

**Univerzita Pardubice  
Fakulta ekonomicko-správní  
Ústav podnikové ekonomiky a managementu**

**Produkce, distribuce, prodej a cena vajec**

**Petra Škrdlová**

**Bakalářská práce  
2013**

Univerzita Pardubice  
Fakulta ekonomicko-správní  
Akademický rok: 2012/2013

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Petra Škrdlová**  
Osobní číslo: **E100282**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management podniku: Management malých a středních podniků**  
Název tématu: **Produkce, distribuce, prodej a cena vajec**  
Zadávací katedra: **Ústav matematiky a kvantitativních metod**

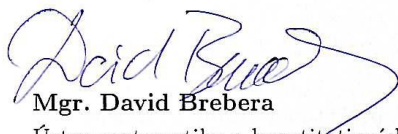
### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem práce je poskytnout reálný a ucelený obraz o aktuálním dění na trhu vajec v ČR. Práce bude obsahovat právní rámec dané problematiky včetně aktuálních nařízení EU, dále bude obsahovat produkci vajec na trhu a jejich distribuci. Další důležitou částí práce bude problematika cen, která bude rozebrána podrobněji, a to na základě dostupných statistických údajů. Následující kapitola, též související s cenami, se bude týkat krize na trhu vajec v letech 2011/2012. Získané teoretické znalosti budou porovnány s reálnou situací - práce bude obsahovat charakteristiku aktivit vybraného drůbežářského podniku. Závěrem práce bude nastínění a možné odhady budoucího vývoje na trhu.

Rozsah grafických prací: —  
Rozsah pracovní zprávy: cca 30 stran  
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická  
Seznam odborné literatury:

STEINHAUSEROVÁ, Iva. Produkce a zpracování drůbeže, vajec a medu. Vyd. 1. Brno: Veterinární a farmaceutická univerzita, 2003, 82 s. ISBN 80-7305-462-0.  
ŠONKA, František a Oldřich TRIPES. Chov a výkrm drůbeže v drobných chovech. České Budějovice: Dona, 1997, 134 s. ISBN 80-85463-85-7.  
KADLEC, Pavel, Karel MELZOCH a Michal VOLDŘICH. Co byste měli vědět o výrobě potravin?: technologie potravin. Vyd. 1. Ostrava: Key Publishing, 2009, 536 s. ISBN 978-80-7418-051-4.  
Drůbežář: Odborný časopis pro chovatele, producenty drůbeže a veterinární lékaře = Hydínár. Praha: Českomoravská drůbežářská unie, 2007-.  
OREL, Vítězslav. Vejce, jejich ošetřování a zpracování. Vyd. 1. Praha: Státní nakladatelství technické literatury, 1959, 225 s. L18-B2-II/8418  
VAVROUŠEK, Josef. Zpracování drůbeže a vajec: Pomocná kniha pro 1., 2. a 3. roč. stř. prům. škol oboru zpracování masa. Vyd. 1. Praha: Státní nakladatelství technické literatury, 1965, 194 s.  
LEDVINKA, Zdeněk, Eva TŮMOVÁ a Ladislav ŠTOLC. Užitekvnost nosnic a kvalita vajec v různých systémech chovu: metodika pro praxi. Vyd. 1. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2008, 24 s. ISBN 8021318317.

Vedoucí bakalářské práce:




Mgr. David Brebera

Ústav matematiky a kvantitativních metod

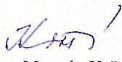
Datum zadání bakalářské práce: 30. září 2012

Termín odevzdání bakalářské práce: 30. dubna 2013



doc. Ing. Renáta Myšková, Ph.D.  
děkanka

L.S.



doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.  
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 3. října 2012

## **PROHLÁŠENÍ**

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako Školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 29. 4. 2013

Petra Škrdlová

## **PODĚKOVÁNÍ:**

Ráda bych zde poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce Mgr. Davidu Breberovi za jeho odborné rady, čas, ochotu, vstřícnost a přátelský přístup při zpracování této práce.

Rovněž bych ráda poděkovala Ing. Dagmar Tůmové, předsedkyni představenstva Českomoravské drůbežářské unie, o. s. za její dobré rady a poskytnuté materiály.

Poděkování náleží respondentům dotazníku, za jejich ochotu a spolupráci a v neposlední řadě můj dík patří mé rodině a přátelům za jejich podporu během studií.

## **ANOTACE**

*Tato práce slouží jako popis stavu na trhu vajec v ČR včetně souvisejících nařízení EU. Na základě statistických údajů porovná hodnoty pro ČR s okolními státy a pokusí se odhadnout další vývoj.*

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

*Produkce, distribuce, prodej, cena, vejce, trh*

## **TITLE**

The Eggs production, Distribution and Sales

## **ANNOTATION**

*This work serves as a description of egg market in Czech republic, considering related EU regulations. Upon statistical data work compares Czech republic and its neighboring countries and offers the future development prediction.*

## **KEYWORDS**

*Production, distribution, sales, price, eggs, market*

# OBSAH

ÚVOD .....	10
<b>1 PRODUKCE VAJEC .....</b>	<b>12</b>
1.1 VÝZNAM, NÁROČNOST .....	12
1.2 MOŽNOSTI CHOVU .....	12
1.3 TECHNOLOGIE PRO CHOV DRŮBEŽE .....	13
1.3.1 Obohacené klece a voliéry .....	13
1.3.2 Podestýlka, volný výběh .....	13
1.4 PŘESUN SVĚTOVÉ VÝROBY .....	14
1.5 GRAFICKÉ ZNÁZORNĚNÍ PRODUKCE .....	14
<b>2 DISTRIBUCE VAJEC .....</b>	<b>16</b>
2.1 ČERSTVOST VAJEC .....	16
2.2 KVALITATIVNÍ ZNAKY VAJEC .....	16
2.3 ZPRACOVÁNÍ VAJEC .....	17
2.3.1 Sběr vajec .....	17
2.3.2 Třídění vajec .....	17
2.3.3 Mytí vajec v EU a USA .....	18
2.3.4 Uskladňování vajec .....	19
2.3.5 Příprava pro přepravu .....	19
<b>3 PRODEJ VAJEC .....</b>	<b>20</b>
3.1 OBAL .....	20
3.1.1 Obaly na vejce - materiály .....	20
3.1.2 Kategorizace malospotřebitelských obalů na vejce .....	21
3.1.3 Novinky Obalové asociace SYBA .....	21
3.2 OZNAČOVÁNÍ VAJEC .....	21
3.2.1 Jakostní třídy vajec .....	21
3.2.2 Kód na vejcích .....	22
3.3 KAUKA BIO VEJCE V NĚMECKU .....	22
<b>4 CENA VAJEC .....</b>	<b>23</b>
4.1 VÝVOJ CEN V ČR .....	23
4.2 VÝVOJ CEN V ROCE 2012 .....	24
<b>5 ZEVOS, A. S. ....</b>	<b>25</b>
5.1 ZÁKLADNÍ ÚDAJE Z OR .....	25
5.2 VZNIK SPOLEČNOSTI ZEVOS A. S. ....	25
5.3 CHARAKTERISTIKA ČINNOSTÍ PODNIKU .....	26
5.4 DRŮBEŽÁŘSKÝ ZÁVOD STARÉ MĚSTO .....	26
5.5 HOSPODÁŘSKÁ ČINNOST 1998, 1999 .....	27
5.6 HOSPODÁŘSKÝ ROK 2000 .....	27
5.7 PRŮBĚH LET 2001, 2002 .....	28
5.8 HOSPODÁŘSKÉ VÝSLEDKY LET 2003,2004 .....	29
5.9 SPOLEČNOST V LETECH 2005 A 2006 .....	29
5.10 HOSPODÁŘSKÉ VÝSLEDKY 2007, 2008 .....	30
5.11 ZEVOS, A. S. V LETECH 2009-2011 .....	30
<b>6 DOTAZNÍK .....</b>	<b>32</b>
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>47</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA .....</b>	<b>48</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>51</b>

## SEZNAM TABULEK

<b>Tabulka 1:</b> Vývoj cen vajec (cena/ks) v ČR za období 2003-2013 .....	23
<b>Tabulka 2:</b> Průměrné ceny vajec v roce 2012 .....	24

## SEZNAM OBRÁZKŮ

<b>Obrázek 1:</b> Produkce vajec vybraných zemí (1961-2011).....	14
<b>Obrázek 2:</b> Celková produkce vajec vybraných zemí (1961-2011).....	15
<b>Obrázek 3:</b> Celková produkce jednotlivých států (1961-2011) .....	15
<b>Obrázek 4:</b> Průměrná cena vajec 2003-2013 .....	23
<b>Obrázek 5:</b> Průměrná cena vajec v roce 2012.....	24
<b>Obrázek 6:</b> Výsledky otázky č. 1 .....	33
<b>Obrázek 7:</b> Výsledky otázky č. 2 .....	34
<b>Obrázek 8:</b> Výsledky otázky č. 3 .....	35
<b>Obrázek 9:</b> Výsledky otázky č. 4 .....	36
<b>Obrázek 10:</b> Výsledky otázky č. 5 – 1. část.....	37
<b>Obrázek 11:</b> Výsledky otázky č. 5 – 2. část.....	38
<b>Obrázek 12:</b> Výsledky otázky č. 6 .....	39
<b>Obrázek 13:</b> Výsledky otázky č. 7 .....	40
<b>Obrázek 14:</b> Výsledky otázky č. 8 .....	41
<b>Obrázek 15:</b> Výsledky otázky č. 9 .....	42
<b>Obrázek 16:</b> Výsledky otázky č. 10 .....	43
<b>Obrázek 17:</b> Výsledky otázky č. 11 .....	44
<b>Obrázek 18:</b> Výsledky otázky č. 12 .....	45
<b>Obrázek 19:</b> Výsledky otázky č. 13 .....	46



## **SEZNAM ZKRATEK**

ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EK	Evropská Komise
EU	Evropská unie
FES	Fakulta ekonomicko-správní
OR	Obchodní rejstřík
Sb.	Sbírka zákonů
SZIF	Státní zemědělský intervenční fond
THP	technicko-hospodářský pracovník
USA	Spojené státy americké
°C	stupně Celsia

# ÚVOD

Se vstupem České republiky do Evropské unie se trh výrazným způsobem mění. Globálně platná nařízení, směrnice, vyhlášky a další legislativní opatření, se dotýkají všech podniků. Stát jako systém se stává mnohem více otevřený a tudíž je ve větší míře ovlivňován svým okolím. Odstraňují se hraniční bariéry a místní podniky se musejí potýkat s velkým konkurenčním nárůstem. Konkrétně drůbežářské podniky musí řešit problém neschopnosti konkurovat cenou. Sousední státy k nám dovážejí podstatně levnější vejce a drůbežárny nejsou schopny ve stávajících podmínkách vyprodukovat vejce za stejně nízkou cenu a ztrácejí své zákazníky, kteří dávají přednost produktům levnějším. Zmíněná nesnáze se netýká pouze komodity vejce, ale představuje globální problém většiny společností.

Česká ekonomika je stále v recesi a stoupá nezaměstnanost. Důsledkem toho klesá spotřeba domácností a umocňuje se vyšší nabídka nad poptávkou. Podniky jsou pak tlačeny k neustálému hledání nových zákazníků a nových cest, jak je získat, jak udržet ty stávající či jak zvýšit svoji konkurenceschopnost. Jedná se o cyklický problém – domácnosti kupují méně a upřednostňují zboží s nižší cenou. Místní podniky tak přicházejí o svůj zisk, neprodávají a tím obtížnější je místní ekonomiku pozvednout.

Cílem této práce je aktuální charakteristika trhu vajec v ČR. Do problematiky musí být zahrnuta současná platná legislativa, včetně nařízení Evropské unie. Práce by se měla dotýkat čtyř hlavních oblastí – produkce, distribuce, prodeje a ceny vajec. Ve stejném logickém pořadí budou členěny i hlavní kapitoly v teoretické části práce. První kapitola, produkce, bude nejdříve věnována produkci obecně, poté se zaměří na význam drůbežářství, možnosti chovu drůbeže a jeho technologiemi, dále na vývojový trend a poté bude zakončena podkapitolou věnovanou statistickým datům produkce ČR a okolních států pro účely porovnání.

Distribuce bude dělena do tří obsáhlejších podkapitol - čerstvost vajec, kvalitativní znaky vajec a zpracování vajec. Zpracování vajec bude dále rozčleněno na sběr, třídění, omývání vajec, které je odlišné v EU a USA, uskladňování vajec a příprava na jejich přepravu. V další kapitole, zaměřené na prodej, se bude pojednávat především o obalech – jejich funkci, používaných materiálech, globální kategorizaci a krátce také o novinkách ve světě obalů. Další část bude věnována označování vajec, a to především z hlediska jakostních tříd či identifikačního kódu. Krátce bude poukázáno na nezákonné praktiky některých výrobců.

Kapitola cena vajec - porovnání cen vajec v ČR za období od roku 2003 do roku 2013. Druhá podkapitola této části se bude zabývat krizí na trhu vajec v roce 2012 a jejich příčinách.

Pro druhou, praktickou, část práce jsem si zvolila podnik ZEVOS, a. s., který působí v oblasti drůbežářství. Mým cílem je charakterizovat činnosti tohoto podniku, co se drůbežářství týče a zhodnotit vývoj jejího působení na trhu. Charakteristika by měla ukázat, do jaké míry je podnik ovlivňován okolím, a jak se situací nakládá. Historie dat bude cirká 11 let, aby se do rozboru promítl vstup České republiky do Evropské unie a s tím související nařízení, která jsou pro drůbežárny směrodatná. Aby bylo dosaženo vytyčeného cíle, budou použity interní zdroje dané společnosti, a tak bude zajištěna reálnost popisovaných dat.

Práce bude zakončena dotazníkem, jehož náplní je zjistit cenovou elasticitu vajec, kritéria rozhodování spotřebitelů a čím jsou při nákupu ovlivňováni. Dotazník bude anonymní a bude šířen elektronickou formou.

# 1 PRODUKCE VAJEC

Produkcí obecně rozumíme výrobu. Pokud hovoříme konkrétněji o produkci vajec určených k prodeji, jedná se o tzv. produkci tržní, jejíž definice může být následující: „Za tržní produkci je považována produkce, která prochází trhem nebo je určena pro trh. Jedná se o produkty, prodávané za ceny, které pokrývají alespoň 50% nákladů, naturálně směřované produkty, produkty poskytované jako naturální potraviny apod.“ [4]

Pro zařazení produkce vajec do oboru je důležité rozlišovat dva pojmy – drůbežnictví a drůbežářství. Vymezení dle slovníku zní: „Drůbežnictví je obor zemědělské výroby zabývající se odchovem a chovem drůbeže, zatímco drůbežářství je obor průmyslové výroby zabývající se zpracováváním drůbeže a jejích produktů. Význam chovu domácí drůbeže spočívá zejména v produkci kvalitních živočišných bílkovin (maso, vejce), které představují důležitou složku zdravé a racionální výživy lidí.“ [20]

## 1.1 Význam, náročnost

Drůbežářství nepatří mezi náročné obory, pro producenty je méně náročné. Znamená snazší a rychlejší zvýšení výstupů než u ostatních hospodářských zvířat, i díky tomu, že drůbež je přizpůsobivá vzhledem k podnebí i nadmořské výšce. Při porovnání není drůbežnictví tak náročné ani finančně. Například v rozvojových zemích je drůbežářství v kombinaci s ostatními zemědělskými činnostmi velice důležité zvýšení příjmů. Pro malý podnik nejsou požadavky na území ani kapitál veliké a zajišťují pravidelný příjem hotovostních peněz. [10]

## 1.2 Možnosti chovu

Chov slepic byl dříve v domácnostech běžnou záležitostí a každý si nejspíše dokáže představit, jak vypadal. Dnes je tento chov ojedinělý a vyskytuje se spíše na vesnicích. V dnešním 21. století převládá průmyslová výroba. Jednotlivé podniky jsou rozdělené dle velikosti a zaměření jejich činnosti. Nejčastějšími typy drůbežářských podniků jsou: [10]

- „dvorkové“ drůbežářství,
- farmářské hejno,
- komerční drůbežárna,
- specializovaná produkce vajec,
- integrovaná produkce vajec.

Dvorkové drůbežářství představuje chov ve volném výběhu, přírodní líhnutí a nevyžaduje tolik nároků na lidskou práci. [10]

Farmářské hejno má již oddělené líhnutí od produkce a líhnutí je umělé. Hovoříme o smíšeném hospodářství. [10]

Komerční drůbežárna je charakteristická spojením produkce vajec a drůbežího masa. [10]

Specializovaná produkce vajec, jak již název napovídá, je zaměřena pouze na vejce, tzv. „single komodita“ a výroba drůbežího masa se stává nezávislou. [10]

Integrovaná produkce je nejvyšší stupeň a můžeme ji charakterizovat jako samostatné podniky začleněné jako podnikání. Je to vaječný komplex, ve kterém už najdeme i pás a řízenou kontrolu. [10]

### **1.3 Technologie pro chov drůbeže**

Vyvinuté technologie pomáhají dnešním podnikům v jejich činnostech. Každý producent si musí zvolit svůj způsob chovu, ale musí se zároveň řídit všemi omezeními, včetně EU. Hlavní dělení jednotlivých technologií chovu: [1]

- v obohacených klecích a voliérách
- na podestýlce, volný výběh

#### **1.3.1 Obohacené klece a voliéry**

Původní klecový chov zvířat je zakázán. Dnes lze, dle směrnice Rady Evropy 74/1999 EK o minimálních standardech pro chov nosnic, chovat pouze v tzv. obohacených klecích. [8] Obohacené klece poskytují pro zvířata lepší životní podmínky. Jednou z důležitých změn je větší velikost chovné klece. Stále to však není ideální varianta chovů. [1]

#### **1.3.2 Podestýlka, volný výběh**

Chov na podestýlce znamená, že zvířata jsou sice také v uzavřeném prostoru s dalšími jedinci, ale již se mohou volně pohybovat a vejce snášejí do hnízd. Ve volném výběhu jsou slepice uzavřeny v halách nebo mají volný výběh, kde se mohou neomezeně pohybovat. Tento typ chovu umožňuje nosnicím dostatek možností k jejich přirozenému chování. [1]

V průběhu posledních deseti let se využívání technologií chovu mění. Dříve se využíval ve většině případů chov klecový. Nyní je zaznamenán strmý přechod k technologiím alternativním – chov na podestýlkách a ve volném výběhu. Důvodem jsou welfare požadavky, které vyplývají z evropské legislativy. V roce 1996 bylo v EU 92% slepic chováno

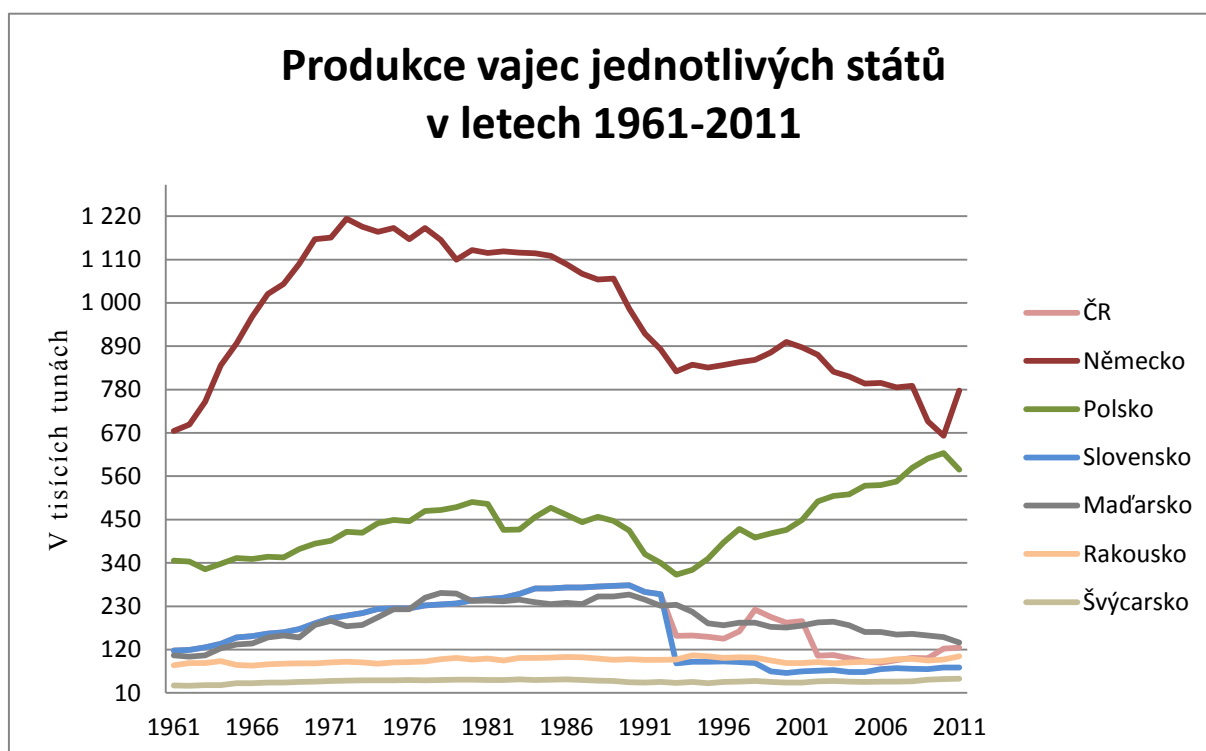
v klecovém chovu. O pár let později, konkrétně v roce 2010, byly v klecových chovech dvě třetiny zvířat. Přejít na alternativní chov uplatňuje například Německo nebo Holandsko. V Německu se v roce 2008 vyprodukovalo z alternativních chovů 40% vajec a v roce 2010 to bylo již 90% celkové produkce. Oproti tomu ve Velké Británii, Francii, Dánsku, Belgii a Španělsku se očekává přecházení k obohacenému klecovému chovu. Ale do budoucna se obecně bude podíl alternativních chovů zvyšovat i ve zmíněných zemích. [7]

## 1.4 Přesun světové výroby

S postupem času se nemění pouze technologie chovu, ale také postavení zemí v celkové produkci. V současné době silnější pozici zaujímají rozvíjející se a rozvojové země. Vedoucí postavení zaujímá Asie, speciálně Čína. Dle výzkumu, ve kterém se porovnávaly roky 1990, 2000 a 2008, se produkce v Asii, Americe a Africe zvýšila. Pouze v Evropě celková produkce poklesla. Důvodem byl socioekonomický transformační proces ve východní Evropě. [7]

## 1.5 Grafické znázornění produkce

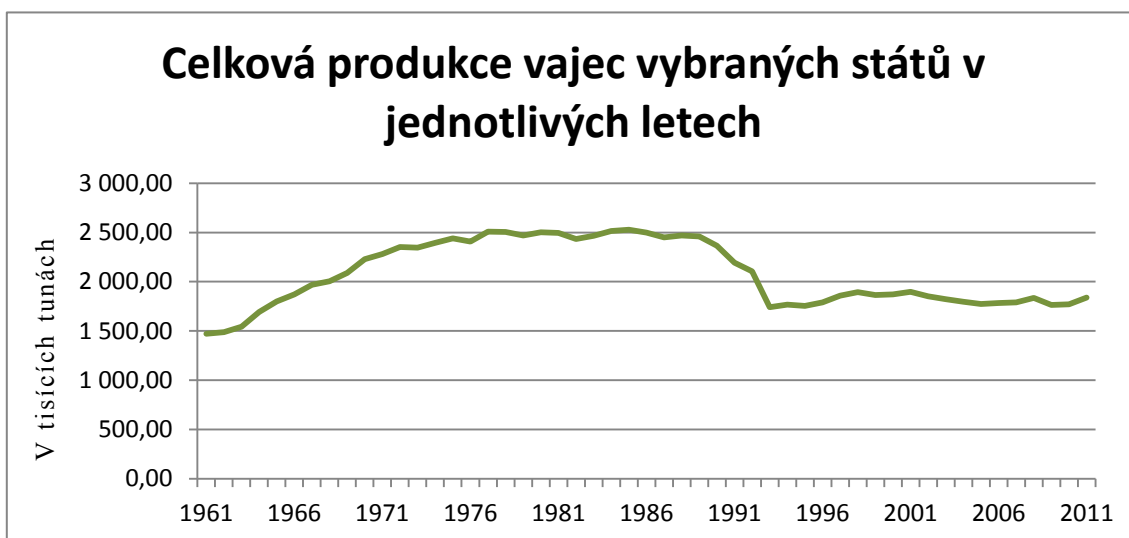
Pro porovnání výše produkce vajec ČR s jinými státy jsou použity statistické údaje ze sousedních zemí, a to z Německa, Polska, Slovenska, Maďarska, Rakouska a Švýcarska.



Obrázek 1: Produkce vajec vybraných zemí (1961-2011)

Zdroj: vlastní zpracování dle [11]

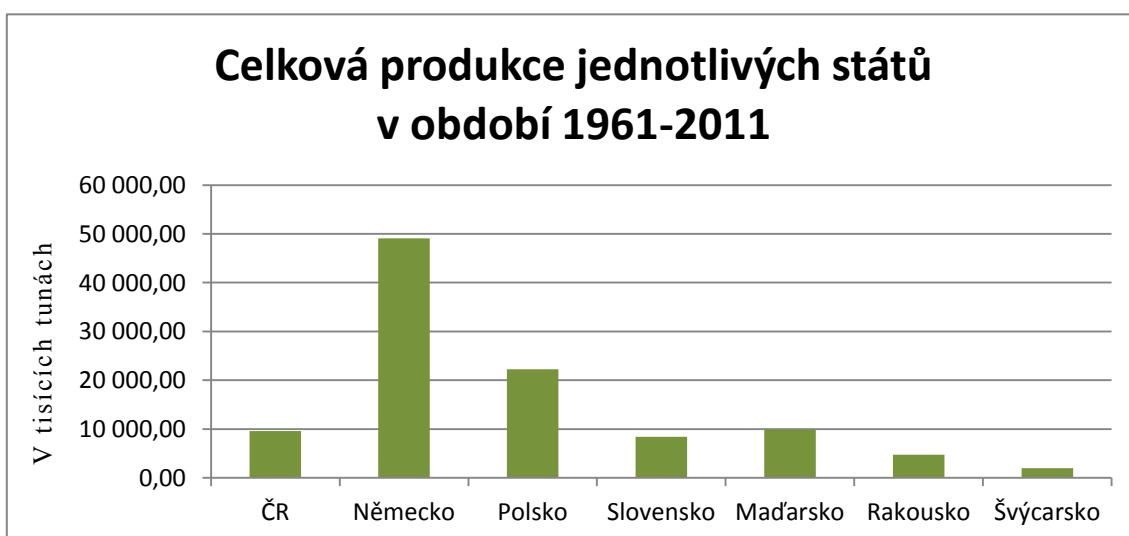
Obrázek znázorňuje celkové dílčí produkce vybraných zemí. Počáteční je rok 1961 a konečný je 2011, pro rok 2012 nebyly statistické údaje dosud zpracovány. Jak je z obrázku vidět, největším producentem je Německo a Polsko. Nejdříve produkce neustále narůstá, s menšími výkyvy, až do roku 1990 a poté je zaznamenán globální pokles u všech států. Tento jev je vyvolán zvýšenou produkcí asijských zemí. Souhrnně tedy produkce rostla, avšak v zemích EU došlo k poklesu, který přetrvává dodnes (výjimkou je Polsko, které produkuje vejce s nízkou cenou). [15] Stejný jev vidíme i na obrázku 2, který zobrazuje součet produkce vybraných států za jednotlivé roky.



**Obrázek 2:** Celková produkce vajec vybraných zemí (1961-2011)

*Zdroj: vlastní zpracování dle [11]*

Následující obrázek vykresluje celkovou produkci jednotlivých států za uvedené období.



**Obrázek 3:** Celková produkce jednotlivých států (1961-2011)

*Zdroj: vlastní zpracování dle [11]*

## 2 DISTRIBUCE VAJEC

Distribuce je soubor operací a postupů, pomocí níž se výrobek dostává do svého místa určení. Je součástí marketingového mixu a nelze ho chápat pouze jako pohyb zboží. „Distribuční politika zahrnuje všechny operace, nezbytné pro přemístění zboží od výrobce/dodavatele buď přímo nebo prostřednictvím určitých mezistupňů na místo vybrané spotřebitelem anebo uživatelem nebo na místo, kde si je mohou potenciální zákazníci snadno koupit.“ [3]

### 2.1 Čerstvost vajec

U komodity vejce je důležitá především čerstvost. Je nutné od sebe odlišit čerstvost: [22]

- biologickou – znamená schopnost vývoje zárodku ve vejci a je možné je skladovat, za příznivých podmínek, několik dní,
- obchodní – vyjadřuje, do jaké míry jsou vejce vhodná pro užití v potravinářském průmyslu. Určení této míry je poměrně obtížné, a to z důvodu nevratných změn, které od okamžiku snesení ve vejcích probíhají, a tudíž snižují jejich biologickou hodnotu.

Vhodnost použití pro potravinářské účely je dána kvalitativními ukazateli, které jsou ovlivňovány výskytem vad, dobou a způsobem skladování. [22]

Bližší dělení podrobně rozepsáno v následující podkapitole 2. 2 Kvalitativní znaky vajec.

### 2.2 Kvalitativní znaky vajec

Základní dělení se člení na znaky vnitřní a vnější. Dle těchto znaků se pak dále posuzují vady na vejcích. Ty se zjišťují pomocí prosvěcování a pohledem při třídění. Pohledem se posuzují znaky vnější a prosvícením znaky vnitřní. Členění kvalitativních znaků vajec: [22]

- vnější znaky: [22]
  - velikost (hmotnost) vejce,
  - tvar,
  - barva skořápky,
  - skořápka (tloušťka, pevnost, měrná hmotnost, znečištění, elastická deformace, deformita).



- vnitřní znaky: [22]
  - čerstvost,
  - tvorba emulze,
  - tvorba pěny (šlehatelnost, trvanlivost pěny, pevnost pěny),
  - barva žloutku (barevná intenzita a odstín),
  - chuť, vůně a barva,
  - nutriční hodnota (složení) vejce.

## **2.3 Zpracování vajec**

Opět platí zásada čerstvosti. Celý systém musí být uzpůsoben tak, aby se vejce dostala co nejdříve na místo určení – ať už ke spotřebiteli nebo k závodům zpracovávající vejce a vaječné produkty. Přitom musí být neustále dodržovány hygienické i jiné požadavky.

### **2.3.1 Sběr vajec**

Hlavním cílem při sběru vajec je udržení jejich kvality, to znamená udržení čistoty, neporušenosti, tvaru apod. Pokud je vejce sneseno, je prakticky sterilní, znečišťuje se až vnějším okolím. Je tedy důležité vybrat technologii chovu a sběru takovou, aby se s vejci manipulovalo co nejméně a nejšetrněji. Ve snáškových halách jsou vejce sbírána ručně či mechanizovaně, přičemž ručně se sbírají vejce snášená pouze v hlubokých podestýlkách. Blízko hnízd je umístěn dopravní chodník a vozíky s proložkami, kam jsou vejce sbírána. Další možností je umístit do blízkosti hnízd zkosenou podlahu, po které se vejce skutálí na sběrný pás. [22]

Mechanický, čili automatizovaný sběr je optimální způsob sběru vajec. Tyto sběry jsou automatizovány tak, aby nedocházelo ke znehodnocování vajec. Frekvence sběru musí odpovídat snáškám ze dvou důvodů. Prvním důvodem je, aby nedocházelo k přeplnění a možnému poškození a druhým důvodem je uchování trvanlivosti vajec. Čím dříve se vejce po snášce zchladí, tím má delší trvanlivost. [22]

### **2.3.2 Třídění vajec**

Posbíraná vejce je nutné dále vytřídit. Prvním krokem je selektování vajec pro přímý prodej, skladování v chladírnách a na konzervaci, a na vejce, která jsou určena pro výrobu vaječných hmot. Druhým krokem je vytřídění vajec s vadou, a to nejdříve vizuálně a poté prosvěcením. Vejce s označení A (podrobněji viz podkapitola 3. 2. 1 Jakostní třídy vajec) jsou ještě váženy a tříděny dle hmotností. Po jejich rozdělení jsou vejce pomocí razítkovacích

hlaviček opatřena kódem (viz kapitola 3. 2. 2 Kód na vejcích). Poslední fází třídícího procesu je balení vajec, které je blíže specifikováno v kapitole 3.1 Obal.

Aby byla doba mezi prvovýrobou a spotřebitelem co nekratší, třídí některé větší podniky vejce již v podniku, kde jsou tříděna dle velikosti a hmotnosti, označí se kódem, ukládají se do proložek a ty jsou pak naskládány do přepravních obalů. Přepravní obal je buď kovová bednička, nebo kontejner a každý z nich musí být označen jménem, názvem výrobce, datem balení a počtem vajec. [22]

### **2.3.3 Mytí vajec v EU a USA**

Přístup k mytí vajec je územně odlišný. Do konce roku 2013 existovaly v EU tři jakostní třídy vajec, a to: [17]

- A neboli “čerstvá vejce”,
- B neboli “vejce druhé jakosti nebo konzervovaná”,
- C neboli “vejce nízké jakosti určená pro potravinářský průmysl”.

Vejce třídy A bylo zakázáno mýt, ta vejce, která se omyla, klesla do třídy B a bylo možné je prodávat jako stolní vejce. Od 1. ledna roku 2004 legislativa společenství sjednotila třídy B a C do jedné třídy B a tato vejce nelze prodávat, jsou určena pouze pro průmyslové účely. [17]

Omývání se nedoporučuje z toho důvodu, že by se poškodila tzv. kutikula – ochranná vrstva na povrchu skořápky, tím by se otevřely póry skořápky, do vejce pak rychleji pronikají mikroorganismy a vejce se kazí. [22] Dalším důvodem obav je také to, že mytí může být krytím pro špatné hospodaření a hygienické standardy. [17]

Z toho vyplývá, že v EU se mytí vajec provádí velice zřídka (některé prameny dokonce uvádí, že mytí vajec je zakázáno), pouze asi deset podniků ve Švédsku a jeden podnik v Nizozemí mytí uskutečňuje. Švédsko požaduje mytí vajec především kvůli stravovacím službám, zejména v nemocnicích. [17]

Naopak v USA, a nověji také v Japonsku, se mytí vajec běžně praktikuje. [17] Rozvoj metod mytí vajec se vyvíjí od dvacátého století a dnes se využívá tzv. vysokorychlostní mytí vajec. Během tohoto procesu je pečlivě kontrolována teplota mycí vody, hodnota PH a správné použití detergentu, zásaditého čisticího prostředku. Poté jsou vejce oplachována v sanitačním činidle a ošetřena olejem. Celý proces má za cíl minimalizovat výskyt bakterií na skořápkách jako jsou plísně, kvasinky, salmonella a další mikroorganismy. [14]

### **2.3.4 Uskladňování vajec**

V podnicích s moderní technologií se vejce ochlazují v tunelech, ve kterých je  $-1^{\circ}\text{C}$  na zhruba  $13^{\circ}\text{C}$ . Vejce jsou ukládány na proložky tak, aby byla vzduchová bublina nahoře. Takto se pak skladují a musí být chráněny před světlem a před vnikáním hmyzu, hlodavců a ptáků. Vejce se nesmí skladovat s jinými produkty, poněvadž snadno přijímají vnější pachy. [22]

### **2.3.5 Příprava pro přepravu**

Po sběru a vytřídění se musí vejce co nejrychleji dopravit na určená místa. Musí se dbát o to, aby při přepravě nebyla vejce mechanicky poškozena, nedošlo k přehřátí či zmrznutí nebo znečištění. Vozidla, která se užívají pro přepravu, by měla být klimatizovaná, dobře odpružená a snadno čistitelná. Důležitým faktorem jsou také kvalitní obaly, které mohou napomoci k přepravě beze škod. Za celou dodávku odpovídá odesílatel. [22]

Při dodávce zboží se vejce opět třídí, přičemž se kontrolují doklady, stav vajec po přepravě, kvalita obalů a tak dále. Za správné označení a vybavení zásilky odpovídá dodavatel. [22]

Vejce se balí do proložek a krabiček. Proložky po 30 ks, krabičky po 6, 10 nebo 12 kusech jsou považována za balení maloobchodní. Jakékoliv balení obsahující více jak 30 ks vajec je řazeno jako velkospotřebitelské balení a jedná se o kontejnery či palety, do kterých jsou rovnány vejce na proložkách. Na obalech pro spotřebitele musí být uvedeno: [22]

- název výrobku,
- jméno nebo firma a adresa výrobce, případně číslo třídirny,
- jakostní třída,
- hmotnostní skupina,
- počet kusů,
- datum minimální trvanlivosti,
- upozornění pro spotřebitele, např. určení skladovací teploty.

### 3 PRODEJ VAJEC

Vejsce není možné prodávat pouze na základě podnikatelských či osobních rozhodnutí, alespoň co se týče větších společností. Existuje několik norem a omezení, která musí být bezpodmínečně dodržována. Při prodeji jsou důležité cenové složky, marketing, distribuční kanály, strategické plánování a řada dalších, propojených procesů.

#### 3.1 Obal

Obal výrobku je součástí marketingu. Nelze zobecnit marketingový postup, každý podnik si ho vytváří individuálně sám. Avšak konkrétněji, obaly, se musí řídit normami a ty již nelze vytvářet, jak se podniku zlíbí. Standardy pro obaly jsou upravovány dle ČSN. Rozlišuje se pět základních funkcí obalu a jsou to funkce ochranné, skladovací, manipulační, informační a dopravní. Každý má svoji úlohu a je důležité, aby obal plnil všechny funkce současně. Kritéria, dle kterých je obal volen jsou: [6]

- povaha výrobku,
- vliv prostředí,
- požadavky obchodu v zájmu zákazníků,
- podmínky přepravy.

Dále se zohledňují vlastnosti tvaru a rozměru, pevnosti a udržení zboží, propustnosti a povrchové i materiální úpravy. [6] Všechny aspekty je třeba do výroby obalu zahrnout.

##### 3.1.1 Obaly na vejce - materiály

Obalů na vejce existuje mnoho druhů, které se liší velikostí, materiálem, ze kterého jsou vyrobené, technologií výroby obalu či designem.

Vyrábí se z papíru, plastu či polystyrenu. Nejvíce rozšířené, zároveň pro vejce nejlepší, jsou obaly papírové, druhé nejrozšířenější jsou pak obaly z plastu. [13]

Papírové obaly z nasávané kartonáže díky svým vlastnostem zaručují čerstvost potravin. Díky savému papíru pohlcuje vlhkost na vejcích, která může při změnách teplot vzniknout, a zabraňují tak vzniku plísní. Dalšími vlastnostmi těchto obalů je jejich pevnost, která mechanicky vejce chrání a jejich recyklovatelnost, která je šetrná k prostředí. [7]

### **3.1.2 Kategorizace malopotřebitelských obalů na vejce**

V jednotlivých zemích evropského trhu se způsob propagace a prodeje vajec výrazně liší. Lze ho rozdělit do tří skupin, geograficky ohraničených: [13]

- „pragmatický styl“ – zde se vejce prodávají výhradně v papírových obalech několika málo typů, mají jednoduchý, dobrý a zároveň lehký design. Tato strategie je využívána především ve Velké Británii, Německu, Holandsku nebo Rakousku.
- „chaos“ – vejce se prodávají v obalech z různých materiálů, systém prodeje je chaotický a neřízený. Do této skupiny spadá ČR, z větší části Slovensko a Maďarsko.
- „řízený chaos“ – obaly jsou velmi složité, graficky náročné, snaha odlišit se od ostatních výrobců na úkol jednoduchosti a přehlednosti. Charakteristické pro Ukrajinu, Chorvatsko, Slovinsko a částečně Polsko.

### **3.1.3 Novinky Obalové asociace SYBA**

SYBA je obalový institut, který se zabývá trendy a specialitami obalového designu. Rychle rostoucí trend nyní vykazují elektronické čtečky. Dají se zdarma užívat i v mobilních telefonech a funguje v podstatě jako lepší čárový kód. Využití těchto kódů je například pro příbalové informace. Stávající situace je taková, že lidé se pečlivěji starají o to, co jedí a o příbalové informace jeví zájem. Další možností využití by mohlo spočívat pro starší spotřebitele. Často se potýkají s problémem, že malé písmo na obalech nemohou přečíst. Zde ale může být překážkou jejich nečinnost v užívání moderních technologií. [13]

## **3.2 Označování vajec**

Označování se provádí jednak na vejce samotná, podrobněji podkapitola 3. 2. 2 Kód na vejcích, a jednak z hlediska jakosti a s tím související hmotnosti. Jakostní třídy a členění vajec do skupin dle hmotnosti je popsáno v následující podkapitole 3. 2. 1 Jakostní třídy vajec.

### **3.2.1 Jakostní třídy vajec**

Jakostní skupiny vajec jsou dvě. Mají označení A a B. Jakostní skupina B není určena k přímému prodeji a používá se pouze pro průmyslové zpracování vajec, přičemž se nesmí označit jako čerstvá. Jakostní třída je určena pro maloobchodní prodej a vejce v ní zařazená se na obalech velice často označují pouze jako čerstvá. Čerstvá = třída A. Tato vejce jsou dále členěna dle hmotnosti na vejce skupiny S-XL: [2]

- XL – velmi velká: 73 g a více,
- L – velká: 63 g - 73 g,
- M – střední: 53 g - 63 g,
- S – malá: do 53 g.

### 3.2.2 Kód na vejcích

Prodejní vejce musí být označena kódem dle Vyhlášky Ministerstva zemědělství č. 326/2001 Sb., kterou se provádí § 18 písm. a), d), g), h), i) a j) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, pro maso, masné výrobky, ryby, ostatní živočichy a výrobky z nich, vejce a výrobky z nich § 22. [9] Kód je složen ze tří částí. První část je číslo od 0-3 a označuje způsob chovu: [9]

- 0 – chov v ekologickém zemědělství,
- 1 – chov ve volném výběhu,
- 2 – chov v halách,
- 3 – chov v klecích.

Druhá část kódu je dvoumístný registrační kód státu, např. DE pro Německo, PL pro Polsko nebo CZ pro Českou republiku. [7] Poslední částí je čtyřmístný alfanumerický kód, který vyjadřuje registrační číslo chovu. [9] Tento kód je možný vyhledat například na internetových stránkách společnosti ČESKÁ VEJCE, a. s., kde je možné zadat kód uvedený na vejci a zjistit podrobné informace o původu vajec. [16]

### 3.3 Kauza bio vejce v Německu

Ke konci února roku 2013 se v médiích objevovala zpráva, že se v Německu prodávaly vejce, které byly falešně označeny jako bio. Šetření začalo v září 2011 a údajně by mohlo jít o jeden z nejrozsáhlejších podvodů v německém zemědělství. Do podvodu by mohlo být zapojeno až 200 drůbežáren ze západu a severu Německa. Na trh se dostaly miliony vajec, falešně označovaných jako bio vejce nebo vejce z volného výběhu, k čemuž ovšem dle regulí EU nebyly drůbežárny oprávněny. Ve skutečnosti se jednalo o vejce nosnic žijících ve stísněných podmínkách. Dle odhadů se jedná o systematický podvod za účelem zisku. Bio vejce jsou na trhu za vyšší cenu než vejce s klecových chovů. Drůbežárnám hrozí odnětí licence a dále pokuta nebo vězení až do jednoho roku. Případ stále není uzavřen a probíhá šetření. [19]

## 4 CENA VAJEC

Cena je směnná hodnota statku či služby. Cena vajec se řídí dle Nařízení Komise (ES) č. 546/2003, která ukládá, kdy a jakou formou bude cena vajec zveřejňována. [12]

### 4.1 Vývoj cen v ČR

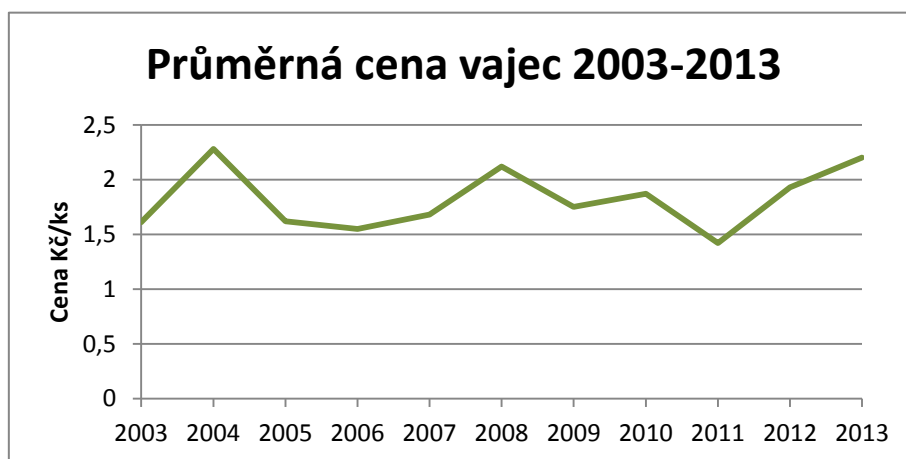
Údaje v tabulce jsou vždy z ledna daného roku. Jsou rozděleny do jakostních tříd, jak je uvedeno v podkapitole 3.2.1 Jakostní třídy vajec. Vejce velikosti XL jsou v tabulce uvedeny jako  $\emptyset$  ostatní.

**Tabulka 1:** Vývoj cen vajec (cena/ks) v ČR za období 2003-2013

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
S	1,25	1,96	1,25	1,21	1,3	1,72	1,31	1,28	0,82	1,42	1,67
M	1,62	2,31	1,63	1,54	1,66	2,12	1,72	1,87	1,42	1,94	2,21
L	1,7	2,31	1,6	1,59	1,69	2,13	1,8	1,92	1,48	1,95	2,27
$\emptyset$	1,61	2,28	1,62	1,55	1,68	2,12	1,75	1,87	1,42	1,93	2,2
$\emptyset$ ostatní	1,77	2,6	1,85	1,69	1,82	2,29	1,97	2,13	1,93	2,19	2,53

*Zdroj: [23]*

Vývoj ceny vajec se odvíjí od poptávky po komoditě, nákladech a dalších faktorech.



**Obrázek 4:** Průměrná cena vajec 2003-2013

*Zdroj: vlastní zpracování*

Na obrázku 4 je viditelný nárůst ceny z roku 2011 na rok 2012 a 2013. Nárůst vznikl v důsledku účinnosti směrnice – dále viz 4.2 Vývoj cen v roce 2012. [21]

## 4.2 Vývoj cen v roce 2012

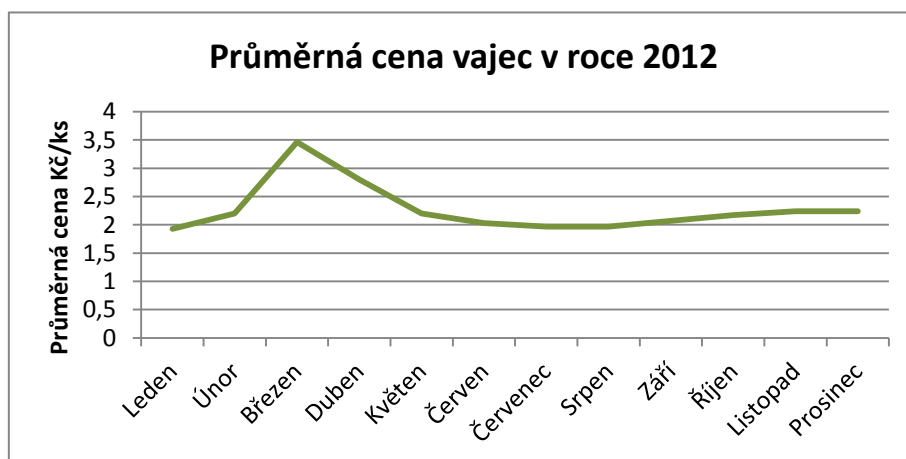
Pro drůbežářství byl rok 2012 přelomový v tom, že začala platit směrnice Rady Evropy 74/1999 EK, o minimálních standardech pro chov nosnic. Pro podniky tato změna představovala obrovské investice, které byly nuceny do nových hal investovat. Je tedy pochopitelné, že náklady takových rozměrů (desítky milionů Kč) se musely promítnout do cen vajec, na některých místech České republiky se cena za vejce vyšplhala až k 8 Kč/ks. Investice však nebyly jedinou příčinou vzniku této situace. Větší množství podniků podcenilo přípravu na změny a poté, co směrnice přešla do účinnosti, nemohly dále produkovat v neobohacených klecích, poněvadž by to bylo v rozporu se směrnicí a byly nuceny provoz zastavit. Vejce se tak staly vzácnou komoditou, protože jich byl nedostatek a ceny rostly. [15]

**Tabulka 2:** Průměrné ceny vajec v roce 2012

1. čtvrtletí	Kč/ks	2. čtvrtletí	Kč/ks	3. čtvrtletí	Kč/ks	4. čtvrtletí	Kč/ks
Leden	1,93	Duben	2,80	Červenec	1,97	Říjen	2,17
Únor	2,20	Květen	2,20	Srpen	1,97	Listopad	2,24
Březen	3,46	Červen	2,03	Září	2,07	Prosinec	2,24

*Zdroj: vlastní zpracování dle [23]*

V tabulce jsou použité statistické údaje z výročních zpráv SZIFu, konkrétněji průměrné ceny za jednotlivé měsíce roku 2012. Ceny jsou uvedeny v Kč za jeden kus.



**Obrázek 5:** Průměrná cena vajec v roce 2012

*Zdroj: vlastní zpracování*

Na obrázku je velmi dobře vidět zmiňovaný březnový nárůst cen vajec. Vzniklá ekonomická situace nepřinášela jen nevýhody, ale také výhody pro české farmáře a menší podniky. Společnosti, kterým úspěšně konkurovaly velkoobchody svojí nízkou cenou, z tohoto období jen vytěžily maximum. Vejce byl velký nedostatek a z toho důvodu byl zájem i o jejich produkci. Podařilo se jim prodat veškerá vyprodukovaná vejce za dobrou cenu, což se jim ne vždy vydařilo. [15]



## 5 ZEVOS, A. S.

Předmětem této kapitoly je společnost ZEVOS, a. s., která se zabývá, mimo jiné, i drůbežářstvím. Bude proto využita pro účely aplikace teorie do praxe a to takovým způsobem, že předchozí, teoretické kapitoly budou demonstrovány na skutečném podniku. V následujících několika kapitolách bude zachycena nejdříve charakteristika společnosti ZEVOS, a. s. jako takové a dále budou podkapitoly věnované jednotlivým roků hospodaření společnosti.

### 5.1 Základní údaje z OR

Základní údaje společnosti čerpané z Obchodního rejstříku: [18]

- datum zápisu do OR: 11. září 1992,
- obchodní firma: ZEVOS a. s.,
- sídlo: Uherské Hradiště, Nádražní 25, PSČ 686 01,
- identifikační číslo: 469 72 501,
- předmět podnikání (zde vybrán pouze údaj týkající se tématu práce, zbytek činností popsán v podkapitole 5.3 Charakteristika činností podniku): Výroba jatečných a užitkových prasat včetně selat, jatečné a chovné drůbeže (kuřata, slepice, kohouti), konzumních vajec a vaječné hmoty, zemědělských výrobků, krmných směsí, úsušků a krmných doplňků,
- základní kapitál: 244 710 000,- Kč.

### 5.2 Vznik společnosti ZEVOS a. s.

Akciová společnost ZEVOS byla založena 1. října 1992 a vznikla dnem zápisu do Obchodního rejstříku. Před tímto zápisem fungovala společnost od roku 1971 jako Zemědělské výrobní sdružení Uherské Hradiště. Toto sdružení vzniklo spojením více družstevních podniků za účelem specializace, koncentrace a vzájemné kooperace. Později, jak již bylo zmíněno, vznikla sloučením jedna akciová společnost s názvem ZEVOS. [26]

Současná struktura společnosti z hlediska řízení funguje ve dvou základních úrovních. „První úroveň tvoří vedení společnosti s právní subjektivitou a strategickým řízením. Druhou úroveň tvoří závody s vysokou podnikatelskou samostatností a ekonomickou odpovědností.“

[26]

### 5.3 Charakteristika činností podniku

Společnost ZEVOS a. s. působí ve více oblastech podnikání. Zabývá se především: [26]

- stavební činností se širokým zázemím odborných řemesel pro kompletní dodavatelskou nabídku,
- zámečnickou činností,
- výrobou BIO úsušků a krmiv pro hospodářská zvířata,
- zemědělskou výrobou v oblasti drůbeže, vajec, vaječné melanže a prasat,
- prodejem motorové nafty, benzínu, olejů a maziv,
- pronájem, ekonomickým poradenstvím,
- zprostředkovatelskou činností v oblasti obchodu,
- ručním mytím nákladních a osobních vozidel.

Veškerá výše jmenovaná obchodní činnost není soustředěna do jednoho místa, ale je rozčleněna do více závodů. Podnik je rozdělen do vedení a závodů. Vedení společnosti sídlí v Uherském Hradišti, drůbežářský závod se nachází ve Starém Městě, závod pro výrobu vepřového masa je umístěn v Kunovicích, pro výrobu krmných směsí slouží závod v Dolním Němčí, kde jsou také umístěné i sušárny související s touto činností a posledním závodem je stavební závod, který působí v Uherském Brodu. [26]

### 5.4 Drůbežářský závod Staré Město

V závodech Staré Město se zaměřují na tři hlavní činnosti, které jsou: [25]

- výroba a prodej vajec,
- výroba a prodej melanží (směs, bílková, žloutková),
- prodej jatečných slepic.

Vejsce jsou tříděna přímo v podniku, jelikož je možné si je na místě koupit. Závod nabízí produkty v maloobchodním i velkoobchodním množství.

Celková nabídka výrobků: [25]

- tříděná vejce balená v krabičkách po 10, 12 nebo 18 kusech,
- tříděná vejce balená do folie po 30 nebo 60 kusech,
- vejce na proložkách balená v kartonech po 180 nebo 360 kusech,
- vejce na proložkách volně na paletách po 8 640 kusech.

## **5.5 Hospodářská činnost 1998, 1999**

Rok 1998 byl z hlediska úrody rokem slabším. Loňský rok v červenci došlo k masivním záplavám, které poškodily zemědělskou půdu, snížily její úrodnost, a komplexně zaplavily středisko odchovu drůbeže a dopravy ve Starém Městě. Podnik dostal od pojišťovny náhradu škody způsobenou záplavami ve výši 12 285 642,- Kč. Konečný hospodářský výsledek je zisk ve výši 671 000,- Kč, ze kterého bylo do zákonného rezervního fondu odvedeno 35 tis. Kč a ze zbytku byla uhrazena ztráta z roku 1995. [24]

Oproti roku 1998 byl zisk společnosti výrazně nižší. Společnost dosáhla zisku ve výši 267 tis. Kč. Do zákonného rezervního fondu byla ze zisku odvedena částka 15 000,- Kč, ze zbylé části byla opět uhrazena ztráta z roku 1995. [24]

## **5.6 Hospodářský rok 2000**

Společnost ZEVOS, a. s., která podniká v oblasti zemědělství, stavebnictví, řemesel a obchodní činnosti, musí udržet svoji konkurenční schopnost, což je pro ni náročné. Proto se v důsledku restrukturalizace zaměřila především na zemědělskou výrobu v oblasti drůbeže, prasat, krmivářství a částečným zázemím se stává rostlinná výroba a stavební činnost. Významnější je také vlastní obchodní činnost s ropnými produkty. [24]

Byla nucena ukončit činnost závodu PSV Staré Město a prostory jsou průběžně pronajímány, stejně jako nevyužívaný majetek, který se přestal používat z konkurenčních či strategických důvodů. Zájem o výrobní prostory je však vysoký a pro společnost představuje příliv peněžních prostředků. Dlouhodobější problémy má stavební závod, kterému se nedaří dosahovat uspokojivé ziskovosti z důvodu velmi silné konkurence. Celkový hospodářský výsledek činil zisk 700 tis. Kč a jako cíl pro následující období si společnost stanovila zajistit kapitálovou výnosnost veškerého svého majetku. [24]

Plán produkce vajec byl splněn, i přestože se ve dvou výrobních halách objevila nemoc, která negativně ovlivnila produkci a zvýšila úhyny nosnic. Problém se řešil prodlouženou zástavou na ostatních halách a po skončení zástavy se situace dále bude řešit s pojišťovnou. Celkem bylo vyprodukováno 35,5 mil. ks vajec, což je zhruba 2 400 ks nad stanovený plán. Zpracováno na melanz bylo 3,5 mil. ks vajec druhé jakosti. Během roku byl zrušen vlastní odchov kuřic a byla uzavřena dlouhodobá smlouva na odchov se Statkem Prostějov s. r. o. Díky tomu, že je společnost akcionářem ve společnosti Česká vejce CZ a. s. a také spolupracuje se společností Zlatá vejce a. s., významně narůstá odbyt vajec. V roce 2000 bylo díky těmto podílům prodáno 16,1 mil. ks vajec a vlastním prodejem se prodalo 20,6 mil. ks

vajec. Lze říci, že tento rok byl tudíž mimořádný – z hlediska celoročního zájmu o komoditu i z hlediska ceny vajec. Mezi největší dodavatele krmiv společnosti patří SKS Marefy a Lukrom Zlin, dodavatel živého materiálu Filco Přemyslovice, odchov Statek Prostějov a pro obalový materiál jsou to Jipack Příbyslavice, Karton Morava a Hartmann CZ. [24]

Na závodě v roce 2000 pracovalo celkem 50 zaměstnanců, z toho 6 THP. Bylo nutné provést opravy ve výši 940 000 Kč a rozšíření třídičky o jednu balící hlavu, jejíž náklady byly ve výši 340 000 Kč. Celkový výsledek závodu však byl velmi dobrý. Celkové výnosy činily 86,4 mil. Kč, celkové náklady 81,3 mil. Kč a tudíž zisk byl 5,1 mil. Kč. Z tohoto zisku byla uhrazena pohledávka z roku 1992 ve výši necelých tři sta tisíc Kč a úroveň závazku nepřesáhla 5 mil. Kč. [24]

## **5.7 Průběh let 2001, 2002**

Problémy s nemocí, které se vyskytly v roce 2000, se stále na produkci projevují. Plán, který byl stanoven na 37,9 mil. ks nebyl zcela splněn, reálně se vyrobilo 37,75 mil. ks vajec. Z toho bylo 31,9 mil. prodáno prostřednictvím Českých vajec a. s., obchodním partnerům bylo odprodáno 15,6 mil. ks, 3,9 mil. ks bylo zpracováno na vaječnou melanž a 1, mil. ks bylo prodáno na průmyslové zpracování do Velkých Pavlovic. [24]

Investovalo se do nového vozidla pro přepravu výrobků, do montáže nové technologie do haly a bylo nutné provést stavební opravy na halách. Vše za celkovou částku 8, 65 mil. Kč. Celkové tržby byly splněny pouze z 98 % plánu a to především z důvodu velkého cenového propadu vajec. Plány na rok 2002 byly následující: [24]

- dosažení zisku 2,45 mil. Kč,
- nepřekročení výše pohledávek 1,5 mil. Kč,
- získat povolení pro export vajec do zemí EU,
- zvýšit podíl odběratelům mimo Česká vejce a. s.,
- zlepšovat vybavení závodu vzhledem k požadavkům EU (melanžárna).

V roce 2002 byla výroba splněna na 99,8%, tj. 35,99 mil. ks. Plán nebyl zcela splněn z důvodu předčasného vyskladnění nosnic v jarním období. Na místním trhu se prodalo 26,4 mil. ks vajec, 3 mil. ks putovaly do melanžárny, nově se začalo vyvážet do EU a celkově se vyexportovalo 6,1 mil. ks vajec. Společnost ZEVOS byla tedy dle plánu zařazena mezi exportní závody do EU a považuje to za veliký úspěch. [24]

V rámci investic bylo pořízeno nové řídicí chlazené zařízení na prodejně vajec, za které společnost zaplatila padesát sedm tisíc Kč. V tomto závodě bylo zaměstnáno 45 lidí, z toho 6

pracovníků THP. Hospodářský výsledek byl 3, 98 mil. Kč, který ovlivnil velký cenový propad. [24]

## **5.8 Hospodářské výsledky let 2003,2004**

Posílení své pozice na trhu dosáhla společnost díky získání nového strategického partnera pro odbyt. Pro podnik je to důležité, protože konkurenční nátlaky se neustále zvyšují. Společnost také musí reagovat na stále se zvyšující veterinární požadavky, nařízení a normy. Přese všechno se dal rok považovat za úspěšný. Bylo investováno do nového stroje, který bezdotykově značí obaly vajec a bylo nezbytné uskutečnit opravy v halách, které neodpovídaly novým, přísnějším normám EU. Ke konci roku, v prosinci byly schváleny podnikové provozy – třídírna vajec, melanžárna a prodejna vajec. Tím bylo legislativně zajištěno plynulého provozu následujícího roku, roku vstupu republiky do EU. [24]

Když vstoupila Česká republika do Evropské unie, znamenalo to pro společnost ZEVOS, a. s. provést úpravy nosných klecí, snížit počty nosnic v nich, upravit výrobu melanže a podobně. Společnost se na změny připravovala dopředu, již od roku 2002, a proto nenastaly žádné překážky, chod společnosti byl bezproblémový, avšak vstup do EU přece jen negativní změny přinesl. Začaly se dovážet vejce z Polska a Litvy za cenu kolem 1 Kč za kus. Dle společnosti „to jsou ceny, za které žádný výrobce v ČR, při současných vstupech, není schopen vejce vyrobit a obchodní řetězce toto samozřejmě vítají a využívají ve své obchodní strategii.“ [24] Reálné náklady na jedno vejce byly 1, 98 Kč. V závodech zaměstnáno 38 pracovníků (5 THP). Podnik se ocitl ve ztrátě 216 tisíc Kč a jeho produkce se snížila o 500 mil. ks vajec. Závod si prozatím udržel svoji tržní pozici prvotní cíl je ho nadále udržovat a vytvářet zisk. Společnost si také stanovila za cíl stabilizovat zdravotní stav slepic. [24]

## **5.9 Společnost v letech 2005 a 2006**

Na začátku dubna roku 2005 došlo k likvidaci celého chovu po vleklých problémech se zdravotním stavem nosnic. Prostory byly důkladně vyčištěny a připraveny pro nově odchovaná zvířata. Provoz byl tedy obnoven, ale z pochopitelných důvodů nedošlo k naplnění produkčního plánu. Aby se vyrovnal výpadek, bylo odkoupeno kolem 8 milionů vajec, které se pak prodaly odběratelům. Cena se pohybovala v rozmezí 1,30 – 1,65 Kč/ks. [24]

Oproti předešlému roku se v roce 2006 dařilo. Produkce byla splněna na 106,73 % a prodej ještě lépe, 107,52%. Podnik dokončil a byla mu úřadem schválena žádost o integrované povolení. Dalším krokem vylepšení kvality bylo získání certifikátu o splnění podmínek auditu dle Standardu BRC. Počet zaměstnanců: 36 (5 THP). [24]

## **5.10 Hospodářské výsledky 2007, 2008**

Obě období byla ekonomicky velmi úspěšná. Docházelo k plnění plánů, někdy i nad rámec plánu, oba roky společnost vykazuje vyšší zisky, než bylo plánováno. Co se týče zaměstnanců, je tu patrné neustále snižování. V roce 2000 zaměstnávaly závody 50 zaměstnanců, o dva roky později bylo zaměstnáno 45 zaměstnanců, v roce 2004 závody zaměstnávaly 38 zaměstnanců, roky 2006 a 2007 se počet zaměstnanců snížil na 36 a rok 2008 vykazuje pouze 34. Ve výsledku je to tedy snížení počtu zaměstnanců o 16 lidí. [24]

## **5.11 ZEVOS, a. s. v letech 2009-2011**

Příznivá cena krmných směsí pro nosnice a tlak na snižování nákladů způsobilo, že firma dosáhla hospodářského výsledku 7 255 000,- Kč. Na dobrý rok poukazují i výsledky plnění cílů za rok 2009: [24]

- plánovaná výroba vajec - splněna,
- plánovaná výše spotřeby krmiv na 1 vejce - splněna,
- přirozený úbytek nosnic - nebyl splněn z důvodu problémů na snáškové hale a letním teplotním výkyvům,
- naturální plán prodeje vajec - splněn,
- plánovaný zisk - splněn,
- limit pohledávek - dodržen.

Počet pracovníků byl opět snížen, a to na 32 v roce 2009 a v roce 2010 na 30 pracovníků. Ziskovost v roce 2010 poklesla, oproti vysokému zisku dosaženého v roku předešlém, kvůli snížení ceny vajec. Veškeré výsledky korespondují s plány, některé z nich plněny i nad normu. Podnik začal s investováním do přeměny snáškových hal z důvodu schválené směrnice, o které pojednává subkapitola 1.3.1 Obohacené klece a voliéry, která nabývá účinnosti od 1. 1. 2012. Pro provoz třídírný vajec byl zaveden nový systém jakosti a při certifikačním auditu byl tento systém schválen. [24]

V roce 2011 společnost nevykazuje žádné mimořádné výkyvy nebo události. Snižování cen vajec z loňského roku nadále pokračuje a v důsledku toho podnik vykazuje ztrátový hospodářský výsledek. Z této skutečnosti logicky vyplývá, že se nepodařilo splnit plán očekávaného zisku. Kromě cíle zisku se společnosti podařilo všechny ostatní plány dodržet s dobrými výsledky, některá plnění opět nad normu. Počet pracovníků se již nesnížil, zůstává stejný počet jako v roce 2010, tedy celkem 30 pracovníků. [24]

Celkový vývoj společnosti se jeví velice pozitivně. Společnost ZEVOS, a. s. ukazuje její snahu o zlepšování, dodržování stanovovaných pravidel a také snahu o udržení se na trhu. Společnost dobře obstála při silné konkurenci a drží si své postavení na trhu i přes to, že svojí cenou nedokáže konkurovat nízkým cenám vajec ze zahraničí, převážně z Polska. Je znatelná závislost na cenách vajec na trhu a také na vývoji cen krmiv. Hospodářské výsledky kolísají, společnost vykazuje zisky i ztráty, bez viditelné pravidelnosti.

Vývoj od popisovaných let 1998 – 2011 je nepochybně růst společnosti. Od počátku podnik navýšil své výrobní kapacity a pravidelně vykazuje vyšší produkci. Mimo zvýšení produkovaných vajec se zvyšuje i množství výroby vaječné melanže. S rozšiřováním kapacit souvisejí i vyšší zisky společnosti. Podnik je nucen hodně investovat do technologií, vybavení, oprav a občasné ztrátě chovu nebo alespoň jeho části. Nicméně se snaží s úhynem nosnic pracovat a snižovat ho pomocí léků. Zcela dokončil komplexní výměnu technologií dle zmiňované směrnice, která celkem vyšla na 23,9 mil. Kč. Společnost na tuto výměnu dostala podporu formou dotace ve výši 7,2 mil. Kč. [24]

Aby společnost dosahovala vyšších zisků, snaží se dlouhodobě snižovat své náklady. Jedním z příkladů je snížení potřebného množství krmiva na jedno vejce. Snižování nákladů probíhá i v oblasti lidských zdrojů. Mzdy rostou (z původních cirká 13 450 Kč se průměrný plat zvýšil na 18 122 Kč), ale počet pracovníků se často snižoval. Společnost má zajisté do budoucna na trhu svoje uplatnění. [24]

## 6 DOTAZNÍK

Pro účely práce bylo třeba získat informace od spotřebitelů. Pro splnění byla zvolena forma dotazníku. Dotazník se skládá se 13 otázek, z nichž některé jsou povinné a jiné nikoliv. Struktura jednotlivých otázek je mírně odlišná, od výběrové, až po charakterizující.

Hlavním cílem bylo zjištění informací, jakým způsobem spotřebitelé nakupují komoditu vejce, jaká jsou kritéria jejich rozhodování a co ovlivňuje jejich chování při nákupu.

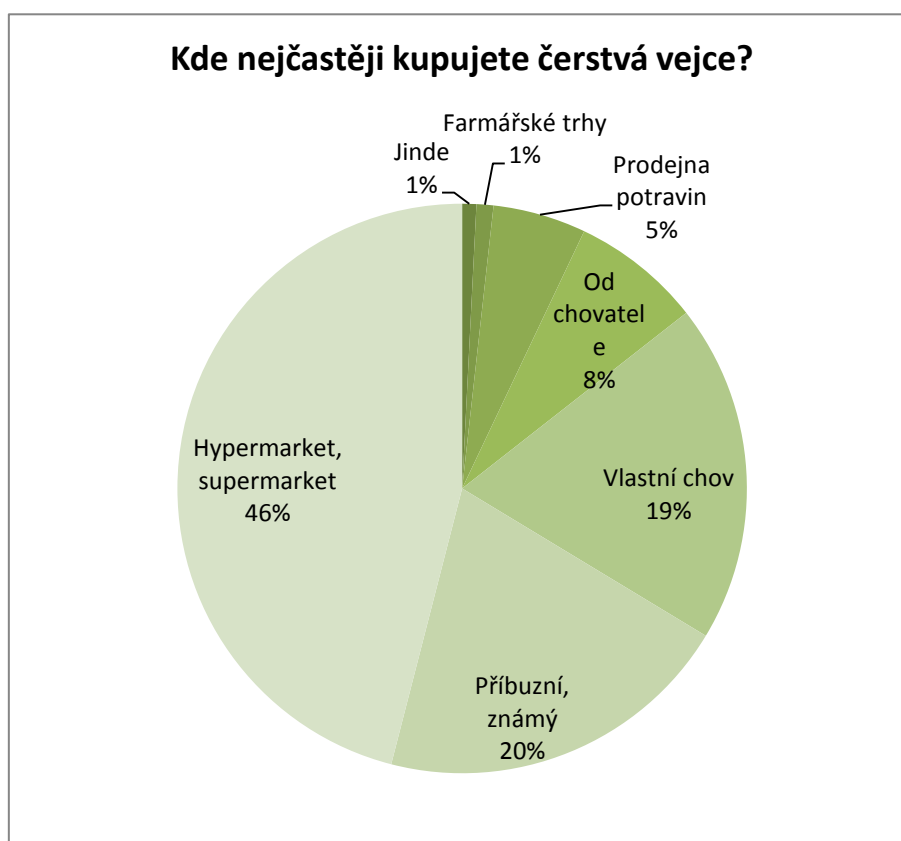
Dotazník byl šířen pomocí internetového serveru, který vznikl pro tyto účely a pomocí sociálních sítí. Dotazník vyplnilo 628 respondentů, ale v konečném výsledku se zhodnocuje pouze 624 dotazníků. Čtyři z vyplněných bylo nutné vyřadit z důvodu špatného vyplnění dotazníkového šetření.



## ❖ Otázka č. 1

Kde nejčastěji kupujete čerstvá vejce?

- Hypermarket, supermarket
- Prodejna potravin
- Přímou od chovatele
- Na farmářských trzích
- Chováme vlastní slepice
- Od příbuzných, známých
- Jinde, uveďte:



Obrázek 6: Výsledky otázky č. 1

*Zdroj: vlastní zpracování*

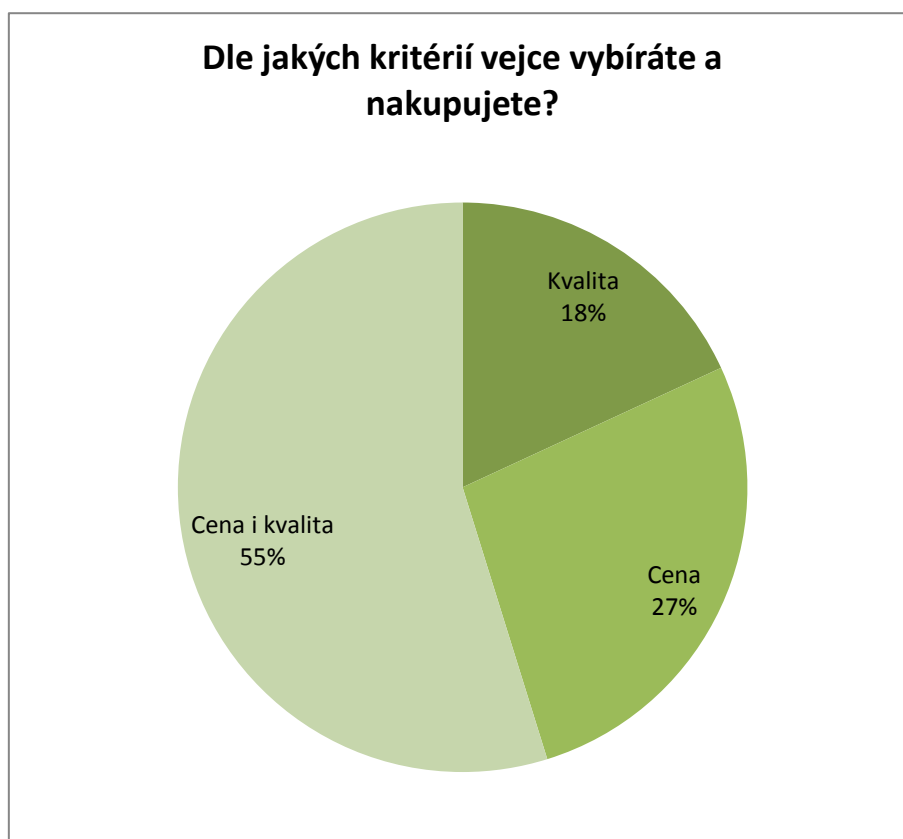
Jak je vidět na obrázku, téměř polovina z respondentů, kteří odpověděli na dotazník, nakupuje vejce v hypermarketech nebo supermarketech. Je to z toho důvodu, že vejce tam jsou snadno dostupná a lze tam nakoupit i vejce levnější kategorie.

Možnost odpovědi jinde zvolilo pouze 6 lidí a jejich odpovědi jsou: drůbežárna, Makro, na biofarmě, v BioBance (přes dobrovolníky od chovatele) a v bedýnce od farmářky.

## ❖ Otázka č. 2

Dle jakých kritérií vejce vybíráte a nakupujete?

- Cena
- Kvalita
- Cena i kvalita



**Obrázek 7:** Výsledky otázky č. 2

*Zdroj: vlastní zpracování*

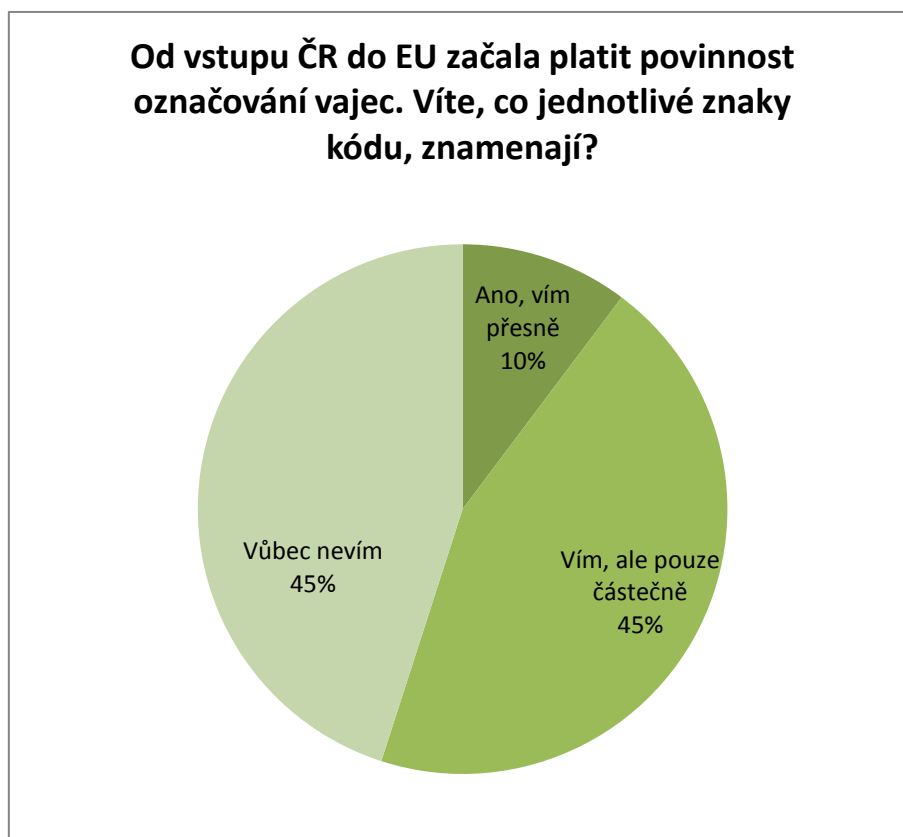
V České republice je ekonomická situace taková, že lidé nemají nadbytek peněz a šetří. Chtějí vysokou kvalitu za nízkou cenu, a když to není možné, tak se v rozhodování přiklánějí spíše k cenovému hledisku než kvalitativnímu. To jasně potvrzují i výsledky průzkumu. Více než polovina lidí nakupuje v poměru cena-kvalita, necelých 30% poté hledí nejvíce na cenu a nejméně dotazovaných (18%) vybírá zboží dle kvalitativních faktorů.

Česká ekonomika se začíná probouzet z ekonomické krize. Rostou hrubé mzdy, ale zároveň roste i inflace, která je aktuálně 2,8%. [5]

### ❖ Otázka č. 3

Od vstupu ČR do EU začala platit povinnost označování vajec. Víte, co jednotlivé znaky kódu, znamenají? (Např. 3 CZ 3931)

- Vůbec nevím
- Víím, ale pouze částečně
- Ano, víím přesně (krátce popište):



**Obrázek 8:** Výsledky otázky č. 3

*Zdroj: vlastní zpracování*

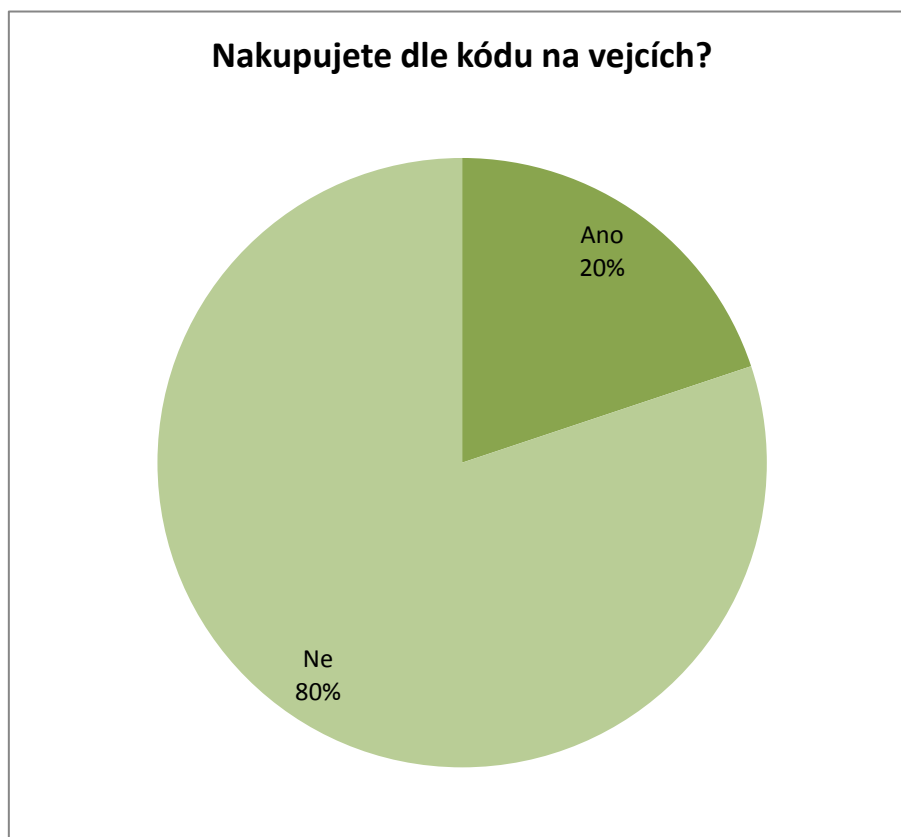
Je poněkud překvapivé, že 45% dotazovaných, tudíž skoro polovina, vůbec neví, co znamená označení, které je na vejcích uvedeno. Kód přitom bývá většinou uveden na obale, na spodní straně víčka a je tam popsáno, co jednotlivé části kódu představují.

Stejně procento lidí zná význam kódu pouze z části. Lze předpokládat, že většina lidí bude z kódu znát dvojmístní kód označující zemi původu. Je to logické a velmi snadno odvoditelné označení. Jsou to většinou mezinárodní zkratky a neuvžívají se pouze pro označení vajec, ale i v dalších oblastech. Většina respondentů, která zodpověděla na otázku výběrem víím přesně, správně popsala význam kódu. Čtyři odpovědi nebyly zcela přesné, ale nebylo nutné dotazníky vyřadit.

#### ❖ Otázka č. 4

Nakupujete dle kódu na vejcích?

- Ano
- Ne



**Obrázek 9:** Výsledky otázky č. 4

*Zdroj: vlastní zpracování*

Na tuto otázku odpovídali všichni účastníci. Z předchozí otázky je známé, že necelá polovina lidí nezná význam kódu, druhá necelá půlka ho zná jen částečně a přesně zná kód 10% z nich. Předpokládejme, že zmíněných 10% podle kódu i nakupuje, protože vědí, co jim kód říká, je to tedy logický předpoklad. Dalších 10% s kladnou odpovědí bude pravděpodobně ze skupiny lidí, kteří v předchozí otázce odpověděli, že kód částečně znají. Je možné, že tyto lidé nakupují především podle země, která je v kódu nejjednoznačnější. Další dva údaje – způsob chovu a registrační číslo chovu, budou méně známé údaje. Nejmenší povědomí lidí bude o poslední části kódu – registračního označení chovu. Označení pro chov je veřejně známější.

## ❖ Otázka č. 5

Zohledňujete při nákupu vajec fakt, ve které zemi byla vejce vyprodukována?

- Ne, na zemi původu mi nezáleží
- Ano, preferuji vejce, která jsou z (uved'te zemi):

Pátá otázka je nepatrně členitější a pro přehlednost obrázku, odrážející výsledky, bude rozdělena do obrázků dvou. První obrázek zobrazuje pouze četnosti odpovědí možnosti první a možnosti druhé. Druhý obrázek je sestaven pouze z lidí, který odpověděli, že jim na zemi původu záleží a zachycuje jejich konkrétní odpovědi preferované země.

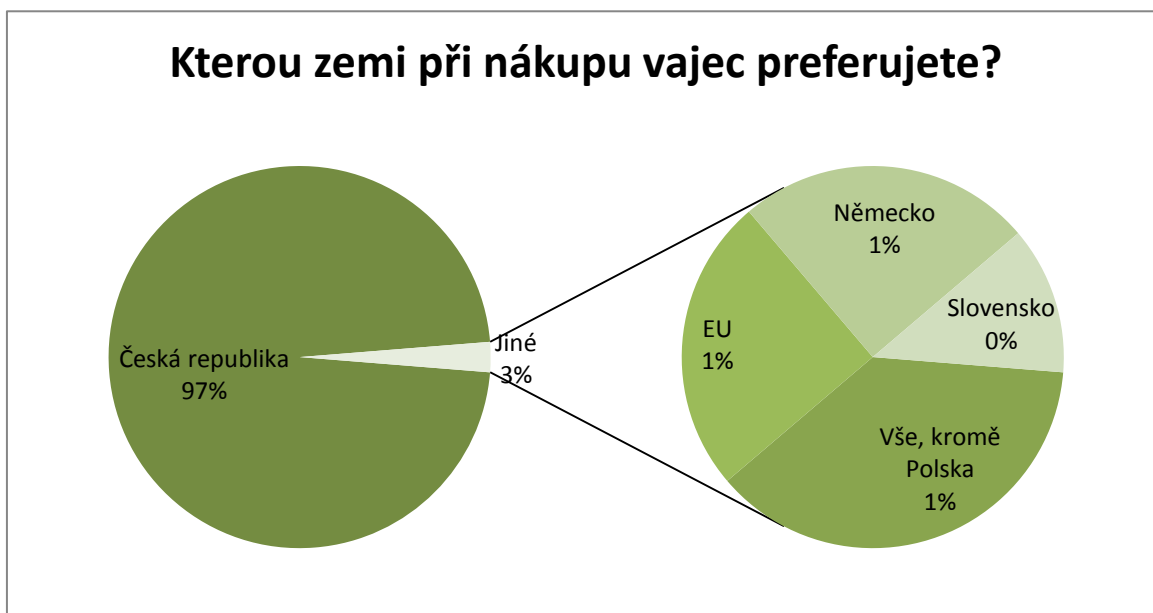


**Obrázek 10:** Výsledky otázky č. 5 – 1. část

*Zdroj: vlastní zpracování*

Na desátém obrázku vidíme, že polovina tázaných se o zemi původu zajímá a další polovina nemá zájem o informaci, ze které země vejce pocházejí. Dotazovaní, pro které původ vajec nehraje v rozhodovacím procesu důležitou roli, pravděpodobně rozhodují pomocí cenových faktorů, kvalitativních faktorů nebo využívají zcela jiných možností. Důvod jejich nezájmu není předmětem otázky, a tudíž lze pouze spekulovat nad důvodem nezájmu odpovídajících.

Druhá polovina dotazovaných s odpovědí na zemi původu mi záleží.



**Obrázek 11:** Výsledky otázky č. 5 – 2. část

*Zdroj: vlastní zpracování*

Výsledky jsou asi nejjednoznačnější z celého dotazníkového šetření. Necelá většina (97%) tázaných preferují jako zemi původu Českou republiku. Zbylá 3% zahrnují odpovědi obsahující jinou zemi, než Českou republiku. V odpovědích se vícekrát, přesně 3 krát objevil názor, že vejce mohou být z jakékoliv země, ale nesmějí být z Polska. Za poslední dobu se v médiích objevilo několik po sobě jdoucích závažných případů potravinových podvodů ze strany Polska, což vyvolalo odmítavý postoj k polským produktům. V souhrnu nebylo na polské potraviny a produkty nikdy nahlíženo jako na kvalitní zboží, ale po mediálních výrocích a kauzách byl tento dojem ještě umocněn, což se projevilo i v odpovědích tohoto dotazníku.

Odpověď, která se vyskytla dvakrát je Evropská unie a stejný počet odpovědí má i naše sousední země – Německo. Německo je v ČR vnímané jako stát s mnohem vyšší úrovní a kvalitnějšími potravinami, než které jsou u nás. U řady produktů je to jistě pravda, ale stát si uškodil na jmeně také díky podvodu, kdy drůbežárny chybně značily vejce a prodávaly vejce z klecových chovů jako vejce bio, která mají vyšší kvalitu a tím pádem také vyšší tržní cenu.

Jediný respondent uvedl Slovensko jako zemi, ze které upřednostňuje vaječný původ. Oproti ČR je to ve výsledku 0%.

## ❖ Otázka č. 6

V roce 2012 musela ČR přijmout směrnice EU o velikosti chovných klecí. To, i díky ostatním státům EU, vyvolalo vysoký nárůst cen. Ovlivnila tato ekonomická situace vaši spotřebu?

- Ano
- Ne



**Obrázek 12:** Výsledky otázky č. 6

*Zdroj: vlastní zpracování*

Vejce jsou spotřební zboží a jsou velmi těžko nahraditelná. Je tedy pochopitelné, že převažující část odpovídajících tato ekonomická situace neovlivnila. Vejce nakupovali i nadále tak, jak jsou zvyklí. Lze tedy usoudit, že vejce nejsou cenově elastická i přes větší mediální tlak. V době, kdy cena výrazně vzrostla, se mediální tlak na drůbežárny citelně zvýšil. Příčinou však nebyly drůbežárny jako takové. Pouze média vytvořila tento dojem. Drůbežárny jsou pak nuceny i nadále chovat zvířata ve ztížených životních podmínkách, protože se obávají, že lidé nebudou ochotni za vejce z dlouhodobého hlediska připlatit. Pokud by byl tlak médií pozitivní, mohlo by naopak vzrůst zájem o lepší životní podmínky zvířat.

### ❖ Otázka č. 7 (navazující na otázku č. 6)

Jakým způsobem?

- Nakupovali jsme méně vajec
- Začali jsme chovat vlastní slepice
- Začali jsme nakupovat v zahraničí
- Kupujeme od místních farmářů nebo známých
- Jinde, uveďte:



Obrázek 13: Výsledky otázky č. 7

*Zdroj: vlastní zpracování*

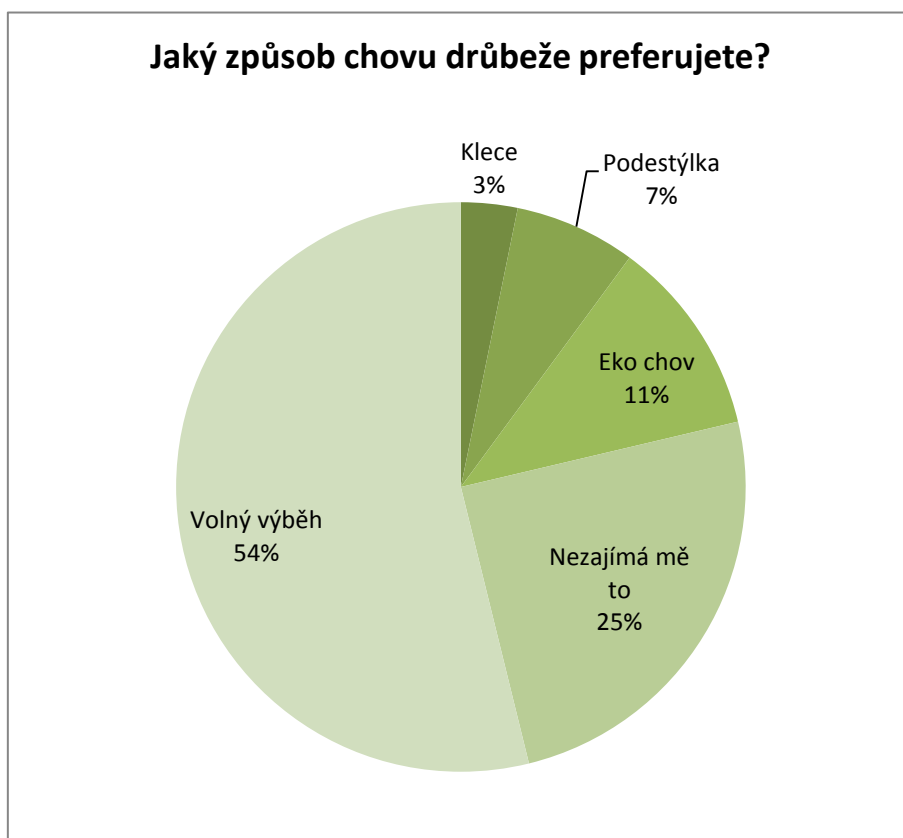
Tato otázka navazuje na otázku číslo 6 a odpovídali na ni pouze ti, které nějakým způsobem krize v roce 2012 ovlivnila. Celkem bylo těchto respondentů 23%. Nejvíce z nich ovlivnila krize takovým způsobem, že začali nakupovat méně vajec. Dalším důsledkem krize bylo, že lidé začali kupovat od místních farmářů, svých známých nebo začali chovat vlastní slepice. Jinou odpověď využilo 5% dotázaných a jejich odpovědi jsou: vyšší náklady, nekupovali jsme vejce, kupoval jsem vejce od chovatele, dostávali jsme od příbuzných.



## ❖ Otázka č. 8

Jaký způsob chovu drůbeže preferujete?

- Chov s volným výběhem
- Chov nosnic na podestýlce
- Chov v obohacených klecích a voliérách
- Ekologický chov (bio)
- Nezajímá mě to



**Obrázek 14:** Výsledky otázky č. 8

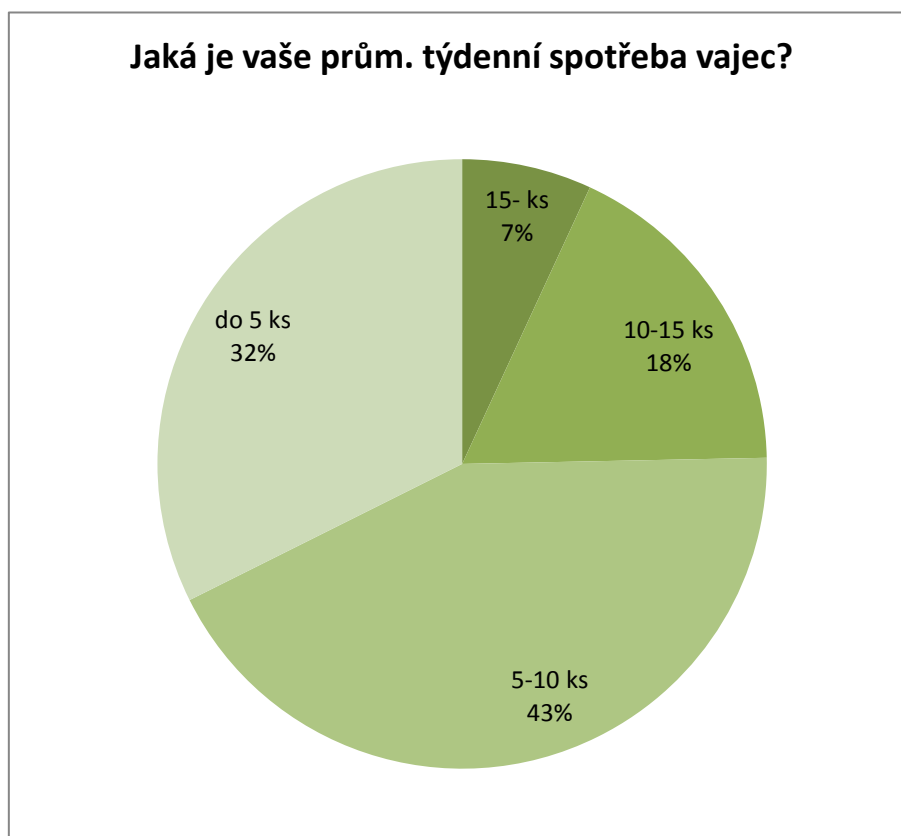
*Zdroj: vlastní zpracování*

Otázka je zaměřena na preference týkající se chovu nosnic. Otázkou je, do jaké míry se lidé opravdu zajímají o podstatu věci, a do jaké míry je to jakási póza. Část odpovídajících, konkrétně 25%, upřímně přiznává, že je to nezajímá. Zhruba polovina pak preferuje volný výběh, avšak na obchodních pultech i nadále výrazně převládají vejce z klecových chovů. Je to bludný kruh – producenti by chtěli zlepšit nosnicím životní podmínky, ale nemohou kvůli cenové politice a udržení konkurenceschopnosti a lidé chtějí kvalitní vejce a naoko kvalitní životní podmínky, ale nejsou ochotni přistoupit na vysoké ceny, nebo také nemohou.

## ❖ Otázka č. 9

Jaká je průměrná týdenní spotřeba vajec vaší rodiny?

- do 5 ks
- 5-10 ks
- 10-15 ks
- více jak 15 ks



**Obrázek 15:** Výsledky otázky č. 9

*Zdroj: vlastní zpracování*

Průměrná týdenní spotřeba rodiny může být trochu zavádějící, protože není jasné, jak velká konkrétní rodina je. O rodině je zde uvažováno jako o průměrné české rodině. Spotřeba je ovlivňována mnoha faktory. Jsou to zajisté peněžní prostředky, stravovací návyky či životní styl, tradice a další.

Nejvíce domácností spotřebuje kolem 5-10 ks vajec týdně, o něco méně spotřebitelů pak spotřebuje do 5 ks vajec za jeden týden. V součtu zhruba 75% respondentů spotřebuje do 10 ks vajec a něco přes 20% jich spotřebuje 10 ks a více. Z obrázku tedy vyplývá, že tázaní volili spíše možnosti s nižší spotřebou, než tou vyšší.

## ❖ Otázka č. 10

Jste spokojeni s kvalitou vajec v českých obchodech?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Určitě ne



Obrázek 16: Výsledky otázky č. 10

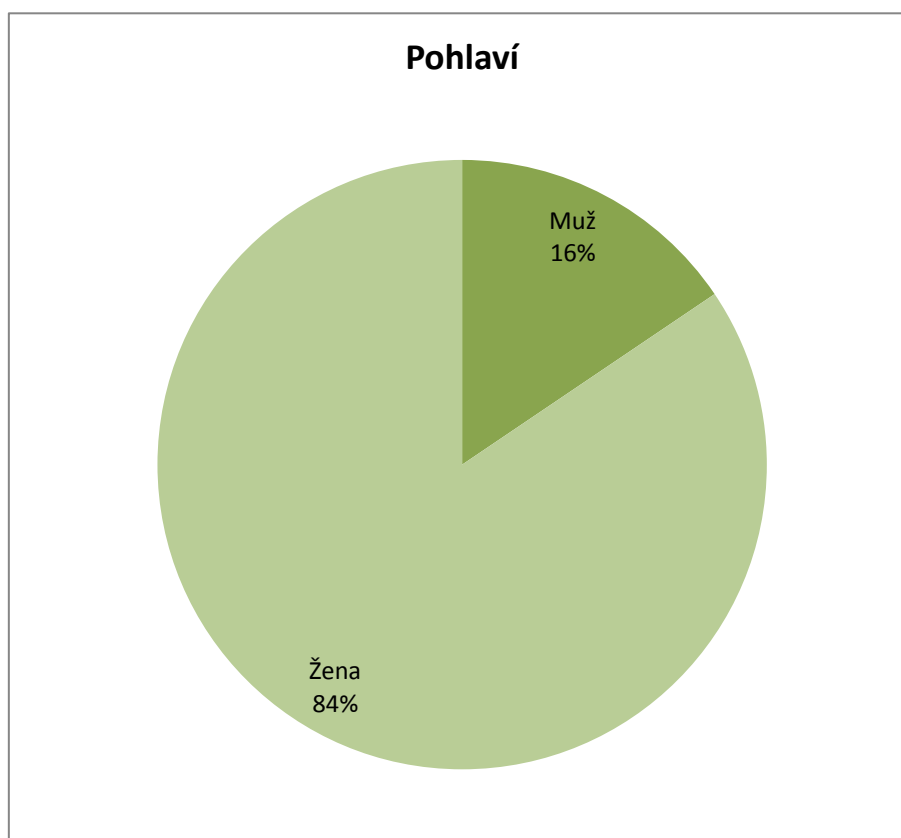
*Zdroj: vlastní zpracování*

Z výsledků vyplývá, že lidé jsou s vejci v českých obchodech spíše spokojeni. Nelze hovořit o naprosté spokojenosti, ani naprosté nespokojenosti. Výběr na pultech není široký, ale situace se zvolna zlepšuje. Tento trend souvisí s rozvojem dnešního století. Lidé chtějí dostávat informace, chtějí se o původu potravin, které kupují, dozvědět co nejvíce a zajímají se o kvalitu, nulovou škodlivost, o zdraví své i rodiny a v neposlední řadě také chtějí vědět co nejvíce informací o daném výrobku, službě či jakémkoliv produktu, do kterého investují své peníze. I díky tomu se do prodejen dostávají i vejce z jiných, než jen klecových chovů.

## ❖ Otázka č. 11

Jakého jste pohlaví?

- Žena
- Muž



**Obrázek 17:** Výsledky otázky č. 11

*Zdroj: vlastní zpracování*

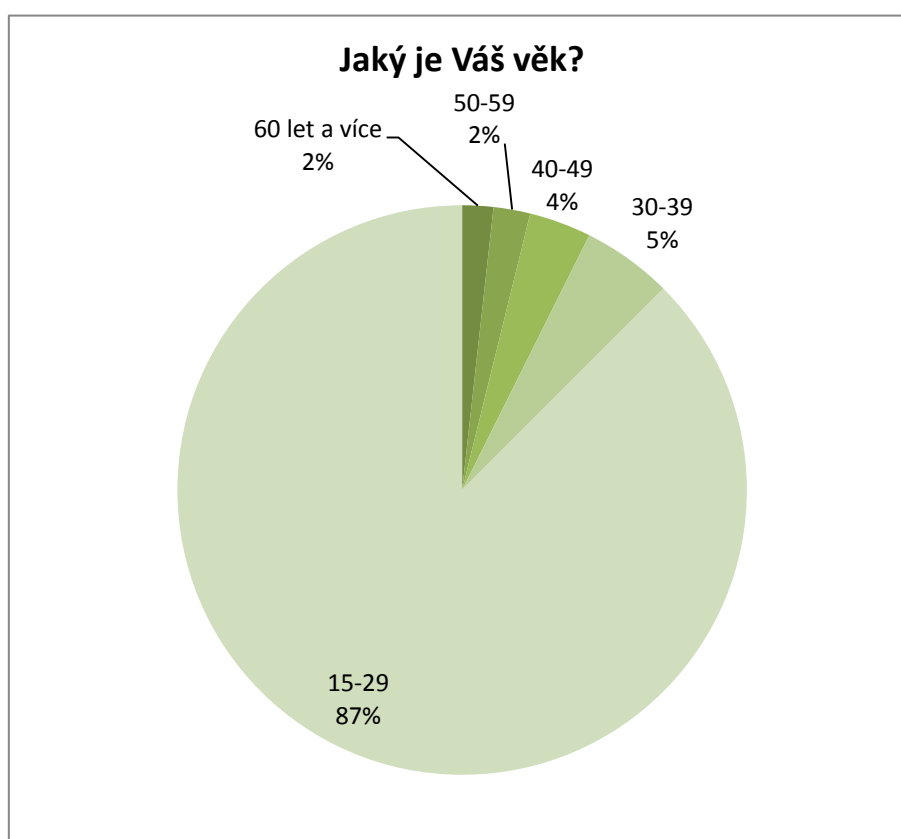
Dotazník vyplnilo 84% žen a 16% mužů. Ženské pohlaví tedy výrazně převyšuje. Důvodem této skutečnosti může být, že jsou to právě ženy, které nakupují do domácnosti ve smyslu menších, každodenních nákupů. Vejce jsou spotřební zboží, a tudíž tvoří jejich součást. Nelze říci, že mužské pohlaví nechodí nakupovat, to není pravdou. Je pouze pravděpodobné, že toto téma je více bližší ženám než mužům a tudíž pro ně může být svým způsobem atraktivnější.

Tato otázka byla nepovinná, ale zodpovědělo ji všech 624 respondentů. Byla nepovinná z důvodu nastavených podmínek poskytovatelem, který umožňuje vytváření, dotazování a následné vyhodnocování dotazníku, pro možnost veřejného zpřístupnění.

## ❖ Otázka č. 12

Jaký je Váš věk?

- 15-29 let
- 30-39 let
- 40-49 let
- 50-59 let
- 60 let a více



**Obrázek 18:** Výsledky otázky č. 12

*Zdroj: vlastní zpracování*

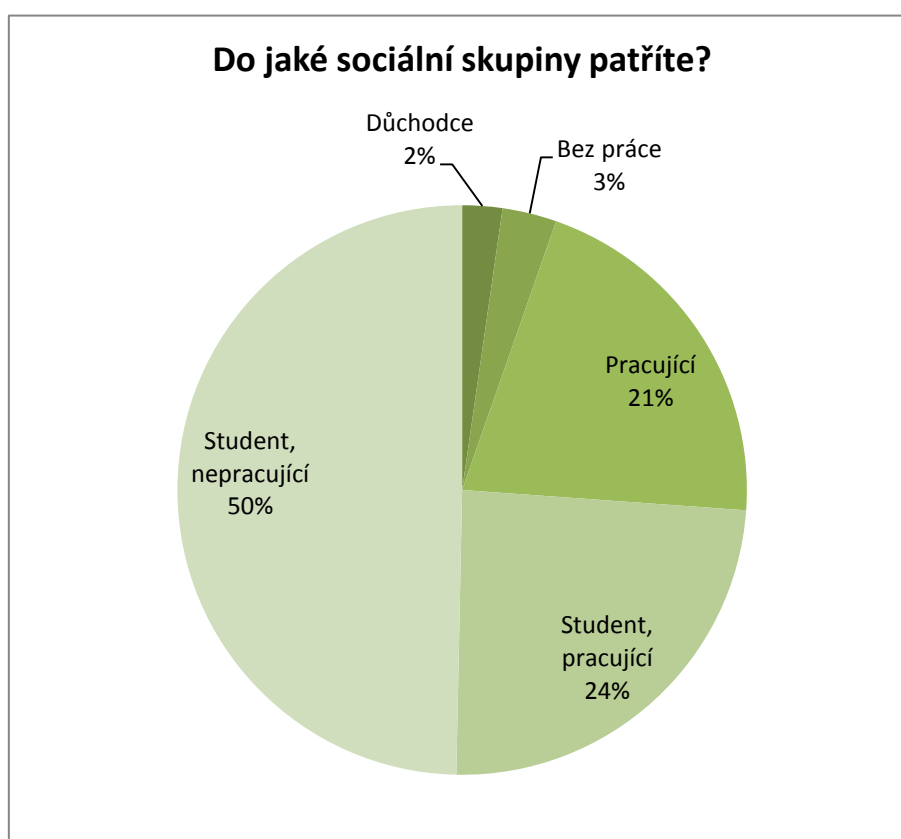
Jak již bylo zmíněno, pro veřejné spuštění dotazníku na webových stránkách poskytovatele bylo zapotřebí, aby dotazník zůstal anonymní a tudíž i tato otázka byla zcela dobrovolná, ale zodpověděli ji všichni.

Nejvíce dotazovaných tvořila skupina lidí od 15 do 29 let věku. Je pravděpodobné, že je to z důvodu šíření dotazníku mimo jiné po sociálních sítích, které jsou mocným nástrojem pro rychlé šíření informací. U starších generací nejsou tolik využívány.

### ❖ Otázka č. 13

Do jaké sociální skupiny patříte?

- Student, nepracující
- Student, pracující
- Pracující
- Bez práce
- Důchodce



**Obrázek 19:** Výsledky otázky č. 13

*Zdroj: vlastní zpracování*

Opět anonymní otázka a v tomto případě nezodpovědělo 8 respondentů, tudíž do výsledku je zahrnuto pouze 616 dotazovaných.

Jak již bylo zmíněno, dotazník nebyl tištěn do papírové formy, probíhal pouze elektronickou formou a v důsledku toho se nejsilnějším médiem pro šíření staly sociální sítě. Z toho důvodu dotazník vyplnili především studenti. Dále se výzkumu zúčastnilo 21% pracujících lidí, 3% lidí bez práce a 2% lidí důchodového věku.

## ZÁVĚR

Na začátku práce jsem si stanovila cíl charakterizovat trh vajec v ČR. Do problematiky měla být zahrnuta současná platná legislativa, včetně nařízení Evropské unie. Daný cíl se podařilo splnit.

Bakalářská práce je věnována analýze trhu vajec se zaměřením na produkci, distribuci, prodej a cenu vajec. Téma je nejprve zpracované v teoretické části, kde se snaží vystihnout podstatu zadané problematiky a podat ji srozumitelnou formou v logicky navazujících kapitolách. Poté následuje analýza vybraného podniku a publikace výsledků realizovaného dotazníkového šetření. V prvních třech kapitolách teoretické části jsou popsány základní principy fungování drůbežářství a možné charakteristiky chovů. Čtvrtá kapitola je zaměřena hodně statisticky a pracuje s vývojem cen za posledních deset let. Její poslední částí je podkapitola věnovaná událostem, které souvisí s cenami vajec na českém trhu, kdy byl velký nedostatek vajec. V současné době se česká ekonomika z tohoto „vaječného šoku“ loňského roku, kdy se při přecházení na obohacené klecové chovy cena vyšplhala až na trojnásobek svého standardu, vzpamatovala. Situace nastala vloni před Velikonocemi, ale cena se poměrně rychle snížila k původní hodnotě a ustálila se cirka na 2 Kč a pár desítkách haléřů.

Pro praktickou část práce byla jako vzor vybrána společnost ZEVOS, a. s. Tato společnost má velmi dobré předpoklady pro udržení stávající pozice na trhu a pro další úspěšný rozvoj. Je však nezbytně nutné přizpůsobovat se trhu a držet krok s konkurencí. Při celkové sumarizaci je nezbytné zhodnotit podnik pozitivně. Pružně reaguje na výkyvy trhu, každoročně vytváří strategické plány, které se snaží plnit a nutno dodat, že ve většině případů cíle opravdu dostojí. Společnost je majitelem několika certifikátů kvality, má povolení exportovat do EU a do dalších let by si přála se co nejvíce zlepšit.

Oproti celé práci bylo cílem dotazníku zjistit cenovou elasticitu vajec, kritéria rozhodování spotřebitelů a čím jsou při nákupu ovlivňováni. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 628 respondentů, převážně studentů a to z toho důvodu, že dotazník byl šířen především po sociálních sítích, tištěná forma nebyla vyhotovena, což mohlo představovat určitou bariéru pro vyplnění dotazníku, obzvláště pak pro spotřebitele pokročilejšího věku. Čtyři ze všech vyplněných dotazníků bylo nutné vyřadit. Ve většině případů se jednalo o špatné zodpovězení otázky, a poté nebylo možné dotazník použít. Některé z výsledků byly pravděpodobné a výsledek dopadl dle očekávání. Některé výsledky byly překvapivé. Nejvíce asi skutečnost, že polovina lidí vůbec neví, co znamená značení na vejcích a 80% dle něj nikdy nenakupuje.

## POUŽITÁ LITERATURA

- [1] AGRICO. *Chov drůbeže, Technologie pro chov drůbeže* [online]. Třeboň: 2008 [cit. 2013-03-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.agrico.cz/chov-drubeze-1-6.html>>
- [2] A-Z Slovník pro spotřebitele. *Označování vajec* [online]. Praha [cit. 2013-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.bezpecnostpotravin.cz/az/termin/92081.aspx>>
- [3] BOUČKOVÁ, Jana. *Základy marketingu*. 3. vydání. Praha: Oeconomica, 2008. 220 s. ISBN 978-80-245-1169-6.
- [4] ČSÚ. *Metainformace k ukazateli* [online]. Praha: 2012 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <[http://vdb.czso.cz/vdbvo/mi/mi\\_ukazatel.jsp?kodukaz=2562](http://vdb.czso.cz/vdbvo/mi/mi_ukazatel.jsp?kodukaz=2562)>
- [5] ČSÚ. *Nejnovější ekonomické údaje* [online]. Praha 2013 [cit. 2013-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/aktualniinformace>>
- [6] DANĚK, Jan. *Logistika*. 1. vydání. Ostrava: Vysoká škola báňská - TU, 2004. 190 s. ISBN 80-248-0705-X.
- [7] *Drůbežář hydinař: Odborný časopis pro chovatele, producenty drůbeže a veterinární lékaře*. Vychází čtvrtletně. Praha: Českomoravská drůbežářská unie, o. s., 2007- .
- [8] eAGRI. *Směrnice Rady, kterou se stanovují minimální požadavky pro ochranu nosnic (1999/74/ES)* [online]. Praha: 2011 [cit. 2013-04-24]. Dostupný z WWW: <[http://eagri.cz/public/web/mze/legislativa/predpisy-es-eu/Legislativa-EU\\_Ochrana-zvirat\\_smernice-rady-1999-74.html](http://eagri.cz/public/web/mze/legislativa/predpisy-es-eu/Legislativa-EU_Ochrana-zvirat_smernice-rady-1999-74.html)>
- [9] eAGRI. *Vyhláška Ministerstva zemědělství č. 326/2001 Sb., kterou se provádí § 18 písm. a), d), g), h), i) a j) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, pro maso, masné výrobky, ryby, ostatní živočichy a výrobky z nich, vejce a výrobky z nich § 22* [online]. Praha: 2011 [cit. 2013-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://eagri.cz/public/web/mze/legislativa/pravni-predpisy-mze/tematicky-prehled/100056034.html>>
- [10] *Egg marketing: A guide for the production and sale of eggs*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2003. 121 p. ISBN 92-5-104932-7.
- [11] FAOSTAT. *Production, Livestock Primary* [online]. Rome: 2012 [cit. 2013-03-20]. Dostupný z WWW: <<http://faostat3.fao.org/home/index.html#DOWNLOAD>>



- [12] FISCHLER, Franz. *Nariadení Komise (ES) č. 546/2003* [online]. Brusel 2003 [cit. 2013-04-26]. Dostupný z WWW: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32003R0546:CS:HTML>>
- [13] GÖTZ, Robert. Novinky z Obalové asociace SYBA. *Navigator: občasník*. 2012, číslo 02, 4 s.
- [14] HVÍZDALOVÁ, Iva. *Mytí vajec v USA* [online]. Praha: 2006 [cit. 2013-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.agronavigator.cz/service.asp?act=email&val=45145>>
- [15] HVÍZDALOVÁ, Iva. *Produkce vajec v Evropě s Ruskem v čele* [online]. Praha 2010 [cit. 2013-04-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.irucz.ru/cz/zpravy/1-/114000000000-ruska-federace/114004000000-povolzsky-fo/0-/313-zemedelstvi/19282-produkce-vajec-v/>>
- [16] *Jak se vejce označují* [online]. Benešov [cit. 2013-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.zlatavejce.cz/>>
- [17] KVASNIČKOVÁ, Alexandra. *Mytí vajec v EU. Výjimka pro Švédsko?* [online]. Praha: 2005 [cit. 2013-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.bezpecnostpotravin.cz/myti-vajec-v-eu-vyjimka-pro-svedsko.aspx>>
- [18] Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Obchodní rejstřík a sbírka listin, ZEVOS a. s.* [online]. Praha 2012 [cit. 2013-04-25]. Dostupný z WWW: <<https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-dotaz?dotaz=469+72+501>>
- [19] *Na německý trh se mohly dostat miliony falešných biovajec* [online]. Praha 2013 [cit. 2013-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/na-nemecky-trh-se-mohly-dostat-miliony-falesnych-biovajec-959984>>
- [20] *Online slovník – Slova od D strana 34* [online]. [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://slovník.online-clanky.cz/d/strana-34/>>
- [21] SEIFERTOVÁ, Eva. *Ceny vajec zůstanou už vyšší* [online]. Praha 2012 [cit. 2013-04-26]. Dostupný z WWW: <[http://www.agroweb.cz/Ceny-vajec-zustanou-uz-vyssi\\_\\_s43x59321.html](http://www.agroweb.cz/Ceny-vajec-zustanou-uz-vyssi__s43x59321.html)>
- [22] STEINHAUSEROVÁ, Iva. *Produkce a zpracování drůbeže, vajec a medu*. 1. vydání. Brno: Veterinární a farmaceutická univerzita, 2003. 82 s. ISBN 80-7305-462-0.

- [23] SZIF. *Zprávy o trhu* [online]. Praha: 2000/2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <[http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/tis/zpravy\\_o\\_trhu?year=2013&cdr=07&ino=0](http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/tis/zpravy_o_trhu?year=2013&cdr=07&ino=0)>
- [24] ŠKARECKÝ, Vojtěch a kolektiv. *Sbírka listin ZEVOS, a. s., Výroční zprávy* [online]. Uherské Hradiště 2012 [cit. 2013-04-26]. Dostupný z WWW: <<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl?subjektId=isor%3a177496&klic=xyfca>>
- [25] ZEVOS, a. s. *Drůbežárna – Staré Město > O závodu* [online]. Uherské Hradiště 1999 [cit. 2013-04-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.zevos.cz/index.php?p=3>>
- [26] ZEVOS, a. s. *O společnosti* [online]. Uherské Hradiště 1999 [cit. 2013-04-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.zevos.cz/index.php?p=1>>

## SEZNAM PŘÍLOH

**Příloha 1:** Zdrojová tabulka pro obrázky 1, 2 a 3

## Příloha A

Rok	Produkce vajec v tisících tunách							CELKEM
	ČR	Německo	Polsko	Slovensko	Maďarsko	Rakousko	Švýcarsko	
1961	117,50	675,30	345,70	117,50	105,60	80,40	28,70	1 470,70
1962	118,80	691,10	343,00	118,80	102,00	85,60	28,10	1 487,40
1963	125,70	748,60	323,80	125,70	104,90	85,90	29,80	1 544,40
1964	134,80	841,40	337,80	134,80	123,20	90,50	30,10	1 692,60
1965	150,40	896,40	352,70	150,40	133,10	81,10	34,30	1 798,40
1966	154,00	965,15	350,20	154,00	135,50	79,09	34,80	1 872,73
1967	160,90	1 022,42	355,49	160,90	150,90	82,34	36,40	1 969,35
1968	163,50	1 048,08	353,61	163,50	155,30	84,55	36,40	2 004,94
1969	171,50	1 099,12	375,17	171,50	150,90	84,74	37,70	2 090,63
1970	186,60	1 161,68	388,67	186,60	182,40	85,33	39,00	2 230,28
1971	199,80	1 165,36	396,47	199,80	193,22	87,66	40,10	2 282,41
1972	206,00	1 213,48	418,58	206,00	178,89	89,20	40,70	2 352,85
1973	212,70	1 193,41	416,48	212,70	182,66	87,58	41,70	2 347,23
1974	223,40	1 180,39	440,80	223,40	201,72	84,36	41,55	2 395,61
1975	224,94	1 190,47	448,72	224,94	222,46	87,73	41,72	2 440,98
1976	224,60	1 161,60	445,55	224,60	222,14	88,29	42,33	2 409,11
1977	231,93	1 190,15	471,91	231,93	251,77	89,73	41,66	2 509,09
1978	234,51	1 160,02	473,96	234,51	263,77	95,83	42,95	2 505,54
1979	236,59	1 109,89	481,60	236,59	262,29	98,43	43,56	2 468,95
1980	245,02	1 134,30	494,53	245,02	243,59	94,83	43,50	2 500,78
1981	248,38	1 126,53	489,76	248,38	244,12	97,15	42,50	2 496,80
1982	251,49	1 131,08	424,08	251,49	242,29	92,11	42,50	2 435,03
1983	261,60	1 127,15	424,87	261,60	246,90	99,01	44,73	2 465,84
1984	275,19	1 125,98	456,02	275,19	240,40	98,92	42,56	2 514,25
1985	274,96	1 119,19	480,15	274,96	234,90	99,30	43,17	2 526,61
1986	277,92	1 098,39	461,68	277,92	238,36	101,37	44,62	2 500,25
1987	277,22	1 074,10	442,92	277,22	235,38	100,54	42,50	2 449,86
1988	279,82	1 059,50	457,04	279,82	254,70	97,37	41,00	2 469,26
1989	281,38	1 061,40	446,56	281,38	254,45	93,56	40,20	2 458,92
1990	283,23	985,00	422,38	283,23	259,95	95,70	36,65	2 366,13
1991	266,23	922,00	361,83	266,23	246,50	93,59	36,27	2 192,66
1992	260,29	882,00	340,02	260,29	231,30	93,49	37,69	2 105,08
1993	155,02	826,00	310,30	84,83	233,94	95,04	35,66	1 740,79
1994	155,31	843,00	322,11	89,22	215,39	105,55	37,47	1 768,05
1995	152,35	836,00	350,73	89,41	186,84	103,06	34,31	1 752,70
1996	147,40	842,00	392,29	89,90	182,00	98,41	37,80	1 789,80
1997	166,12	850,00	425,94	88,00	188,22	100,13	38,33	1 856,73
1998	221,78	855,00	404,53	85,78	188,21	99,41	39,94	1 894,64
1999	202,91	874,00	414,91	64,79	177,21	92,07	37,78	1 863,67
2000	187,97	901,00	423,75	60,81	176,36	86,05	36,28	1 872,22
2001	192,17	887,00	449,31	64,35	180,76	86,13	36,00	1 895,71
2002	104,25	868,00	496,20	66,20	188,74	87,99	39,06	1 850,44
2003	105,93	825,00	509,72	67,68	190,73	85,13	39,88	1 824,06
2004	98,20	813,00	514,28	63,26	181,37	87,04	38,39	1 795,54
2005	89,47	795,00	536,00	62,87	164,65	89,27	37,91	1 775,15
2006	86,68	796,50	537,23	70,30	164,22	90,61	38,85	1 784,39
2007	92,99	785,60	546,75	72,45	157,93	95,20	38,79	1 789,71
2008	98,94	789,60	581,74	71,33	159,92	96,20	39,34	1 837,08
2009	97,60	699,00	604,99	70,58	155,92	92,00	43,47	1 763,56
2010	122,13	662,40	618,50	74,65	151,80	94,63	45,30	1 769,41
2011	124,61	777,10	576,71	74,65	138,14	102,70	45,63	1 839,54
<b>CELKEM</b>	9 562,69	49 085,84	22 237,99	8 371,92	9 877,90	4 691,89	1 989,60	105 817,83