury narazit na překážky jen těžce zdolatelné (ve stínu nedávné a zřejmě přetrvávající ekonomické krize). Zde se také ukáže, nakolik realistická bude představa plošné udržitelnosti vývoje akvakultury.

Nicméně i přes všechny uvedené podmíněnosti je možné vyslovit závěr, že české produkční rybářství má při objektivizovaném zachování svého manipulačního prostoru vcelku reálnou šanci uspět v soutěži o udržitelný vývoj sektoru. Staletí prokázala, že čeští a moravští chovatelé ryb byli vždy schopni spolehlivě a profesionálně plnit své zadání, že byli často vzorem pro produkční rybářství jiných zemí. Lze očekávat, že budou připraveni nést svou odpovědnost nejen ve stávajících složitějších ekonomických a environmentálních podmínkách, ale i v budoucnu.

Vlivy působící na domácí trh

Možno konstatovat, že trh s rybami podléhá celé řadě vlivů. Od tradice, která se promítá do charakteru konzumu, působí dále aspekty společenské až po ceny ryb na jejich trhu. Podle provedených průzkumů jednoznačně na trhu vítězí živá ryba nakupovaná konzumenty nejraději přímo na sádkách nebo také při výloveh na rybnících, tedy absolutně nejčerstvější. Kupodivu, tak odpovídali i respondenti, kteří

si jinak než ve zpracované formě nedovedou představit jakékoliv nákupy masa teplokrevných živočichů.

Společenské vlivy vycházejí z podmínek plně otevřeného trhu s nabídkou jiných rybám konkurenceschopných či srovnatelných produktů, ale i ze samotné nabídky dovážených ryb. Sílu tržní ceny dovážených ryb jako konkurence domácích sladkovodních ryb nejlépe dokumentuje příběh vietnamského sumečka prodávaného pod názvem „pangasius“. Tato ryba, jejíž story je při postupném dobývání Evropy a Ameriky ohromující a svědčí o nezměrné pílí a tvrdé práci Asiatů, nemůže svou nízkou kvalitou (vysoký podíl vody v mase této ryby, minimální obsah polynenasycených mastných kyselin řady Omega 3) zdánlivě kapru konkurovat, přesto si však dobývá významnou konzumentskou pozici právě dumpingovou cenou. Kapra, který je odchováván do přijatelné hmotnosti po dobu minimálně tří, většinou však čtyři roky, nelze ekonomicky srovnávat s drůbeží a s dalšími jatečně zhodnocovanými živočichy.

To, že vyprodukovaný kapr má prakticky charakter nejkvalitnější organické potraviny se do jeho tržní ceny vlastně promítnout ani nemůže, neboť pak by byl zcela neprodejný. Jen málokdo bere tuto hodnotu důležitou pro zdravou výživu člověka při nákupu kapra do úvahy.

Zcela mimořádnou a v historii českého a moravského produkčního rybářství největší propagační akcí je mnohostranná marketingová kampaň „Ryba domácí“ financovaná z Evropského rybářského fondu z opatření 3. 3. záměr a) OP Rybářství, která se začíná projevovat žádoucím způsobem a přináší změny podmiňující zlepšení výkonnosti oboru.

Perspektivy trhu sladkovodních ryb v České republice

Společným cílem marketingové strategie je zrovnoměnění spotřeby domácích sladkovodních ryb v jednotlivých regionech a dosažení celostátního průměru 1,5 kg na obyvatele za rok při zohlednění ryb získaných chovem a výlovem na udici (bez zápočtu dovezených sladkovodních ryb). Takto nastavená úroveň spotřeby ryb by byla srovnatelná s výsledky v řadě evropských zemí.

Podle názoru rozhodujících producentů a distributorů sladkovodních ryb není na domácím trhu příležitost pro uplatnění většího množství živých ryb.

Také potenciální možnosti vývozu sladkovodních živých ryb neposkytují prostor pro jakýkoliv růst, spíše naopak.

Konstatování je poplatné reálným možnostem domácí produkce ryb v nejbližších letech, což je v souladu s konzumentskými, ekonomickými a environmentálními podmínkami.

Progresivní příležitost pro růst zůstává na úseku zpracování ryb, nicméně je považována za potenciálně nejistou.

Úroveň zpracovaných ryb pro vnitřní trh by měla v příštím programovacím období dosáhnout zhruba třetiny objemu domácího prodeje živých ryb. Zkušenosti ukazují, že zpracované ryby nejsou ve vývozu významnějším prvkem, nýbrž jen dílčím doplňkem a tato skutečnost by se neměla ani do budoucna měnit.

Přestože průzkumy trhu ryb ukázaly, že samotná cena produktu není obecně prioritním kritériem při zvažování jeho nákupu, právě pro potenciální konzumenty zpracovaných ryb dostává toto kritérium jiný rozměr: Cena zpracovaných ryb bývá nezřídka porovnávána s cenou zpracované drůbeže, některých jiných druhů ryb (s filety z pangasia) či substitučních výrobků, což je zcela zavádějící. Jako protiargument ve srovnání s živou rybou je třeba vzít v úvahu i skutečnost, že u živé ryby kupuje spotřebitel i části, které při domácím zpracování v plné míře nevyužije.

Všechny tyto aspekty (od ekonomických po technické – čas a prostor k opracování živé ryby, či etické – nutnost usmrtit rybu) hovoří pro zpracované ryby, které je možno nabízet v síti supermarketů ve vysoké kvalitě především jako čerstvé / chlazené jako rybí polotovary (půlky, steaky, filety, separované maso) či finální výrobky (zejména uzené a marinované ryby, rybí pomazánky a saláty).

Z pohledu integrace republiky do evropských struktur musí celý sektor českého produkčního rybářství pracovat na obhajitelnosti specifické regionálnosti našeho dominantně rybníčního chovu ryb v čele s kaprem. Z interního pohledu se ukazuje, že budoucnost českého chovu ryb určí především domácí trh. Za významný prvek udržitelnosti a další prosperity oboru lze pokládat zpracování ryb. Tady je ovšem třeba hledat jednoznačně systémová řešení, a to nejen na podnikové a individuální úrovni.

Lze konstatovat, že české a moravské rybářství má pro svou udržitelnost k dispozici předpoklady, které mu mohou výrazně pomoci, vždyť je primárním producentem ryb, současně také jejich zpracovatelem a nakonec i distributorem / prodejcem. Zmíněný určitý „monopol“ by mělo naše rybářství zhodnotit ve svůj prospěch.

Současný stav a očekávaný vývoj rybářství v České republice

Mezi nejvýznamnější silné stránky patří vyspělé chovatelské know-how založené na staletých tradicích rybníčního chovu kapra a získané zkušenosti s využíváním domácích i evropských rozvojových programů.

Sektor rybářství profituje na kvalitním odborném školství na všech úrovních, což umožňuje rozvíjení znalostí pracovníků oboru. Pozitivně lze hodnotit dostatek zpracovatelských kapacit. Přínosem je existence a působení profesní organizace, která koordinuje zájmy rybářství.

Produkční rybářství se pohybuje na hranici ekonomické návratnosti, která je způsobena mnoha vnitřními i vnějšími faktory. Produkční rybníky mají vysoký obsah sedimentů, což se projevuje snížením jejich retenční schopnosti a může být jednou z příčin snížené produkce ryb. Hospodářské výsledky jsou ovlivňovány škodami způsobovanými rybožravými predátory. Sezónnost trhu a pomalý růst zájmu spotřebitelů o ryby a produkty z nich je příčinou nestability ekonomických výsledků. Ke slabým stránkám možno přičíst potravinářskou a veterinární legislativu. Vlivem posílení české koruny došlo ke snížení konkurenceschopnosti námi nabízených ryb při vývozu do zahraničí.

Mezi příležitosti možno zahrnout další obnovu, modernizaci zařízení a inovaci technologií. Nadále by měly být využívány cíleně reklamní kampaně k propagaci sladkovodních ryb a rybích výrobků. Produkční funkce rybníků mohou být doplněny činnostmi, které toto poslání neoslabují, ale naopak dokáží přilákat turisty a potenciální zákazníky. Nejen ve stávajícím programovacím období je třeba klást důraz na podporu vědy a výzkumu, které mohou pomoci udržet produkci ryb a zvýšit jejich kvalitu. Za prospěšné se považuje zrovnoprávnění přístupu subjektů k možnostem čerpání podpor z Evropského rybářského fondu.

Ohrožení zásadního charakteru by mohlo následovat při direktivním omezení hospodářské činnosti v rybnících snížením intenzity produkce (vodohospodářská a rybářská legislativa). Enormní dovozy levnějších ryb a substitučních potravin by vedle případného výskytu nebezpečných nákaz ryb a vlivu nepředvídatelných extrémních klimatických podmínek dokázaly rozhodujícím způsobem ovlivnit prosperitu rybářských firem.

Nárůst veřejné poptávky po mimoprodukčních funkcích rybníků musí být kompenzován z veřejných zdrojů. Omezení dřívější podpory mimoprodukčních funkcí rybníků (2003 – 2009) by bylo závažným ohrožením celého oboru. Nízká úroveň prodeje zpracovaných ryb v hypermarketech a velkých obchodech může být způsobena nevyhovujícími podmínkami, které mohou odrážet zákazníky, což by ve svém důsledku neumožnilo žádoucí zvýšení spotřeby sladkovodních ryb. Produkční rybářství a hospodaření v rybářských revírech je silně ovlivňováno rybožravými predátory, které řadíme k fenoménu ohrožujícímu prosperitu subjektů hospodařících na rybnících.

Zaměstnanost v sektoru produkčního rybářství vykazovala sestupný trend až do roku 2007. V posledních letech (2008 – 2010) počet zaměstnanců v sektoru produkčního rybářství mírně roste. Rapidní pokles zaměstnanců, zejména žen v dřívějším období byl způsoben změnou výrobního zaměření, kdy došlo k útlumu chovu kachen a hus, k zastavení jejich líhnutí a k omezení výkrmu vodní drůbeže a kuřat, což byly úseky činnosti zabezpečované v minulosti prioritně ženami.

V produkčním rybářství jsou pracoviště s naprostou převahou těžké fyzické práce, proto je uplatnění žen vhodné pouze v administrativě, případně ve zpracovnách ryb. Těžiště pracovních příležitostí v produkčním rybářství představuje mnohdy časově neomezenou činnost v přírodě, kde zaměstnanci pečují o ryby chované v rybnících rozptýlených v krajině. Zaměstnanci žijí na periférii menších měst, převážně však na venkově, nezdědka na odlehlých místech, tedy majoritně ve venkovském prostoru. Minimum zaměstnanců pracuje ve vícesměnném provozu (rybí líhně s odchovny, některé zpracovny ryb) a to pouze v části roku, kdy dochází k výtěrům ryb a k odchovu jejich raných stádií, respektive ke zvýšenému zpracování živých ryb a prodejm výrobků z ryb.

Hodnocení kampaně Ryba domácí

Z prostředků Operačního programu Rybářství je v letech 2008 – 2011 realizována kampaň na podporu konzumace sladkovodních ryb v České republice s názvem „Realizace dlouhodobé komunikační strategie na podporu spotřeby sladkovodních ryb – Ryba domácí“ v objemu 150 milionů Kč.

Komunikační kampaň je uskutečňována v rámci prioritní osy 3, opatření 3. 3. záměr a). Realizace kampaně je plně v souladu s evropskou strategií rozvoje akvakultury a Společné rybářské politiky Evropské unie. Jedná se o propagaci sladkovodních ryb jako celku. Je cílena na spotřebitele, aby motivovala ke změně chování ve spotřebě.

Na realizaci a průběh projektu dohlíží Řídící orgán OP Rybářství. V rámci projektu byla také ustavena pracovní skupina pro řízení a koordinaci opatření 3. 3. záměr a), kde jsou na pravidelných jednáních hodnoceny výsledky a přínosy kampaně a je zde schvalován detailní plán na další období.

V roce 2008 probíhala první část kampaně a byla zaměřena na upozornění veřejnosti na nízkou spotřebu sladkovodních ryb a výrobků z ryb. Druhá část kampaně, která je realizována v letech 2009 – 2011, se soustřeďuje na podporu konzumace ryb a výrobků z ryb v průběhu roku, a to především v období jarních, letních a podzimních měsíců. Mezi hlavní aktivity zabezpečované postupně patří sponzoring televizních pořadů, kuchařská show, ochutnávky v hypermarketech,

kurzy pro profesionální kuchaře, inzerce v tisku, rozhlasové spoty a v neposlední řadě je využívána internetová prezentace. Kampaň Ryba domácí bude mít pokračování, neboť v roce 2011 bude výběrové řízení na nový projekt zajišťovaný v letech 2012 – 2015.

Zavedení komunikační kampaně na podporu spotřeby sladkovodních ryb má pozitivní dopad na celé odvětví. Na základě výsledků produkce promítnutých do prodeje sladkovodních ryb v České republice se od roku 2008 do roku 2010 zvýšil prodej živých ryb na vnitřním trhu o 13 %, od roku 2009 se produkčním rybářům daří uplatnit více živých ryb na domácím trhu na úkor vývozu. Vloni došlo rovněž k žádoucímu meziročnímu navýšení objemu výrobků z ryb. Na citovaných výsledcích se především významně podílela realizace komunikační kampaně na podporu konzumace sladkovodních ryb.

Propagační kampaň čeká další pokračování a jejím smyslem zůstane zvyšovat a dlouhodobě udržet spotřebu sladkovodních ryb v České republice na odpovídající úrovni. Pozitivním zjištěním je, že lidé pochopili, že se jedná prioritně o podporu konzumace sladkovodních ryb a uvědomují si jejich příznivé působení na vlastní zdraví. Uspokojivá je i ta skutečnost, že narůstá procento stálých spotřebitelů sladkovodních ryb.

Zvýšení spotřeby ryb doposud nedosahuje předpokládaných parametrů, ale je pravdou, že změny jsou patrné, a to navzdory stávající ekonomické situaci většiny konzumentů. Rozhodně je nanejvýš žádoucí pokračovat v komunikační kampani směrem k hlavní cílové skupině (občasní konzumenti sladkovodních ryb).

Pro produkční rybářství zůstává důrazným poučením úroveň spotřeby sladkovodních živých ryb a výrobků z ryb v období let 2002 – 2003, kdy prodej živých ryb na vnitřním trhu zdaleka nedosahoval 8 tisíc tun a množství zpracovaných sladkovodních ryb činilo cca 1,5 tisíce tun.

Příležitost komunikovat konzumaci sladkovodních ryb s využitím širokého spektra aktivit a prostřednictvím médií všeho druhu je pro výrobce neobyčejně cenná a neměla by být ani v nejmenším promarněna. V úvahu je třeba brát i skutečnost, že

změna spotřebitelského chování v oblasti konzumace sladkovodních ryb je dlouhodobou záležitostí. Neadekvátní reakce producentů a zpracovatelů ryb ve smyslu nedostatečné nabídky žádoucího sortimentu výrobků by znamenala ztrátu jedinečné příležitosti financovat kampaň z Evropského rybářského fondu, což chovatelé ryb a zpracovatelé jejich produkce zcela jistě nedopustí.

TABULKOVÁ ČÁST

Produkce tržních ryb chovem a výlov ryb na udici v tekoucích vodách v České republice (t)

Druhy ryb	Produkce tržních ryb					Výlov ryb na udici					Celkem				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Kapr obecný	18 006	17 947	17 507	17 258	17 746	3 656	3 341	3 257	3 214	3 161	21 662	21 288	20 764	20 472	20 907
Lín obecný	244	268	284	252	215	22	21	23	24	22	266	289	307	276	237
Štika obecná	90	94	101	94	105	156	152	166	154	122	246	246	267	248	227
Candát obecný	47	48	58	58	48	147	121	106	107	106	194	169	164	165	154
Pstruh obecný						24	31	26	20	18	24	31	26	20	18
Pstruh duhový	575	623	614	526	476	53	52	57	57	57	628	675	671	583	533
Cejn velký						217	190	169	183	170	217	190	169	183	170
Sumec velký	49	63	60	58	47	78	92	94	89	93	127	155	154	147	140
Úhoř říční	1					21	21	21	21	19	22	21	21	21	19
Lipán podhorní						5	5	5	5	3	5	5	5	5	3
Bolen dravý						27	18	19	16	16	27	18	19	16	16
Amur bílý	357	342	394	409	488	92	96	86	89	89	449	438	480	498	577
Karas stříbřitý						26	24	24	23	20	26	24	24	23	20
Tolstolobik bílý, pestrý	412	405	586	601	583	15	12	11	13	12	427	417	597	614	595
Okoun říční	18	13	17	18	18	24	20	17	18	14	42	33	34	36	32
Siven americký	94	153	201	145	262	5	10	8	7	8	99	163	209	152	270
Síhové (maréna, peled')	34	27	24	19	26						34	27	24	19	26
Jelec tloušť						19	19	20	17	10	19	19	20	17	10
Ostatní	504	464	549	633	406	59	51	55	55	50	563	515	604	688	456
Celkem	20 431	20 447	20 395	20 071	20 420	4 646	4 276	4 164	4 112	3 990	25 077	24 723	24 559	24 183	24 410

Druhá struktura tržních ryb získaných chovem v České republice (t)

Druhy ryb	2006	2007	2008	2009	2010
Kapr	18 006	17 947	17 507	17 258	17 746
Lososovité ryby *)	669	776	815	671	738
Býložravé ryby **)	769	747	980	1 010	1 071
Lín, síhovitě	278	295	308	271	241
Dravé ryby ***)	205	218	236	228	218
Ostatní druhy	504	464	549	633	406
Celkem	20 431	20 447	20 395	20 071	20 420

*) pstruh, siven

**) amur, tolstolobik

***) štika, candát, sumec, okoun

Produkce ryb chovem v České republice a jejich užití (t)

Rok	Produkce tržních ryb	Užití		
		Prodej živých ryb v tuzemsku	Ryby určené pro zpracování	Vývoz živých ryb
2006	20 431	8 451	1 920	10 030
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

Poznámky:

Kromě celoroční produkce tržních ryb zohledněn i počáteční stav (zásoba z minulého roku), objem importovaných tržních ryb a ztráty, což představuje celkovou bilanci (včetně konečné zásoby živých ryb).

Od roku 2009 se změnil poměr využití produkce živých ryb. V roce 2009, kdy byly zřejmé první výsledky implementace OP Rybářství, se poměr obrátil. Česká měna

proti kurzu EU posílila, a to způsobilo, že vývoz přímou úměrou tomuto růstu koruny klesal.

Přehled o úrovni a užití zpracovaných sladkovodních ryb v České republice (t)

Rok	Objem zpracovaných ryb v živém	Z toho užití	
		ve vnitřním trhu	na vývoz
2006	1920	1474	446
2007	1904	1414	490
2008	1716	1248	468
2009	1595	1183	412
2010	1806	1361	445

Poznámka:

Pokles objemu zpracovaných ryb se podařilo odvrátit v roce 2010, zejména objem zpracovaných ryb pro vnitřní trh se změnil v důsledku efektu OP Rybářství a vlivem posilování české měny. Předpokládá se, že nastoupený trend bude pokračovat.

Přehled o vývozu živých ryb a výrobků z ryb z České republiky (t)

Ukazatel	Roky						
	Skutečnost				Kvalifikovaný odhad		
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Živé ryby	9 552	9 017	8 929	9 138	9 000	9 000	9 000
Výrobky z ryb	490	468	412	445	500	500	500
Celkem vývoz ryb	10 042	9 485	9 341	9 583	9 500	9 500	9 500

Struktura spotřeby ryb v České republice

Ukazatel	Roky						
	Skutečnos t				Kvalifikovaný odhad		
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Produkce ryb chovem v ČR z toho	20 447	20 395	20 071	20 420	20 400	20 400	20 400
tuzemský prodej:							
živých ryb (t)	8 578	8 432	9 130	9 549	9 500	9 500	9 500
výrobků z ryb (t)	1 414	1 248	1 183	1 361	1 500	1 700	1 900
ryb a výrobků celkem (t)	9 992	9 680	10 313	10 910	11 000	11 200	11 400
Spotřeba na obyvatele za rok (kg)	0,963	0,925	0,982	1,036	1,045	1,064	1,083
Výlov ryb na udici v ČR (t)	4 276	4 164	4 112	3 990	4 000	4 000	4 000
Spotřeba na obyvatele za rok (kg)	0,412	0,398	0,391	0,379	0,380	0,380	0,380
Dovoz sladkovodních ryb celkem (t)	1 046	1 556	1 332	1 405	1 500	1 500	1 500
Spotřeba na obyvatele za rok (kg)	0,101	0,149	0,127	0,133	0,142	0,142	0,142
Celková spotřeba sladkovodních ryb v ČR							
z chovu, výlovu na udici a dovozu (t)	15 314	15 400	15 757	16 305	16 500	16 700	16 900
na obyvatele za rok (kg)	1,476	1,472	1,500	1,548	1,567	1,586	1,605
Dovoz mořských ryb celkem (t)	44 890	46 350	47 280	47 420	47 730	47 530	47 330
Spotřeba na obyvatele za rok (kg)	4,324	4,428	4,500	4,502	4,533	4,514	4,495

Poznámka:

Počet obyvatel České republiky k 31. 12. roku 2007 – 10 381 130

2008 – 10 467 542

2009 – 10 506 813

2010 – 10 532 770

2011 až 2013 – 10 530 000

Spotřeba ryb v České republice (g/obyv./rok)

Druh	2007	2008	2009	2010
Sladkovodní ryby získané chovem, na udici *), dovozem **)	1 476	1 472	1 500	1 548
Mořské ryby získané dovozem	4 324	4 428	4 500	4 502
Ryby celkem	5 800	5 900	6 000	6 050

Poznámky:

*) Od roku 2003 jsou započítávány kromě ryb získaných chovem i úlovky ryb na udici.

**) V předkládaném materiálu byly započítány do spotřeby rovněž dovezené sladkovodní ryby.

Podle dřívější metodiky (bez dovozu) by byla spotřeba ryb na obyvatele v České republice v jednotlivých letech následující:

2007 – 1 375 g

2008 – 1 323 g

2009 – 1 373 g

2010 – 1 415 g.

ODBORNÝ POSUDEK

**Zhodnocení vývoje odvětví rybářství a dopadu čerpání dotací
z Operačního programu Rybářství na ekonomiku odvětví, vliv
kampaně Ryba domácí na stravovací návyky veřejnosti**

Zpracoval: Ing. Jan Štípek

jednatel Rady Českého rybářského svazu

Praha, říjen 2011

Obsah

1. Charakteristika odvětví rybářství

- 1.1. *Rybníkářství*
- 1.2. *Hospodaření na rybářských revírech (výkon rybářského práva)*

2. Současný stav a očekávaný vývoj odvětví rybářství v ČR

- 2.1. *Pozitiva a negativa odvětví rybářství*
- 2.2. *Problémy odvětví rybářství a jejich možné řešení – vliv ekonomické krize*
- 2.3. *Vliv odvětví rybářství na zaměstnanost v regionu*
- 2.4. *Vliv odvětví rybářství na ekosystémy v regionu, na životní prostředí*
- 2.5. *Novinky v odvětví, trendy (technické vybavení, využití kapacit, atd.)*
- 2.6. *Využitelnost zkušeností z jiných vnitroeurovských zemí s řešením situace v odvětví rybářství*

3. Operační program Rybářství

- 3.1. *Hodnocení čerpání dotací*
- 3.2. *Administrativa*
- 3.3. *Zhodnocení prospěšnosti OP Rybářství pro rozvoj sektoru*

4. Hodnocení kampaně Ryba domácí

- 4.1. *Dopad kampaně Ryba domácí na ekonomiku odvětví rybářství*
 - 4.1.1. *Pozitiva, negativa*
 - 4.1.2. *Význam pro ekonomiku odvětví rybářství*
 - 4.1.3. *Příležitosti pro další rozvoj*
- 4.2. *Efektivnost vynaložení finančních prostředků v rámci kampaně, ceny kampaně ve vztahu k současnému stavu odvětví rybářství*
- 4.3. *Podporuje kampaň zvýšení výkonu odvětví rybářství?*
- 4.4. *V čem pomohla kampaň nejvíc?*
- 4.5. *Jaký je vliv médií na odvětví rybářství (dopad článků o zdravé výživě, o zdraví prospěšných rybách)*

5. Změna poptávky po sladkovodních rybách v posledních 3 letech v ČR

- 5.1. *V jakém směru a proč (druhy ryb, sezónnost, aj.)*
- 5.2. *Trendy v poptávce*
- 5.3. *Změny v chování konzumentů*

1. Charakteristika odvětví

Rybářství má v našich zemích dlouhou tradici. Dělí se na dvě části – produkční, jehož posláním je chov ryb pro tržní účely a sportovní (rekreační), které představuje obhospodařování rybářských revírů (výkon rybářského práva). Obě pododvětví mají silné historické pozadí.

Základní právním předpisem, jímž se řídí odvětví rybářství je zákon č.99/2004 Sb. Zákon o rybníkářství, výkonu rybářského práva, rybářské stráží, ochraně rybolovných zdrojů a o změně některých zákonů (zákon o rybářství) a vyhláška č. 197/2004 Sb., k provedení zákona o rybářství. Právní rámec pro odvětví rybářství dále tvoří zejména vodohospodářská, environmentální, veterinární a ekonomická legislativa.

1.1. Rybníkářství

K rozvoji rybníkářství u nás docházelo ve 13. – 16. století, největší rozmach byl zaznamenán v 15. – 16. století. Koncem 16. století bylo u nás zhruba 180 tisíc hektarů rybníků, v současnosti je to 52 tisíc hektarů.

Současné produkční rybářství zaměstnává cca 1400 osob, roční produkce se pohybuje okolo 20 tis. tun (necelá polovina se vyváží).

1.2. Hospodaření na rybářských revírech (výkon rybářského práva)

V roce 1885 byl v našich zemích vydán první rybářský zákon, který zrušil do té doby volný lov ryb v řekách, zavedl regulované hospodaření na volných vodách a byl impulzem k masivnímu zakládání rybářských spolků.

V současné době existují v České republice dvě největší sdružení zájmových rybářů – Český rybářský svaz (250 tis. členů) a Moravský rybářský svaz (71 tis. členů), které obhospodařují většinu rybářských revírů v ČR (43 tis. ha). Výlovek z rybářských revírů docílený lovem ryb na udici představuje významnou část (cca 30%) z celkové spotřeby sladkovodních ryb v ČR (viz. poznámka*).

Na rozdíl od většiny rybářských svazů v zahraničí se organizační složky ČRS a MRS zabývají v nemalém rozsahu i chovem ryb – rybníkářsky hospodaří na 2924 ha chovných rybníků (pro porovnání: Rybářství Třeboň 8058 ha, Rybářství Kardašova Řečice 2700 ha. Rybníkářství Hluboká 2541 ha).

Dále oba svazy provozují přes 50 líhní pro umělou reprodukci ryb.

Poznámka*

I ryby ulovené na udici v rybářských revírech slouží ke konzumním účelům, proto je každoročně sumární údaj o těchto úlovcích zahrnován prostřednictvím Rybářského sdružení ČR do oficiálních údajů ČSÚ o spotřebě sladkovodních ryb v ČR.

Z rybníkářské produkce zůstává k tuzemské spotřebě 9 -10 tis. tun ryb, z rybářských revírů obhospodařovaných ČRS a MRS se k tomu ročně uloví přes 4000 tun ryb. Úlovky na udici se tak podílejí na celkové spotřebě sladkovodních ryb v ČR zhruba třetinou. Objem výlovu některých konzumně ceněných druhů ryb z rybářských revírů dokonce překračuje jejich rybníkářskou produkci - např. roční výlovek štiky z revírů činí 129 tun, výlovek z chovných rybníků produkčních rybářských firem pak 89 tun, candáta se z revírů uloví 105 tun, rybníkářská produkce činí 43 tun, u sumce je poměr 92 tun ke 44 tunám ve prospěch úlovků z revírů.

2. Současný stav a očekávaný vývoj odvětví rybářství v ČR

Rybářství je poměrně stabilizovaný sektor zemědělství, a to i přes nesrovnatelně nižší dotační podporu, než jaká je poskytována pro rostlinnou a živočišnou produkci v zemědělství. Odvětví však chybí volné prostředky na investice. České rybářství je zatíženo závislostí na historických výrobních zařízeních – většina rybníků byla postavena před několika stoletími a jejich největším současným problémem je potřeba velkých investic zejména do odbahnění a rekonstrukcí rybníčních zařízení. Dalším zásadním problémem bránícím vyšší výkonnosti odvětví, jsou požadavky na omezování chovu ryb z důvodu ochrany přírody. Produkci snižují i vysoké škody působené na rybách rybožravými predátory.

Očekávaný vývoj odvětví - zde bude záležet na ekonomické situaci jak v ČR, tak ve světě, zejména v zemích, které jsou cílem exportu ryb. I v případě, že nedojde k výrazné hospodářské recesi, však nelze očekávat podstatnější zvýšení produkce ryb v ČR.

Limitujícími faktory jsou:

- daný rybníční fond (bez předpokladu jeho rozšíření),
- očekávaný nárůst vstupů do výroby ryb (zejména vlivem změny sazby DPH),
- snaha nezvyšovat výrazněji ceny ryb (obava z poklesu prodeje),
- nutnost respektovat opatření na udržení stanovených kvalitativních parametrů vody v rybnících a rybochovných zařízeních,
- další omezující podmínky chovu ryb, stanovené orgány ochrany přírody.

V krátkodobém výhledu může být udržena současná produkce ryb v ČR na úrovni cca 20 tis. tun, v dlouhodobém horizontu lze ale počítat spíše s mírným poklesem z důvodu environmentálních tlaků na snížení intenzity chovu ryb. Stávající rybníční fond sloužící k chovu ryb by měl být zachován, jeho podstatnější rozšíření je nepravděpodobné. U spotřeby ryb lze predikovat pomalé zvyšování – základní podmínkou však jsou pro spotřebitele přijatelné ceny ryb na trhu a podpora prodeje ryb účinnou propagační kampaní.

2.1. *Pozitiva a negativa odvětví rybářství*

Pozitiva:

- silné historické pozadí a tradice rybářství,
- ryba ze standardně obhospodařovaných rybníků je prakticky přírodní produkt (převažuje přirozená potrava, doplňovaná mírným příkrmováním neupravenými obilovinami),
- rybářství je vnímáno veřejností velmi pozitivně, kladnou roli hraje i jeho historický kontext,

- kvalita a tradice rybářského školství a výzkumu,
- poměrně velká stabilita pracovníků odvětví, jejich značná fixace na obor,
- přijatelná ekonomická stabilita rybářských firem a (oproti ostatnímu zemědělství) relativně malá závislost na dotacích produkce ryb,
- historicky ověřený způsob rybářského hospodaření na volných vodách – rybářských revírech, včetně statistik úlovků,
- úlovky ryb na udici z rybářských revírů představují nezanedbatelný podíl na celkové spotřebě sladkovodních ryb v ČR,
- většina rybářských firem se soustřeďuje jen na chov ryb, jejich zpracování a případně služby pro rybářství a „nerozptyluje“ se jinými podnikatelskými aktivitami,
- nezávislost na externím zpracovatelském průmyslu – větší část ryb se prodá v živém stavu, zbývající část zpracují vlastní zpracovatelské kapacity rybářských firem,
- rybníky mají mimoprodukční funkce** – veřejnost vnímá rybníky pozitivně i z důvodu jejich dalších funkcí (krajínotvorná, rekreační, retenční, atd.).

Negativa:

- závislost na převážně historických výrobních zařízeních – rybnících, které vyžadují velké investice,
- environmentální omezování rybníkářské činnosti,
- malý sortiment chovaných druhů ryb (87 % představuje kapr),
- malý podíl zpracovaných ryb (cca 9%) z celkové tuzemské produkce (živé ryby jsou tradicí, část spotřebitelů považuje ceny zpracovaných ryb za vysoké - situace se ale pozvolna zlepšuje ve prospěch zpracovaných ryb),
- realizační ceny ryb na trhu zaostávají za růstem výrobních nákladů, ceny ryb prakticky stagnují – spotřebitelé by ale vzhledem ke konkurenci (importované ryby a drůbež jako hlavní substitut) výraznější cenové zvýšení nepřijali,
- do doby zahájení kampaně Ryba domácí prakticky neexistující plošná propagace rybářství a konzumace sladkovodních ryb,
- silná závislost uplatnění tuzemské produkce ryb na zahraničních trzích (cca 45 % se exportuje) – v případě vynuceného omezení vývozu ryb (např. z veterinárních důvodů) do zahraničí nelze v ČR celou produkci prodat,
- negativní dopad na produkční rybáře – exportéry má i sílící koruna,

- přetrvávající sezónnost poptávky po rybách (stále převážně vánoční období),
- značná „bezbrannost“ rybářů vůči rybožravým predátorům (především kormoránovi) a škodám, které působí na rybách;
- nemožnost získat od státu náhrady za škody způsobené rybožravými predátory na rybářských revírech (negativní postoj MŽP ČR),
- neochota státu podílet se výrazněji na eliminaci ekonomických dopadů environmentálních omezení chovu ryb tzv. vyrovnávacími platbami,
- rybníky mají další, tzv. mimoprodukční funkce** – rybníkáři musí „brát ohled“ na ostatní a nemohou s rybníkem, jako svým výrobním prostředkem (a většinou i majetkem), nakládat libovolně.

*Poznámka ***

V chápání, významu a vlivu mimoprodukčních funkcí rybníků je určitý vnitřní rozpor, proto jsou uvedeny v pozitivních i negativních.

2.2. Problémy odvětví rybářství a jejich možné řešení – vliv ekonomické krize

Problémy současného rybářství v ČR jsou nastíněny v předchozí kapitole. Přestože je zmíněna určitá ekonomická stabilita odvětví, tržby za prodané ryby umožňují pouze pokrytí běžných provozních nákladů a menších investic. Z příjmů pocházejících z vlastní produkce ryb nelze vygenerovat dostatek prostředků na investice většího rozsahu na údržbu a rekonstrukce rybníků, sádek, líhní, zpracoven a dalších výrobních prostředků, ani na výraznější rozvoj produkčních rybářských firem, nemluvě o viditelné propagaci prodeje a konzumace ryb. Silná ekonomická krize by tyto problémy ještě prohloubila a mohla by mít nepříznivý dopad jak na produkci ryb, tak na jejich realizaci na trhu.

Dopad současné ekonomické krize nelze zatím predikovat – převážná část exportu směřuje do ekonomicky stabilnějších zemí (zejména Německo). Budou-li zachovány standardní exportní možnosti, a pokud výrazněji nepoklesne koupěschopnost tuzemských spotřebitelů, dá se předpokládat udržení tuzemského prodeje ryb. Prostor pro zdražování maloobchodních cen ryb je však velmi malý, a to i při očekávaném růstu výrobních nákladů, vlivu změny DPH, apod. Konkurenční import mořských ryb, ale i sladkovodních ryb ze třetích zemí výrazněji zvyšování cen tuzemských sladkovodních ryb neumožní. Určitá cenová stabilita je přitom základním předpokladem stability prodeje.

2.3. Vliv odvětví rybářství na zaměstnanost v regionu

Rybářství je poměrně malým zaměstnavatelem (1428 osob v roce 2010) a z toho vyplývá nevýznamný vliv na regionální zaměstnanost. Pracovníci jsou většinou dostatečně odborně kvalifikovaní, mají k rybářství vztah a práci v oboru se věnují dlouhodobě, často celoživotně. Pracovní příležitosti v rybářství jsou

situovány převážně do venkovských oblastí s nedostatkem pracovních příležitostí. Lokálně proto může být možnost zaměstnání v rybářství nejen poměrně významná, ale i společensky ceněná. Sezónnost rybářství přináší i nárazovou potřebu dalších pracovních sil v rybářsky exponovaných obdobích roku.

2.4. Vliv odvětví rybářství na ekosystémy v regionu, na životní prostředí

Rybník je součástí přírody, tedy i celého ekosystému. Historicky byl prioritním účelem rybníků chov ryb (sám název rybník), dnes vystupují stále silněji do popředí i další významy – krajinotvorný, vodohospodářský, retenční a zejména ekologický. Rybník poskytuje životní prostředí pro řadu rostlin a živočichů vázaných jak na vodu, tak pobřežní pásmo. V posledních letech je však kladen až přehnaný akcent na environmentální význam rybníků a prosazovaná ochranná opatření mají většinou negativní dopad na chov ryb. Omezování rybníkářského hospodaření přitom často postrádá racionální základ (viz. řada nařízení orgánů ochrany přírody k manipulaci s vodou po zjištění výskytu chráněného organismu, přitom předmět ochrany evidentně prosperoval i za stávajícího systému rybníkářského hospodaření - jinak by tam nežil).

Rybářství a ochrana přírody potřebují určitou symbiózu. Uplatňovaná ochranná opatření však musí být kvalifikovaná a odůvodněná, prospět chráněnému subjektu a hlavně vždy poměřovat omezující efekt pro rybářství s podpurným efektem pro chráněný organismus. Za hospodářskou újmu, způsobenou omezením chovu ryb z důvodu ochrany přírody, by ale měl rybníkář dostat vždy náhradu od státu.

2.5. Novinky v odvětví, trendy (technické vybavení, využití kapacit atd.)

Rybářství je tradiční historický obor, nedílně vázaný na přírodu. Chovatelské postupy sice doznaly postupem doby určitých změn, samotná podstata rybářství se ale významně nemění. Proto není ani nijak překotný vývoj technologií chovu ryb – spíše se jedná o aplikaci výsledků vědy a výzkumu (např. u umělé reprodukce, šlechtění ryb, atd.) do rybářské praxe. Nicméně i v rybářství se ve stále větším rozsahu objevují prostředky vedoucí především ke snížení fyzické náročnosti práce v provozu (např. mechanické kesery, nakladače ryb, motory na lodě, třídičky ryb) a opatření pro zlepšení welfare ryb. Trendem je co nejšetrnější manipulaci s rybou (manipulační sádky přírodního charakteru) a efektivní doprava (moderní výkonné nákladní automobily s velkou přepravní kapacitou a kyslíkovým hospodářstvím). Samostatnou kapitolou je vybavení zpracovení ryb s potřebou neustálé modernizace technologií.

2.6. Využitelnost zkušeností z jiných vnitroeurovských zemí s řešením situace v odvětví rybářství

Rybářství v ČR je specifické tím, že je pouze sladkovodní. Zkušenosti je proto možné čerpat z obdobných vnitrozemských států a dále ze sladkovodní akvakultury přímořských států. Situace s produkcí ryb, jejich cenami, dostupností a konkurencí mořských ryb, specifika sociální a ekonomické situace toho kterého státu, či různá úroveň národní podpory rybářství - to vše neumožňuje ve větší míře využít zahraničních zkušeností s řešením situace v českém rybářství. Odlišná je i velikost našich rybářských firem. Ta obvykle přesahuje (výměrou chovných ploch a výší produkce) většinu rybářských firem např. v Bavorsku či Rakousku (obvykle menší rodinné farmy), které se ve značné míře soustřeďují na farmářský prodej v místě působení, případně malé zpracování ryb. Svoji roli hrají i odlišný charakter výrobních zařízení českého rybářství – v současnosti převážně hospodaří na historických rybnících. Přesto jsou zahraniční chovatelské, veterinární, obchodní a další zkušenosti v našem rybářství využitelné. Je žádoucí mít co nejvíce informací z jiných evropských zemí, sledovat jejich vývojové trendy i momentální situaci. Dobrá znalost rybářství v okolních zemích může vyústit i v dobré tržní příležitosti.

3. Operační program Rybářství

Po polovině programovacího období lze konstatovat, že Operační program Rybářství bezesporu naplnil svůj účel a výrazně napomohl rozvoji odvětví rybářství v České republice. Fakt, že se z hlediska objemu alokovaných finančních prostředků jedná o malý fond, nejenže nesnížil jeho význam a důležitost, ale naopak umožnil nastavit velmi transparentní a potřeby rybářů reflektující pravidla čerpání. Pozitivní bylo, že se OP Rybářství netvořil „od stolu“, ale vznikl na základě intenzivních konzultací s potenciálními žadateli – rybáři samotnými. Nastavení základní filosofie Operačního programu, jeho intervenční logiky a následně i pravidel pro čerpání dotací v jednotlivých osách a opatření, poměrně věrně reflektuje potřeby rybářství, jako odvětví. Po polovině programovacího období však vyžaduje korekci poměr alokovaných prostředků mezi prioritními osami 2 a 3.

Z hlediska celého odvětví sice okrajovým, ale z pohledu Školního rybářství Protivín zásadním problémem, byla nemožnost této významné rybářské firmy čerpat dotace z OP Rybářství. Jejím zřízovatelem je kraj a tato skutečnost nesmyslně vyřazovala uvedenou firmu z okruhu žadatelů.

Důležité je, že Operační program Rybářství počítá i s určitou podporou ichtyocenóz ve volných vodách (rybářských revírech) – konkrétně Opatření 3.2. Opatření na ochranu a rozvoj vodních živočichů a rostlin, záměr b) vysazování úhoře říční. Využití podpory z tohoto opatření však mohlo být využito poprvé až v roce 2010 z důvodu pozdního schválení národního plánu pro management

úhoře (k 28.10.2009). Jako nevyužitelné se naopak projevilo Opatření 3.2. záměr a) obnova míst pro tření.

3.1. Hodnocení čerpání dotací

Největší zájem žadatelů se soustřeďuje na žádosti o podporu v rámci opatření zahrnutých do osy 2 Akvakultura. V této ose je také největší převis poptávky. V první polovině programovacího období se ukázalo, že alokaci do osy 2 je možné (a žádoucí) posílit na úkor osy 3 Opatření společného zájmu, která nevykazuje tak vysokou absorpční kapacitu, jako osa 2. Proto byl na 8. zasedání Monitorovací výboru OP Rybářství, které se uskutečnilo 9.6.2011, přijat návrh na realokaci prostředků mezi prioritními osami 2 a 3.

3.2. Administrativa

Přáním každého žadatele o dotaci z OP Rybářství je co nejjednodušší administrativa. MZe ČR, jako řídicí orgán EFF v ČR však musí prostřednictvím Řídicího orgánu OP Rybářství a SFIF zajistit transparentnost, úplnost, průkaznost a přehlednost všech pokladů, administrativních kroků a finančních toků v rámci OP. Náročnost administrativy, spojené s podáváním a vyřizováním žádostí o dotace z OP Rybářství se vyvíjela od převážně „papírové“ formy k elektronické. V poslední době probíhá příjem žádostí o dotace již jen prostřednictvím portálu Farmáře, stále je však nutná osobní návštěva příslušného regionálního pracoviště SZIF. Samotné vyplňování žádostí o dotaci v portálu Farmáře je jednoduché a nepředstavuje pro žadatele podstatnější problém. Každým kolem je administrativa spojená s podáním žádosti o dotaci a žádosti o proplacení jednodušší, ŘO OPR i SZIF zde jdou vstříc žadatelům.

Pro další kola příjmu by bylo žádoucí:

- Dále zjednodušovat administrativu – styk s žadateli vést i nadále v prostředí portálu Farmáře. Tento portál je však potřeba dále zdokonalovat a odstranit všechny překážky bránící plně elektronickému podávání žádostí o dotace a žádostí o proplacení,
- Stanovit maximální lhůtu pro administraci a proplacení příjemcem předložené žádosti o proplacení, pokud je předložena před termínem uvedeným v žádosti o dotaci.***

Poznámka***

V pravidlech pro 11. kolo je již zapracováno toto:

„v případě, že je žádost o platbu předložena před stanoveným termínem, je na ni pohlíženo, jako by byla předložena v termínu uvedeném v Rozhodnutí, může být však administrována i dříve tak, aby její administrace započala nejdéle do 90 kalendářních dnů ode dne jejího předložení.“

Slovíčko „může“ však dává jen možnost, ne povinnost a lhůta 90 dní je dost dlouhá.

3.3. *Zhodnocení prospěšnosti OP Rybářství pro rozvoj sektoru*

Operační program Rybářství je první samostatný dotační titul určený výhradně pro odvětví rybářství. Dřívější dotační tituly, využitelné pro rybářství - SAPARD a Operační program zemědělství, Opatření 2.3. Rybářství - byly jen součástí jiných programů pro sektor zemědělství.

OP Rybářství navázal na uvedené předchozí tituly a zkušenosti nabyté s jejich využitím v odvětví rybářství. OP Rybářství byl proto nastaven poměrně reálně vzhledem k potřebám rybářství v ČR a jeho přínos pro rozvoj sektoru je velmi hmatatelný: investice do výstavby, rozšíření a modernizací rybníků, líhní a jiných výrobních zařízení, modernizace dopravy a vybavení rybářského provozu, zpracoven ryb a maloobchodního prodeje, zavedení šetrných technologií, vzdělávání, ověření inovativních technologií formou partnerství rybářských podniků s výzkumem a školstvím, propagace rybářství jako producenta zdravých potravin a podpora konzumace sladkovodních ryb, posílení populací úhoře říčního, atd.

4. **Hodnocení kampaně Ryba domácí**

4.1. *Dopad kampaně Ryba domácí na ekonomiku odvětví rybářství*

Propagační kampaň Ryba domácí trvá příliš krátkou dobu na to, aby ji bylo možné zodpovědně zhodnotit a detailně kvantifikovat její dopad na ekonomiku odvětví. Na základě údajů z let 2009 a 2010 však lze konstatovat, že kampaň měla smysl a projevila se pozitivně – došlo ke zvýšení tuzemského prodeje ryb (v roce 2010 o 419 tun, resp. o 4,6 %). Podstatné je, že se nikdy dříve o rybářství, rybách a zdravotní prospěšnosti jejich konzumace v médiích tolik nehovořilo, celé odvětví se kampaní výrazně zviditelnilo.

4.1.1. *Pozitiva a negativa*

Pozitiva:

Kampaň pomohla dostat do povědomí lidí, že:

- rybářství je český historický obor a ryba jeho zdravý produkt,
- ryby se nejí jenom na Vánoce,
- existuje nejen kapr, ale i jiné druhy ryb,
- ryba se dá upravit i jinak, než smažením,
- ryba na grilu je výborný nápad,
- výlov rybníka je zajímavý tip na výlet,
- ryba koupená na výlovu nebo přímo na sádkách dává pocit větší čerstvosti, tak proč ji nekoupit,
- když vaří ryby protagonisté TV kuchařských pořadů, tak to stojí za to také zkusit.

Negativa:

- spotřebitelé sice viděli v TV a na dalších akcích kuchařské úpravy i jiných druhů ryb, než kapra, ale buď je obtížně sháněli nebo je odradila jejich vysoká cena,
- kampaň nebyla v úplném počátku veřejností výrazněji vnímána.

4.1.2. Význam pro ekonomiku odvětví rybářství

Efekt propagační kampaně, vyjádřený (mírným) zvýšením tuzemského prodeje ryb v roce 2010, a tím i spotřeby sladkovodních ryb v ČR, má samozřejmě příznivý dopad na ekonomiku producentů ryb. Pro rybářské subjekty je přitom podstatné, že do propagace rybářství a ryby jako zdravé potraviny nemusely investovat vlastní finanční prostředky.

Ekonomickým přínosem pro chovatele ryb je i „osvětová“ činnost směrem odborné veřejnosti - k profesionálním kuchařům. Možnost účastnit se kuchařských kurzů, zaměřených na přípravu pokrmů ze sladkovodních ryb, by měla přinést zvýšení objemu dodávek ryb a výrobků z nich do restaurací s příznivým dopadem na tržby odvětví rybářství.

4.1.3. Příležitosti pro další rozvoj

Podpora spotřeby sladkovodních ryb musí být trvalá s tím, že vlastní propagační kampaň může probíhat ve vlnách, střídajících silnější a slabší intenzitu, ale hlavně nesmí skončit. Jakmile by byla propagace úplně zastavena, dá se očekávat negativní dopad na výši spotřeby sladkovodních ryb.

Je třeba vycházet z předpokladu, že sami producenti ryb nebudou mít nikdy dostatek finančních prostředků ani invence na plošnou, dlouhodobější a profesionálně vedenou propagační kampaň.

Při propagačních akcích je třeba stále silněji (v rámci možností a hranic) akcentovat přírodní způsob chovu ryb v rybnících a z toho vyplývající kvalitu masa takto chovaných ryb (téměř organický produkt).

4.2. Efektivnost vynaložení finančních prostředků v rámci kampaně, ceny kampaně ve vztahu k současnému stavu odvětví rybářství

Jako člen pracovní skupiny pro řízení a koordinaci Opatření 3.3., záměr a) kampaně ve prospěch produktů sladkovodní akvakultury soudím, že prostředky byly vynaloženy poměrně efektivně. Po počátečním, možná trochu tápavém vstupu, začala být kampaň v krátké době viditelná, a to zejména po nasazení do renomovaných televizních kuchařských pořadů.

K posouzení, zda cena kampaně odpovídá současnému stavu odvětví rybářství, nemám dostatek informací (neznám ceny reklamy v médiích), zejména nedokážu posoudit, zda by se ze stejný objem prostředků mohla či nemohla

pořídít účinnější kampaň. Jednoznačně však konstatuji, že rybářství centrální a plošnou propagační kampaň potřebovalo a bude ji potřebovat i nadále.

4.3. Podporuje kampaň zvýšení výkonu odvětví rybářství?

S ohledem na danými podmínkami omezenou produkční kapacitu odvětví (plochy rybníků, environmentální omezení) a značnou závislost českého rybníkářství na prodeji ryb v zahraničí, nelze očekávat rychlý a výrazný dopad propagační kampaně na zvýšení celkového výkonu odvětví rybářství. Rok 2010 však naznačil žádoucí posun směrem ke zvýšení prodeje sladkovodních ryb a zvýšení objemu zpracovaných ryb z tuzemské produkce. Bez propagační kampaně by byl tento výsledek těžko dosažitelný.

Na seriózní zhodnocení vlivu propagační kampaně na výkon odvětví rybářství je ale potřeba mít údaje za delší období, než jaké jsou momentálně k dispozici (jen roky 2009 a 2010). Nabízí se ale otázka, zda by nebylo dostatečným úspěchem už jen samotné udržení výkonu odvětví rybářství.

4.4. V čem pomohla kampaň nejvíc?

Největším významem kampaně je zviditelnění sektoru rybářství jako celku a ryb, jako zdravé potraviny, u veřejnosti. O prospěšnosti konzumace sladkovodních ryb (zdravotní benefity) se po dobu trvání kampaně hovoří v médiích, na různých akcích (farmářské a jiné trhy, vinobraní), v obchodních centrech, apod. Úspěchem je zřetelně rostoucí podíl veřejnosti vnímající kampaň z 12 % v roce 2009 na 31 % v roce 2011.

4.5. Jaký je vliv médií na odvětví rybářství (dopad článků o zdravé výživě, o zdraví prospěšných rybách)

Vliv médií na vnímání ryb, jako zdravé potraviny, je u veřejnosti velmi silný. Největší vliv mají televizní kulinářské pořady (Kluci v akci, Ital v kuchyni, atd.), které jsou silně sledované a inspirativní. Hlavním komunikačním nástrojem je televize, podstatnou roli sehrávají i tištěná média.

5. Změna poptávky po sladkovodních rybách v posledních 3 letech v ČR

5.1. V jakém směru a proč (druhy ryb, sezónnost aj.)

Dřívější trend konzumace ryb jen o Vánocích se postupně vlivem propagační kampaně daří posouvat směrem k plošnějšímu rozložení poptávky po rybách během roku. K odbytově stále nejsilnějším Vánocům se přidávají další období - Velikonoce, letní grilování a podzimní výlovy.

5.2. *Trendy v poptávce*

Zvyšuje se zájem o širší sortiment ryb (candát, štika, sumec) - ten je ale obtížně k dispozici a spotřebitelé zůstanou často neuspokojeni. Limitním faktorem může být pro spotřebitele také vysoká cena některých druhů ryb (např. candát) nebo zpracovaných ryb a výrobků z nich.

Údaje o meziročním růstu objemu zpracovaných živých ryb z domácí produkce o 211 tun (+13 %) v roce 2010 signalizují očekávaný trend vyššího zájmu o zpracované ryby a výrobky z nich.

5.3. *Změny v chování konzumentů*

Spotřebitelé mají jasnější představu o tom, jakou rybu chtějí a jak ji upravit. Zájem je o širší sortiment ryb, spotřebitelé si kupují ryby i v jiných obdobích roku, než o Vánocích. Kampaň by měla pokračovat, při delším přerušení či ukončení se situace přiblíží návratu do původního stavu a efekt kampaně se tak degraduje.

ODBORNÝ POSUDEK

Prospěšnost masa sladkovodních ryb

**Zpracovala: Prof. Ing. Jana Dostálová, CSc.,
Ústav chemie a analýzy potravin, VŠCHT Praha
Praha, říjen 2011**

Prospěšnost konzumace sladkovodních ryb pro zdraví

Rybí maso je z výživového hlediska velmi cenné díky obsahu významných nutrientů - bílkovin, tuku, minerálních látek a vitaminů. Obsah cholesterolu je srovnatelný s obsahem v mase teplokrevných živočichů. Belitz et al. uvádí následující složení jedlého podílu kapra: voda: 75 %, bílkoviny: 19 %, tuk: 4,8 %, minerální látky: 1,3 %, jedlý podíl: 55 %. Bílkoviny kapřího masa jsou plnohodnotné a jsou stravitelnější než bílkoviny teplokrevných živočichů díky kratší délce svalových vláken a nižšímu obsahu kolagenu. Celková stravitelnost rybího masa závisí na obsahu tuku. Vyšší obsah tuku stravitelnost rybího masa zhoršuje, ale z hlediska výživového je tuk ryb velmi cenný díky obsahu polyenových mastných kyselin řady n-3 (ω -3), zejména kyselinám eikosapentenové (EPA) a dokosaheptaenové (DHA), které působí preventivně proti onemocnění srdce a cév. Významnějším zdrojem těchto kyselin jsou ryby mořské, ale i ryby sladkovodní nejsou zdrojem zanedbatelným (tabulka č.1). Velký vliv na obsah a kvalitu tuku má krmivo. Velmi podrobný přehled o pozitivních účincích tuku sladkovodních ryb uvádějí ve své monografii Kalač a Špička.

Tabulka č. 1. Obsah polyenových mastných kyselin EPA a DHA rybách.

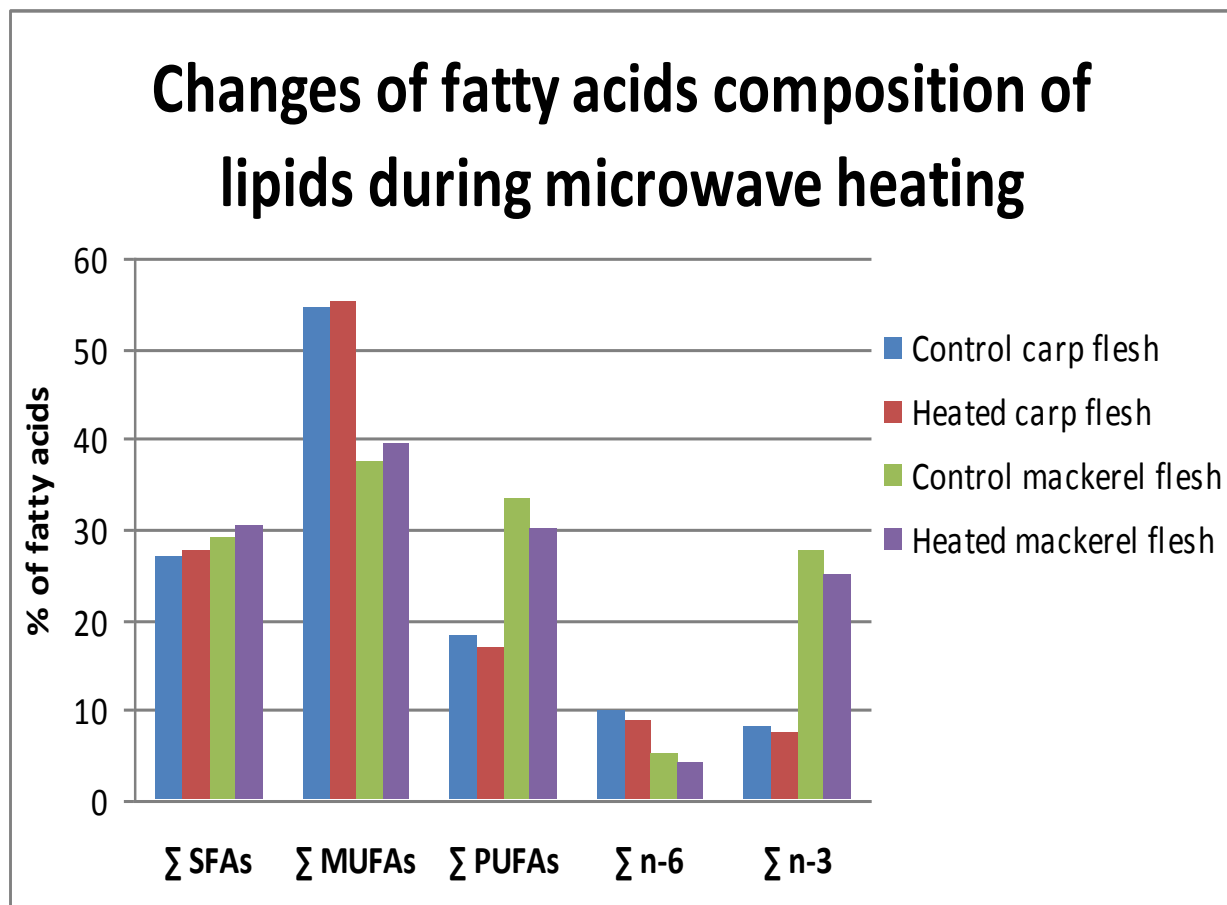
Mastná kyselina (g/100 g)	Kapr	Makrela	Losos atlantský
EPA	0,238	0,898	0,321
DHA	0,114	1,401	1,115

USDA National Nutrient Database for Standard Reference, Release 24, 2011

Zápory konzumace rybího masa

Nevýhodou ryb je velká citlivost rybího tuku vůči oxidačním změnám z důvodů vysokého obsahu polyenových mastných kyselin, které vedou ke snížení senzorických vlastností, zejména chuti a vůně. Oxidační změny probíhají i během mrazírenského skladování, pokud má k rybám přístup vzdušný kyslík. Tato skutečnost omezuje skladovatelnost ryb. Z hlediska výživového jsou však změny v obsahu výživově pozitivních složek - polyenových mastných kyselin (PUFA) - během skladování i tepelné úpravy zanedbatelné. Jak jsme v posledních letech experimentálně v naší laboratoři zjistili, jsou i tepelně upravené ryby dobrým zdrojem polyenových mastných kyselin (obr.1).

Obr. 1. Změny ve složení mastných kyselin tuku kapra a makrely během mikrovlnného ohřevu.



Ryby mohou být i zdrojem látek nevhodných z hlediska hygienického, zejména chemických kontaminantů. Riziková je např. methyl rtuť, dioxiny aj. Podrobné zhodnocení rizik a přínosů je v materiálu FAO/WHO z roku 2011, kde jsou rizika vyhodnocena jako menší než je přínos konzumace ryb v prevenci srdečně cévních i některých dalších onemocnění. Tato rizika jsou větší v případě ryb mořských a sladkovodní ryby, zejména ryby z chovů mohou být v případě dobrých podmínek chovu zanedbatelná.

2. Stravovací zvyklosti populace České republiky z pohledu konzumace ryb (historie, trendy ve spotřebě, důvody neoblíbenosti rybích pokrmů, školní stravování)

Konzumace ryb je součástí kulturní tradice mnoha národů, u některých jsou ryby dokonce hlavním zdrojem potravy a esenciálních živin.

V Čechách byly ryby (v podstatě pouze ryby sladkovodní) již v minulosti oblíbenou a častou pochoutkou. Ve staročeské kuchyni byly ryby jedním z hlavních zdrojů živočišných

bílkovin. Dochované záznamy rybníčních hospodářů a dochované kuchyňské recepty svědčí o někdejší velké spotřebě rybího masa u nás. Dokonce prý bývalo ryb tolik, že si čeládka vymíňovala, aby je neměla častěji než třikrát za týden. Svědčí o tom jedna z nejstarších smluv kapituly vyšehradské o lososech z Botiče. Mezi rybami byla na prvním místě ve spotřebě štika, teprve po ní kapr, lín, parma, pstruh, okoun a úhoř. Konzumovaly se i velké ryby jako losos, vyza nebo sumec, ale i malé jako mihule, střevle a mřenky.

Na kuchyňskou úpravu ryb existovalo nespočet receptur. Např. z kaprů se připravovaly sekané šišky a z mlíčí dokonce kaše (kaše se dělala i ze štičích jiker). Kapři se často opékali v černé omáče, tedy sladkokyselé omáče zbarvené jejich krví. Oblíbená byla staročeská úprava s rozinkami, ořechy i pivem. Nechyběly ani ryby v rosolu, ryby nadívané a sekané.

Sladkovodní ryby se podávaly i v restauracích. Např. na jídelním lístku restaurace Skřivan v Praze na Vinohradech byl v roce 1925 "kapr smažený" a "kapr pečený", ale na jídelních lístcích restaurací socialistického Československa již bylo většinou pouze smažené filé z mořských ryb.

V minulém století byla spotřeba ryb nízká. Po druhé světové válce byla spotřeba ryb celkem do roku 1953 pod 3 kg/obyv./rok a pak se do roku 1989 pohybovala mezi 4 - 6,8 kg/osobu/den (nejvyšší byla v roce 1976) a byla do určité míry nepříznivě ovlivněna malou nabídkou mořských ryb. Přesto, že odborníci na výživu doporučovali zvýšit spotřebu ryb a nabídka, zejména mořských ryb, se zvýšila, ke zvýšení spotřeby po roce 1989 nedošlo, naopak došlo k mírnému snížení, jak ukazuje tabulka č. 2. Z pohledu výživového je to jev negativní, a proto jakákoliv kampaň na zvýšení spotřeby ryb je žádoucí.

Tabulka č. 2. Spotřeba ryb v České republice v letech 1990 - 2009 (ČSÚ)

Rok	1990	1995	2000	2005	2009
Spotřeba ryb celkem * (kg/obyv./rok)	5,4	4,9	5,4	5,8	5,8

*ryby mořské i sladkovodní, přičemž podíl je zhruba 1:1

Spotřeba rybího masa je zhruba poloviční, protože jedlý podíl u kapra je průměrně 50 %.

Podle výživových doporučení by spotřeba ryb měla být dvě porce po cca 200 g za týden tj. kolem 20 kg/obyvatele/rok. Průměrná spotřeba v EU byla v roce 2003 21,4 kg/obyv./rok,

přičemž rozdíly ve spotřebě v jednotlivých zemích byly velké (nejvyšší spotřeba byla v Portugalsku 56,9 kg/obyv./rok, nejnižší v Rumunsku 3,9 kg/obyv./rok). Spotřeba ryb v České republice by se měla v zájmu správné výživy zvýšit minimálně třikrát. K tomuto zvýšení by mělo významně přispět zvýšení spotřeby sladkovodních ryb, které mají ve srovnání s rybami mořskými určité nevýhody, ale i přednosti, jak bylo uvedeno v první kapitole.

Důvody nízké konzumace ryb.

Důvodů nízké spotřeby ryb je mnoho. Nejvýznamnější jsou tyto:

- senzorické vlastnosti rybích pokrmů jsou pro řadu spotřebitelů nepříjemné.
Nejvýznamnější je nepříjemnost vůně a chuti, ale může to být i vzhled a textura rybího masa,
- přítomnost kostí sama o sobě a sní spojená delší konzumace rybího pokrmu,
- rybí maso nedává takový pocit nasycenosti jako maso teplokrevných zvířat,
- nedostatek receptur na úpravu rybího masa, zvláště receptur které mají nižší časovou náročnost,
- obavy z kontaminace rybího masa chemickými kontaminanty,
- malá údržnost rybího masa a s ní spojené mikrobiální riziko,
- menší dostupnost rybího masa v tržní síti,
- nedostatečná nabídka rybího masa částečně kulinárně opracovaného,
- vyšší cena.

Pozn. Pořadí důvodů nízké spotřeby ryb je u různých konzumentů různé, převládají pravděpodobně senzorické důvody.

Velice malá je obliba rybích pokrmů ve školních jídelnách. Podle vyhlášky č. 107/2005 Sb. ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy musí školní jídelna plnit tzv. spotřební koš, tzn. musí za měsíc spotřebovat určité množství dané komodity. V položce ryby, kde to je 10 g/ strávníka/den, není spotřební koš plněn téměř ve všech jídelnách. Vedoucí školních jídelen si stěžují, že děti odmítají rybí pokrmy konzumovat s výjimkou pokrmů ze smaženého rybího masa. Ostatní rybí pokrmy většinou vrací. V poslední době se spotřební koš daří lépe naplňovat díky používání ryby pangasius, která je oblíbená hlavně kvůli jeho senzorickým vlastnostem (nepřítomnost rybí vůně a chuti, bílá barva, nepřítomnost kostí),

snadné kulinární úpravě a nízké ceně. Z výsledků hodnocení nutričních parametrů masa pangasia na Mendelově univerzitě vyplývá, že jeho nutriční úroveň je ve srovnání se sladkovodními i mořskými rybami nižší. Obsah polyenových mastných kyselin je mizivý. Je nabízen pouze ve zmrazeném stavu, obsahuje vysoký podíl vody, který je umožněn přítomností fosfátů, které nejsou z hlediska výživového pozitivní složkou a riziko přítomnosti kontaminantů je vyšší než u kapra. Zde by se kapr nabízený ve vhodné formě mohl uplatnit. Problémem bude zřejmě vyšší cena.

3. Názor na vývoj konzumace ryb v ČR do budoucna

Ve výživových doporučeních Společnosti pro výživu je doporučení k výraznému zvýšení spotřeby ryb a rybích výrobků. I když je akcentováno zvýšení spotřeby ryb mořských, mají i sladkovodní ryby významné postavení v intervenčních nutričních opatřeních v prevenci kardiovaskulárních chorob. Vhodně upravené ryby mají významné místo i v jídelnících pro snižování hmotnosti. Vzhledem k tomu, že výskyt kardiovaskulárních onemocnění je v naší populaci vysoký (příčinou více než 50 % úmrtí jsou onemocnění srdce a cév) a osob s nadváhou a obezitou, zejména v dětské populaci přibývá, budou doporučení ke spotřebě ryb stále aktuálnější. Stále více lidí se snaží dodržovat zdravý životní styl a ryby zařazovat do svého jídelníčku budou. Je však třeba zajistit dobrou dostupnost sladkovodních ryb po celý rok a zejména výrobků s přidanou hodnotou (vyžadující méně náročnou kuchyňskou úpravu a mající zlepšené sensorické vlastnosti (vzhled, přítomnost kostí aj.). Pro zvýšení spotřeby ryb je nutná výchova obyvatelstva. Obzvláště nutná je výchova dětí ke správné výživě, ve které hraje nezastupitelnou roli školní stravování.

Závěr.

Konzumace sladkovodních ryb je jednoznačně pro zdraví naší populace prospěšná a je nutné ji podporovat. I když obsah některých živin, zejména polyenových mastných kyselin, jodu některých dalších je ve sladkovodních rybách nižší než v rybách mořských, není jejich přínos pro výživu a prevenci některých onemocnění zanedbatelný. V některých ukazatelích např. v obsahu kontaminantů mohou být sladkovodní ryby a zejména ryby z chovů lepší. Media mají na výchovu obyvatelstva ke správné výživě velký význam. Často se však v mediích objevují informace které jsou v rozporu se současnými doporučeními odborníků. Tato situace výchovu obyvatelstva velmi ztěžuje.

Použitá literatura.

1. Belitz H.D., Grosch W., Schieberle P.: Food Chemistry, 3rd revised Edition, Springer, Berlin, 2004
2. Český statistický úřad, www.czso.cz/csu, 24.10.2011
3. Eurostat, www.ec.europa.eu/fisheries/, 22.10.2011
4. FAO/WHO. Report of the Joint Expert Consultation on the Risks and Benefits of Fish Consumption. Rome, 25-29 January 2010, FAO Fishery and Aquaculture Report. No. 978. Rome, FAO. 2011. 50 pp.
5. Kalač P., Špička J.: Složení lipidů sladkovodních ryb a jejich význam v lidské výživě. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2006
6. Kráčmar J.: Rybářská kuchařka, Avicenum Zdravotnické nakladatelství, Praha, 1990
7. Mareš J., Grmela J., Brabec T.: Pangas nebo pangasius, rybí druh šířící se našimi kuchyněmi, Výživa a potraviny, Zpravodaj školního stravování, 66 (3), 36-40, 2011
8. Pánek J., Pokorný J., Dostálová ., Kohout P.: Základy výživy, Svoboda Servis, Praha, 2002
9. Štěpničková O.: Výročí roku 2011 - 440. narozeniny prvního jídelního lístku, Výživa a potraviny, Zpravodaj školního stravování, 66 (6), 82-83, 2011
10. Štiková O.: Výživa a spotřeba potravin v číslech, Společnost pro výživu, Ministerstvo zemědělství České republiky, 2001
11. Úlehlová-Tilschová M.: O české kuchyni v: Mistři kuchaři, nositelé tradic české kuchyně, Restaurace a jídelny v Praze 1, 1975
12. USDA National Nutrient Database for Standard Reference, Release 24, 2011
13. Vlastní analýzy
14. Výživová doporučení SPV, Praha listopad 2004, www.vyzivaspol.cz, 24.10.2011

ODBORNÝ POSUDEK

**Prospěšnost masa sladkovodních ryb v kontextu zdravé výživy na
základě teorie i zkušeností z praxe výživového poradenství**

Zpracoval: Ing. Ivan Mach, CSc.,

**president Aliance výživových poradců ČR (AVP ČR), odborný garant
certifikovaných kurzů pro výživové poradce Nutris®**

Praha, říjen 2011

Úvod

Podkladem k tomuto zamyšlení jsou letité zkušenosti výživového poradce z analyzování výživových zvyklostí klientů, doplněné aktuálními údaji o konzumaci ryb v ČR. Cílem poradců, sdružených v Alianci výživových poradců ČR (dále AVP ČR) jako občanském sdružení, je doporučovat klientům konzumaci ryb (mořských i sladkovodních) nejméně 2krát týdně, ale s ohledem na rizikové skupiny obyvatel, jako jsou podle doporučení SZÚ ČR (1) těhotné a kojící ženy, malé děti a senioři (pro zvýšený obsah rtuti u mořských tučných ryb). Protože naše sdružení je založeno mj. na zásadě, že výživový poradce by měl jít svým klientům příkladem, pokud jde o stravovací návyky, organizuje AVP ČR i kurzy zdravého vaření, které zahrnují moderní a zdravé způsoby úpravy ryb (recepty u autora).

Stav konzumace sladkovodních ryb v ČR

Na světě se ročně spotřebuje asi 100 mil. t rybího masa, což je asi 40 % celkové konzumace veškerého masa. Z toho asi 20 % představuje podíl sladkovodních ryb, u nás tomu odpovídá konzumace masa ze sladkovodních ryb na hlavu a rok ve výši 1, 415 kg (2010), což znamená výrazné zvýšení proti r. 2008 (o cca 0,4 kg). Pozitivně se také mění struktura konzumentů sladkovodních ryb (2). Počet těch, kteří je nejedli, se v letech 2008-2010 snížil z 24 % na 20,5 %, a naopak vzrostl počet občasných konzumentů, a to z 51,4 % na 54 %. Tento nárůst byl způsoben zvýšením oblíbenosti letního grilování ryb. Přitom celková konzumace ryb u nás činí asi 5,5 kg ročně, podíl sladkovodních ryb na této spotřebě je jen 26 %, což je na vnitrozemský stát poměrně málo. Kdyby se podařilo realizovat námi doporučované zvýšení konzumace ryb na 2krát týdně u všech obyvatel ČR, konzumace rybího masa by stoupla nejméně na průměr EU, tj. cca na 11 kg na hlavu a rok. Ten je však ještě o celou třetinu nižší než průměr světový (16 kg).

Ze zkonzumovaného množství sladkovodních ryb se asi 20 % uloví při rekreačním a sportovním rybolovu, což znamená, že každý pátý obyvatel pokryje svoji spotřebu z těchto zdrojů. Mezi sportovně lovenými rybami samozřejmě dominuje kapr, následovaný štikou, candátem, amurem, marénou, pstruhem, sumcem, tzv. bílou rybou a úhořem. Přitom počet rekreačně ulovených ryb, sledovaný od r. 2003, spíše klesá nebo stagnuje – s výjimkou sumce. To lze zdůvodnit jednak stále se zhoršující úrovní hospodaření rybářských spolků na vodách jim svěřeným státem (množství vysazovaných ryb, nepružný prodej tzv. rybářských povolenek), jednak přírodními (kyselé deště a aktivita horských rašelinišť) a

hlavně ekologickými vlivy (znečištění řek průmyslovými odpady různého druhu, k nimž v posledních letech přibýly odpadní látky hormonální povahy z plastů (bifenyly) a z hormonální substituční léčby, které způsobily redukci až likvidaci přirozené samčí rybí populace v tekoucích vodách).

Mezi tržní sladkovodní ryby jsou v ČR dle zákonné vyhlášky z r. 1989 zařazeny tyto druhy (nejčastěji konzumované druhy jsou vyznačeny tučně):

Amur bílý, bufalo černý, bufalo velkoústý, **candát obecný**, cejn velký, **kapr obecný**, karas obecný, karas stříbřitý, **lín obecný**, lipan podhorní, mník jednovousý, okoun říční, okounek pstruhový, parma obecná, perlín ostrobřichý, plotice obecná, **pstruh duhový**, **pstruh obecný**, siven americký, síh peled', **síh severní maréna**, **sumec velký**, sumeček skvrnitý, **štika obecná**, tilápie, **tolstolobik bílý**, tolstolobik pestrý, úhoř říční.

Světově je nejrozšířenějším sladkovodním druhem kapr, u nás jeho výlov představuje celých 85 % celkového výlovu, a přesto je zájem tuzemských spotřebitelů o něj stále nedostatečný. Podle mého názoru je to způsobeno hlavně

1. zastaralou logistikou využívanou v jeho tržní nabídce na dostupných místech, jejíž úroveň nestoupá ani při prodeji v jedinečném předvánočním období, a
2. konzervativním marketingem v průběhu celého roku, do něhož se nedaří výrazně začlenit aktivity obchodních řetězců. Ti jsou silnými marketingovými hráči, prokazatelně ovlivňujícími výživové návyky konzumentů.

Problém není v tom, že by sladkovodní ryby nebyly chutné, ale potíž je v jejich nakupování, které není vůbec snadné, a ve složitosti jejich přípravy. Přestože produkce kvalitního rybího masa u nás, zdá se, dostačuje, nabízí se řešení problémů spojených s logistikou prodeje a marketingem promyšlenějším využitím finančních prostředků z Operačního programu EU Rybářství 2007-2013, z Opatření Rybářství a z Podopatření Zpracování ryb a marketing výrobků z ryb.

Proč výživoví poradci klientům ryby doporučují?

Naše doporučování konzumace rybího masa 2krát týdně se zakládá na následujících pozitivních nutričních faktorech:

1. nižší obsah nasycených mastných kyselin, cholesterolu a vyšší obsah antiaterogenních polyenových mastných kyselin v rybím než v jatečném mase (nikoliv absence cholesterolu v rybách, jak veřejnost často mylně soudí),
2. vysoká stravitelnost a vstřebatelnost (též biologická hodnota) plnohodnotných rybích bílkovin (obsah 15-20 %). Svalová vlákna ryb jsou kratší a neobsahují tzv. pojivové bílkovinné složky (kolagen, elastin),
3. vyšší zastoupení lipofilních vitaminů A a D, hydrofilních vitaminů B6 a B12, minerálních elementů jako jodu, vápníku, fosforu, draslíku a selenu.
4. vysoký obsah nenasycených mastných kyselin typu omega-3 zejména u tučných mořských ryb působící na redukci zvýšené hladiny LDL cholesterolu a posilování podílu HDL cholesterolu (3) - snižování aterogenity.

Výživová doporučení formulovaná v r. 2004 Společností pro výživu ČR zahrnují doporučení konzumace ryb (4) takto:

- výrazné zvýšení spotřeby **ryb a rybích výrobků**, zejména mořských, se zřetelem k významnému postavení této potravinové komodity v intervenčních nutričních opatřeních v prevenci kardiovaskulárních chorob a chorob z nedostatku jodu,
- snížení spotřeby živočišných potravin s vysokým podílem tuku (např. vepřový bok, plnotučné mléko a mléčné výrobky s vysokým obsahem tuku, uzeniny, lahůdkářské výrobky, některé cukrářské výrobky, trvanlivé a jemné pečivo apod.),

a doporučení změn v kulinářské technologii zaměřených

- racionální přípravu stravy, zejména na snižování ztrát vitaminů a jiných ochranných látek. Preferovat vaření a dušení a zamezit tak zvýšenému příjmu toxických produktů vznikajících při smažení, pečení a grilování, zejména u potravin s vyšším podílem živočišných bílkovin (**maso, ryby**) a zvýšenému příjmu tuku ze smažených či fritovaných pokrmů.

U zdravého člověka se doporučuje konzumace nejméně 500 mg rybího oleje s obsahem omega-3 mastných kyselin DHA a EPA denně, u osob s ischemickou chorobou srdeční až okolo 1 g, u osob s vysokou koncentrací krevních tuků dokonce až 3 – 4 g denně. Námi doporučované dvě porce ryby týdně mohou v případě výběru z mořských tučných ryb až 400 až 500 mg omega-3 nenasycených mastných kyselin. V tabulce jsou uvedeny nutriční

hodnoty některých druhů mořských i sladkovodních ryb včetně průměrného obsahu omega-3 nenasycených mastných kyselin (NMK):

Ryba: porce cca 170 g	Energie kcal	Bílkoviny (g)	Tuky (g)	Omega-3 NMK (g)
Atlantská makrela	342	44	20	4,4
Sled'	346	40	20	3,6
Farmovaný atlantský losos	350	38	22	3,4
Čínský losos	392	44	22	3
Losos jezerní	368	46	18	2,4
Losos růžový v konzervě	232	40	8	2
Sardinky	354	42	20	2
Pstruh duhový	324	46	14	1,6
Tuňák v konzervě v oleji	218	40	6	1,4
Tuňák čerstvý nebo mražený	244	52	2	0,8
Tuňák v konzervě ve vlastní šťávě	198	44	2	0,6
Treska velká	190	42	1,6	0,4
Sumec	258	32	14	0,4
Tilapie (okounovec)	218	44	4	0,4
Treska skvrnitá	178	38	2	0,2

Vědecky prokázána je nepřímá závislost mezi konzumací ryb a úmrtností na srdečně-cévní poruchy ve věkové skupině nad 60 let. Např. v ČR takto zemřelo v r. 1985 na 100 000

obyvatel 151 osob (konzumace 5,5 kg/hlavu/rok), zatímco na Islandu jen 74 (85 kg/hlavu/rok).

Sladkovodní ryby z hlediska obsahu esenciálních mastných kyselin

Nejbohatšími zdroji omega-3 NMK jsou přirozeně tučné mořské ryby jako losos, makrela, treska a sardinka, ale ne už libový tuňák nebo dokonce sladkovodní štika (okolo 1 % tuku). Zdálo by se tedy, že můžeme sáhnout po tučnějších sladkovodních rybách jako zdrojích nutričně cenného a preventivně působícího rybího tuku. V úvahu by připadal třeba sumec (14 %), úhoř (20 %) či kapr (cca 10 % tuku). Najdeme v nich sice omega-3 NMK jako EPA a DHA, ale v nepříznivém poměru ke kyselině linolové, která je typickým představitelem konkurenční skupiny tzv. omega-6 nenasycených mastných kyselin. Zatímco v tuku z mořských ryb je linolové málo (okolo 3 %), v tuku ze sladkovodních ryb je jí v průměru 3x více a to přispívá k již tak nevyváženému poměru omega-3 / omega-6 mastných kyselin v naší stravě, kde výrazně převažuje příjem nenasycených mastných kyselin omega-6 rostlinného původu, v nichž je kyselina linolová dominantní. Při častější konzumaci rostlinných olejů s vysokým obsahem linolové kyseliny (zejména sójového a slunečnicového oleje a margarínů) se v organismu tvoří menší množství důležité EPA. Konzumací tučnějších sladkovodních ryb se tato nerovnováha příliš nezlepší, takže s tímto nutričním faktorem musíme při argumentaci, proč jsou sladkovodní ryby zdravé, zacházet velice citlivě.

Proč je u nás konzumace sladkovodních ryb nedostatečná?

- I když rybolov je odjakživa mužskou záležitostí, úprava ryb je většinou svěřována ženě. Co ji na zakoupené rybě nejvíce zajímá?

1. Aby měla co nejméně kostí.
2. Aby nepáchla.
3. Aby se v kuchyni snadno upravovala a odpad byl minimální.
4. Aby u stolu chutnala celé rodině.
5. Aby nebyla tak drahá.

Tyto obecné požadavky nemohou být splněny zejména v rodinách, kde zatím nejsou čerstvé ryby pravidelně na talíři. To je bohužel ve většině českých domácností, kde se

v průběhu roku konzumují ryby hlavně v konzervované a mražené podobě (rybičky v oleji, v tomatě a vlastní šťávě, rybí lahůdky, mražené filé a rybí prsty), ale kapři se tu jedí pouze v době kolem vánoc. Nedivme se, že zkušenosti s výběrem a nápaditou úpravou ryb ve většině českých rodin nejsou podle průzkumů na rozdávání. Natož, aby ženy věděly, oč po celý rok jejich rodiny nutričně přicházejí, když rybu připravují z tradice jen jednou za rok. Níže uvádím některé faktory, které jsou podle mého názoru příčinou nedostatečné konzumace sladkovodních ryb v ČR.

Cena

Zdálo by se, že i když kvalitní mořské ryby jsou nutričně i sensoricky velmi hodnotné, jsou stále neúměrně drahé vzhledem k omezené kupní síle průměrných Čechů. Jsou však rybí lahůdky z marinovaných sled'ů, uzené makrely, konzervované maso z tuňáka, obalované rybí filé, rybí prsty a výrobky z pangase (sladkovodní ryba!) či rybí konzervy skutečně drahé? Domnívám se, že naopak český kapr ve svých vyšlechtěných formách (Třeboňský kapr, Pohořelický kapr), které získaly ochrannou známku EU v roce 2007, je velmi drahý. Cena za 1. jakost byla vlani cca 89 Kč/kg, ale včetně kostního podílu, vnitřností, ploutví, šupin, krve a hlavy (cca 40 % hmotnosti!). A to se ještě platí zvlášť za zabítí, vykuchání, odšupinování, naporcování, aby si na své nezdaněné peníze v hotovosti ještě přišli mnohdy nekvalifikovaní a nepoučení prodejci, kteří od dodavatele nebo chovatele ryb nedostanou ve mzdě ani korunu. A podívejme se, jak jsou drahé vakuované porce kapra, neřku-li, když jsou kapří filety „zbaveny“ kostí tzv. prořezávačkou.

Logistika prodeje a dostupnost

Známe i nevalnou logistiku „svátečního“ prodeje, kdy se často před vánoci při pouličním prodeji z kádí čeká v mrazu a ve frontě na doplnění zásob. Tento prodej je soustředěn zejména do větších měst, kde se zřejmě vyplatí, ale v menších sídlech jsou čerstvé ryby málo dostupné, obvykle pouze 1krát ročně. Velká prodejní „akvária“ se špinavými stěnami s unavenými, odřenými až polomrtvými sladkovodními rybami v hypermarketech spíše od nákupu odrazují. Kdyby byly aspoň k dispozici tištěné recepty na snadné, zdravé a šetrné úpravy ryb.

Smyslové vnímání - pach

Smyslové vlastnosti rybího masa jsou sice typické, ale pro většinu konzumentů stále zcela výjimečné a mnohdy neakceptovatelné. Čerstvá svalovina má charakteristický pach, k němuž se však později přidává zápach, daný množstvím rozkladného produktu rybích bílkovin trimethylaminu. Příjemné a typické chuti čerstvě zabitě ryby lze však dosáhnout jemným okořeněním před úpravou (mnohdy stačí jen sůl a pepř) a zvýraznit ji správnou volbou této úpravy. Smažení ryb sice nepatří mezi nejšetrnější úpravy, ale zůstává stále oblíbené, protože zápach vznikající při smažení strouhanky na rostlinném oleji překrývá charakteristický pach masa. Čechy zcela nedoceněné jsou další tradiční úpravy jako sulcování, pražení a marinování, při nichž dochází k měknutí a vstřebávání obávaných drobných kostí (jako u sardinek). Přitom podobných receptů byly odjakživa (např. časopis Rybářství) a stále jsou plné hobby magazíny pro rybáře. Je překvapující, že velcí a zkušení zpracovatelé dovážených mořských ryb (např. firma Varmuža Břeclav) ještě po odpovídajícím vývoji nepřišli na trh s realizovanými nápady, jak využít potenciál dostupných českých sladkovodních ryb k výrobě chutných rybích výrobků, když domácích receptů k jejich netradičnímu zpracování je spousta. Nabídli jim výzkumníci z oboru potravinářské technologie vůbec pomocnou ruku? Uvědomme si, že ryba je tradiční český pokrm, a pokud současné výživové poradenství preferuje konzumaci potravin pocházejících z tradičních domácích zdrojů, tak je to i z důvodu obnovení tradičního potravinového koše průměrného Čecha, na jehož složení je po tisíciletí adaptován. Také nezapomínejme, že losos běžně táhl našimi řekami až k jejich pramenům, dokud byly čisté a nevyrostly na nich přehrady, takže byl běžně na talíři domácností ještě na začátku minulého století.

Alergení vlastnosti

Alergické reakce na bílkoviny a glykoproteiny rostlinného i živočišného původu jsou stále častější, a to zejména u dětí. Ani rybí bílkovina jako alergen není výjimkou. Když alergolog tento zdroj bílkovin u pacienta eliminuje, měl by být vzápětí osloven výživový poradce, aby jej smysluplně nahradil. Nejčastěji připadá v úvahu, když po vyloučení ryb jako zdroje omega-3 poradce doporučí užívat suplement s rybím olejem nebo omega-3 (DHEA a EPA), popř. lněné semínko nebo olej (5).

Obtížnost kuchyňských úprav

Jednou za rok je obtížná úprava vánočního kapra snesitelná jako určitý slavnostní rituál, ale nemůžeme se divit, že v průběhu roku raději sáhnou spotřebitelé po čisté a připravené dovezené rybě s vyšším obsahem omega-3, často dokonce bez kostí, kterou mohou zkonsumovat prakticky ihned po přinesení domů. Nelze se divit, že tržní pozice domácího českého kapra, i když draze vyšlechtěného na zmasilost a rychlý růst, tak snadno ohrožuje např. z Vietnamu dovezený sladkovodní pangasius, který má málo kostí, je mnohem snadnější na přípravu a ještě je výrazně levnější. Ale jsou to i dražší ryby, zejména zdravotně ceněný farmovaný losos, jehož filety zkonsumujeme téměř s nulovým „odpadem“.

Citlivost na skladování

Postmortální biochemické procesy v rybí svalovině probíhají velmi rychle a maso se okyselí mnohem pomaleji než maso ze zabitých jatečných zvířat. Může se tak velmi rychle mikrobiálně zkazit. Nejedna český spotřebitel, který si nakoupil chlazené nebo dokonce mražené rybí maso a nespotřeboval je včas, získal nepříjemnou zkušenost, že rybí maso se kazí rychleji než jateční masa, a proto těmto masům začal dávat přednost. Navíc u mraženého a vakuovaného rybího masa zakoupeného v běžné obchodní síti nemá nikdy jistotu, zda byla zamražena opravdu zcela čerstvá surovina.

Rybí kosti

odrazují další poměrně velkou skupinu potenciálních konzumentů. Přitom je již k dispozici technologie tzv. „prořezání“ kapřích filetů, kdy speciální přístroj rybí filety zpracuje tak, že nebezpečí zabodnutých kůstek v krku nehrozí. Odrazuje však vysoká cena takové úpravy a takto upravené maso zvýšené náklady zcela vylučují z použití např. ve školním stravování. Další možnosti, jak zbavit maso kostí a přitom nesnížit jeho nutriční hodnotu, byly již zmíněny výše.

Závěr

V tomto zamyšlení jsem se za aktivní výživové poradce snažil analyzovat příčiny neutěšeného stavu konzumace ryb v ČR, a to zejména jejich sladkovodních druhů. Součástí

této práce jsou i určité náměty na odstranění či oslabení faktorů, které podle mého názoru vedou spotřebitele k omezené spotřebě ryb. Navrhuji zejména:

1. Změnit dle výše uvedeného cenovou politiku a logistiku prodeje, zejména sezónního prodeje svátečních kaprů, které zatím zůstávají těžištěm prodeje sladkovodních ryb v ČR.
2. Zlepšit kulturu celoročního prodeje ryb ve velkoprodejnách, nabízet tam zákazníkům snadné, šetrné, zdravé a jednoduché recepty k jejich úpravě, využívající i netradiční postupy.
3. Využít období mediálně popularizovaných výlovů už na konci října a v rámci předvánoční kampaně začít čerstvě vylovené kapry viditelně umisťovat a nabízet v prodejní síti jako o vánocích.
4. Rozšířit nabídku technologicky šetrně upraveného masa ze sladkovodních ryb, zejména z vykostěného masa z kaprů, ve spolupráci s výzkumem (např. rybí salát, sulcovaná a marinovaná ryba, rybí lahůdky, které jsou v případě mořských ryb velmi oblíbené).
5. Zdůrazňovat výhodu průmyslově chovaných a kontrolovaných českých sladkovodních ryb spočívající ve sníženém množství cizorodých látek typu transnitních kovů ve srovnání s rybami mořskými. (Americká Food and Drug Association - FDA a Enviromental Protection Agency – EPA hlasitě varují před častou konzumací makrely královské, mečouna, žraloka a ryby blanquillo, jejichž maso může obsahovat zvýšené množství rtuti. Nebezpečné množství může mít i maso tuňáka, sloužícího k přípravě populárního sushi, sashimi a ahi.)

Literatura

1. SZÚ ČR, Doporučení konzumace ryb rizikovým skupinám vycházející z Doporučení Evropské komise pro obyvatelstvo ČR z 12. 5. 2004
2. Ingr I., Výživa a potraviny, 4, 2008
3. 5. O'Keefe JH, Carter MD, Lavie CJ. Primární a sekundární prevence kardiovaskulárních onemocnění - Praktický přístup založený na důkazech, Medicína po promoci. 2009, 6.

4. Dostálová J., Hrubý S., Turek B.: Výživová doporučení pro obyvatelstvo ČR, Společnost pro výživu ČR, 11, 2004
5. Fuchs M., Potravinové alergie, přednáška AVP ČR a Nutris, 5. 4. 2008

(Další literatura včetně řady receptů na kuchyňskou úpravu masa sladkovodních ryb je k dispozici u autora.)

6.2 Scénáře rozhovorů s řetězcí

RYBA DOMÁCÍ – OBCHODNÍ ŘETĚZCE- MARKETING

*Kvalitativní výzkum / IDIs
60 minut*

1. ÚVOD A PŘEDSTAVENÍ

5 MIN

- **Představení moderátora a agentury**
- **Téma:** propagace ryb ve vašem obchodě i mimo něj
- **Vysvětlení pravidel** rozhovoru:
 - Zachování anonymity respondenta
 - Vše, co bude řečeno, je striktně důvěrné a nebude spojováno s osobou respondenta
 - Neexistují správné ani špatné odpovědi, vše, co bude řečeno, je zajímavé
 - Spontánní a pravdivé odpovědi
 - Přítomnost nahrávací techniky (diktafon).
- **Představení respondenta:**
- Pozice? Co vše zahrnuje, jaké činnosti?
- Jak dlouho se v tomto oboru pohybujete?
- Jak dlouho působíte v tomto obchodním řetězci/prodejně?

2. WARM-UP/VÝZNAM RYB PRO OBCHOD

5 MIN

Cíl:

- **Zjistit vnímání významu a role ryb v celkové nabídce obchodu**
- **Rozproudit diskusi**
- Jakou roli hrají ryby v rámci nabídky potravin ve vašem řetězci z hlediska obratu? A z hlediska image řetězce?
- Jaký má z vašeho pohledu nabídka ryb ve vašem obchodě význam? Je to nutnost či jde z vašeho hlediska méně důležité či postradatelné zboží?
- Co by se podle vašeho názoru změnilo, kdybyste ryby přestali nabízet – do jaké míry by se to odrazilo na návštěvnosti, resp. tržbách, na vnímání obchodu?

3. PROPAGACE RYB

10 MIN

Cíl:

- **Zmapovat propagaci ryb v obchodě a mimo něj**
- **Zmapovat okolnosti rozhodnutí propagace ryb z hlediska obchodu**
- Jak propagujete své zboží mimo prodejnu? A na prodejně?
- Jak propagujete nabídku ryb mimo prodejnu? A na prodejně?
- Jaké druhy ryb propagujete? Proč právě tyto? Čím se řídí to, jaké druhy ryb budete nabízet?
- Mění se nějak zájem zákazníků o ryby v době propagace a mimo ni? – zvyšuje, snižuje, změna preference mezi druhy ryb,...
- V jaké formě ryby nejčastěji propagujete (živé, mražené, chlazené,...)? Z jakého důvodu?
- O jakou formu je největší zájem mezi zákazníky?
- Která z forem je pro image vašeho obchodu nejideálnější? Z jakého důvodu? A naopak „nejproblematictější“? Z jakého důvodu?
- Propagujete rovněž sladkovodní ryby? Proč ano/ne?
- Jakou roli hrají sladkovodní ryby v nabídce vašeho obchodu? Ve srovnání s mořskými rybami?
- Jaké druhy sladkovodních ryb propagujete?
- Propagujete sladkovodní ryby trvale ve vaší nabídce nebo pouze sezónně? Proč? Kdy? Na čem to záleží, čím je ta propagace podmíněná?
- Kdo rozhoduje o tom, co se bude propagovat? Konkrétně kdo rozhoduje o propagaci ryb?
- V čem mají sladkovodní ryby oproti jiným druhům zboží výhody (i v rámci dopadu na image obchodu)?
- V čem naopak spočívají jejich nevýhody? Čím to je? Jak to řešíte? Co by vám pomohlo?

4. ATRAKTIVITA SLADKOVODNÍCH RYB

10 MIN

Cíl:

- **Zhodnotit atraktivitu sladkovodních ryb pro zákazníky z pohledu obchodu**
- **Zmapovat trendy a výkyvy v zájmu o sladkovodní ryby**
- Jaký je mezi zákazníky o sladkovodní ryby zájem?
- Mění se zájem v době propagace a v době bez propagace?
- Kdo je podle Vás cílová skupina, která nejčastěji nakupuje sladkovodní ryby?
- Z jakého důvodu podle vás zákazníci kupují sladkovodní ryby?
- Z jakého důvodu je naopak nekupují?

- Mění se nějak zájem zákazníků o sladkovodní ryby? Celkově v průběhu času – je vyšší, nižší?
- Do jaké míry hraje roli sezónnost?
- Změnila se nějak vaše propagace sladkovodních ryb v průběhu času (např. srovnání propagace před rokem a nyní)? Pokud ano, z jakého důvodu?
- Co by se muselo podle vás změnit, aby byl mezi zákazníky vyšší zájem o sladkovodní ryby? Co by tomu mohlo napomoci (jaké aktivity, informace, komunikace,...)?

5. FORMA PROPAGACE SLADKOVODNÍCH RYB

10 MIN

Cíl:

- **Charakterizovat formu propagace sladkovodních ryb**
- **Identifikovat požadavky na dodavatele sladkovodních ryb**
- **Zjistit oblasti nespokojenosti v nabídce na trhu**
- Jaké informace uvádíte při propagaci sladkovodních ryb? Provéřít:
 - Cena
 - Země původu
 - Dodavatel
- Kdo rozhoduje o dodavatelských sladkovodních ryb?
- Podle čeho se rozhodujete o konkrétních dodavatelských sladkovodních ryb? Na co kladete důraz (kromě ceny)?
- Jak jsou pro vás osobně důležití konkrétně dodavatelé - přímo rybáři, jiní prodejci...?
- Do jaké míry je pro vás důležité, z jaké země sladkovodní ryba pochází? Zajímá to případně i vaše zákazníky? Proč ano/ne?
- Považujete za určité plus, když ryba pochází z ČR?
- Jak byste obecně zhodnotil současnou situaci v konzumaci sladkovodních ryb?
- S čím jste spokojen? S čím jste nespokojen?
- Setkáváte se s nějakými problémy ohledně dodávek sladkovodních ryb? S jakými?

6. SLADKOVODNÍ RYBY NA PRODEJNĚ

10 MIN

Cíl:

- **Analyzovat náročnost sladkovodních ryb na umístění na prodejně**
- **Zjistit požadavky obchodu na ideální formu sladkovodních ryb pro prodej**
- Čím je ovlivněno umístění místa prodeje sladkovodních ryb na prodejně?

- Do jaké míry jsou sladkovodní ryby náročné na umístění na prodejně?
- Do jaké míry byste uvítali (širší) nabídku chlazených či mražených sladkovodních ryb? Proč ano/ne? Jak by to ovlivnilo vaši ochotu sladkovodní ryby propagovat více?
- Jak byste se díval na širší nabídku rybích filetů bez kostí? Proč ano/ne? Jak by to ovlivnilo vaši ochotu sladkovodní ryby nabízet více?
- Jaká forma je podle vás ideální, v jaké formě byste nejraději sladkovodní rybu (kapra) nabízeli? (živá, chlazená, mražená, vcelku, filety bez kostí,...)? Proč takto?
- Co by se muselo změnit či za jakých okolností byste nabízeli sladkovodní ryby ve vašem obchodním řetězci/prodejně častěji? Ještě něco?

7. ZNALOST KAMPANĚ

10 MIN

Cíl:

- **Zmapovat znalost a vnímání kampaně**
- **Zjistit obecné vnímání a postoje ke kampani**
- Vybavujete si nějakou reklamu/propagaci týkající se domácích ryb?
- Kde jste se s ní setkal – v jakém médiu?
- Co si z ní pamatujete?
- Co tato reklama říkala?
- Co jste si pomysleli, když jste se s touto reklamou setkali? Proč?
- Jak se obecně díváte na tuto kampaň na Rybu domácích? Co si o tom myslíte? Co je podle vás účelem této kampaně?
- Do jaké míry může přispět ke zvýšení konzumace domácích ryb? Proč?

8. ZÁVĚR A SHRNUTÍ

5 MIN

Cíl:

- **Sumarizovat příležitosti pro vyšší nabídku sladkovodních ryb v obchodech**
- Pokud na závěr vše shrneme - co by se muselo změnit či za jakých okolností byste nabízeli sladkovodní rybu více? Seřadte, prosím, jednotlivé odpovědi podle důležitosti.
- V čem by vám měli vyjít vstříc dodavatelé?
- Jak by obecně mohla být podpořena konzumace sladkovodních ryb?
- Dodatečné otázky klienta

9. PODĚKOVÁNÍ A ROZLOUČENÍ

RYBA DOMÁCÍ – OBCHODNÍ ŘETĚZCE – NÁKUPČÍ

*Kvalitativní výzkum / IDIs
45 minut*

1. ÚVOD A PŘEDSTAVENÍ

5 MIN

- **Představení moderátora a agentury**
- **Téma:** nabídka ryb ve vašem obchodě
- **Vysvětlení pravidel** rozhovoru:
 - Zachování anonymity respondenta
 - Vše, co bude řečeno, je striktně důvěrné a nebude spojováno s osobou respondenta
 - Neexistují správné ani špatné odpovědi, vše, co bude řečeno, je zajímavé
 - Spontánní a pravdivé odpovědi
 - Přítomnost nahrávací techniky (diktafon).
- **Představení respondenta:**
- Pozice? Co vše zahrnuje, jaké činnosti?
- Jak dlouho se v tomto oboru pohybuje?
- Jak dlouho působíte v tomto obchodním řetězci/prodejně?

2. WARM-UP/VÝZNAM RYB PRO OBCHOD

5 MIN

Cíl:

- **Zjistit vnímání významu a role ryb v celkové nabídce obchodu**
- **Rozproudit diskusi**
- Jakou roli hrají ryby v rámci nabídky potravin ve vašem řetězci z hlediska obratu?
- Jaký má z vašeho pohledu nabídka ryb ve vašem obchodě význam? Je to nutnost či jde z vašeho hlediska méně důležité či postradatelné zboží?
- Co by se podle vašeho názoru změnilo, kdybyste ryby přestali nabízet – do jaké míry by se to odrazilo na návštěvnosti, resp. tržbách?

3. NABÍDKA RYB

15 MIN

Cíl:

- **Zmapovat nabídku ryb v obchodě**
- **Zmapovat náročnost prodeje ryb z hlediska obchodu**
- **Charakterizovat způsob nákupu sladkovodních ryb**
- **Identifikovat požadavky na dodavatele sladkovodních ryb**

- **Zjistit oblasti nespokojenosti v nabídce na trhu**
- Jaké druhy ryb nabízíte? Proč právě tyto? Čím se řídí to, jaké druhy ryb budete nabízet?
- O které druhy ryb je mezi zákazníky největší zájem? Proč? Čím je to podle vás způsobeno?
- Mění se nějak zájem zákazníků o ryby – zvyšuje, snižuje, změna preference mezi druhy ryb,...
- V jaké formě ryby nabízíte (živé, mražené, chlazené,...)? O jakou formu je největší zájem mezi zákazníky? Z jakého důvodu?
- Která z forem je pro vás jakožto obchod nejideálnější? Z jakého důvodu? A naopak „nejproblematictější“? Z jakého důvodu?
- Nabízíte rovněž sladkovodní ryby? Proč ano/ne?
- Jakou roli hrají sladkovodní ryby v nabídce vašeho obchodu? Ve srovnání s mořskými rybami?
- Jaké druhy sladkovodních ryb nabízíte? Mění se to nějak – v průběhu času, sezónně?
- Jsou sladkovodní ryby trvale ve vaší nabídce nebo pouze sezónně? Proč? Kdy? Na čem to záleží?
- Odkud nakupujete sladkovodní ryby? Kdo jsou vaši dodavatelé - přímo rybáři, jiní prodejci...? Proč takto?
- Máte stále stejné dodavatele či je měníte? Proč?
- Podle čeho se rozhodujete o konkrétních dodavatelích sladkovodních ryb? Na co kladete důraz (kromě ceny)?
- Pokud nezmíněno, prověřit:
 - Rychlost dodávky
 - Doprava
 - Flexibilita – schopnost pružně reagovat na požadavky
- Do jaké míry je pro vás důležité, z jaké země sladkovodní ryba pochází? Zajímá to případně i vaše zákazníky? Proč ano/ne?
- Považujete za určité plus, když ryba pochází z ČR? Proč ano/ne?
- Jak byste obecně zhodnotil současnou situaci v nabídce a možnostech nákupu sladkovodních ryb?
- S čím jste spokojen? S čím jste nespokojen?
- Změnilo se v poslední době něco ohledně nabídky sladkovodních ryb? Jak? V čem?
- Setkáváte se s nějakými problémy ohledně dodávek sladkovodních ryb? S jakými?

4. ATRAKTIVITA SLADKOVODNÍCH RYB

10 MIN

Cíl:

- **Zhodnotit atraktivitu sladkovodních ryb pro zákazníky z pohledu obchodu**

- **Zmapovat trendy a výkyvy v zájmu o sladkovodní ryby**
- Jaký je mezi zákazníky o sladkovodní ryby zájem?
- Z jakého důvodu podle vás zákazníci kupují sladkovodní ryby?
- Z jakého důvodu je naopak nekupují?
- Mění se nějak zájem zákazníků o sladkovodní ryby? Celkově v průběhu času – je vyšší, nižší?
- Do jaké míry hraje roli sezónnost?
- Změnilo se podle vás něco v posledních třech letech ohledně zájmu o sladkovodní ryby? Jak? V čem? Co bylo příčinou?
- Co by se muselo podle vás změnit, aby byl mezi zákazníky vyšší zájem o sladkovodní ryby? Co by tomu mohlo napomoci (jaké aktivity, informace, komunikace,...)?

5. ZNALOST KAMPANĚ

10 MIN

Cíl:

- **Zmapovat znalost a vnímání kampaně**
- **Zjistit obecné vnímání a postoje ke kampani**
- Vybavujete si nějakou reklamu/propagaci týkající se domácích ryb?
- Kde jste s ní setkal – v jakých médiích?
- Co si z této reklamy/kampaně pamatujete?
- Co tato reklama/kampaň říkala?
- Jak se obecně díváte na tuto kampaň na Rybu domácí? Co si o tom myslíte? Co je podle vás účelem této kampaně?
- Do jaké míry byla podle vás tato kampaň zdařilá/efektivní ve smyslu zvýšení zájmu spotřebitelů o sladkovodní ryby? V čem ano? V čem ne?
- Co byste na této kampani pochválil/ocenil?

6. ZÁVĚR A SHRNUÍ

5 MIN

Cíl:

- **Sumarizovat příležitosti pro vyšší nabídku sladkovodních ryb v obchodech**
- Pokud na závěr vše shrneme - co by se muselo změnit či za jakých okolností byste nabízeli sladkovodní rybu více? Seřadte, prosím, jednotlivé odpovědi podle důležitosti.
- Jak by obecně mohla být podpořena konzumace sladkovodních ryb?

7. PODĚKOVÁNÍ A ROZLOUČENÍ

6.3 Dotazníky

POŘADOVÉ ČÍSLO ROZHOVORU <i>(vyplňuje tazatel)</i>

ČÍSLO DOTAZNÍKU <i>(vyplňuje agentura)</i>



RYBA DOMÁCÍ – ODBORNÁ VEŘEJNOST CATI

ČÍSLO TAZATELE <i>(vyplňuje tazatel)</i>	
ČÍSLO KOORDINÁTORA <i>(vyplňuje koordinátor)</i>	

ČÍSLO PROJEKTU <i>(vyplňuje agentura)</i>	11-039723
---	-----------

Datum a čas rozhovoru <i>(vyplňuje tazatel)</i>	
Datum	Čas

CATI

Dobrý den. Jmenuji se..... a jsem z agentury Ipsos, která se zabývá výzkumem trhu. V současné době provádíme výzkum pro Ministerstvo zemědělství týkající se Operačního programu rybářství. Hned na začátku našeho rozhovoru bych vás rád/a ujistil/a, že všechno, co mi řeknete, bude zpracováno zcela anonymně a všechny

informace budou použity pouze pro zpracování tohoto výzkumu a bude s nimi nakládáno naprosto důvěrně.

REKRUTAČNÍ OTÁZKY

ID1. Jste osoba, která nám může poskytnout základní informace o činnosti a rozvoji Vaší firmy v rámci odvětví rybářství?

1:	Ano
2:	Ne

HLAVNÍ DOTAZNÍK

Q1. Jak hodnotíte vývoj odvětví rybářství v České republice za poslední 3 roky?

1:	Rozhodně pozitivně	Jdi na Q2
2:	Spíše pozitivně	
3:	Je to stejné, nic se nezměnilo	Jdi na Q3
4:	Spíše negativně	Jdi na Q4
5:	Rozhodně negativně	

Q2. Čím si myslíte, že je tento pozitivní vývoj způsoben?

Q3. Proč myslíte, že nedochází k žádnému vývoji?

Q4. Čím si myslíte, že je tento negativní vývoj způsoben?

Q5. Zvýšila se ve vaší společnosti v posledních 3 letech produkce ryb?

1:	Ano, zvýšila	Jdi na Q6
2:	Ne, zůstala stejná	Jdi na Q7
3:	Ne, snížila	Jdi na Q8

Q6. Čím si myslíte, že je tento pozitivní vývoj způsoben?

Q7. Proč myslíte, že nedochází k žádnému vývoji?

Q8. Čím si myslíte, že je tento negativní vývoj způsoben?

--

Q9. Jak hodnotíte ekonomickou situaci Vaší společnosti v porovnání před 3 lety?

1:	Výrazně lepší	Jdi na Q10
2:	Spíše lepší	
3:	Stejná	Jdi na Q11
4:	Spíše horší	Jdi na Q12
5:	Výrazně horší	

Q10. Čím si myslíte, že je tento pozitivní vývoj způsoben?

--

Q11. Proč myslíte, že nedochází k žádnému vývoji?

--

Q12. Čím si myslíte, že je tento negativní vývoj způsoben?

--

Q13. Dodáváte sladkovodní ryby z vaší produkce na domácí nebo zahraniční trh? Vyjádřete prosím v procentech pro každý trh.

POKYN: Součet musí dávat 100 %

1:	Domácí trh	%
2:	Zahraniční trh	%
3:	<i>Nevím (nenabízet)</i>	

Q14. Změnil se v posledních třech letech tento poměr?

1:	Ano, více dodáváme sladkovodní ryby pro domácí trh	Jdi na Q15
2:	Ano, více dodáváme sladkovodní ryby pro zahraniční trh	
3:	Ne, je to stejné	Jdi na Q16
4:	<i>Nevím (nenabízet)</i>	

Q15. Čím myslíte, že je tato změna způsobena?

Pozn. pro statistiku – prosím rozdělit do dvou otázek (domácí vs. zahraniční trh) kvůli kódování.

--

Q16. Znáte Operační program rybářství?

1:	Ano	Jdi na Q17
2:	Ne	Jdi na Q23

Q17. Zažádali jste o finanční dotaci z tohoto operačního programu?

1:	Ano	Jdi na Q19
2:	Ne	Jdi na Q18

Q18. Proč ne?

--

Jdi na Q22

Q19. Pomohly získané finanční prostředky k rozvoji vaší společnosti?

1:	Ano	Jdi na Q20
2:	Ne	
3:	Ne, dotaci jsme nedostali	Jdi na Q21

Q20. Prosím vysvětlete.

Pozn. pro statistiku – prosím rozdělit do dvou otázek (ano vs. ne) kvůli kódování.

--

Q21. Jaká jsou podle Vás hlavní pozitiva Operačního programu Rybářství. Uved'te prosím max. 3

--

Q22. Jaká jsou podle Vás hlavní negativa Operačního programu Rybářství. Uved'te prosím max. 3

Jdi na Q26

Q23. Nyní, když víte, že Operační program rybářství existuje, zvažovali byste ve vaší společnosti, že byste se o tento program začali více zajímat?

1:	Ano	Jdi na Q24
2:	Ne	Jdi na Q25

Q24. Jak by vaší společnosti mohl Operační program Rybářství pomoci v rozvoji?

Jdi na Q26

Q25. Proč ne?

Q26. Zastáváte názor, že by se měla podporovat řízenou komunikací konzumace sladkovodních ryb v České republice?

1:	Rozhodně ano	Jdi na Q27
2:	Spíše ano	
3:	Spíše ne	Jdi na Q28
4:	Rozhodně ne	

Q27. Proč ano?

Jdi na Q29

Q28. Proč ne?

Q29. Zaznamenal/a jste nějakou podpůrnou kampaň na zvýšení konzumace sladkovodních ryb?

1:	Ano	Jdi na Q30
2:	Ne	Jdi na Q31

Q30. Víte, jak se tato kampaň jmenoval/a?
POKYN: SPONTÁNNÍ ODPOVĚĎ, NENAPOVÍDEJTE

1:	Ryba domácí	Jdi na Q32
2:	Jiné: vypište	Jdi na Q31
3:	Nevím	

Q31. Zaznamenal/a jste kampaň Ryba domácí?

1:	Ano	Jdi na Q32
2:	Ne	Jdi na ID1

Q32. Jak tuto kampaň hodnotíte?

1:	Rozhodně pozitivně
2:	Spíše pozitivně
3:	Spíše negativně
4:	Rozhodně negativně

Q33. Pomohla podle Vás zvýšit kampaň konzumaci sladkovodních ryb v populaci?

1:	Rozhodně ano
2:	Spíše ano
3:	Spíše ne
4:	Rozhodně ne

Q34. Pomohla podle Vás tato kampaň alespoň částečně rozvoji odvětví rybářství?

1:	Rozhodně ano	Jdi na Q34
2:	Spíše ano	
3:	Spíše ne	Jdi na Q36
4:	Rozhodně ne	

Q35. V čem konkrétně?

--

Q36. Jak byste tuto kampaň celkově zhodnotil/a?

--

IDENTIFIKAČNÍ OTÁZKY

ID1. Kolik zaměstnanců má vaše společnost / firma?

1:	Do 5 zaměstnanců
2:	6 – 49
3:	50 – 99
4:	100 – 249
5:	250 – 499
6:	500 a více zaměstnanců

ID2. Jaký obrát měla vaše společnost / firma v loňském roce (za poslední roční účetní období)?

1:	Do 199 tis. Kč
2:	200 – 499 tis. Kč
3:	500 – 999 tis. Kč
4:	1 – 4,9 mil. Kč
5:	5 – 9,9 mil. Kč
6:	10 – 59,9 mil. Kč
7:	60 – 99,9 mil. Kč
8:	100 – 299,9 mil. Kč
9:	300 – 499,9 mil. Kč
10:	500 – 999,9 mil. Kč
11:	1 mld. Kč a více
99:	Neví, odmítl/a odpovědět (NENABÍZEJTE)

POŘADOVÉ ROZHOVORU <i>(vyplňuje tazatel)</i>	ČÍSLO

ČÍSLO DOTAZNÍKU <i>(vyplňuje agentura)</i>



RYBA DOMÁCÍ –VEŘEJNOST EXIT SURVEYS - FARMÁŘSKÉ TRHY BEZ RYB

ČÍSLO TAZATELE <i>(vyplňuje tazatel)</i>		ČÍSLO PROJEKTU <i>(vyplňuje agentura)</i>	11-039723
ČÍSLO KOORDINÁTORA <i>(vyplňuje koordinátor)</i>		Datum a čas rozhovoru <i>(vyplňuje tazatel)</i>	
		Datum	Čas

F2F

Dobrý den. Jmenuji se..... a jsem z agentury Ipsos, která se zabývá výzkumem trhu. V současné době provádíme výzkum na téma konzumace sladkovodních ryb v České republice.

Hned na začátku našeho rozhovoru bych vás rád/a ujistil/a, že všechno, co mi řeknete, bude zpracováno zcela anonymně a všechny informace budou použity pouze pro zpracování tohoto výzkumu a bude s nimi nakládáno naprosto důvěrně.

REKRUTAČNÍ OTÁZKY

ID1. Pohlaví:

1:	Muž
2:	Žena

ID2. Kolik je vám let?

***POKYN: ZAPIŠTE PŘESNÝ VĚK RESPONDENTA A ODPOVĚĎ
PŘÍŘAĎTE K PŘÍSLUŠNÉ KATEGORII V TABULCE.***

--

0:	Méně než 18 let	<i>UKONČETE ROZHOVOR</i>
1:	18 až 24 let	
2:	25 až 34 let	
3:	35 až 44 let	
4:	45 až 54 let	
5:	55 až 64 let	
6:	65 až 70 let	
7:	Více než 70 let	

ID3. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

1:	ZŠ
2:	Vyučen/a
3:	SŠ s maturitou
4:	VŠ (včetně VOŠ a postgraduálního studia)

ID4. Místo dotazování

--

HLAVNÍ DOTAZNÍK

Q37. Navštěvujete farmářské trhy pravidelně?

1:	Ano
2:	Ne

Q38. Co na farmářských trzích obvykle nakupujete?

POKYN: Pokud je respondent na trhu poprvé, ptejte se „Co jste koupil/a?“

MOŽNOST VÍCE ODPOVĚDÍ

1:	Čerstvá zelenina
2:	Čerstvé ovoce
3:	Sýry
4:	Pečivo
5:	Uzeniny
6:	Sladkovodní ryby (uzené, chlazené)
7:	Nealkoholické nápoje (čerstvé džusy atp.)
8:	Pochutiny (med, marmelády, koření apod.)
9:	Maso
10:	Jiné

Q39. Proč farmářské trhy navštěvujete?

POKYN: MOŽNOST VÍCE ODPOVĚDÍ

1:	Chci jíst zdravě
2:	Chci kupovat české výrobky
3:	Kvalitní produkty
4:	Čerstvé potraviny
5:	Lepší cena než v obchodě
6:	Široká nabídka produktů
7:	Mám to blíž než do obchodu
8:	Jiné

Q40. Je něco co Vám na trhu chybí?

1:	Ano	Jdi na Q5
2:	Ne	Jdi na Q6

Q41. Co konkrétně Vám na trhu chybí?

--

Q42. Uvítal/a byste, kdyby se na trhu prodávali sladkovodní ryby, např. chlazené, uzené, atp.?

1:	Ano	Jdi na Q7
2:	Ne	Jdi na Q8

Q43. Proč ano?

--

Jdi na Q9

Q44. Proč ne?

--

Jdi na Q10

Q45. Co konkrétně byste v nabídce sortimentu sladkovodních ryb prodávaných na farmářských trzích uvítal/a?

--

Q46. Jak často konzumujete sladkovodní ryby? Mezi sladkovodní ryby patří např. kapr, amur, tolstolobik, pstruh, pangas, candát, štika, sumec

1:	Více než 1 x týdně	Jdi na Q11
2:	1 x týdně	
3:	2 – 3 x měsíčně	
4:	1 x měsíčně	
5:	Méně než 1 x měsíčně	Jdi na Q13
6:	1 x ročně	
7:	Nikdy	

Q47. Kde obvykle kupujete / získáváte sladkovodní ryby?

POKYN: MOŽNOST VÍCE ODPOVĚDÍ

1:	Od producentů, zpracovatelů (sádky)
2:	Makro
3:	Tesco
4:	Globus
5:	Při výlovu
6:	Na vánoce z kádí na ulici
7:	Od známých dostanu ulovenou rybu
8:	Lovím sám nebo někdo v rodině
9:	Jiné: vypište

Q48. Uvítal/a byste specializované prodejny ryb v místě Vašeho bydliště, kde by bylo možné koupit ryby sladkovodní i mořské v jakékoli formě, např. živou, chlazenou, uzenou, kde byste mohl/a získat i další informace ke kupovaným rybám (jak je upravit, místo původu apod.)?

1:	Rozhodně ano
2:	Spíše ano
3:	Spíše ne
4:	Rozhodně ne

Q49. Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky? Odpovězte prosím na škále 1 – 4, kde 1 znamená rozhodně souhlasím, 4 znamená rozhodně nesouhlasím.

POKYN: Rotace

	Maso domácích sladkovodních ryb (<i>doplňte</i>)	Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím	Nevím (nenabízet)
1:	je vysoce kvalitní	1	2	3	4	9
2:	prospívá zdraví	1	2	3	4	9
3:	představuje plnohodnotnou alternativu rybám mořským	1	2	3	4	9
4:	je chutnější než maso mořských ryb	1	2	3	4	9
5:	patří do zdravého jídelníčku	1	2	3	4	9
6:	je lehce stravitelné	1	2	3	4	9
7:	je cenově srovnatelné s jinými druhy mas	1	2	3	4	9

IDENTIFIKAČNÍ OTÁZKY

ID7. Jaký je váš rodinný stav?

1:	Ženatý / vdaná (žijící s partnerem / partnerkou)
2:	Vdovec / vdova
3:	Rozvedený/á
4:	Svobodný/á

ID10. Jak vidíte svoji budoucnost v příštích třech letech?

1:	Výrazně lepší než je současná situace
2:	Spíše lepší
3:	Stejnou
4:	Spíše horší
5:	Výrazně horší

ID11. Do které společenské skupiny, třídy byste se sám/sama zařadil/a?

1:	Nižší třída
2:	Nižší střední třída
3:	Střední třída
4:	Vyšší střední třída

5:	Vyšší třída
----	-------------

ID13. Jaký je celkový čistý měsíční příjem vaší domácnosti?

POKYN: PŘEDLOŽTE KARTU ID13

1:	Do 10 000 Kč
2:	10 001 až 15 000 Kč
3:	15 001 až 20 000 Kč
4:	20 001 až 30 000 Kč
5:	30 001 až 40 000 Kč
6:	40 001 až 50 000 Kč
7:	50 001 až 60 000 Kč
8:	60 001 až 70 000 Kč
9:	70 001 až 80 000 Kč
10:	80 001 Kč a více
99:	Neví, odmítl/a odpovědět (NENABÍZEJTE)

POŘADOVÉ ROZHOVORU <i>(vyplňuje tazatel)</i>	ČÍSLO

ČÍSLO DOTAZNÍKU <i>(vyplňuje agentura)</i>



RYBA DOMÁCÍ – VEŘEJNOST EXIT SURVEYS - FARMÁŘSKÉ TRHY S RYBAMI

ČÍSLO TAZATELE <i>(vyplňuje tazatel)</i>	
ČÍSLO KOORDINÁTORA <i>(vyplňuje koordinátor)</i>	

ČÍSLO PROJEKTU <i>(vyplňuje agentura)</i>	11-039723
Datum a čas rozhovoru <i>(vyplňuje tazatel)</i>	
Datum	Čas

F2F

Dobrý den. Jmenuji se..... a jsem z agentury Ipsos, která se zabývá výzkumem trhu. V současné době provádíme výzkum na téma konzumace sladkovodních ryb v České republice.

Hned na začátku našeho rozhovoru bych vás rád/a ujistil/a, že všechno, co mi řeknete, bude zpracováno zcela anonymně a všechny informace budou použity pouze pro zpracování tohoto výzkumu a bude s nimi nakládáno naprosto důvěrně.

REKRUTAČNÍ OTÁZKY

ID1. Pohlaví:

1:	Muž
2:	Žena

ID2. Kolik je vám let?

**POKYN: ZAPIŠTE PŘESNÝ VĚK RESPONDENTA A ODPOVĚĎ
PŘÍŘAĎTE K PŘÍSLUŠNÉ KATEGORII V TABULCE.**

--

0:	Méně než 18 let	UKONČETE ROZHOVOR
1:	18 až 24 let	
2:	25 až 34 let	
3:	35 až 44 let	
4:	45 až 54 let	
5:	55 až 64 let	
6:	65 až 70 let	
7:	Více než 70 let	

ID3. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

1:	ZŠ
2:	Vyučen/a
3:	SŠ s maturitou
4:	VŠ (včetně VOŠ a postgraduálního studia)

ID4. Místo dotazování

--

HLAVNÍ DOTAZNÍK

Q50. Navštěvujete farmářské trhy pravidelně?

1:	Ano
2:	Ne

Q51. Co na farmářských trzích obvykle nakupujete?

POKYN: Pokud je respondent na trhu poprvé, ptejte se „Co jste koupil/a?“

MOŽNOST VÍCE ODPOVĚDÍ

1:	Čerstvá zelenina
2:	Čerstvé ovoce
3:	Sýry
4:	Pečivo
5:	Uzeniny
6:	Sladkovodní ryby (uzené, chlazené)
7:	Nealkoholické nápoje (čerstvé džusy atp.)
8:	Pochutiny (med, marmelády, koření apod.)
9:	Maso
10:	Jiné

Q52. Proč farmářské trhy navštěvujete?

POKYN: MOŽNOST VÍCE ODPOVĚDÍ

1:	Chci jíst zdravě
2:	Chci kupovat české výrobky
3:	Kvalitní produkty
4:	Čerstvé potraviny
5:	Lepší cena než v obchodě
6:	Široká nabídka produktů
7:	Mám to blíž než do obchodu
8:	Jiné

Q53. Zaznamenal/a jste na trhu prodej sladkovodních ryb?

1:	Ano	Jdi na Q5
2:	Ne	Jdi na Q7

Q54. Víte, v jaké formě byly sladkovodní ryby nabízeny?

1:	Chlazené
2:	Uzené
3:	Mražené
4:	Jiné
5:	Nevím / nezajímá/a jsem se

Q55. Jak byste hodnotil/a nabídku sladkovodních ryb na tomto trhu?

1:	Dostatečnou
2:	Nedostatečnou
3:	Nevím / nedokážu posoudit

Q56. Co byste v nabídce sortimentu sladkovodních ryb prodávaných na farmářských trzích uvítal/a?

--

Ti, co nezaznamenali prodej ryb na trhu Jdi na Q10

Q57. Koupil/a jste si sladkovodní rybu nebo nějaký výrobek / polotovar ze sladkovodní ryby?

1:	Ano	Jdi na Q9
2:	Ne	Jdi na Q10

Q58. Co bylo důvodem, že jste sladkovodní rybu nebo výrobek / polotovar z ní koupil/a?

--

Jdi na Q13

Q59. Uvažoval/a (by) jste alespoň o tom, že byste si sladkovodní rybu nebo nějaký výrobek / polotovar ze sladkovodní ryby na trhu koupil/a?

1:	Ano	Jdi na Q11
----	-----	------------

2:	Ne	Jdi na Q12
----	----	------------

Q60. Proč ano?

Jdi na Q13

Q61. Proč ne?

Q62. Patří podle Vás na farmářské trhy stánky s prodejem sladkovodních ryb ať už chlazených či uzených?

1:	Ano	Jdi na Q14
2:	Ne	Jdi na Q15

Q63. Proč ano?

Jdi na Q16

Q64. Proč ne?

Q65. Jak často konzumujete sladkovodní ryby? Mezi sladkovodní ryby patří např. kapr, amur, tolstolobik, pstruh, pangas, candát, štika, sumec

1:	Více než 1 x týdně	Jdi na Q17
2:	1 x týdně	
3:	2 – 3 x měsíčně	
4:	1 x měsíčně	
5:	Méně než 1 x měsíčně	
6:	1 x ročně	Jdi na Q19
7:	Nikdy	

Q66. Kde obvykle kupujete / získáváte sladkovodní ryby?

POKYN: MOŽNOST VÍCE ODPOVĚDÍ

1:	Od producentů, zpracovatelů (sádky)
2:	Makro
3:	Tesco
4:	Globus
5:	Při výlovu
6:	Na vánoce z kádí na ulici
7:	Od známých dostanu ulovenou rybu
8:	Lovím sám nebo někdo v rodině
9:	Jiné: vypište

Q67. Uvítal/a byste specializované prodejny ryb v místě Vašeho bydliště, kde by bylo možné koupit ryby sladkovodní i mořské v jakékoli formě, např. živou, chlazenou, uzenou, kde byste mohl/a získat i další informace ke kupovaným rybám (jak je upravit, místo původu apod.)?

1:	Rozhodně ano
2:	Spíše ano
3:	Spíše ne
4:	Rozhodně ne

Q68. Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky? Odpovězte prosím na škále 1 – 4, kde 1 znamená rozhodně souhlasím, 4 znamená rozhodně nesouhlasím.

POKYN: Rotace

	Maso domácích sladkovodních ryb <i>(doplňte)</i>	Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím	Nevím (nenabízet)
1:	je vysoce kvalitní	1	2	3	4	9
2:	prospívá zdraví	1	2	3	4	9
3:	představuje plnohodnotnou alternativu rybám mořským	1	2	3	4	9
4:	je chutnější než maso mořských ryb	1	2	3	4	9
5:	patří do zdravého jídelníčku	1	2	3	4	9
6:	je lehce stravitelné	1	2	3	4	9
7:	je cenově srovnatelné s jinými druhy mas	1	2	3	4	9

IDENTIFIKAČNÍ OTÁZKY

ID7. Jaký je váš rodinný stav?

1:	Ženatý / vdaná (žijící s partnerem / partnerkou)
2:	Vdovec / vdova
3:	Rozvedený/á
4:	Svobodný/á

ID10. Jak vidíte svoji budoucnost v příštích třech letech?

1:	Výrazně lepší než je současná situace
2:	Spíše lepší
3:	Stejnou
4:	Spíše horší
5:	Výrazně horší

ID11. Do které společenské skupiny, třídy byste se sám/sama zařadil/a?

1:	Nižší třída
2:	Nižší střední třída
3:	Střední třída
4:	Vyšší střední třída
5:	Vyšší třída

ID13. Jaký je celkový čistý měsíční příjem vaší domácnosti?

POKYN: PŘEDLOŽTE KARTU ID13

1:	Do 10 000 Kč
2:	10 001 až 15 000 Kč
3:	15 001 až 20 000 Kč
4:	20 001 až 30 000 Kč
5:	30 001 až 40 000 Kč
6:	40 001 až 50 000 Kč
7:	50 001 až 60 000 Kč
8:	60 001 až 70 000 Kč

9:	70 001 až 80 000 Kč
10:	80 001 Kč a více
99:	Neví, odmítl/a odpovědět (<i>NENABÍZEJTE</i>)