

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA

Analýza konkurence DHL Express s.r.o.

Bakalářská práce

Autor: Veronika Straková

Vedoucí práce: Ing. & Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D.

Olomouc 2018

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „Analýza konkurence DHL Express s.r.o.“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne

Podpis

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala paní Ing. et Ing. Lucii Sáře Závodné, PhD. za její vstřícnou a odbornou pomoc při psaní mé bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala mým kolegům u DHL Express s.r.o. za jejich ochotu při konzultacích ohledně obsahu práce a následných kalkulací přepravy. V neposlední řadě také děkuji své rodině a přátelům za jejich trpělivost při zodpovězení otázek týkajících se této bakalářské práce.

Anotace

Bakalářská práce je zaměřena na analýzu konkurence společnosti DHL Express s.r.o. Mezi její nejvýznamnější konkurenty patří společnosti FedEx, TNT a UPS. V rámci analýzy konkurence je nejprve zanalyzována společnost DHL Express z hlediska jejího původu a služeb. Totéž je provedeno u vybraných konkurentů. Po zanalyzování služeb společností následuje analýza, která zkoumá postavení společností na zasílatelském trhu. Kritériem pro zkoumanou analýzu je vybrána cena. Cenové nabídky byly zkalkulovány na základě poptávky u zkoumaných společností. Cílem analýzy je zjištění, jak si společnosti konkurují mezi sebou z hlediska ceny.

Annotation

This bachelor thesis is focused on the analysis of competitors of the DHL Express s.r.o company. Companies FedEx, TNT and UPS are the DHL's most important competitors. The DHL Express company with its history and services is analyzed as the first. The same is done with selected competitors. The companies' service analysis is followed by the analysis that examines the position of companies on the freight market. The price was chosen as the criterion for the analysis. Price bids are calculated and based on demands for the surveyed companies. The goal of this analysis is to identify how companies compete between each other using an aspect of price.

Klíčová slova

Logistika, přeprava, doprava, služba, zásilka, konkurence, konkurenceschopnost, nabídka, cena.

Keywords

Logistics, transportation, transport, service, shipment, competition, competitiveness, offer, price.

Obsah

Úvod	7
TEORETICKÁ ČÁST	8
1 Logistika	8
1.1 Původ logistiky	8
1.1.1 Vojská logistika	9
1.1.2 Civilní logistika	10
1.2 Definice logistiky	13
1.3 Přeprava a doprava	15
1.3.1 Dělení dopravy	17
1.4 Cíle logistiky	19
2 Konkurence na trhu služeb	22
2.1 Trh	22
2.1.1 Vymezení pojmu trh	22
2.1.2 Typy trhu	24
2.1.3 Segmentace trhu	25
2.2 Služby	26
2.2.1 Vymezení pojmu služba	26
2.2.2 Vlastnosti, klasifikace a vymezení služeb	27
2.3 Konkurence	32
2.3.1 Vymezení pojmu konkurence a kdy k ní dochází	32
2.3.2 Typy konkurentů	34
2.3.3 Konkurenceschopnost	34
PRAKTICKÁ ČÁST	36
3 Charakteristika společnosti DHL	36
3.1 Historie společnosti	36
3.2 Struktura společnosti	39
3.2.1 DHL Express	40
3.2.2 DHL Freight	41
3.2.3 DHL Global Forwarding	41
3.2.4 DHL Supply Chain	41
4 Analýza služeb DHL Express s.r.o.	42
4.1 Služby společnosti DHL Express	42
4.1.1 Same Day	43

4.1.2	Time Definite	44
4.1.3	Day Definite	48
4.1.4	Ostatní služby	48
4.2	Omezení a limity a společnosti DHL Express	51
4.2.1	Váhové a rozměrové limity zásilek	52
4.2.2	Produktové omezení komodit	52
5	Analýza konkurence na trhu expresních balíkových služeb	55
5.1	Společnost FedEx	57
5.1.1	Historie společnosti FedEx	57
5.1.2	Nabízené služby společnosti FedEx Express	59
5.2	Společnost TNT	61
5.2.1	Historie společnosti TNT	61
5.2.2	Nabízené služby společnosti TNT Express	63
5.3	Společnost UPS	65
5.3.1	Historie společnosti UPS	66
5.3.2	Nabízené služby společnosti UPS	67
6	Porovnání služeb konkurentů s DHL Express s.r.o.	71
6.1	Porovnání společností z hlediska cen za poskytované služby	75
6.1.1	Vnitrostátní přeprava	76
6.1.2	Mezinárodní přeprava EU	80
6.1.3	Mezinárodní přeprava mimo EU	88
7	Vyhodnocení analýzy služeb konkurentů s DHL Express s.r.o.	94
7.1	Zhodnocení analýzy služeb poskytovaných společnostmi z hlediska ceny	94
7.1.1	Zhodnocení nejvýhodnější ceny zkoumaných přeprav	95
7.1.2	Zhodnocení konkurenceschopnosti společností na základě průměrné ceny nejvýhodnější možnosti přepravy dokumentů a zboží	100
7.2	Zhodnocení analýzy služeb z hlediska úspěšnosti přeprav	101
	Závěr	103
	Summary	105
	Seznam pramenů a literatury	107
	Seznam zkratk	113
	Seznam grafů	114
	Seznam schémat	115
	Seznam obrázků	116
	Seznam tabulek	117

Úvod

Tématem bakalářské práce je „Analýza konkurence DHL Express s.r.o.“. V práci figuruje společnost DHL Express jako hlavní logistický mezinárodní přepravce a vystupuje v rámci analýzy jako výchozí bod.

Každým dnem roste poptávka po službách expresní dopravy a společnosti se musí přizpůsobit požadavkům trhu. Logistické firmy se předhánějí nabízenými službami a snaží se upoutat zájem zákazníka. Hlavním poutačem pro nové i stávající zákazníky se stává cena.

Cílem této práce je zanalyzovat společnost DHL Express v oblasti nabízených služeb, porovnat služby s největšími konkurenty a na základě fiktivních kalkulací přepravy zjistit, jak si společnosti navzájem konkurují na trhu expresních přepravců v ceně za přepravu.

První část bakalářské práce se věnuje teoretickému pojetí tématu logistiky. Je zde uveden vývoj samotné logistiky od vojenské až po civilní, její definice, základní dělení a cíle. Druhá teoretická část se věnuje vymezení konkurence na trhu, kde jsou popsány definice trhu, služeb a konkurence a následně jejich vymezení a dělení. Závěr teoretické části je věnován konkurenceschopnosti.

V úvodu praktické části je charakterizována samotná společnost DHL Express z pohledu jejího původu, struktury a nabízených služeb. Následující část se věnuje analýze vybraných konkurentů, kde je uvedena historie daných společností a jejich nabízené služby. Na základě fiktivních kalkulací přepravy je zkoumána cena přepravy do zvolených destinací. Výsledkem analýz je grafické znázornění cenových nabídek a vyhodnocení konkurenceschopnosti vybraných společností z hlediska ceny. Tento výsledek může být použit pro obecnou představu cenových nabídek expresních přeprav na trhu.

Závěr bakalářské práce se věnuje celkovému zhodnocení vymezených cílů.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Logistika

Samotnou logistiku nelze zkoumat bez znalostí jejího historického vývoje, dělení nebo cílů. V této kapitole bude popsáno, jak se logistika od samého počátku vyvíjela, jak funguje v současnosti a jaké cíle se snaží dosahovat.

1.1 Původ logistiky

Pojem logistika je odvozen od řeckého základu *logos*, který se může přeložit jako počítání, řeč, slovo, myšlenka, pravidlo či rozum¹, nebo také od řeckého *logistikon*, což může znamenat důmysl nebo rozum.²

V historii pojem logistika používali nejdříve řečtí filozofové. Později se pojem začal vyskytovat v aritmetice a znamenal praktické počítání s čísly.³

Dle Oudové (2016) je naopak logistika poměrně mladá věda, která se začala rozvíjet teprve od padesátých let minulého století, avšak kořeny logistiky nalezneme již ve starověkých civilizacích. V první řadě se jedná o starověké Řecko a Egypt, kde se logistika začala objevovat při stavbě pyramid a chrámů. Již v této době se lidé snažili o zajištění většího množství dělníků a dopravy opracovaných kamenných kvádrů.⁴

¹ STEHLÍK, Antonín a Josef KAPOUN. *Logistika pro manažery*. Praha: Ekopress, 2008. s. 13. ISBN 978-80-86929-37-8.

² PERNICA, Petr. *Logistika (supply chain management) pro 21. století*. Praha: Radix, 2004. s. 18. ISBN 80-86031-59-4.

³ DRAHOTSKÝ, Ivo a Bohumil ŘEZNÍČEK. *Logistika: procesy a jejich řízení*. Brno: Computer Press, 2003. s. 1. ISBN 80-7226-521-0.

⁴ OUDOVÁ, Alena. *Logistika: základy logistiky*. Aktualizované 2. vydání. Prostějov: Computer Media, 2016. s. 8. ISBN 978-80-7402-238-8.

Samotné pojetí logistiky se v průběhu let vyvíjelo. Z historického hlediska se vývoj logistiky dělí do dvou historických fází, kde se v první fázi logistika vyvíjela spíše ve vojenství, a naopak v druhé části historického vývoje se začala logistika přeměňovat z vojenské logistiky na civilní.

1.1.1 Vojenská logistika

První zmínka o vývoji logistiky pochází z 9. století. V této době byzantský císař Leontos VI. (886–911) zaznamenal první historicky doloženou definici, kterou popsal ve své knize Souhrnný výklad vojenského umění.⁵

Hajna (2007) ve své knize Logistika v ozbrojených silách ČR a SR ve 21. století dodává, že *„se prvotní forma termínu logistika, přesněji kalkulace v prostoru, často spojuje s vyplácením žoldu vojskům, jejich zabezpečováním a vyzbrojováním.“*⁶

V průběhu dalších let byla logistika chápána jako praktické počítání s čísly. Až v 19. století se logistika začala znovu spojovat s vojenstvím. Dalším velmi významným průkopníkem logistiky byl švýcar Antonie-Henry de Jomini, který svou tehdejší publikací Précis de l'art de la guerre (Náčrt vojenského umění) z roku 1838 položil základy vojenské logistiky. V této době se logistika používala jako pojem pro stavbu vojenských pevností, matematické výpočty optimálních poloh střílen, zásobování surovin, mobilizace vojska aj.

Okolo roku 1912 se pojem logistika začal dostávat i do hospodářské sféry. Bylo potřeba propočítat a naplánovat velké a složité přesuny zboží a řešit zásobování surovin. Zejména pak v průběhu druhé světové války bylo potřeba vybudovat infrastrukturu pro plynulý přesun zásob a vojenských jednotek.

Dnes je pojem logistika ve vojenské oblasti *„naukou o plánování, dispozici a použití prostředků nutných pro vojenské účely na podporu bojových sil“*⁷, nebo

⁵ STEHLÍK, KAPOUN, ref. 1

⁶ HAJNA, Petr a kol. *Logistika v ozbrojených silách ČR a SR ve 21. století*. Brno: Univerzita obrany, 2007. s. 9-10. ISBN 978-80-7231-287-0.

⁷ STEHLÍK, KAPOUN, ref. 1

jako přeprava, zásobování a umístění jednotek, skladování a udržování vojenského materiálu.⁸

Po ukončení druhé světové války se zjistilo, že v zemích přebývalo velké množství logistických produktů jako byly palety, bedny, zdvižné vozíky, kontejnery, jeřáby, přepravní prostředky atd. Také propuštění vojáci se snažili najít uplatnění v civilní pracovní sféře. Ve vzduchu tedy visela otázka „Co s nimi?“. Zrodila se tedy myšlenka civilní logistiky, kde oproti vojenské logistice, u které jsou náklady druhořadé a hlavním cílem je co nejlépe podpořit vojenské jednotky, u civilní logistiky je naopak doslova uměním logistických manažerů najít optimum mezi výkoností (službami) a náklady logistiky.⁹

1.1.2 Civilní logistika

V průběhu dalších let se civilní logistika postupně rozrůstala hlavně v hospodářské sféře. Stehlík a Kapoun (2016) ve své knize uvádějí popis jednotlivého vývoje hospodářské (podnikové) logistiky, který rozdělili do pěti následujících částí:

1. Počáteční období (okolo roku 1950) je charakterizováno jako uplatňování dílčích realizací, racionalizací a změny v chápání oběhových procesů. K nimž pak následně dochází díky pokroku vědy a techniky.¹⁰ Dalším zásadním pokrokem bylo soustředění se na procesy distribuce.¹¹
2. Druhé období (1955–1970) bylo charakteristické pro přípravu a formování přesnějších propojení mezi podnikově-ekonomickou logistickou teorií a samotnou praxí. V rámci formování se především uplatňovala výuka a výzkum. Také docházelo k technologickému rozvoji v dopravě a balení, a

⁸ Ibid. s. 13-14

⁹ Ibid. s. 15

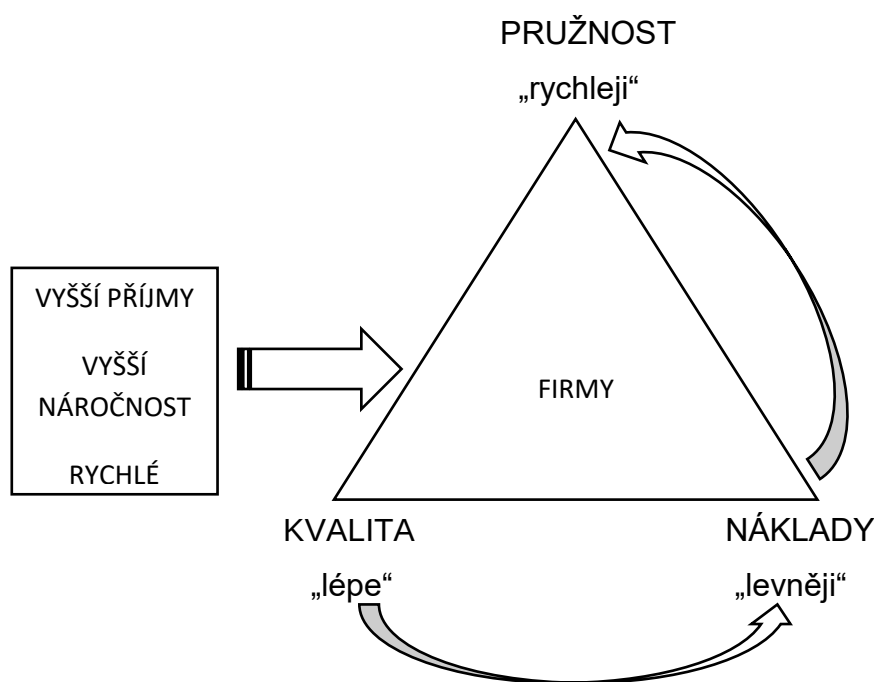
¹⁰ Ibid. s. 16-17

¹¹ PERNICA, ref. 2, s. 37

dále se rozvíjela integrace v uplatňování systémových teorií.¹² Dále se také začalo rozšiřovat uplatňování logistiky z distribuce na výrobu a zásobování.¹³

3. Třetí období (1970-1985) je charakteristické pro vývoj orientace na zákazníka. Důraz se klade na fyzickou stránku surovin a polotovarů.¹⁴ Pernica (2004) ve své knize Logistika pro 21. století výstižně shrnul dané období, kde tvrdí, že „*dynamizace společnosti a individualizace poptávky radikálně proměnily trh. Pány trhu se stali zákazníci s rostoucími nároky, požadující výběr, příznivou cenu, kvalitu a promptní dodání zboží.*“¹⁵ Dodavatelé a výrobci byli v tomto období nátlakem věčně nespokojené společnosti vtlačeni do tzv. „magického trojúhelníku“, kde se prali se vztahem mezi pružností, náklady a kvalitou.¹⁶

SCHÉMA Č. 1 MAGICKÝ TROJÚHELNÍK¹⁷



¹² STEHLÍK, KAPOUN, ref. 1, s. 17

¹³ PERNICA, ref. 2, s. 37

¹⁴ STEHLÍK, KAPOUN, ref. 1, s. 17

¹⁵ PERNICA, ref. 2, s. 37

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Upraveno autorem dle PERNICA, Petr. *Logistika (supply chain management) pro 21. století*. Praha: Radix, 2004. s. 38. ISBN 80-86031-59-4.

4. Ve čtvrtém období (1985-1995) se následně uplatňuje systém integrované logistiky, která se snaží o lepší efektivitu. Do popředí činností firem se dostává důraz na uspokojení potřeb a přání zákazníka¹⁸ a „*zvyšování úrovně dodavatelských služeb (logistických služeb) se tak stalo strategickým nástrojem konkurenčního boje.*“¹⁹
5. V posledním pátém období (od 1995) se začíná uplatňovat elektronika a internetové technologie, které následně umožnily vytvořit velké sítě a logistické partnery.²⁰ Významnou roli v tomto období hrají externí poskytovatelé logistických služeb, kteří převzali znalosti původních logistických oddělení od firem a snaží se vytvořit integrované logistické řetězce na mezinárodní úrovni a převzít na sebe i jejich logistické řízení.²¹

Prachař (2011) pak ve své knize shrnuje jednotlivé vývojové fáze civilní logistiky do období samotného rozvoje hospodářské logistiky. Tak jako předchozí autoři, Prachař také rozděluje hospodářskou (civilní) logistiku do pěti období. V počátečním období (od roku 1950) se dle Prachaře začíná vyvíjet změna chápání oběhových procesů. V druhém období (1955-1970) se připravuje a formuje přesnější podnikově-ekonomické logistiky. Třetí období (1970-1985) je charakterizováno rozvojem americké logistiky v západní Evropě. Ve čtvrtém období (1985-1995) se prosazuje systém integrované logistiky a poslední páté období (od roku 1995) se zabývá problémem, že náklady a účinnosti logistiky musí být optimální nikoli minimální.²²

Z historického hlediska se logistika stále vyvíjela a v průběhu let se zároveň měnila i její definice. Jednotná definice však neexistuje, jelikož každý autor logistiku chápe jiným způsobem.

¹⁸ STEHLÍK, KAPOUN, ref. 1, s. 18

¹⁹ PERNICA, ref. 2, s. 39.

²⁰ STEHLÍK, KAPOUN, ref. 1, s. 18

²¹ PERNICA, ref. 2, s. 39

²² PRACHAŘ, Jan. *Logistika jako součást vnitropodnikového řízení: monografie*. Kunovice: Evropský polytechnický institut, 2011. Odborné knižní publikace. s. 10. ISBN 978-80-7314-271-1.

1.2 Definice logistiky

„Jako ve všech oblastech lidské činnosti, tak i v logistice je pro bezproblémové dorozumívání nutné používání určité terminologie.“²³

V návaznosti na historický vývoj, zejména v oblasti vojenství, se v 9. století objevuje první historicky zaznamenaná logistická definice.

Jak už bylo zmíněno v předchozí kapitole, tehdejší byzantský císař Leontos VI. vydal Souhrnný výklad vojenského umění. V obsáhlém díle, které můžeme znát i pod názvem Leontosovy vojenské instituty napsal první definici logistiky, která říká: *„Úkolem logistiky je sehnat prostředky na financování vojska toto náležitě vyzbrojit a vybavit jej obrannými a útočnými prostředky, starat se včasné a dostatečně o jeho potřeby a přiměřeně připravovat každý akt vojenského tažení. Což znamená propočítat prostor i čas, odhadnout správně území s ohledem na pohyby vojska a na odpor protivníka a pomocí těchto funkcí uspořádat a řídit pohyb vlastních bojových sil, tedy jedním slovem jimi disponovat.“²⁴*

Po změně ve světě, kdy se vojenská logistika začala měnit na civilní logistiku, se objevují další definiční pojmenování logistiky. Logistika se začíná stávat vědním oborem *„jehož předmětem je plánování, realizace, řízení a kontrola integrovaných toků hmot (včetně biologických objektů), energií a informací v systémech.“²⁵*

Jünemann (1989) se k danému tématu vyjádřil, že logistika je *„vědecké učení a plánování, řízení a kontrola toků materiálu, osob, energií a informací v systémech.“* Dále podotýká, že *„logistiku tvoří všechna technická a organizační opatření“²⁶*, což může být chápáno jako plánování, sledování a optimalizování

²³ JEŘÁBEK, Karel, Rudolf KAMPF a Ladislav BARTUŠKA. Logistické minimum. České Budějovice: Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, 2016. s. 11. ISBN 978-80-7468-073-1.

²⁴ LEONTOS VI., in STEHLÍK, Antonín a Josef KAPOUN. Logistika pro manažery. Praha: Ekopress, 2008. s. 13. ISBN 978-80-86929-37-8.

²⁵ JEŘÁBEK, KAMPF, BARTUŠKA, ref. 23, s. 12.

²⁶ JÜNEMANN, 1989 in JEŘÁBEK, Karel, Rudolf KAMPF a Ladislav BARTUŠKA. Logistické minimum. České Budějovice: Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, 2016. s. 12. ISBN 978-80-7468-073-1.

procesů, jejich zavedení, udržení a ukončení, díky jimž se v „systémech transformují materiály a biologické objekty s příslušnými nezbytnými informacemi z počátečního do konečného stavu.“²⁷ Přitom aby vše fungovalo, musí se alespoň jedna z veličin (místo, druh, čas nebo množství) změnit.²⁸

Jünemann pak následně dodává, že logistiku můžeme chápat jako „plánování, organizování, řízení a skutečné provádění materiálového a finančního toku od vývoje a nákupu, přes výrobu a distribuci až k zákazníkovi, s cílem splnit požadavky trhu při nízkých nákladech a nárocích na kapitál.“²⁹

Pernica (2004) se k danému tématu vyjadřuje, že první definice logistiky vznikla v roce 1964 v USA. V té době se o logistice mluvilo jako o procesu plánování, realizace, řízení toku a skladování zboží, služeb a souvisejících informací. Samotné procesy se promítaly z místa vzniku do místa spotřeby s cílem uspokojit požadavky zákazníků.³⁰

Další tezi vnesla Ekonomická logistická asociace (1991), která logistiku definuje jako „organizaci, plánování, řízení a uskutečňování toku zboží, počínaje vývojem a nákupem konče výrobou a distribucí podle objednávky finálního zákazníka tak, aby byly splněny všechny požadavky trhu při minimálních nákladech a minimálních kapitálových výdajích.“³¹

Zajímavá je také definice logistiky samotné Severoatlantické aliance (NATO), která uvádí, že „logistika je nauka o plánování, provádění přesunu a o technickém zabezpečení sil.“³²

Institut of Logistics and Transport (1999) logistiku definuje jako vědu o časově vztahném umísťování zdrojů.³³

²⁷ Ibid.

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid.

³⁰ PERNICA, ref. 2, s. 35

³¹ European Logistic Association, 1991, in PERNICA, Petr. *Logistika (supply chain management) pro 21. století*. Praha: Radix, 2004. s. 35. ISBN 80-86031-59-4.

³² HAJNA Petr, Martin REJZEK. Charakteristika logistiky NATO. *Logistika*, 2/1999.

³³ Institut of Logistics and Transport, 1999 in PERNICA, Petr. *Logistika (supply chain management) pro 21. století*. Praha: Radix, 2004. s. 36. ISBN 80-86031-59-4.

Zjednodušeně a pro účel této práce je důležité, že se logistika zabývá takovými procesy, aby bylo správné zboží za správnou cenu ve správném čase a množství na správném místě.³⁴

Závěrem je nutné uznat, že pro přesné definování logistiky neexistuje žádná jednotná definice. Logistiku lze popsat různými způsoby dle specifikace služeb. Většina autorů se shoduje, že v rámci logistiky se jedná o přesun konkrétního materiálu, lidí nebo informací, které musí být doručeny na určité místo v určitém čase a s podmínkami, které si zákazník a logistická firma ujednali. Některé logistické společnosti nabízejí pouze dopravu zboží z bodu A do bodu B, jiné firmy však nabízejí i širší škálu služeb. Nicméně vždy záleží na celkové orientaci společnosti a rozvinutosti její infrastruktury.

1.3 Přeprava a doprava

Při bližším zkoumání definic logistiky, je nutné podotknout, že se v nich často objevují termíny přesunů, které jsou potřeba blíže vysvětlit. V logistických procesech se následně objevují pojmy jako jsou přeprava a doprava.

Dle Stehlíka a Kapouna (2008) je doprava chápána jako součást hospodářské infrastruktury a to tak, že jejím produktem je nehmotný užitečný efekt (přemístění – přeprava). V užším pojetí je doprava chápána jako pohyb dopravních prostředků po dopravní cestě. Z výše uvedeného vyplývá, že přeprava je produktem dopravy.³⁵

Dále výše zmiňovaní autoři přinášejí tvrzení, že „*podmínkou efektivnosti dopravy je předpoklad, že realizací přepravy bude užitečná hodnota (hmotný statek, zboží) spotřebována.*“³⁶ Pokud užitečná hodnota není spotřebována, doprava není efektivní a následně vznikají ztráty, jelikož přepravu, která je produktem dopravy, nelze sladovat. Příkladem může být ztráta, která se rovná

³⁴ OUDOVÁ, ref. 4, s. 8

³⁵ STEHLÍK, KAPOUN, ref. 1, s. 22

³⁶ Ibid.

nákladům nespotřebovaných užitných hodnot, nebo také ztráta, která se rovná nákladům na přemístění (přepravu) těchto užitečných hodnot.³⁷

„Ekonomická teorie pak jen dodává, že zboží se přepravuje z místa, kde má malý užitek (je ho dostatek) do místa, kde má velký užitek (je ho nedostatek).“³⁸

Zjednodušeně se dá doprava chápat jako souhrn činností, které napomáhají nebo uskutečňují pohyb dopravních prostředků po dopravních cestách z místa vzniku do místa spotřeby. Technologie, které se používají při dopravě, se skládají z dopravních prostředků, organizací dopravy a dopravní infrastruktury. Dopravním prostředkem může být jakékoli technické zařízení, které napomáhá k přemístění daných objektů.

Naopak přeprava je část dopravy, kterou se přemísťují osoby, informace, energie nebo materiál s využitím dopravních a přepravních prostředků. Přepravním prostředkem se zde stávají prostředky, které dopravci umožňují přepravu dopravním prostředkem. Příkladem mohou být palety, bedny, přepravky a další.³⁹

Další důležitou informací je rozdíl mezi dopravcem a přepravcem. Dopravce je osoba (provozovatel, vlastník vozidla), která vykonává dopravu. Naopak přepravce je osoba, která si danou přepravu objedná u dopravce. Přepravce je také povinen uhradit dopravci dohodnutou odměnu, která může být smluvní nebo individuální.⁴⁰

V rámci terminologie dopravy a přepravy je důležité zmínit i její dělení. Jelikož se bakalářská práce zaměřuje spíše na procesy dopravní, bude zde následně uvedeno pouze dělení dopravy.

³⁷ Ibid.

³⁸ Ibid. s. 23

³⁹ DRAHOTSKÝ, ŘEZNÍČEK, ref. 3, s. 6-16

⁴⁰ OUDOVÁ, ref. 4, s. 53

1.3.1 Dělení dopravy

Sixta a Mačát (2010) člení dopravu na devět částí, které se následně dělí na jednotlivé segmenty v závislosti na okolní skutečnosti.

Jedná se o dopravu dle:

1. místa provozování
 - vnitřní (vnitropodniková)
 - vnější (mimopodniková)
2. pravidelnosti
 - pravidelná
 - nepravidelná
3. vztahu dopravce a přepravce
 - veřejná
 - neveřejná
 - individuální
4. obsluhovaného území
 - vnitrostátní
 - mezinárodní
5. druhu dopravní cesty a používaných dopravních prostředků
 - železniční
 - silniční a městská hromadná doprava
 - letecká
 - vodní (vnitrozemská, námořní)
 - kombinovaná (integrovaná)
 - nekonvenční (pásová)
6. velikosti zásilky
 - celovozová
 - kusová
7. hromadnosti
 - hromadná

- nehromadná
8. prostředí, ve kterém je realizována
- pozemní
 - podzemní
 - vodní
 - vzdušná
 - kosmická
9. přemísťování objektu
- osobní
 - nákladní⁴¹

Naopak Oudová (2016) ve své knize člení dopravu do pěti hlavních částí, které se pak následně dělí na další segmenty.

Dopravu člení dle:

1. přepravovaného objektu
 - osobní (individuální, hromadná)
 - nákladní (veřejná, doprava na vlastní účet)
2. pohonu
 - motorovou
 - ostatní (jízda na kole, člun, povoz)
3. místa realizace
 - doprava realizována uvnitř podniku (dopravní pásy, vozíky)
 - doprava intravilánu (doprava v rámci měst a obcí – MHD)
 - doprava extravilánu (doprava mezi městy o obcemi – železnice)
4. územního hlediska
 - místní
 - regionální

⁴¹ SIXTA, Josef a Václav MAČÁT. *Logistika – teorie a praxe*. Dotisk prvního vydání. Brno: Computer Press, 2010. s. 160. ISBN 80-251-0573-3

- mezinárodní
5. charakteru dopravní cesty
- pozemní (silniční, železniční)
 - vodní (říční, námořní)
 - letecká (osobní, nákladní)⁴²

Drahotský a Řezníček (2003) přidávají k již zmiňovaným typům dopravy ještě dopravu potrubní, která se převážně používá pro přepravu kapalných či plyných látek. Nejčastěji se jedná o zemní plyn, chemikálie, vodu nebo ropné produkty.⁴³

1.4 Cíle logistiky

Poslední část této kapitoly se věnuje cílům logistiky, které jsou velmi důležité pro poskytovatele, a především pro její úspěšný provoz. Cíle logistiky jsou úzce spjaté s nabízenými službami a schopností konkurence logistických společností. Širší škála poskytovaných služeb může zajistit lepší konkurenční postavení společnosti na trhu, a proto je nutné si stanovit reálné cíle. Již v této poslední kapitole se budou často objevovat termíny spojené se službou a konkurencí, avšak o službách a konkurenci bude psáno až v druhé hlavní kapitole bakalářské práce.

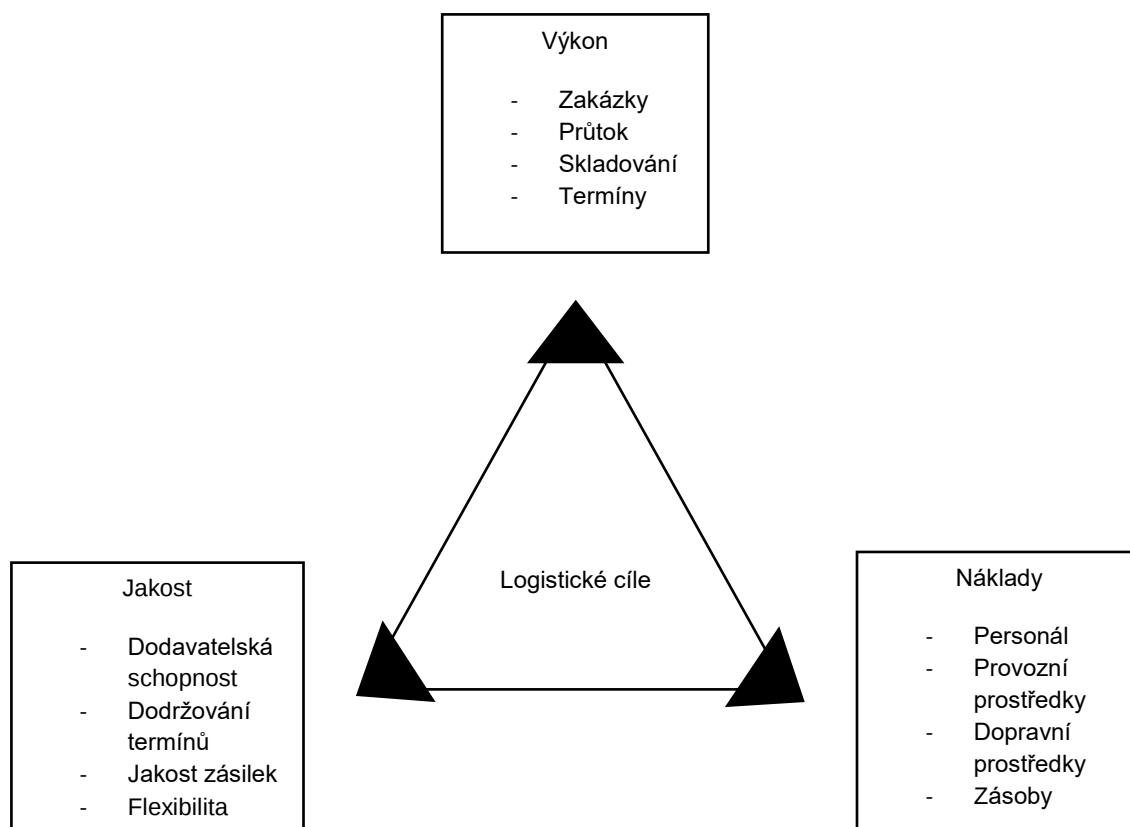
Chce-li podnik získat na trhu lepší pozici umožňující mu prodávat své výrobky a služby za tržní ceny, musí být pro zákazníky zajímavý. U výrobků se klade důraz hlavně na parametry, design či jakost. Na druhé straně u logistických služeb v rámci přepravy zákazníci zajímá primárně kvalita služeb, rychlost přepravy, dohledatelnost a spolehlivost. Tyto aspekty by měly být minimálně srovnatelné nebo lepší, než nabízejí konkurenční společnosti.

⁴² OUDOVÁ, ref. 4, s. 54

⁴³ DRAHOTSKÝ, ŘEZNÍČEK, ref. 3, s. 15

V dnešní době spousta malých či velkých firem přenechává logistické úkony na externích společnostech, které na sebe berou zodpovědnost za přepravu. Cílem každého dopravce je podat slíbený výkon ať už v oblasti dopravy nebo v oblastech zásobování, skladování a manipulaci. Dopravci se také snaží zajistit požadovanou jakost výkonů, a to jak dodavatelskou schopnost a flexibilitu, tak i dodržování termínů. Dále se dopravci snaží optimalizovat náklady a při tom všem respektovat požadavky environmentu v rozsahu procesních řetězců.⁴⁴

SCHÉMA Č. 2 CÍLE LOGISTIKY⁴⁵



Z uvedeného schématu č. 2 vyplývá, že logistický výkon spočívá ve „splnění výše uvedených cílů, v detailním měřítku v zajištění plynulého a

⁴⁴ JEŘÁBEK, KAMPF, BARTUŠKA, ref. 23, s. 9

⁴⁵ Upraveno autorem dle: JEŘÁBEK, Karel. Logistika-doprava-manipulace-skladování. *Stavební informace*. XI (28), září 2004, monotematické číslo, s. 3-31. ISSN 1211-2259

rychlého hmotného toku v hodnotovém řetězci.“⁴⁶ Pod hodnotovým řetězcem si můžeme představit „procesy, jimiž se realizuje koloběh komodit s integrovanými informacemi.“⁴⁷

Dříve zmiňovaná jakost se stává významným kritériem v oblasti logistiky. Kvalitní služby na trhu jsou v dnešní době samozřejmostí, avšak v logistických procesech je stále co zlepšovat. Na trhu se objevují noví dopravci a je těžké splnit veškeré požadavky zákazníků při nízkých nákladech, nízkých cenách služeb a chtít přitom vysoké výnosy. Proto úkolem vrcholového managementu je neustálá optimalizace hodnotového řetězce a hlavním cílem je „*shromažďovat a zpracovávat tok informací z odbytového trhu, transformovat obsah informací na stranu pořizovacího a integrovat je s tokem látkových objektů (surovin, polotovarů a výrobků) z trhu pořizovacího podnikem na trh odbytový a tyto integrované toky optimalizovat.*“⁴⁸

Dle Drahotského a Řezníčka (2003) je naopak cílem logistiky ve všech úrovních maximalizovat efektivnost oběhových procesů.⁴⁹

V neposlední řadě je důležitým cílem v logistice, hlavně u dopravců, rychlost. Pokud není dobře uzpůsobená síť a zákazník čeká příliš dlouho na svůj produkt, kdy dopravce nedodržel čas doručení, může se stát, že přepravovaný produkt ztrácí svou hodnotu v čase. Hlavně pokud se jedná o citlivé zásilky jako jsou například přístroje pro záchranu lidského života. Čas je tedy jedním z kritických faktorů ve vývoji logistiky.⁵⁰

⁴⁶ JEŘÁBEK, KAMPF, BARTUŠKA, ref. 23, s. 9-10.

⁴⁷ Ibid. s. 7.

⁴⁸ JEŘÁBEK, KAMPF, BARTUŠKA, ref. 23, s. 11

⁴⁹ DRAHOTSKÝ, ŘEZNÍČEK, ref. 3, s. 8

⁵⁰ Süle in ŠVADLENKA, Libor, Daniel SALAVA a Jaroslav MORKUS. *Future role of postal services in the face of new market conditions and communication technologies*. Pardubice: University of Pardubice, 2008. s. 66-67. ISBN 978-80-7395-144-3.

2 Konkurence na trhu služeb

V návaznosti na předchozí podkapitolu zde budou konečně vysvětleny termíny služba a konkurence. Tyto termíny však nemohou existovat bez trhu, kde firmy v rámci konkurence nabízejí své služby a produkty.

2.1 Trh

Tržní hospodářství je velmi složitý mechanismus, kde se koordinují činnosti, lidé a podniky. V takovém tržním hospodářství má vše svou cenu. Každá služba, druh zboží anebo určité lidské práce mají svou cenu ve výši mzdy. Zmíněný mechanismus, který koordinuje a řídí složité ekonomické vztahy a procesy probíhající ve společnosti, se nazývá trh.⁵¹

2.1.1 Vymezení pojmu trh

„Trh je oblastí ekonomické reality, ve které dochází k výměně činností mezi jednotlivými ekonomickými subjekty prostřednictvím směny zboží.“⁵²

Další velmi obecné vymezení je uvedeno v knize Podnik a jeho okolí, kde autor Dvořáček popisuje trh jako *„místo, kde se střetává nabídka a poptávka po konkrétních činnostech.“⁵³*

Zjednodušeně je trh chápán jako interakce mezi prodávajícími a kupujícími. Proávající tvoří konkurenční prostředí na trhu, kde si navzájem konkurují svými produkty a službami. Naopak zákazníci (kupující) jsou taktéž účastníci trhu, ale stojí oproti prodávajícím, které si vybírají na základě

⁵¹ SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing – cesta k trhu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2005. s. 83. ISBN 80-86898-48-2.

⁵² Ibid.

⁵³ DVOŘÁČEK, Jiří a Peter SLUNČÍK. *Podnik a jeho okolí: jak přežít v konkurenčním prostředí*. V Praze: C.H. Beck, 2012. Beckova edice ekonomie. s. 1. ISBN 978-80-7400-224-3.

svých potřeb a preferencí. Taková skupina zákazníků, která se stejně na trhu chová a má stejné potřeby se nazývá tržním segment.⁵⁴ O tom, co přesně tržní segment znamená, bude psáno až v kapitole Segmentace trhu.

Ať už se jedná o výrobky nebo služby, v tržním hospodářství se v rámci trhu střetává nabídka a poptávka. Zmíněnou směnu zboží a služeb nám zprostředkovávají peníze. Nejdůležitějším segmentem trhu jsou tržní subjekty, které můžeme rozdělit do tří částí: domácnosti, podniky a stát.

Domácnosti ve většině případech vystupují na trhu zboží a služeb jako kupující, avšak může se stát, že domácnosti vystupují i na straně prodávajících. Pokud jsou domácnosti vlastníky výrobních faktorů (půda, práce, kapitál), prodávají je podnikům a za následně získané důchody (renta, úkor, mzda) nakupují výrobky a služby, které potřebují k uspokojení svých potřeb.

Podniky jsou naopak tržní subjekty, které vyrábějí zboží za účelem prodeje a následného zisku. V rámci trhu mohou vystupovat jak na straně kupujících, tak i na straně prodávajících.

Posledním tržním subjektem je stát, který má na trhu své specifické uplatnění. Cílem jeho přítomnosti je ovlivňování samotného trhu. Stát může vystupovat na straně kupujících i prodávajících, kde ovlivňuje trh v rámci státních podniků a státních zakázek. Dále stát působí na trh v rámci svých institucí a zákonodárných orgánů a v neposlední řadě prostřednictvím hospodářské politiky státu. Cílem hospodářské politiky státu je odstranění negativních dopadů na činnosti trhu, jeho stimulaci a stanovování legislativních pravidel pro fungování trhu.⁵⁵

⁵⁴ VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. Praha: Grada, 2008. Manažer. Marketing. s. 31. ISBN 978-80-247-2721-9.

⁵⁵ SVĚTLÍK, ref. 51, s. 83-84

2.1.2 Typy trhu

V rámci trhu existuje mnoho dělení, kde záleží na jeho oblasti působení a činnosti.

První dělení, které je sledovatelné, je dle množství a druhů zboží. Takový trh se člení na dílčí a agregátní. V rámci dílčího trhu se střetává nabídka a poptávka po jednom druhu zboží, například trh automobilů. Naopak agregátní trh je trhem veškerého zboží.

Dále se může trh dělit z hlediska územního a věcného působení na místní, národní, mezinárodní a světový. Místní trh je charakterizován nabídkou místních a krajových produktů. Postupným rozvíjením dělby práce vznikl trh národní, který díky specializaci v rámci národů přerostl v trh mezinárodní či světový.⁵⁶

Zajímavým dělením trhu může být například návaznost na marketingové chápání trhu, které popisuje Vašítková (2008) a dělí trh do šesti částí.

Její dělení je následující:

- Trh spotřebitelů
- Trh dodavatelů
- Interní trhy
- Trh potenciálních zaměstnanců
- Referenční trh
- Ovlivňovací trh⁵⁷

Avšak, nejzákladnějším dělením je dle toho, co je na trhu předmětem prodeje a koupě. Takový trh se dělí na:

- Trh výrobků a služeb
- Trh práce, půdy a kapitálu (neboli trh výrobních faktorů)

⁵⁶ Ibid. s. 84

⁵⁷ VAŠTÍKOVÁ, ref. 54. s. 31-32

- Trh peněz (který souvisí s trhem kapitálu)

Z marketingového hlediska chápání je trh „*souhrnem všech skutečných a potencionálních kupujících. Velikost trhu potom závisí na počtu kupujících, kteří mohou reagovat na určitou tržní nabídku, a splňují tři podmínky.*“⁵⁸

Mezi zmíněné tři podmínky pro kupující patří zájem o určité zboží, mít peníze a mít možnost si výrobek koupit.⁵⁹

2.1.3 Segmentace trhu

Světlík (2005) popisuje marketingový pohled na trh, který říká, že trh je tvořen zákazníky. Avšak zákazníci mohou být odlišní a mít i odlišné požadavky a potřeby. Proto je důležité na trh pohlížet jako na soubor segmentů. Segmentací rozumíme, že je potřeba najít skupinu zákazníků dle určitých kritérií. Takoví zákazníci by si měli být co nejvíce podobní svým tržím chováním a preferencemi. Dále je důležité, aby se jednotlivé segmenty od sebe lišily. Segmentem pak nazýváme skupinu, která má specifické požadavky na určitý soubor výrobků.⁶⁰

Vašítková (2008) se ve své knize přiklání ke stejnému názoru a píše zde, že zákazníci jsou účastníci různých trhů a mají různé potřeby, vlastnosti a chování. Pokud se ovšem najde skupina, která má podobné vlastnosti a chování na trhu, nazýváme je tržními segmenty.⁶¹

Segmentace na trhu přináší mnoho výhod. Jednou z těch hlavních je uspokojení potřeb zákazníka tak, že se vyvine a vyrobí takový produkt, který koresponduje s přáním zákazníka. Díky tomu se vytváří mnohem větší předpoklad, že bude zákazník s výrobkem velmi spokojen. Stejná situace platí i u služeb.

⁵⁸ SVĚTLÍK, ref. 51, s. 84

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Ibid. s. 89

⁶¹ VAŠTÍKOVÁ, ref. 54, s. 31

Další výhodou segmentace může být efektivnější stimulace a distribuce výrobku. To znamená, že pokud se bude vyrábět takový výrobek, který je dle přání určitého okruhu zákazníků, největším odběratelem budou právě tito zákazníci a firma tak nemusí využívat k prodeji stimulační prostředky, jako je například reklama.

Třetí výhoda spočívá v přizpůsobení výrobku zákazníkovi. Pokud se na trhu nabízí takový produkt, který vede nejvíce k uspokojení a přání zákazníka, umožňuje to firmě žádat za produkt vyšší cenu, jelikož za takový produkt je zákazník ochoten zaplatit více než u konkurence. Vyšší stanovená cena vytváří předpoklad pro získání vyšší míry zisku.

Poslední výhodou segmentace je již zmíněná konkurenční výhoda. Tím, že je vytvořen produkt, který nejvíce sedí zájmové skupině, může se stát tento produkt odlišný od ostatních produktů nabízených konkurencí. Pokud firma rozvíjí a odlišuje své výrobky, může následně svou konkurenční převahu posilovat.⁶²

2.2 Služby

V předchozí kapitole bylo psáno o trhu jako takovém, kde se střetává nabídka a poptávka s produkty a službami. Oproti produktu, který může mít jak hmotnou, tak i nehmotnou charakteristiku, stojí služba, která zaujímá pouze nehmotný charakter. Za služby sice platíme, tak jako za produkty, ale nikdy je nemůžeme vlastnit.

2.2.1 Vymezení pojmu služba

Jedním z nejznámějších a nejpoužívanějších vymezení pojmu služby, je marketingový přístup k službám od Kotlera (1995). Ten říká, že „*služba je*

⁶² SVĚTLÍK, ref. 51, s. 89-90

*činnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé, je naprosto nehmotelná a nevytváří žádné nabyté vlastnictví. Její realizace může, ale nemusí být spojena s fyzickým výrobkem.“*⁶³

Další zajímavé vymezení služeb je od americké marketingové asociace, která služby popisuje jako „*samostatně identifikovatelné, především nehmotné činnosti, které poskytují uspokojení potřeb, a nemusí být nutně spojovány s prodejem výrobku nebo jiné služby. Produkce služeb může, ale nemusí vyžadovat užití hmotného zboží. Je-li však toto užití nutné, nedochází k transferu vlastnictví tohoto hmotného zboží.*“⁶⁴

2.2.2 Vlastnosti, klasifikace a vymezení služeb

Tak jako jiné ekonomické pojmy se následně dělí a vymezují, u služeb to není jinak. Služby mohou mít různé vlastnosti, které je dělají odlišitelné od produktů. Služby se pak následně dělí a klasifikují na další segmenty a přiřazují k nim různá vymezení.

2.2.2.1 Vlastnosti služeb

Mezi základní vlastnosti služeb dle autorů Vašítkové (2008) i Haláska (2013) patří:

- Nehmotnost
- Neoddělitelnost
- Heterogenita
- Zničitelnost

⁶³ KOTLER, Philip. *Marketing: Management: analýza, plánování, realizace a kontrola*. 2. upr. a dopl. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. s. 490. ISBN 80-85605-08-2.

⁶⁴ VAŠTÍKOVÁ, ref. 54, s. 20.

- Nemožnost vlastnictví^{65 66}

Nehmotnost je jedna s nejcharakterističtějších vlastností služby, jelikož ji nelze před koupí vyzkoušet či prohlédnout. Důsledkem nehmotnosti služeb může zákazník obtížně hodnotit konkurující služby a obává se rizika při nákupu. Proto zákazník klade důraz na zdroje informací z okolního prostředí ve formě doporučení a jako základ pro hodnocení nejčastěji používá cenu.

U neoddělitelnosti služby dochází k procesu, kdy je zákazník zúčastněným objektem při poskytování služby, která je produkována v jeho přítomnosti. Nevýhodou neoddělitelnosti může být situace, kdy je zákazník nucen cestovat na místo produkce služby.

Heterogenita (proměnlivost) služeb spočívá v procesu poskytování služby, kdy jsou přítomni jak zákazníci a lidé, tak i poskytovatelé služby. Chování subjektů je nepředvídatelné, tudíž služba nemusí mít vždy stejnou kvalitu a je velmi obtížné pro zákazníka si vybrat mezi konkurenty.

U vlastnosti zničitelnost služeb dochází z důvodu nehmotnosti k situacím, kdy při nevyužití daných služeb není možné je uchovat na později. Pokud nejsou ihned využity, neprodané nebo nevyužité služby zanikají. Důsledkem této zničitelnosti služeb se zákazníkům obtížně reklamuje služba a při reklamaci může být zákazník například konfrontován nadbytečnou kapacitou nebo nevyužitím služby.

Nemožnost vlastnictví služby úzce souvisí s její nehmotností a zničitelností. Službu je možné využít pouze vdaný moment a na zprostředkovatele nemůže přecházet vlastnické právo (jako tomu bývá u výrobků). Zákazníkovi tak nabývá pouze právo na poskytnutí služby.⁶⁷

Z vlastností služeb vyplívají základní rozdíly mezi výrobkem a službou, které jsou následně popsány v tabulce č.1.

⁶⁵ VAŠTÍKOVÁ, ref. 54

⁶⁶ HALÁSEK, Dušan. *Logistika v odvětvích služeb*. Přerov: Vysoká škola logistiky, 2013. s. 24-27. ISBN 978-80-87179-30-7.

⁶⁷ Ibid.

TABULKA Č.1 ROZDÍLY MEZI SLUŽBOU A VÝROBKEM⁶⁸

Služby	Výrobky
Nehmotné	Hmotnost – konkrétní produkt
Neskladovatelné	Skladovatelné
Nemožnost změny vlastníka	Možnost změny vlastníka
Nemožnost služby vyzkoušet	Možnost vyzkoušení při koupi
Výroba a marketing probíhají současně	Výroba a marketing probíhají odděleně
Zákazník tvoří proces produkce	Výrobní proces probíhá bez přítomnosti zákazníků
Chyby vznikají při přebírání služby	Chyby vznikají v průběhu výrobního procesu
Služby získávají svou podobu v průběhu konkrétní služby	Výrobek získává svoji podobu po skončení výrobního procesu
Službu nelze balit	Výrobek lze balit
Službu nelze patentovat	Výrobek lze patentovat
Službu nelze dále prodat	Výrobek lze dále prodat
Službu nelze přepravovat	Výrobek lze přepravovat
Služba nevyrábí	Výroba vyrábí

2.2.2.2 Klasifikace služeb

Jelikož jsou služby různorodé, je potřeba je rozdělit podle jejich charakteristických vlastností do specifických kategorií. Dle Vašítkové (2008) „*takový přístup umožňuje lepší analýzu služeb a pochopení použití různých marketingových nástrojů pro příslušné kategorie služeb.*“⁶⁹

⁶⁸ Upraveno autorem dle: MICHALOVÁ, Valéria. *Manažment a marketing v trhových službách*. 1. vyd. Bratislava: SPRINT, 1999. s. 44. ISBN 80-88848-53-9.

⁶⁹ VAŠTÍKOVÁ, ref. 54, s. 13

Halásek (2013) služby klasifikuje dle:

- charakteru činností služby (zdravotnictví, doprava a spoje, osobní služby atd.)
- hlediska jejich spotřeby (souvisí s uspokojováním potřeb jedince nebo společnosti)
- hlediska organizačně institucionálních vztahů (veřejné, komerční či konstrukční služby)
- kritéria regulace veřejnou správou (poskytování veřejných služeb s regulátory)
- hlediska podmínek jejich reprodukce (placené, příspěvkové a neplacené služby)
- způsobu distribuce (zákazník jde za službou / služba jde za zákazníkem)
- dle charakteru poptávky po službě (fluktuace poptávky, sezónnost, špičky)
- vztahu poskytovatele služby se zákazníkem (vysoký, střední, nízký kontakt)⁷⁰

Mezi další zajímavou klasifikaci služeb patří názor ekonomů Hatta a Foota. Ti klasifikují služby na terciální (restaurace, kadeřnictví, řemeslné práce a další), kvartální (doprava, komunikace, obchody – služby které usnadňují a zefektivňují práci) a kvintetní (zdravotní péče, rekreace, vzdělávání – služby, které při poskytování zdokonalují a mění určitým způsobem jedince).⁷¹

V rámci návazné teoretické práce je velmi důležité zmínit tzv. „zasílatelské služby“, které jsou úzce spjaté s logistickými činnostmi. Novák (2011) o zasílatelství říká, že *„je všeobecně definováno jako vysoce odborná činnost, při které zasílatel obstarává za úplatu přepravu věcí.“*⁷² Dále k danému tématu dodává, že *„postavení zasílatele na přepravním trhu lze charakterizovat jako postavení obchodníka, eventuálně prostředníka. Zasílatel zajišťuje přepravní*

⁷⁰ HALÁSEK, ref. 66, s. 15-22

⁷¹ VAŠTIKOVÁ, ref. 54, s. 13

⁷² NOVÁK, Radek, Lubomír ZELENÝ, Petr PERNICA, a Petr KOLÁŘ. Přepravní, zasílatelské a logistické služby. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. s. 270. ISBN 978-80-7357-735-3.

služby pro příkazce (přepravce) především u dopravců, ale i u dalších subjektů přepravního trhu.“⁷³

2.2.2.3 Vymezení služeb

Vašítková (2008) ve své knize vymezuje služby jako takové, „*které lze směnit na trhu za peníze a služby, které v důsledku určitého sociálního a ekonomického prostředí představují výhody, které je nutno rozdělovat pomocí netržních mechanismů*“⁷⁴

Halásek (2013) naopak služby vymezuje jako tržní a netržní, kde „*pojmem tržní služby jsou označovány ekonomické činnosti, které jsou poskytovány za účelem zisku.*“⁷⁵ Služby jsou poskytovány soukromým sektorem a existuje přímá vazba mezi platbou příjemce a poskytnutím služby. Dále je služba poskytována za určitou cenu. Na druhou stranu pojmem netržní služby nazývá „*veškeré ekonomické činnosti, které nejsou poskytovány prostřednictvím trhu.*“⁷⁶ Služby jsou poskytovány veřejným sektorem a není zde přímá vazba mezi platbou příjemce a poskytnutím služby. Navíc, cena nemusí být vyjádřena a služba může být bezplatná.⁷⁷

Dalším příkladem vymezení služeb je dle služeb tržních a národně spravovaných veřejnou správou díky vydané směrnici Evropského parlamentu.

Od roku 2010 zde můžeme najít:

- Manažerské a poradenské služby
- Reklamu
- Služby v oblasti nemovitostí
- Distribuční odvětví
- Cestovní kanceláře
- Pronájem vozidel

⁷³ Ibid. s. 271

⁷⁴ VAŠTÍKOVÁ, ref. 54, s. 14

⁷⁵ HALÁSEK, ref. 66, s. 17

⁷⁶ Ibid.

⁷⁷ Ibid. s. 17-18

- Služby pro volný čas
- Sportovní střediska
- Zábavní parky a další⁷⁸

2.3 Konkurence

V kapitole zabývající se trhem bylo zmíněno, že se společnost dělí do určitých segmentů, tudíž do společenství zákazníků se stejnými potřebami a přáními. Podniky pak takovéto segmenty hledají a jejich cílem je segment rozšířit. Čím více se budou přizpůsobovat potřebám a přáním zákazníka, tím jejich působení může být větší a mohou tak zvětšovat svou konkurenční převahu.

Bohužel, časy rovnováhy mezi nabídkou a poptávkou již skončili. V dnešní době, díky nespočetným pokrokům, úpravám, zlepšení, a hlavně díky vědeckotechnickému pokroku, jsou výrobci schopni vyrábět více a nabízet tak větší sortiment služeb a produktů. To vše způsobilo převahu nabídky nad poptávkou. Zákazníci mají tolik možností na výběr, že mezi podniky dochází k tvrdému konkurenčnímu boji.⁷⁹

2.3.1 Vymezení pojmu konkurence a kdy k ní dochází

Z dřívějších kapitol bylo zjištěno, že na různé typy trhů (trh výrobků, služeb, výrobních faktorů) vstupují ekonomické subjekty jako jsou domácnosti, firmy a stát.

⁷⁸ *Směrnice Evropského parlamentu a Komise 2006/123/ES* [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.praha1.cz/cps/media/o_sluzbach_na_vnitrim_trhu.pdf.

⁷⁹ Srišš, Kubina in PAVLŮ, Dušan a kolektiv. *Marketingové komunikace a konkurence*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací, 2007. Malá edice FMK UTB. s. 29. ISBN 978-80-7318-634-0.

Konkurencí se nazývá „*proces střetu různých ekonomických zájmů více tržních subjektů na různých typech trhů.*“⁸⁰

Dvořáček (2012) vymezuje konkurenci jako „*vztah mezi podniky působícími v odvětví.*“⁸¹ Tento vztah je založen na soupeření, které je mezi nimi vzájemné a dochází k němu díky tlaku ostatních konkurentů. Další příčinou konkurence může být vidina příležitosti k vylepšení své pozice. Dvořáček následně dodává, že si nekonkurují jen podniky v ziskovém sektoru, ale i podniky v sektoru neziskovém.⁸²

Obecně si ekonomický subjekt musí uvědomit, že v rámci poptávání a nabízení výrobků a služeb bude na trhu probíhat konkurence. Každý takový subjekt, který již působí na trhu nebo do něj teprve vstupuje, chce realizovat své ekonomické zájmy. A to i v případě, kdyby se tak dělo na úkor ostatních ekonomických hráčů.

Důležité je si také uvědomit, na které straně se konkurence objevuje. Přesněji ke konkurenci dochází v těchto třech případech:

1. Konkurence na straně nabídky, kdy každý subjekt, který formuje nabídku, chce prodat svůj produkt nebo službu co nejdraž, a to i na úkor ostatních.
2. Konkurence na straně poptávky, kdy každý subjekt, který formuje poptávku chce nakoupit produkty a služby za co nejlevnější cenu, a to také i na úkor ostatních.
3. Konkurence mezi nabídkou a poptávkou (neboli konkurence napříč trhem), kde každý subjekt formující nabídku chce prodat za co nejdraž a subjekt formující poptávku chce nakoupit co nejlevněji.⁸³

⁸⁰ Zdroj: *Konkurence* [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/konkurence>.

⁸¹ DVOŘÁČEK, SLUNČÍK, ref. 53, s. 42

⁸² Ibid. s. 42-45

⁸³ *Konkurence* [online], ref. 80

2.3.2 Typy konkurentů

V rámci analýzy konkurence existují různé typy konkurentů. Bartes (2008) rozlišuje až čtyři typy konkurentů dle jejich reakcí na konkurenční firmy.

1. Laxní konkurent, který má značně pomalé reakce na činnost konkurence.
2. Vybíravý konkurent, který reaguje pouze na určité útoky konkurence a jiných útoků si nevšímá.
3. Tygr – konkurent, který reaguje tvrdě a velmi rychle na jakoukoli činnost a je připravený bojovat až do úplného konce.
4. Scholastický konkurent, který reaguje na útoky velmi nahodile a nikdy neumíme předpovědět jeho jednání.⁸⁴

Kotler (2007) pak místo scholastického typu uvádí konkurenta následovatele, který konkurenci sleduje a využívá všechny své schopnosti ke konkurenčnímu boji.⁸⁵

2.3.3 Konkurenceschopnost

V poslední fázi rozboru fungování konkurence je důležité zmínit termín konkurenceschopnost. I když bylo o konkurenceschopnosti mnoho napsáno, neexistuje obecná definice. Zjednodušeně se dá říci, že „*konkurenceschopnost v podstatě charakterizuje schopnost určitého subjektu (firmy, odvětví, celé ekonomiky či celého integrovaného bloku) prosadit se na trhu v sílící mezinárodní konkurenci.*“⁸⁶

⁸⁴ BARTES, František. *Konkurenční strategie firmy: kombinované studium*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2008. Učební texty vysokých škol. s. 35. ISBN 978-80-214-3758-6.

⁸⁵ Kotler in JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert. s. 108. ISBN 978-80-247-4670-8.

⁸⁶ ZEMANOVÁ, Veronika. Teoretická východiska pro pojetí konkurenční schopnosti podniku. *Acta oeconomica Pragensia*. 2005, roč. 13, č. 2, s. 158. ISSN 0572-3043

Naopak Jirásek hovoří o konkurenceschopnosti jako o pojmu, který vyjadřuje „tržní potenciál podniku, odvětví, země ve střetu o postavení na trhu s jinými podniky, odvětvími, zeměmi.“⁸⁷

Díky zvětšujícím se trhům, nárůstu počtu podnikatelských subjektů, rozvoji informačních a komunikačních technologií a harmonizaci pravidel hospodářské soutěže je vyvíjen na podniky velký tlak. V neposlední řadě to vše má vliv na jejich konkurenceschopnost a přežití na trhu.

Podniky se tak snaží o nalezení konkurenční výhody, díky které by dosáhly prvenství na trhu. To ale v rámci globálního rozvětveného trhu není jednoduché. Navíc, žádný jednoduchý ukazatel konkurenceschopnosti neexistuje.⁸⁸

⁸⁷ Jirásek (nedatováno) in ZEMANOVÁ, ref. 86, s. 159

⁸⁸ SLUNČÍK, DVOŘÁČEK, ref. 53, s. 139-154

PRAKTICKÁ ČÁST

3 Charakteristika společnosti DHL

Společnost DHL patří mezi největší mezinárodní přepravce s obsluhou ve více než 220 zemích světa.⁸⁹ Mezi její nabízené služby se řadí globální doprava a služby spojené s balením, opravami a skladováním. Dále firma nabízí přepravu poštovních zásilek do celého světa a jiné specifické logistické služby pro zákazníka.⁹⁰

3.1 Historie společnosti

Cesta za založením firmy DHL započala rozhovorem dvou lidí na parkovišti v roce 1969 v San Francisku. Adrian Dalsey a Larry Hillblom byli kolegové ve společnosti, která nabízela skromnou roznáškovou službu. Jejich tématem rozhovoru byl plán založit vlastní doručovací společnost. Ke dvěma geniálním společníkům se přidal tehdejší realitní agent Robert Lynn. Přesněji 25. září 1969 se tito tři společníci spojili a založili společnost DHL (dle počátečních písmen příjmení zakladatelů: Dalsey, Hillblom, Lynn).⁹¹

Prvním krokem byla myšlenka doručení průvodních lodních dokumentů pro celní řízení dříve, než dorazí samotný náklad lodní dopravou. Jako první začali zajišťovat přepravu těchto dokumentů letecky mezi San Franciskem a Honolulu. Sami zakladatelé přes noc dokumenty převáželi a přispěli tak k založení mezinárodní expresní letecké přepravy. Byli to také oni, kteří následně přišli se zajímavým nápadem využít zaměstnance jako palubní kurýry.

⁸⁹ Interní dokumenty DHL Express

⁹⁰ DHL [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.dhl.cz/cs.html>.

⁹¹ Ref. 89

Již o rok později (1970) se firma pyšnila přepravou pro stávajících 40 klientů a její působení se rozšířilo do Guamu, Ohia a měst Portlandu a Los Angeles. Za další rok (1971) firma svou síť ještě více rozšířila na oblast Pacifiku a Dálného východu. V roce 1972 společnost DHL otevírá pobočky v Japonsku, Singapuru a v Austrálii a za další rok měla firma neuvěřitelných 3 000 klientů a 314 zaměstnanců. Své působení mezitím rozšířila na Nový Zéland, Fidži, Tchaj-wan, Indonésii, Malajsii a Thajsko. Mezi lety 1974–1976 se působnost firmy rozrostla i v rámci Evropy (Amsterdam, Paříž) a Jižní Koreje. DHL byla první společnost, která začala nabízet své expresní služby na Středním východě, kde postavila své pobočky v Teheránu a Iránu. Jako další se přidalo Mexiko, Skotsko a v neposlední řadě i Bahrajn a Saudská Arábie.

Rok 1977 byl v té době pro DHL také důležitý, jelikož se působnost firmy rozšířila, a to do Kanady, Koreje, Norska a Německa. Dále jen sílila působnost na středním východě, kde společnost otevřela nové pobočky v Kuvajtu a Arabských Emirátech. Současně v roce 1977 DHL přišlo s novinkou. Do této doby se společnost zaměřovala pouze na přepravu dokumentových zásilek, ale v roce 1977 přišlo DHL se službou expresní přepravy balíků. V dalších letech společnost DHL rozšiřovala nadále působnost v Latinské Americe, Africe, Evropě, na Středním východě a ve většině ostrovních státech.

Dalším důležitým mezníkem je rok 1985, kdy DHL otevřela první Evropské překladiště v belgickém Bruselu. Dříve měla společnost DHL k dispozici pouze dvě překladiště na americké straně, a to v městech Cincinnati a Salt Lake City. Bruselské překladiště se tak stalo jedním z největších třídících zařízení mimo USA. V roce 1986 přichází DHL s novou službou v podobě přednostního doručení zásilek do 10:30 a 12:00 dopoledne.

V roce 1996 se následně otevřelo další překladiště v Manile. V dalších letech jen sílilo působení DHL na celosvětovém trhu. Nejvýznamnějším mezníkem se může považovat rok 1998, kdy se společnost Deutsche Post World

Net (dále jen DPWN) stala akcionáři společnosti DHL. V roce 2002 DPWN vlastnila většinu akcií.⁹²

Rok 2003 byl také přelomový, a to v rámci změny barev pro DHL. Všechna firemní auta, budovy a obalový materiál se začal postupně měnit z původní červeno-bílé barvy na barvu červeno-žlutou (jakou vidíme až do dnes).⁹³ Červené logo DHL na žlutém pozadí symbolizuje, že je firma již v úplném vlastnictví DPWN.⁹⁴ Další významnou událostí pro DHL bylo otevření evropské letecké centrály v Lipsku a inovačního centra v roce 2007, které je situováno nedaleko od sídla společnosti, nacházející se v německém Bonnu.⁹⁵ V průběhu roku 2009 se společnost Deutsche Post World Net přejmenovala na Deutsche Post DHL.⁹⁶

V České republice se společnost DHL objevila až v roce 1986 v tehdejší Československu.⁹⁷ Svou první pobočku založila později v roce 1991 v Praze.⁹⁸ Důležitou událostí byl rok 2003, kdy se společnost DHL Internacional spojila se společností DANZAS⁹⁹ a vznikla tak integrovaná divize DHL Express s.r.o., pod kterou následně patřily divize DHL Express (letecká mezinárodní a vnitrostátní přeprava), DHL Global Forwarding (námořní a lodní přeprava, letecké kargo) a DHL Freight (silniční a železniční přeprava v rámci Evropy).¹⁰⁰ Divize DHL Supply Chain vznikla až v roce 2005 spojením Deutsche Post se společností Excel.¹⁰¹ V tom samém roce dochází k aktivizaci společnosti DPWN a PLL s.r.o. (Professional Parcel Logistic). Logistická společnost DHL, která je součástí

⁹² *DHL History* [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: <http://wap.dhl.com/info/history.html>.

⁹³ *Společnost DHL Express letos slaví 30 let v České republice* [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.euro.cz/byznys/spolecnost-dhl-express-letos-slavi-30-let-v-ceske-republice-1306926>.

⁹⁴ *DHL Freight 20 let v České republice* [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.dhl.cz/cs/tisk/akce/20-years-dhl-freight-in-cz.html>.

⁹⁵ *DHL Global Forwarding* [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.dhlgf.cz/o-nas>.

⁹⁶ *DHL Freight 20 let v České republice*, ref. 94

⁹⁷ *Společnost DHL Express letos slaví 30 let v České republice*, ref. 93

⁹⁸ Ref. 89

⁹⁹ *DHL Freight 20 let v České republice*, ref. 94

¹⁰⁰ Ref. 89

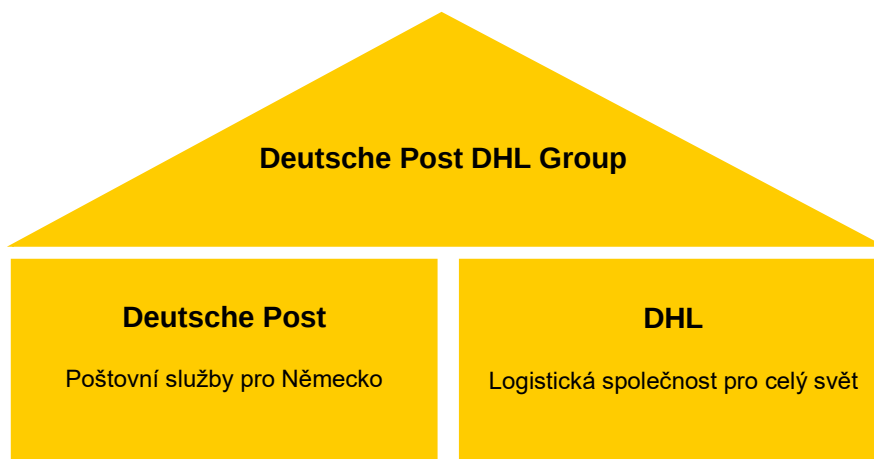
¹⁰¹ *DHL Supply Chain* [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: <https://dhl.jobs.cz/o-dhl/dhl-supply-chain/>.

skupiny Deutsche Post, odkupuje akcie společnosti PPL s cílem posílit mezinárodní i domácí trh.¹⁰²

3.2 Struktura společnosti

Společnost DHL Express patří mezi dvě silné značky, které na trhu vystupují pod společným názvem Deutsche Post DHL Group.

SCHÉMA Č. 3 DVĚ HLAVNÍ ZNAČKY DEUTSCHE POST DHL GROUP¹⁰³



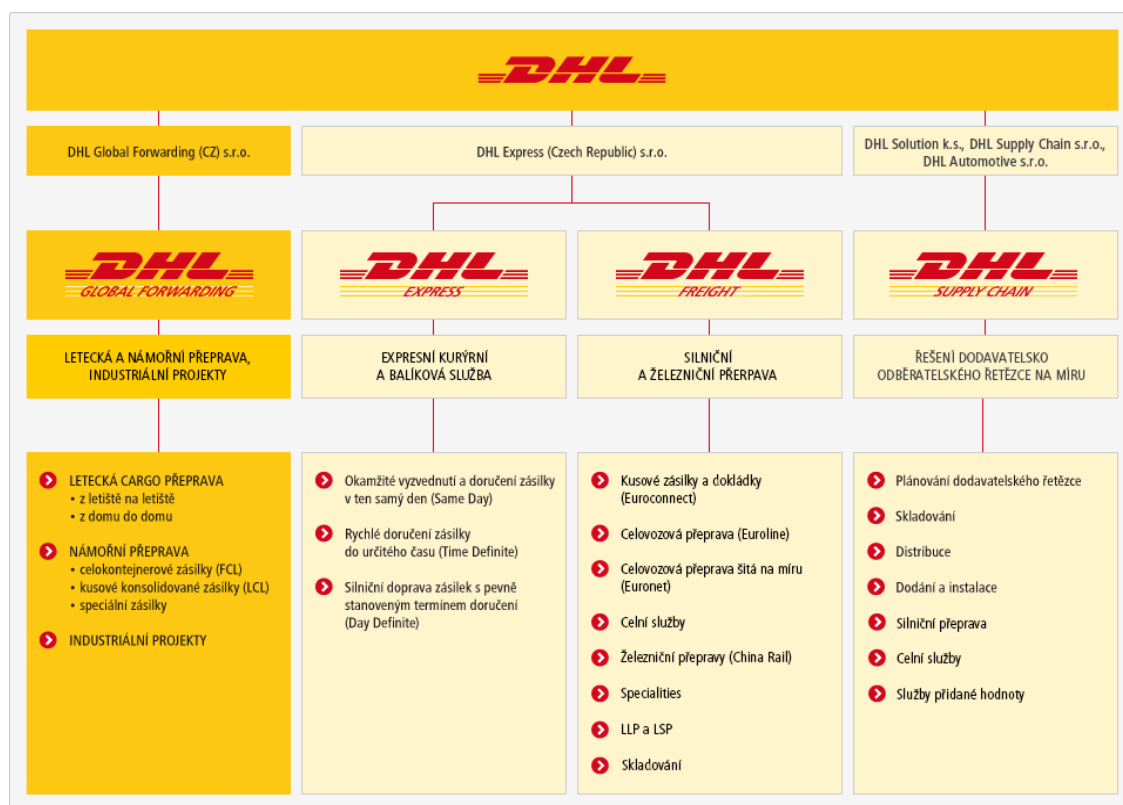
Část skupiny Deutsche Post DHL Group, která vystupuje pod společnou značkou DHL se následně dělí do divizí, které popisuje obrázek č. 1. Jsou to divize DHL Express, DHL Global Forwarding, DHL Freight a DHL Supply chain.¹⁰⁴

¹⁰² *DHL kupuje českého kurýra PPL* [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: https://ekonomika.idnes.cz/dhl-kupuje-ceskeho-kuryra-ppl-d2r/ekonomika.aspx?c=A051221_132248_ekonomika_maf.

¹⁰³ Ref. 89

¹⁰⁴ Ibid.

OBRÁZEK Č. 1 DIVIZE ZNAČKY DHL¹⁰⁵



3.2.1 DHL Express

DHL Express poskytuje expresní exportní a importní přepravní služby v rámci vnitrostátní i mezinárodní přepravy. Divize přepravuje dokumentové, balíkové i paletové zásilky ve více než 220 zemích světa. Ovšem existují zde různá omezení, která budou popsány později. V rámci svých přepravních služeb DHL Express operuje ve třech režimech: Same Day, Time Definite a Day Definite.¹⁰⁶

¹⁰⁵ DHL Global Forwarding, ref. 95

¹⁰⁶ Ref. 89

3.2.2 DHL Freight

DHL Freight je další divizí, která vznikla integrací DHL International a společnosti DANZAS.¹⁰⁷ V dnešní době DHL Freight nabízí pravidelné silniční spojení mezi Evropou a Blízkým východem. Specializuje se na silniční a vlakovou přepravu zásilek, palet, barelů a přepravek do 2 500 kg. Jejich služby nabízí i možnost přepravy objemnějších kusových a celovozových zásilek nad 2 500 kg. Mezi další jejich služby patří krátkodobá či dlouhodobá skladovací logistika.¹⁰⁸

3.2.3 DHL Global Forwarding

Divize DHL Global Forwarding je jedničkou v poskytování letecké a námořní přepravy nadrozměrných zásilek.¹⁰⁹ Dále také divize nabízí industriální projekty, které řeší přepravy investičních a strojírenských celků. DHL Global Forwarding nabízí přepravu zboží zvláštní přepravy z nebo do všech světových letišť. Mezi další služby patří i odbavení, dokumentace a poradenství.¹¹⁰

3.2.4 DHL Supply Chain

Divize DHL Supply Chain patří mezi další divize společnosti DHL. Jak již bylo zmíněno, DHL Supply Chain vzniklo sloučením Deutsche Post se společností Exel v roce 2005. DHL Supply Chain se označuje za světovou jedničku ve Smluvní logistice. V rámci České republiky zajišťuje hlavně služby v oblasti skladování, služby přidané hodnoty a pozemního transportu zboží.¹¹¹

¹⁰⁷ DHL Freight 20 let v České republice, ref. 94

¹⁰⁸ DHL Freight – služby [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z <<http://www.dhlfreight.cz/sluzby>>.

¹⁰⁹ DHL Global Forwarding, ref. 95

¹¹⁰ DHL Global Forwarding – služby [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.dhlgf.cz/sluzby>.

¹¹¹ DHL Supply Chain, ref. 101

4 Analýza služeb DHL Express s.r.o.

V kapitole Analýza služeb DHL Express s.r.o. bude psáno o aktuálních nabízených službách společnosti DHL Express, které jsou rozděleny do skupin dle rychlosti a zvláštnosti služby. V další části budou rozebrány i omezení a limity, které si DHL Express při přepravě určuje.

4.1 Služby společnosti DHL Express

Služby poskytované společností DHL Express se rozdělují do čtyř hlavních kategorií.

1. Dle místa přepravy na:
 - Exportní – přeprava z ČR do zahraničí
 - Importní – přeprava ze zahraničí do ČR
2. Dle obsluhované oblasti na:
 - Vnitrostátní – služba Domestic
 - Mezinárodní – přeprava z ČR do zahraničí nebo v rámci cizích zemí
3. Dle časového režimu na:
 - Same Day
 - Time Definite
 - Day Definite
4. Ostatní služby
 - Doplnkové služby
 - Celní služby – celní odbavení, deklarace, celní dokumenty
 - Příplatky¹¹²

V rámci této práce budou analyzovány služby, které spadají do dělení dle časového režimu.

¹¹² Ref. 89

4.1.1 Same Day

Služba DHL Same Day je uzpůsobena pro urgentní přepravu mezinárodní (import i export) nebo vnitrostátní zásilky, která vyžaduje její vyzvednutí a doručení v nejkratším možném termínu. Služba je velmi flexibilní, jelikož se snaží vyhovět kritickým podmínkám dané situace a je tudíž určena především pro časově citlivé zásilky, které jsou pro zákazníka velkou prioritou. Realizace přepravy je velmi individuální a vždy v souladu s přáním zákazníka. Přeprava v režimu Same Day je spíše okrajovou součástí služeb DHL Express a v běžném provozu se realizuje minimálně (v porovnání s ostatními službami). Kalkulace přepravy se předává na speciální oddělení Same Day, které se s klienty spojí a nabídnou individuální kalkulaci. Konečná cena se například odvíjí od způsobu přepravy nebo cen letenek, proto s touto službou nebude počítáno v rámci samotné analýzy.¹¹³

OBRÁZEK Č. 2 PRŮVODCE SLUŽBAMI DHL SAME DAY¹¹⁴

Same Day	
Služba	Doručení
DHL SAME DAY JETLINE	Speciální letecké přepravy s přímým doručením v nejkratším možném čase
DHL SAME DAY SPRINTLINE	Pozemní přeprava osobním kurýrem v nejkratším možném čase

Výhody služby DHL Same Day:

- nejrychlejší způsob doručení v předem dohodnutých termínech
- zkušený kurýr na palubě nebo letadlo vyhrazené jen pro dané zásilky
- individuální přístup ke každé zakázce
- okamžité vyzvednutí zásilky speciálně vyškolenými zaměstnanci DHL
- osobní dohled nad zásilkami po celou dobu přepravy

¹¹³ Ref. 89

¹¹⁴ *DHL Exportní služby* [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/exportni_sluzby.html.

- cena služby stanovená před realizací zakázky¹¹⁵

4.1.2 Time Definite

Režim přepravy Time Definite je jedním z nejrozšířenějších služeb přepravy a je určen pro vyzvednutí a doručení mezinárodních (import i export) a vnitrostátních zásilek, u kterých je důležitý čas doručení. Globální služba je zajišťovaná lokálními týmy a poskytuje rychlé doručení s možností sledování zásilek po celou dobu přepravy. V případě přepravy z a do EU jsou standardně poskytovány také celní služby. Ve velké většině se jedná o leteckou přepravu a v rámci nabídky lze režim Time Definite dělit na:

- DHL Express 09:00
- DHL Express 10:30
- DHL Express 12:00
- DHL Express Worldwide
- DHL Express Envelope
- DHL Express Easy
- DHL Domestic Express

4.1.2.1 DHL Express 09:00

Tato služba nabízí exportní a importní přepravu s doručením do 9:00 následující pracovní den. V rámci přepravy jsou takové zásilky přednostně zpracovány a umožňují pružný systém objednání a vyzvednutí zásilky ve stejný den. Při této službě DHL Express garantuje vrácení peněz (respektive rozdílu ceny příplatku mezi službou DHL Express 09:00 a DHL Express Worldwide –

¹¹⁵ DHL Same Day [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/exportni_sluzby/export_same_day.html.

680 Kč) při nedodržení doby doručení. Služba dále nabízí zdarma oznámení ve formě SMS odesílateli po doručení zásilky.

4.1.2.2 DHL Express 10:30

Služba DHL Express 10:30 nabízí přepravu mezinárodních zásilek do 10:30 následující pracovní den. Pro Českou republiku se jedná pouze o službu exportní, a především pro zásilky směřované do USA. Importní přeprava do ČR v tomto časovém režimu není možná, jelikož DHL Express nemůže svou sítí garantovat termín doručení. U této služby DHL Express taktéž garantuje vrácení peněz (respektive rozdíl ceny příplatku mezi službou DHL Express 10:30 a DHL Express Worldwide – 680 Kč) při nedodržení doby doručení. Služba taktéž nabízí zdarma oznámení ve formě SMS odesílateli po doručení zásilky.

4.1.2.3 DHL Express 12:00

Tato služba nabízí přepravu mezinárodních zásilek (import i export) do 12:00 následující pracovní den. Zajišťuje nejrozsáhlejší pokrytí v rámci celé Evropy a téměř stoprocentní pokrytí ve Francii a Německu. Služba DHL Express 12:00 také garantuje vrácení peněz (respektive rozdíl ceny příplatku mezi službou DHL Express 12:00 a DHL Express Worldwide – 140 Kč) při nedodržení doby doručení. Služba nabízí oznámení o dodání zásilky dostupné na požádání. Navíc služba zaručuje hladký průběh clení zásilek zkušenými deklaranty DHL.

4.1.2.4 DHL Express Worldwide

Služba DHL Express Worldwide patří mezi standardní a nejvíce používaný (door to door) produkt DHL Express. Nabízí přepravu mezinárodních zásilek (import i export) s doručením následující pracovní den do konce pracovního dne ve více než 220 zemích světa. Služba nabízí spolehlivou přepravu zásilek jednou

společností a taktéž zaručuje hladký průběh clení zásilek zkušenými deklaranty DHL.

Importní přepravu v režimu DHL Express Worldwide, DHL Express 09:00 a DHL Express 12:00 je možné realizovat pouze pro firmy se založeným DHL zákaznickým číslem. Pro soukromé osoby, které mají zájem o importní přepravu, je k dispozici služba DHL Receiver Paid, která bude blíže popsána později.

4.1.2.5 DHL Express Envelope

Služba DHL Express Envelope je cenově zvýhodněná mezinárodní exportní služba, která také nabízí doručení do více než 220 zemí světa. Tato služba je speciálně vyvinuta pro český trh zaměřený na posílání dokumentových zásilek do zahraničí. Importní služba v režimu DHL Express Envelope není možná. Pro importní účely může zákazník použít službu DHL Express Worldwide. Služba nabízí snadnou a bezpečnou přepravu důležitých dokumentů, kdy v ceně je zahrnuta i obálka Easy Pack. Služba vznikla v rámci programu GO GREEN, který se zaměřuje na snížení emisí CO₂.

4.1.2.6 DHL Express Easy

DHL Express Easy je levnější forma služby DHL Express Worldwide a DHL Domestic Express (služba bude zmíněna později). Služba nabízí pouze exportní leteckou přepravu zásilek s doručením následující pracovní den, zaplacených a odeslaných z partnerských recepcí DHL Service Point. Na dané recepci je zdarma k dispozici obalový materiál v rozmezí od 500 g do 25 kg.

4.1.2.7 DHL Receiver Paid

Tato služba nabízí importní leteckou přepravu mezinárodních zásilek pro soukromé osoby. Jako jediná z předchozích nabízených služeb neposkytuje

režim door to door, tedy přímé vyzvednutí a doručení zásilky kurýrem z budovy odesílatele do budovy příjemce. Při objednání služby DHL Receiver Paid si zákazník vybere jednu z poboček DHL Express v rámci České republiky, na kterou zásilka dorazí a dál již nepostupuje. Příjemce je povinen si zásilku na dané pobočce vyzvednout a zaplatit.^{116 117}

4.1.2.8 DHL Domestic Express

OBRÁZEK Č. 3 PRŮVODCE SLUŽBAMI DHL DOMESTIC EXPRESS TIME DEFINITE¹¹⁸

Time Definite	
Služba	Doručení
DHL EXPRESS 9:00 DOMESTIC	Časově citlivé zásilky: doručení následující pracovní den do 9:00.
DHL EXPRESS 12:00 DOMESTIC	Časově citlivé zásilky: doručení následující pracovní den do 12:00.
DHL EXPRESS DOMESTIC	Citlivé na čas: přeprava zásilky do konce následujícího pracovního dne
DHL EXPRESS EASY DOMESTIC	Citlivé na čas: k dispozici na DHL Service Points

Služby DHL Domestic Express slibují přepravu vnitrostátních (ČR) zásilek s doručením následující pracovní den do 9:00, 12:00 nebo do konce pracovního dne v závislosti na PSČ doručení. Veškeré náležitosti služby jsou stejné, jako u dříve zmiňovaných mezinárodních přeprav.¹¹⁹

¹¹⁶ DHL Export Time Definite [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/exportni_sluzby/export_time_definite.html.

¹¹⁷ DHL Import Time Definite [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/importni_sluzby/import_time_definite.html.

¹¹⁸ DHL Domestic [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/sluzba_domestic.html.

¹¹⁹ Ibid.

4.1.3 Day Definite

Režim přepravy Day Definite je určen pro exportní a importní mezinárodní přepravy (door to door) s doručením v rámci pracovního týdne do určitého dne. Služba je vhodná pro méně urgentní a těžší (popřípadě větší) zásilky, kde zákazník získá spolehlivou a nákladově efektivní přepravu s možností sledování zásilek po celou dobu přepravy. Služba nabízí pozemní přepravu kusových, vícekusových a paletových zásilek a služby celního odbavení u zboží, které podléhají celnímu řízení. Vyzvednutí a doručení je realizováno po celém území Evropy.^{120, 121}

OBRÁZEK Č. 4 PRŮVODCE SLUŽBAMI DHL DAY DEFINITE¹²²

Day Definite	
Služba	Doručení
DHL ECONOMY SELECT	Pozemní přeprava jednodukových, vícekusových i paletových zásilek do většiny států Evropy a dalších vybraných zemí

4.1.4 Ostatní služby

DHL Express nabízí velké množství dalších doplňkových služeb počínaje nestandardním doručením, platební a fakturační možnosti, pojištění až po GOGREEN uhlíkově neutrální přepravu. DHL Express umožňuje flexibilní výběr doplňkových služeb, které nejlépe vyhovují požadavkům na mezinárodní expresní přepravu. Další služby, které DHL Express nabízí, jsou spojené s celním řízením.¹²³

¹²⁰ DHL Export Day Definite [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/exportni_sluzby/export_day_definite.html.

¹²¹ DHL Import Day Definite [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/importni_sluzby/import_day_definite.html.

¹²² DHL Exportní služby, ref. 114

¹²³ DHL Doplňkové služby [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/doplňkove_sluzby.html.

OBRÁZEK Č. 5 DOPLŇKOVÉ SLUŽBY U MEZINÁRODNÍCH ZÁSILEK¹²⁴

Doplňková služba	Jak se zpoplatňuje	Příplatek
Pojištění zásilky	Za hodnotu zboží	Min. 300.00 CZK or 1% of stated shipment value if higher
Rozšířená odpovědnost za přepravované dokumenty	Za zásilku	100.00 CZK without VAT
GOGREEN Climate Neutral	By shipment weight	2.50 CZK/kg min. 2.60 CZK/shipment
Sobotní doručení	Za zásilku	12.00 CZK/kg min. 1,200.00 CZK
Nestandardní vyzvednutí	Za zásilku	12.00 CZK/kg min. 500.00 CZK
Osobní odběr zásilky	For 7 calendar days	No charge
Platba daně a cla	Za zásilku	500.00 CZK
Změna plátce přepravy po datu vystavení faktury	Za zásilku	300.00 CZK

OBRÁZEK Č. 6 DOPLŇKOVÉ SLUŽBY U VNITROSTÁTNÍCH ZÁSILEK¹²⁵

Služba	Jak účtujeme	Příplatek
Pojištění zásilky	Dle hodnoty zásilky	1% of shipment value, min. 300.00 CZK
GOGREEN Climate Neutral	By shipment weight	0.50 CZK/kg min. 2.60 CZK/shipment
Sobotní Doručení	Za zásilu	6.00 CZK/kg min. 600.00 CZK/shipment
Nestandardní vyzvednutí zásilky (týká se zásilek vyzvednutých v Praze od 19:00 do 08:00 následujícího dne)	Za zásilku	500.00 CZK
Nestandardní doručení zásilky (týká se zásilek doručených v Praze od 19:00 do 08:00 následujícího dne)	Za zásilku	12.00 CZK/kg min. 1,000.00 CZK/shipment

¹²⁴ Ibid.¹²⁵ Ibid.

4.1.4.1 Příplatky

Příplatky jsou povinné zpoplatněné položky, které se vztahují k určitým nabízeným službám společnosti DHL Express. Samotné příplatky lze rozdělit do dvou částí na:

- Palivový příplatek
- Příplatky za nadstandardní činnosti

Palivový příplatek je povinnou zpoplatněnou položkou každé uskutečněné přepravy. V důsledku změn cen paliv se mění celkové náklady na expresní přepravu, proto je nutné zavádět proměnlivý palivový příplatek, který bude reagovat (klesat nebo stoupat) dle pohybu cen pohonných hmot.¹²⁶

Co se týče příplatků za nadstandardní činnosti, jedná se více či méně o aktivity, které jsou nad rámec standardního doručování zásilek. Aby si mohla společnost DHL Express zachovat vysokou úroveň nabízených služeb, byla nucena tyto aktivity zpoplatnit.

Následující obrázky (Obrázek č. 7 a Obrázek č. 8) zobrazují základní druhy příplatků za nadstandardní služby u mezinárodní i vnitrostátní zásilky.

OBRÁZEK Č. 7 PŘÍPLATKY ZA NADSTANDARDNÍ SLUŽBY U VNITROSTÁTNÍCH ZÁSILEK¹²⁷

Popis	Příplatek (Kč)
Doručení do odlehlé oblasti	6.00 Kč/kg min. 250.00 Kč za zásilku
Nestandardní zásilky	1,100.00 Kč
Obtížně manipulovatelný kus	2,000.00 Kč
Oprava adresy příjemce	150.00 Kč/vnitrostátní zásilka

¹²⁶ DHL Palivový příplatek [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/preprava/zasilatelske_poradenstvi/express_palivovy_priplatek_eu.html.

¹²⁷ Ibid.

OBRÁZEK Č. 8 PŘÍPLATKY ZA NADSTANDARDNÍ SLUŽBY U MEZINÁRODNÍCH ZÁSILEK¹²⁸

Popis	Příplatek (Kč)
Doručení do odlehlé oblasti	12.00 Kč/kg min. 500.00 Kč za zásilku
Vyzvednutí v odlehlé oblasti	12.00 Kč/kg min. 500.00 Kč za zásilku
Nebezpečné zboží v minimálním množství	130.00 Kč/zásilka
Nebezpečné zboží v omezeném množství	500.00 Kč/zásilka
Nebezpečné zboží	2,000.00 Kč/zásilka
Přeprava v Suchém ledu (UN1845)	250.00 Kč/zásilka
Lithiové baterie (Li-Ion a Li-Metal) II (PI966, PI969)	130.00 Kč/zásilka
Lithiové baterie v zařízení II (balení PI967, PI970)	Zdarma
Lithiové baterie (nebezpečné zboží – samostatné baterie) I, II (PI965)	2,000.00 Kč/zásilka
Biologický materiál (UN3373)	Zdarma
Spotřební zboží ID8000	500.00 Kč
Nestandardní zásilky	2,200.00 Kč
Obtížně manipulovatelný kus	4,000.00 Kč
Oprava adresy příjemce	300.00 Kč/mezinárodní zásilka
Data Entry	90.00 Kč
Bezpečnostní riziko	550.00 Kč
Destinace se sankcemi OSN	800.00 Kč za zásilku
Ověřování vývozce	800.00 Kč

4.2 Omezení a limity a společnosti DHL Express

U logistických služeb firmy DHL Express lze najít různá omezení, které musí zákazník dodržovat. Některá omezení si stanovuje firma sama, a to z důvodu efektivnější přepravy v rámci sítě. Jiná omezení jsou dána zákony o dovozu a vývozu.

Takováto omezení můžeme rozdělit dvou kategorií.

- Váhové a rozměrové limity
- Produktové omezení komodit

¹²⁸ DHL Příplatky [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/preprava/zasilatelske_poradenstvi/priplatky.html.

4.2.1 Váhové a rozměrové limity zásilek

Aby přeprava zásilek přes DHL Express byla efektivní, je nutné dodržovat váhové a rozměrové limity v závislosti na konkrétní službě a režimu.

Pro časový režim Same Day není stanoven žádný limit, jelikož se celá přeprava přizpůsobuje přáním a potřebám zákazníka.

U časového režimu Time Definite společnost operuje se zásilkami do 70 kg za kus a do 1 000 kg za zásilku. Nad 70 kg se účtuje příplatek. Přednostní doručení jsou omezena na maximum 30 kg na kus a 300 kg za zásilku. Ve většině případech DHL Express převáží nepaletizované zásilky s maximálními rozměry 120 x 80 x 80 cm a paletizované zásilky do rozměrů 120 x 100 x 160 cm. U služby DHL Express Envelope je limitující váha dokumentů 0,3 kg včetně obalu.

Časový režim Day Definite toleruje nepaletizované zásilky až do 300 x 120 x 160 cm a paletizované do 120 x 100 x 160 cm. Váhový limit je stejný, jako u režimu Time Definite.¹²⁹

4.2.2 Produktové omezení komodit

V rámci logistické sítě DHL Express existují komodity, které podléhají určitému omezení. Ať už se jedná o dovoz nebo vývoz, je nutné je dodržovat.

Omezení lze dělit do dvou kategorií:

- Zakázané komodity
- Omezené komodity¹³⁰

¹²⁹ Ref. 89

¹³⁰ Ref. 89

4.2.2.1 Zakázané komodity

U zakázaných komodit se jedná o komodity, které jsou pro přepravu zakázané. Uvedené komodity za žádných okolností společnost DHL Express nepřijme. Níže uvedený seznam je důsledkem vnitropodnikového rozhodnutí po plném zvážení všech právních, provozních dopadů a také dopadů na řízení rizika.

DHL Express nepřeveze:

- Živá zvířata
- Lovecké zvířecí trofeje
- Části zvířat – slonovina, žraločí ploutev
- Zvířecí ostatky, zvířecí produkty a vedlejší produkty ze zvířat – takové, které nejsou určeny k lidské spotřebě a jsou zakázané pro přepravu úmluvou CITES¹³¹ nebo místními zákony
- Lidské ostatky a popel
- Neražený drahý kov – jakýkoli cenný kov
- Hotovost – aktuální platidlo
- Volně ložené drahé kameny a polodrahokamy
- Celé zbraně, munice, výbušniny a výbušná zařízení
- Nelegální zboží – padělky, narkotika¹³²

4.2.2.2 Omezené komodity

Omezené komodity můžou být do přepravy propuštěny, ale je velice pravděpodobné, že budou podléhat speciálním nebo bezpečnostním postupům, specifickým smluvním podmínkám, nebo mohou znamenat dodatečné náklady pro zákazníka.

¹³¹ CITES (z anglického: Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora) – jedná se o úmluvu o mezinárodním obchodu s ohroženými druhy volně žijících živočichů a planě rostoucích rostlin. Zdroj: *Cities* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: http://www.mzp.cz/cz/cites_obchod_ohrozenymi_druhy.

¹³² *DHL Informace k dovozu* [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/country_profile/informace_k_dovozu.html.

Do omezených komodit DHL Express zařazuje:

- Vzduchovky
- Imitace nebo repliky zbraní
- Části zbraní
- Repliky munice
- Starožitnosti
- Umělecká díla
- Tabákové a jiné kolky
- Cigarety a elektronické cigarety
- Finanční a peněžní komodity
- Šperky a hodinky
- Platební karty¹³³

¹³³ Ref. 89

5 Analýza konkurence na trhu expresních balíkových služeb

Následující část praktické části je věnována samostatné analýze největších konkurentů DHL Express.

V rámci analýzy konkurence bude provedeno měření, které bude srovnávat vybrané společnosti a jejich služby. Jako podmínka pro budoucí analýzu cenových nabídek a jejich syntézu byla stanovena hlavní výzkumná otázka, která zní:

„Nabízejí vybraní konkurenti společnosti DHL Express srovnatelné služby?“

Pro analýzu cenových nabídek u vybraných společností, které budou popsány v kapitole č. 6, byly zvoleny doplňkové výzkumné otázky, které zní:

„Nabízejí společnosti za stejnou službu i stejnou cenu?“

„Konkurují si mezi sebou společnosti z hlediska ceny?“

Samotná analýza konkurence služeb vychází z článku z roku 2015, z kterého bylo vybráno šest společností.¹³⁴ Pro následný výběr konečných konkurentů byly stanoveny kritéria z pohledu DHL Express.

Vybranými kritérii dle DHL Express jsou:

- Nabídka expresních služeb
- Minimálně 200 obsluhovaných zemí a teritorií
- Nabídka služeb v rámci vnitrostátní přepravy
- Nabídka služeb v rámci EU
- Nabídka služeb mimo EU
- Služby přednostního doručení
- Nabídka obalového materiálu zdarma

¹³⁴ SEDLÁŘOVÁ, Kateřina. *Zásilkové služby v ČR aneb Přes koho nejlépe poslat svůj balík* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.shockworks.eu/cz/zasilkove-sluzby-v-cr-aneb-pres-koho-nejlepe-poslat-svuj-balik/>.

Tabulka č. 2 popisuje jednotlivé společnosti, kde znak ✓ označuje splnění dané podmínky a znak ✗ označuje její nesplnění.

TABULKA Č. 2 PŘEHLED SPLNĚNÝCH A NESPLNĚNÝCH KRITÉRIÍ K VÝBĚRU KONKURENCE

	Expresní služby	Min 200	Vnitrostátní	EU	Mimo EU	Přednostní doručení	Obalový materiál zdarma	Splněné podmínky
DPD	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	NE
FedEx	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ANO
Geis	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	NE
GLS	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗	NE
TNT	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ANO
UPS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	ANO

ZDROJ: VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ

Na základě splněných kritérií byly vybrány tři firmy, které se nejvíce podobají parametrům DHL Express. Jsou to společnosti FedEx, TNT a UPS.

U každé společnosti bude psáno o její historii a nabízených službách dokumentových a balíkových zásilek expresní a ekonomickou variantou s maximem obecně do 70 kg. Přepavní časy doručení zásilek se mohou lišit v závislosti na PSČ dané destinace. PSČ si zákazník může ověřit na webových stránkách společností, nebo kontaktovat jejich telefonický zákaznický servis. Ostatní služby (např. Freight – kontejnerová lodní a letecká přeprava zásilek nad 70 Kg) nebudou v této práci rozebírány. Doplňkové služby konkurentů DHL Express jsou téměř totožné, tudíž také nebudou v práci dále popisovány.

Nabízené služby budou děleny do časových režimů Same Day, Time Definite a Day Definite, jako tomu bylo u DHL Express. I když samotné společnosti takové dělení nabízených služeb nerozlišují, budou jejich služby zařazeny do těchto časových režimů pro následnou srozumitelnější analýzu, která bude provedena v kapitole č. 6.

5.1 Společnost FedEx

Společnost FedEx patří mezi největší konkurenty společnosti DHL Express. FedEx je americkou logistickou firmou, která poskytuje rychlé a spolehlivé dodávky do více než 220 zemí a oblastí světa.¹³⁵

5.1.1 Historie společnosti FedEx

V roce 1971 jistý Frederick W. Smith koupil podíl v Arkansas Aviation Sales v Little Rock, Arkansas. Při pozorování provozu ve své firmě si všiml, že je velice těžké doručit zásilky letecky v rámci jednoho až dvou dnů. Smith se začal držet svého nápadu, najít způsob v urychlení přepravy a vybudování společnosti, která bude revolucí v rámci globálních obchodů svou rychlostí a spolehlivostí.

17. dubna 1973 Smith založil společnost Federal Express (dále jen FedEx) spolu s 389 členy týmu. Centrála společnosti se později přestěhovala do města Memphis ve státě Tennessee. I když společnost FedEx neukázala zisk až do července 1975, brzy se stala významným přepravcem s vysokou prioritou na mezinárodním trhu.

V polovině sedmdesátých let byla společnost lídrem v lobbování za deregulaci leteckého nákladu, která byla legislativně upravena až v roce 1977. Tyto změny byly důležité, jelikož umožnily společnosti používat větší letadla. Dnes má FedEx Express největší celosvětový nákladní letecký park.¹³⁶

V osmdesátých letech FedEx dosahuje tržeb ve výši 1 miliardy USD. Stává se tak prvním americkým podnikem, který dosáhl takové vysoké úrovně

¹³⁵ *FedEx Company Info* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/about/company-info/index.html>.

¹³⁶ *FedEx History Timeline* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://about.van.fedex.com/our-story/history-timeline/history/>.

bez akvizice nebo sloučení s jinou společností. FedEx také zahájil provoz pravidelných linek do Evropy a koncem osmdesátých let rozšířil svou působnost i na Blízký východ. Důležitým mezníkem v roce 1989 je odkoupení společnosti Flying Tigers za účelem rozšíření své působnosti na mezinárodní úrovni.

V roce 1991 FedEx zavedl službu ExpressFreighter, která nabízela doručení do druhého dne mezi USA, Evropou a Asií. V průběhu devadesátých let společnost uvedla do provozu své první webové stránky, díky kterým bylo umožněno zákazníkům sledovat své zásilky a obchodovat přes internet. Pro podporu obchodování vzniká v roce 1996 služba služby FedEx interNetShip (nyní FedEx Ship Manager), která umožňuje zpracovávat zásilky online. V roce 1997 společnost zavádí let kolem světa, díky kterému významně zkracuje přepravní časy z Evropy do Indie, Asie a na Blízký východ. V roce 1999 otevírá nové středisko na letišti Roissy-Charles de Gaulle ve Francii.

V průběhu let 2000-2009 FedEx rozšiřuje svou působnost s Evropou a Asií a začíná konkretizovat svůj název na FedEx Express. Důležitým okamžikem byl rok 2009, kdy společnost zavádí službu FedEx International Economy, která se určena pro méně časově náročné zásilky z více než 90 zemí a oblastí po celém světě. Dále FedEx Express zahajuje tuzemské expresní služby doručení do druhého dne pro indický trh a také zdokonaluje své noční doručovací služby mezi Asií a Evropou. Zavedením nové služby (doručení do druhého dne) spojuje pevninskou Čínu, Singapur a Hongkong s Francií a Německem.

V roce 2012 je v USA společnost vyhlášena obchodní superznačkou roku. Následně FedEx uvádí do provozu letoun Boeing 777 F, který má nižší hlučnost a díky nižší spotřebě paliva i emisím snižuje dopad letového provozu na životní prostředí. FedEx Express se tak stává první přepravní společností na světě, která zahájila uhlíkově neutrální přepravu u všech svých obálek, a to bez dopadu na cenu přepravy pro zákazníka. Za rok 2012 vyhlásil časopis Air Transport World společnost FedEx Express nejlepším ekologickým leteckým

dopravcem roku.¹³⁷ V roce 2016 společnost FedEx odkupuje společnosti TNT a k dokončení aktivizace dochází 25. května 2016.¹³⁸

5.1.2 Nabízené služby společnosti FedEx Express

Tak jako DHL Express, tak i společnost FedEx Express poskytuje své služby na mezinárodní a vnitrostátní úrovni, pro exportní i importní přepravy. Při přepravě balíků a dokumentů firma operuje se zásilkami, které nepřesahují hmotnost 68 kg za kus a délku 274 cm nebo součet délky a obvodu 330 cm. Nabízené služby společnosti FedEx byly rozděleny do časových režimů (Same Day, Time Definite, Day Definite) po vzoru DHL Express.¹³⁹

5.1.2.1 Same Day

V rámci analýzy služeb společnosti FedEx Express nebyla dohledána žádná služba, která by nabízela individuální přístup k potřebám zákazníka v kritických situacích závislých na konkrétním čase doručení.

5.1.2.2 Time Definite

Do nabízených služeb společnosti FedEx, které by mohly být zařazeny do časového režimu Time Definite, patří:

- FedEx Europe First
- FedEx International First
- FedEx International Priority
- FedEx Priority Overnight¹⁴⁰

¹³⁷ *FedEx History* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://about.van.fedex.com/our-story/history-timeline/history/>.

¹³⁸ *TNT History* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.tnt.com/corporate/history>.

¹³⁹ *FedEx Shipping Services* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/international/export/index.html>.

¹⁴⁰ Ibid.

Služba FedEx Europe First je expresní přeprava urgentních zásilek „door to door“ s doručením následující pracovní den brzo ráno v rámci celé Evropy. Přesný čas doručení závisí na dané destinaci. Tato služba nabízí pouze exportní variantu.¹⁴¹

Služba FedEx International First je expresní přeprava urgentních zásilek „door to door“ s doručením v nejbližší pracovní den brzo ráno v rámci celého světa. Služba nabízí doručení zásilky nejpozději do 10:00 v závislosti na konečné destinaci. I u této služby je nabízena pouze exportní varianta zaslání.¹⁴²

Služba FedEx International Priority je expresní přeprava urgentních zásilek „door to door“ s doručením v nejbližší pracovní den v rámci celého světa. FedEx nabízí exportní i importní variantu služby.¹⁴³

Služba FedEx Priority Overnight je expresní vnitrostátní přeprava zásilek, která zaručuje doručení následující pracovní den před polednem. Pro realizaci vnitrostátní přepravy je nutné mít zřízený zákaznický účet FedEx.¹⁴⁴

5.1.2.3 Day Definite

Do časového režimu Day Definite, kdy se v přepravě nejedná o urgentní zásilku, lze pro FedEx zařadit pouze jednu službu:

- FedEx International Economy

¹⁴¹ *FedEx Europe First* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/international/export/europe/intl-first.html>.

¹⁴² *FedEx International First* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/international/export/usa/intl-first.html>.

¹⁴³ *FedEx International Priority* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/international/export/usa/intl-priority.html>.

¹⁴⁴ *FedEx International Priority Overnight* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/domestic/index.html>.

Služba FedEx International Economy je ekonomická přeprava méně urgentních zásilek „door to door“ s doručením v rámci celého světa. FedEx nabízí exportní i importní variantu služby.¹⁴⁵

5.2 Společnost TNT

Společnosti TNT je dalším konkurentem firmy DHL Express, který doručuje své zásilky více jak 70 let. Ve svých službách nabízí importní a exportní přepravy v mezinárodním i vnitrostátním měřítku. TNT je globální přepravní síť, která poskytuje efektivní přepravu napříč 200 zeměmi.¹⁴⁶

5.2.1 Historie společnosti TNT

Společnost TNT byla založena v Austrálii po skončení druhé světové války. Avšak, její působnost začala od velmi pokorných počátků, když ve čtyřicátých letech minulého století Ken Thomas založil vlastní dopravní podnik pouze s jediným nákladním automobilem.

Obchodní činnost vzrostla až v padesátých letech, kdy společnost začala nabízet služby silniční a železniční nákladní dopravy po celé Austrálii i včetně (jako poprvé) nabízených nočních služeb. V roce 1958 se společnost stala známou jako Thomas Nationwide Transport (odtud zkratka TNT) a do roku 1961 se TNT stala tak úspěšnou, že byla uvedena na australské burze cenných papírů.

V roce 1967 se TNT sloučila se společností Alltrans, která byla jednou z největších soukromých společností v australském průmyslu nákladní dopravy.

¹⁴⁵ *FedEx International Economy* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/international/export/asia/intl-economy.html>.

¹⁴⁶ *TNT Company* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/company/the-tnt-network.html.

Fúze následně posunula společnost TNT do první zahraniční obchodní činnosti. Její působnost se rozšířila na Nový Zéland, kde společnost Alltrans měla významné postavení na trhu. Díky expanzivnímu růstu v Austrálii a na Novém Zélandu si společnosti připravovala půdu k mezinárodní expanzi.

V sedmdesátých a osmdesátých letech se podnikání společnosti stalo globální, kdy TNT získala téměř okamžitou podporu na globálních trzích v Evropě, Brazílii a Severní Americe. V rámci Evropy bylo TNT první dopravní společností, která si koupila vlastní letadla a následně vytvořila první celoevropskou noční službu.

V devadesátých let se společnost TNT pyšnila 70 000 zaměstnanci. V roce 1992 společnosti TNT, TNT Skypak a TNT Mailfast navázali spolupráci s holandskou národní poštou a telekomunikační společností, později známou jako Koninklijke Post Nederland (dále jen KPN). Společně spolupracovali na mezinárodních časově citlivých holandských telekomunikačních a poštovních službách. Dále spolupracovali s poštovními společnostmi Kanady, Francie, Německa a Švédska a vytvořili GD Express Worldwide (dále jen GDEW), kdy TNT vlastnila až 50 % GDEW. V roce 1994 prodalo Holandsko společnosti KPN 30 % akcií společnosti PTT Nederland NV. Později vzniká spolupráce PTT Nederland NV s TNT známá pod TNT N.V.

V květnu 2011 se TNT N.V. rozděluje na TNT Express a TNT Post (dnešní PostNL). Zajímavými mezníky v historii TNT Express je aktivizace se společností UPS z roku 2013 a dokončení aktivizace se společností FedEx z roku 2016. Spojení společností vychází z konkurenčního postavení firem v globálním dopravním a logistickém průmyslu.¹⁴⁷

¹⁴⁷ TNT History, ref. 138

5.2.2 Nabízené služby společnosti TNT Express

Společnost TNT v rámci svých služeb nabízí urgentní, expresní nebo ekonomickou přepravu zásilek v exportní i importní variantě. TNT operuje s dokumentovými a balíkovými zásilkami s maximálními rozměry 240 x 120 x 180 cm a maximální váhou 70 kg. Nabízené služby byly také rozděleny do časových režimů (Same Day, Time Definite, Day Definite) dle DHL Express.¹⁴⁸

5.2.2.1 Same Day

Oproti společnosti FedEx má TNT mezi svými službami možnost volby urgentní přepravy zásilek citlivých na konkrétní čas doručení, které se zákazníci konzultují individuálně. Tak jako DHL Express, tak i TNT se této službě věnuje okrajově. Do časového režimu Same Day lze zařadit službu:

- Time Critical

Služba Time Critical nabízí individuální přístup k zákaznickovým potřebám v kritických situacích. Jedná se o letecké řešení na míru, kdy si zákazník může s TNT dohodnout delegované vozidlo, „on board“ kurýra nebo vlastní delegované letadlo. Další součástí této služby je i možnost Night Express, kdy se požadovaná zásilka vyzvedne ve večerních hodinách a doručuje se v ranních hodinách následující pracovní den. U této služby neexistují žádná hmotnostní ani váhová omezení.¹⁴⁹

5.2.2.2 Time Definite

Do služeb korespondujících s časovým režimem Time Definite lze zařadit služby, které garantují doručení následující pracovní den v rámci Evropy

¹⁴⁸ TNT Shipping Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/shipping-services.html.

¹⁴⁹ TNT Special Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/shipping-services/special-services.html.

a v nejbližší další den v rámci světa do určité hodiny. Všechny níže zmíněné služby nabízejí exportní i importní variantu. Ověření přepravního času doručení zásilky je závislé na PSČ dané destinace.

Patří sem služby:

- 9:00 Express
- 10:00 Express
- 12:00 Express
- Express

Služba 9:00 Express garantuje doručení zásilek do 9:00 ráno do více než 40 zemí světa. Maximální váha kusu zásilky nesmí přesáhnout 30 kg, avšak celková hmotnost zásilky může být až 210 kg.

Služba 10:00 Express garantuje doručení zásilek do 10:00 ráno do více než 45 zemí světa. I u této služby je maximální váha kusu zásilky 30 kg a celková zásilka může mít až 210 kg. TNT poskytuje tuto službu i v rámci vnitrostátní přepravy.

Služba 12:00 Express garantuje doručení zásilek do 12:00 ráno do více než 60 zemí světa. Hmotnostní maximum zde bylo zvýšeno na 70 kg. TNT také poskytuje tuto službu v rámci vnitrostátní přepravy.

Služba Express nabízí pohodlné doručení zásilek do konce pracovní doby v nejbližší pracovní den celosvětově i vnitrostátně. Hmotnostní maximum je u této služby také 70 kg.¹⁵⁰

5.2.2.3 Day Definite

Do časového režimu Day Definite lze řadit služby, které nejsou závislé na čase doručení a zároveň vyhovují finančním možnostem zákazníků.

¹⁵⁰ TNT Express Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/shipping-services/express-services.html.

TNT má v nabídce služby:

- 12:00 Economy Express
- Economy Express

Služba 12:00 Economy Express je vhodná pro zásilky v rámci Evropy, kdy TNT garantuje doručení do určitého dne v závislosti na přepravním čase do 12:00 dopoledne. Společnost TNT nabízí spolehlivé a ekonomické řešení přepravy do více než 25 zemí Evropy. Služba je poskytována do maximální hmotnosti 500 kg na zásilku.

Služba Economy Express je vhodná pro těžší zásilky v rámci Evropy a celého světa, kdy TNT garantuje doručení do určitého dne v závislosti na přepravním čase do konce pracovní doby. Společnost TNT nabízí spolehlivou a výrazně ekonomickou variantu přepravy. Služba je poskytována do maximální hmotnosti 500 kg na zásilku po světě a do 7 000 kg po Evropě.¹⁵¹

5.3 Společnost UPS

Společnost United Parcel Service (z toho zkratka UPS) je posledním z jmenovaných konkurentů společnosti DHL Express. Nabízené služby jsou totožné jako u výše zmíněných konkurentů, tudíž od vnitrostátní a mezinárodní přepravy, po importní a exportní služby. Taktéž UPS obsluhuje více než 220 zemí a teritorií na 382 tuzemských a 346 mezinárodních letištích se světovým sídlem v Atlantě ve státě Georgia. Dnes je UPS globální společností s jednou z nejvíce uznávaných a obdivovaných značek na světě.¹⁵²

¹⁵¹ *TNT Economy Express Services* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/shipping-services/economy-express-services.html.

¹⁵² *UPS History* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.ups.com/cz/cs/about/history.page?>

5.3.1 Historie společnosti UPS

Společnost UPS byla založena 28. srpna 1907 v Seattlu ve státě Washington, USA jako malá zásilková firma. Tehdejší zakladatel Jim Casey si půjčil 100 USD od přítele a založil společnost American Messenger Company ve městě Seattle. V roce 1913 se mění název společnosti na Merchants Parcel Delivery a společnost získává svůj první doručovací vůz (Ford Model T). Rok 1919 znamenal pro společnost expanzi do Oaklandu, kde se opět mění název na již dnešní znění United Parcel Service.

V průběhu dvacátých let UPS expanduje do Los Angeles, kde vybudovává první pásový dopravníkový systém pro manipulaci s balíky.

Třicátá léta přinášejí rozšíření působnosti na východní pobřeží, kde společnost začala poskytovat doručovací služby pro maloobchody v městech Newark (stát New Jersey) a New York (stát New York).

V padesátých a šedesátých letech UPS expanduje do Kalifornie a ve městech Chicago, Detroit a v některých městech východního pobřeží nabízí službu Blue Label Air s doručením do dvou dnů. Koncem padesátých let se firma dále rozšiřuje a obsluhuje oblasti v pěti státech v okruhu 150 mil Chicaga. Další společné služby se začínají objevovat i v oblastech New England, New Jersey a New York.

V roce 1975 se UPS stala první přepravní společností, která obsluhovala všechny adresy ve 48 kontinentálních státech. Koncem roku se UPS se službou Blue Label Air rozšiřuje na Aljašku a nabízí tak letecké služby do všech 50 států USA.

V roce 1981 UPS kupuje první letadlo a o rok později společnost začala poskytovat služby z letecké centrály v Louisville. Velmi významným byl rok 1985, kdy UPS spustilo mezinárodní leteckou službu Worldwide Express mezi USA a šesti státy Evropy. Koncem osmdesátých let získává UPS oprávnění k provozování vlastních letadel, čímž se od roku 1988 stává leteckou společností s působností ve více než 175 zemích světa.

Počátkem devadesátých let byl jako poprvé naplánovaný let do Asie vlastním letadlem UPS. V průběhu let UPS vychází na trh se službou sledování balíků přepravovaných pozemní cestou a expanduje na 200 zemí a teritorií. V roce 1993 je vytvořena Logistická skupina, která nabízí řešení ve vedení dodavatelského řetězce. Koncem devadesátých let UPS rozšiřuje software pro online sledování zásilek v reálném čase, kde umožňuje zákazníkům sledovat najednou až 100 zásilek.

V roce 2000 je prohlouben sledovací online software, který zákazníkům v USA umožňuje počítat sazby a tranzitní časy na jakémkoli digitálním bezdrátovém zařízení. O rok později UPS začíná poskytovat přímé lety do Číny s China Express.

Dnes je firma UPS veřejně obchodovatelnou společností, která díky aktivizaci s více než 40 firmami rozšířila rozsah svých možností a služeb. UPS nabízí služby v oblastech letecké a nákladní dopravy, celního odbavení, finančních služeb a služeb v mezinárodním obchodu. Díky široké škále služeb si UPS prohloubila vztahy se svými zákazníky, kteří oceňují nadstandardní přístup a více možností než jen základní služby dopravce.¹⁵³

5.3.2 Nabízené služby společnosti UPS

Společnost UPS nabízí v rámci svých služeb možnosti urgentní, expresní nebo ekonomické přepravu zásilek v exportní i importní variantě. UPS operuje s dokumentovými a balíkovými zásilkami s maximálním rozměrem nejdelší strany 274 cm a s maximální váhou 70 kg. U zásilek nad 33 kg včetně si UPS účtuje manipulační poplatek 247 Kč. Nabízené služby byly také rozděleny do časových režimů (Same Day, Time Definite, Day Definite) dle DHL Express jako uvádím i u předchozích konkurentů.¹⁵⁴

¹⁵³ Ibid.

¹⁵⁴ UPS Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.ups.com/cz/cs/services/shipping.page?>

5.3.2.1 Same Day

Tak jako společnosti TNT a DHL nabízejí speciální službu kurýra, tak i UPS má mezi svými službami možnost volby urgentní přepravy. Do časového režimu Same Day UPS řadí službu:

- UPS Express Critical¹⁵⁵

Služba UPS Express Critical nabízí individuální přístup k zákaznickovým zásilkám 24 hodin denně, 7 dní v týdnu a 365 dní v roce. Jak už bylo zmíněno u předchozích konkurentů, společnost UPS se taktéž službě věnuje okrajově a vždy záleží na urgentní situaci zákazníka. Společnost nabízí tuto službu v mezinárodní i vnitrostátní variantě. U této služby neexistují žádná hmotnostní ani váhová omezení.¹⁵⁶

5.3.2.2 Time Definite

V nabízených službách, které patří do režimu Time Definite, společnost UPS garantuje doručení zásilek následující pracovní den v rámci České republiky a Evropy a maximální doručení do pěti dní v rámci celého světa.

UPS své expresní služby dále dělí na:

- UPS Express Plus
- UPS Express
- UPS Express Saver¹⁵⁷

Služba UPS Express Plus garantuje doručení exportních i importních zásilek v rámci vnitrostátní i mezinárodní přepravy do 9:00 ráno. U vnitrostátní a evropské přepravy se jedná o doručení následující pracovní den.

¹⁵⁵ UPS International Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services.page?>

¹⁵⁶ UPS Express Critical [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/express-critical.page?>

¹⁵⁷ UPS International Services, ref. 155

U mezinárodní přepravy do USA, Kanady a Asie UPS garantuje doručení do dvou pracovních dní a dále nabízí datumové doručení do 9:00 do ostatních míst po celém světě.¹⁵⁸

Služba UPS Express garantuje doručení exportních i importních zásilek v rámci mezinárodní přepravy do 10:30 a 12:00 dopoledne. U vnitrostátní přepravy UPS garantuje doručení následující pracovní den do 12:00, u evropské přepravy se jedná o doručení následující pracovní den do 10:30 a 12:00 a do ostatních částí světa UPS garantuje datumové dodání taktéž do 10:30 nebo 12:00. Služba je vhodná pro urgentní zásilky, které nemusí být doručeny brzo ráno, ale až v průběhu dopoledne.¹⁵⁹

Služba UPS Express Saver garantuje doručení exportních i importních zásilek v rámci vnitrostátní i mezinárodní přepravy do konce pracovního dne. U vnitrostátní a evropské přepravy se jedná o doručení následující pracovní den. U mezinárodní přepravy do USA, Kanady a Asie UPS garantuje doručení do dvou pracovních dní a dále nabízí datumové doručení do ostatních míst po celém světě.¹⁶⁰

5.3.2.3 Day Definite

V oblasti časového režimu Day Definite nabízí společnost UPS ekonomickou a spolehlivou přepravu méně urgentních zásilek s doručením do určitého dne v Evropě i ve světě.

UPS své ekonomické služby dělí na:

- UPS Standard
- UPS Expedited¹⁶¹

¹⁵⁸ UPS Express Plus [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/express-plus.page?>

¹⁵⁹ UPS Express [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/express.page?>

¹⁶⁰ UPS Express Saver [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/express-saver.page?>

¹⁶¹ UPS International Services, ref. 155

Služba UPS Standard nabízí plánované datumové doručení méně urgentních zásilek s obsluhovanou oblastí ve více než 30 zemích Evropy.¹⁶²

Služba UPS Expedited garantuje účinnou a spolehlivou dodávku neurgentních zásilek v rámci zemí mimo Evropu. Obsluhovaná oblast zahrnuje až 220 zemí a teritorií. Převážní čas závisí na místě původu a určení.¹⁶³

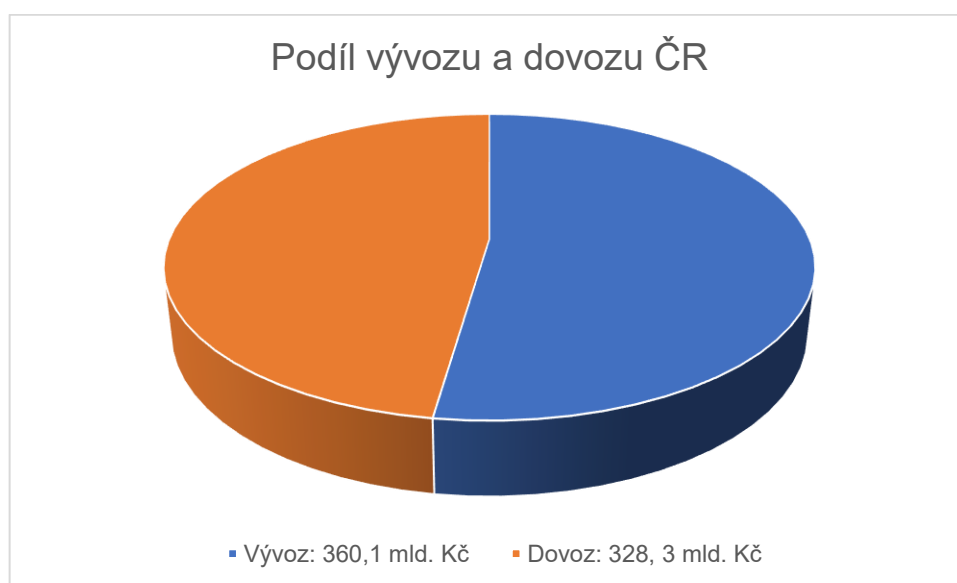
¹⁶² *UPS Standard* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/standard.page?>

¹⁶³ *UPS Expedited* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/expedited.page?>

6 Porovnání služeb konkurentů s DHL Express s.r.o.

Předposlední část této bakalářské práce je věnována samotnému zhodnocení služeb a jejich porovnáním na základě fiktivních kalkulací přepravy. Následné kalkulace se věnují pouze exportním přepravám, jelikož dle Českého statistického úřadu (dále jen ČSÚ), Česká republika v celkovém měřítku stále více vyváží, než dováží. Podíl vývozu a dovozu je uveden v grafu č. 1 na základě celkového obrátu zahraničního obchodu v miliardách korun českých. Statistické údaje vycházejí z poslední kompletní zprávy o zahraničním obchodu z ledna roku 2018.¹⁶⁴

GRAF Č. 1 VÝVOZ A DOVOZ ČESKÉ REPUBLIKY – LEDEN 2018¹⁶⁵



¹⁶⁴ *Zahraniční obchod – leden 2018* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/zahranicni-obchod-leden-2018>.

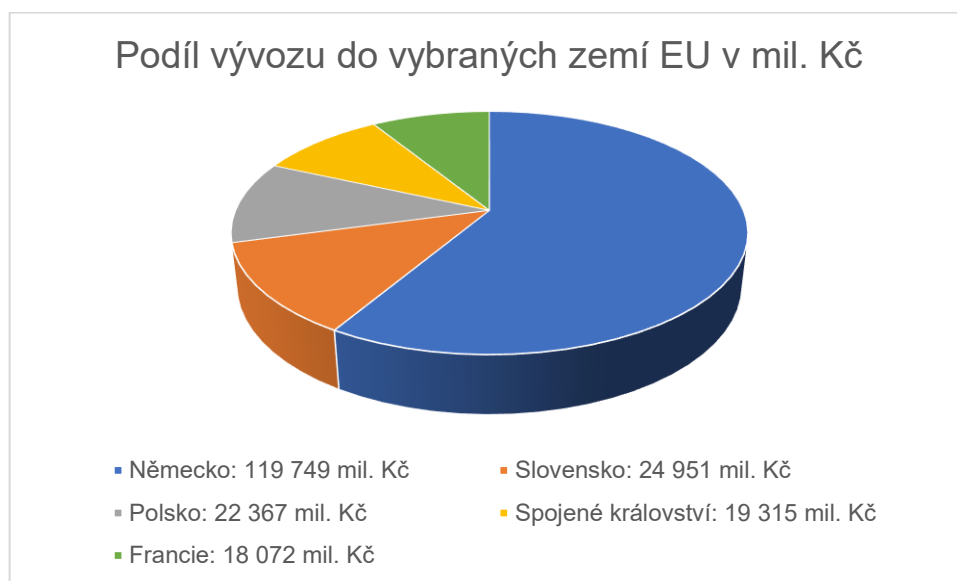
¹⁶⁵ Zdroj dat: *Zahraniční obchod v lednu* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61165716/241013180102.pdf/1fdea16b-dae9-4088-8253-f896efb0b87d?version=1.0>.

Fiktivní kalkulace byly rozděleny do dvou hlavních částí na:

1. Vnitrostátní přepravu
2. Mezinárodní přepravu – kde mezinárodní přeprava byla následně dělena na:
 - Přepravu v rámci EU
 - Přepravu mimo EU

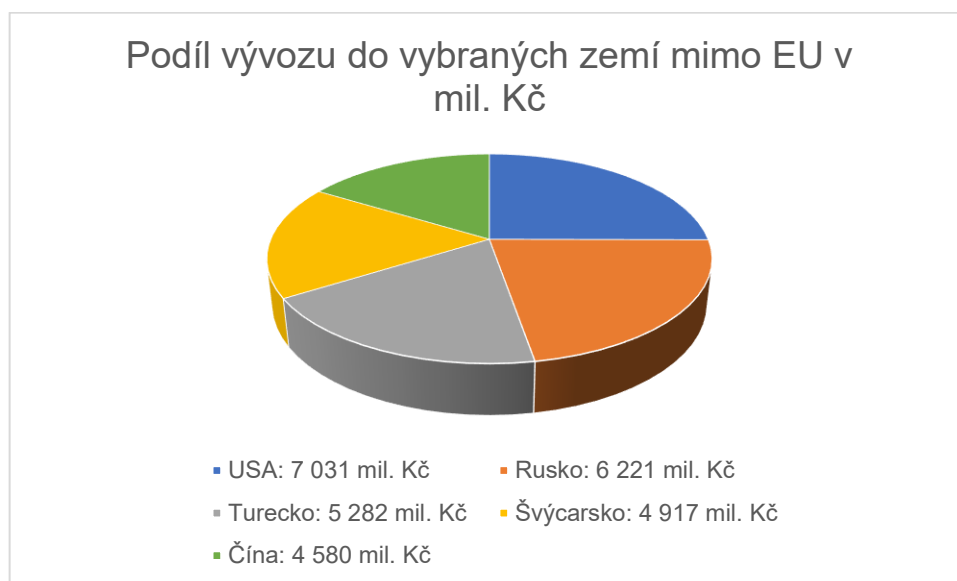
Při výběru vývozních států bylo vycházeno opět ze zprávy ČSÚ o zahraničních obchodech z ledna 2018. Pro porovnání bylo ze seznamu zahraničních obchodů v rámci EU a mimo ni vybráno pět největších vývozních států pro ČR.

GRAF Č. 2 PĚT NEJVĚTŠÍCH VÝVOZNÍCH ZEMÍ PRO ČR V RÁMCI EU¹⁶⁶



¹⁶⁶ Zdroj dat: *Zahraniční obchod ČR s vybranými státy EU* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61165716/241013180112.pdf/57383da1-a42b-4f92-a7e7-a13e6763a38c?version=1.0>.

GRAF Č. 3 PĚT NEJVĚTŠÍCH VÝVOZNÍCH ZEMÍ PRO ČR MIMO EU¹⁶⁷



Pro následné fiktivní kalkulace byly vybrány dvě největší země pro vývoz v rámci EU (Německo, Slovensko) a dvě země mimo EU (USA, Rusko). Doručení zkoumaných přeprav bylo realizováno z Olomouce do hlavních měst daných destinací.

V kalkulacích byla použita tato směrovací čísla:

- 779 00 – Olomouc, ČR
- 110 00 – Praha, ČR
- 101 15 – Berlín, DE
- 811 01 – Bratislava, SR
- 200 01 – Washington, D.C., USA
- 101 000 – Moskva, RU

¹⁶⁷ Zdroj dat: *Zahraniční obchod ČR s vybranými státy mimo EU* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61165716/241013180113.pdf/2f0a9ca7-c85e-41ad-b01f-f6bc959605f4?version=1.0>.

Veškeré kalkulace přepravy byly prováděny na webových stránkách společností DHL Express¹⁶⁸, FedEx¹⁶⁹, TNT¹⁷⁰ a UPS¹⁷¹ nebo v rámci telefonické a emailové komunikace. Kalkulace neoznačují žádnou konkrétní objednávku. Pro následnou analýzu byl vybrán časový režim Time Definite, jelikož obsahuje nejvíce možností v oblasti nabízených služeb, které jsou srovnatelné napříč společnostmi. Režim Day Definite nebyl vybrán, jelikož jej společnosti nabízejí různým způsobem. DHL Express poskytuje služby v režimu Day Definite pouze v oblasti Evropy pozemní variantou, kdežto u ostatních společností se jedná o celkovou ekonomickou službu v rámci celého světa leteckou variantou. Režim Same Day také nebude obsahem analýz, jelikož se jedná o okrajovou záležitost společností a vyžaduje individuální přístup.

Doba přepravy nebude v rámci analýzy posuzována, jelikož z tabulky č. 3 vyplývá, že přepravní časy jsou srovnatelné.

TABULKA Č. 3 DOBA PŘEPRAVY DO VYBRANÝCH DESTINACÍ

	ČR	DE	SK	USA	RU
DHL	1	1	1	2	2
FedEx	1	1	1	2	2-3
TNT	1	1	1	1	2-3
UPS	1	1	1	2	2-3

ZDROJ: KALKULACE PŘEPRAV SPOLEČNOSTÍ

Výjimkou je doba přepravy u společnosti TNT do USA a doba přepravy u společnosti DHL Express do Ruska, kde společnosti nabízejí kratší přepravní čas. V případě zmíněných zemí se jedná pouze o tranzitní čas, jelikož u zásilek do destinací mimo EU probíhá celní řízení, které není započítáno ve standardním

¹⁶⁸ DHL – kalkulace přepravy [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: 1url.cz/5t8aT

¹⁶⁹ FedEx – kalkulace přepravy [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.fedex.com/ratefinder/home?source=gh&cc=cz&language=cs>.

¹⁷⁰ TNT – kalkulace přepravy [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/ship-now.html.

¹⁷¹ UPS – kalkulace přepravy [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.ups.com/cz/cs/Home.page>.

čase přepravy a zásilky se doručují až po skončení celního procesu. Celní řízení může trvat až několik dní v závislosti na celkovém počtu zásilek k proclení a nelze s jistotou určit, za jak dlouho celní úřady zásilky vydají.¹⁷²

6.1 Porovnání společností z hlediska cen za poskytované služby

Provedené kalkulace jsou promítnuty do tabulek a grafů, kde je vyobrazena konečná cena včetně palivového příplatku a DPH (v rámci EU). Doručení zásilky do konce pracovního dne bude v tabulkách uváděno jako doručení do 18:00.

Jednotlivé kalkulace přeprav byly mimo výše zmiňované dělení rozděleny na dokumentovou a zbožovou zásilku a to tak, že:

- Dokumentová zásilka – hmotnost: 0,3 kg, rozměry: 30 x 20 x 1 cm
- Zbožová zásilka – hmotnost: 8 kg, rozměry: 40 x 40 x 20 cm

¹⁷² Pozn. autora: Informace o tranzitních časech a celním řízení vycházejí z rozhovorů s vybranými společnostmi

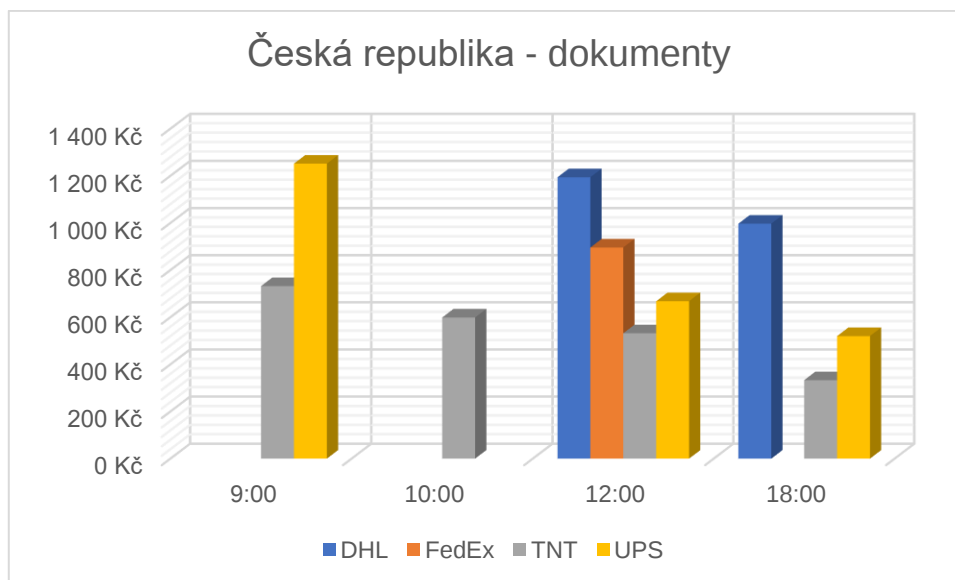
6.1.1 Vnitrostátní přeprava

➤ Kalkulace vnitrostátní přepravy dokumentové zásilky v rámci ČR

TABULKA Č. 4 POROVNÁNÍ CEN ZA VNITROSTÁTNÍ PŘEPRAVU DOKUMENTŮ

	Doručení do:	9:00	10:00	12:00	18:00
DHL	Název služby	-	-	DHL Express 12:00 Domestic	DHL Express Domestic
	Cena	-	-	1 194 Kč	997 Kč
FedEx	Název služby	-	-	FedEx Priority Overnight	-
	Cena	-	-	893 Kč	-
TNT	Název služby	TNT 9:00 Express	TNT 10:00 Express	TNT 12:00 Express	TNT Express
	Cena	732 Kč	599 Kč	532 Kč	333 Kč
UPS	Název služby	UPS Express Plus	-	UPS Express	UPS Express Saver
	Cena	1 252 Kč	-	668 Kč	520 Kč

GRAF Č. 4 CENOVÁ NABÍDKA ZA VNITROSTÁTNÍ PŘEPRAVU DOKUMENTŮ



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

Z výsledných kalkulaček pro přepravu vnitrostátní dokumentové zásilky s doručením do 9:00 nabídla nejlepší cenu společnost TNT s částkou 732 Kč.

Jako druhou nejvýhodnější cenu nabídla společnost UPS s částkou 1 252 Kč. Ostatní společnosti doručení do 9:00 nenabídly.

Pro přepravu vnitrostátní dokumentové zásilky do 10:00 nabídla jako jediná nejlepší cenu společnost TNT s částkou 599 Kč. Ostatní společnosti nenabídly možnost doručení do 10:00.

U přepravy dokumentové vnitrostátní zásilky do 12:00 nabídla opět nejlepší cenu společnost TNT s částkou 532 Kč. Jako druhou nejvýhodnější cenu nabídla společnost UPS s částkou 668 Kč. Třetí nejvýhodnější nabídku nabízí společnost FedEx s cenou 893 Kč. Nejméně výhodnou cenovou nabídku poskytla společnost DHL a částkou 1 194 Kč.

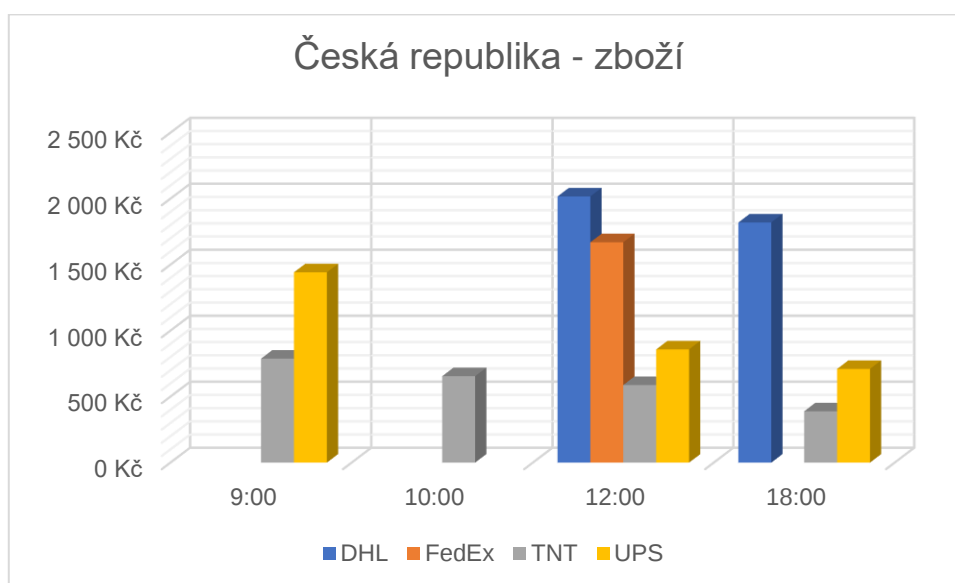
Pro přepravu zásilky do konce pracovního dne nabídla taktéž nejlepší cenu společnost TNT s částkou 333 Kč. Společnost UPS nabídla druhou nejvýhodnější nabídku s částkou 520 Kč. Jako poslední a nejméně výhodnou nabídku poskytla společnost DHL s částkou 997 Kč. Společnost FedEx neposkytuje doručení vnitrostátních zásilek do konce pracovní doby.

➤ **Kalkulace vnitrostátní přepravy zboží v rámci ČR**

TABULKA Č. 5 POROVNÁNÍ CEN ZA VNITROSTÁTNÍ PŘEPRAVU ZBOŽÍ

	Doručení do:	9:00	10:00	12:00	18:00
DHL	Název služby	-	-	DHL Express 12:00 Domestic	DHL Express Domestic
	Cena	-	-	2 017 Kč	1 820 Kč
FedEx	Název služby	-	-	FedEx Priority Overnight	-
	Cena	-	-	1 670 Kč	-
TNT	Název služby	TNT 9:00 Express	TNT 10:00 Express	TNT 12:00 Express	TNT Express
	Cena	788 Kč	655 Kč	588 Kč	389 Kč
UPS	Název služby	UPS Express Plus	-	UPS Express	UPS Express Saver
	Cena	1 442 Kč	-	858 Kč	710 Kč

GRAF Č. 5 POROVNÁNÍ CEN ZA VNITROSTÁTNÍ PŘEPRAVU ZBOŽÍ



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

Pro přepravu zboží vnitrostátní zásilky do 9:00 nabídla nejlepší cenu společnost TNT s částkou 788 Kč. Další společnost, která poskytla přepravu do 9:00 bylo UPS s částkou 1 442 Kč. Ostatní společnosti možnost přepravy do 9:00 neposkytují.

Pro přepravu zásilky do 10:00 nabídla jako jediná nejlepší cenu společnost TNT s částkou 665 Kč. Ostatní společnosti možnost doručení vnitrostátní zboží do 10:00 neposkytují.

U přepravy zboží vnitrostátní zásilky do 12:00 nabídla opět nejlepší cenu společnost TNT s částkou 588 Kč. Jako druhou nejvýhodnější nabídku poskytla společnost UPS s částkou 858 Kč. U třetí cenové nabídky se již cena posouvá nad tisíc korun, přesněji 1 670 Kč, kterou nabízí společnost FedEx. Nejméně cenově výhodnou nabídku poskytuje společnost DHL s částkou 2 017 Kč.

Pro přepravu zásilky do konce pracovního dne nabídla nejvýhodnější cenu společnost TNT s částkou 389 Kč. Druhou nejvýhodnější cenovou nabídku poskytla společnost UPS s částkou 710 Kč a na třetím místě je společnost DHL s nabídkou ceny 1 820 Kč. Společnost FedEx neposkytuje doručení vnitrostátní zásilky do konce pracovního dne.

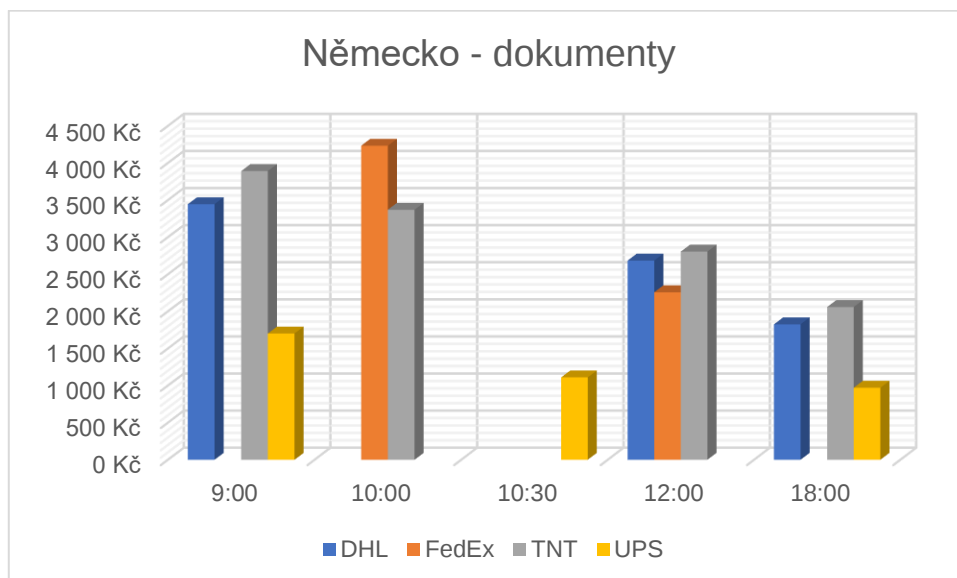
6.1.2 Mezinárodní přeprava EU

➤ Kalkulace mezinárodní přepravy dokumentové zásilky v rámci EU

TABULKA Č. 6 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU DOKUMENTŮ DO NĚMECKA

	Doručení do:	9:00	10:00	10:30	12:00	18:00
DHL	Název služby	DHL Express 9:00	-	-	DHL Express 12:00	DHL Express Envelope
	Cena	3 445 Kč	-	-	2 685 Kč	1 826 Kč
FedEx	Název služby	-	FedEx Europe First	-	FedEx International Priority	-
	Cena	-	4 233 Kč	-	2 258 Kč	-
TNT	Název služby	TNT 9:00 Express	TNT 10:00 Express	-	TNT 12:00 Express	TNT Express
	Cena	3 892 Kč	3 370 Kč	-	2 806 Kč	2 059 Kč
UPS	Název služby	UPS Express Plus	-	UPS Express	-	UPS Express Saver
	Cena	1 702 Kč	-	1 111 Kč	-	971 Kč

GRAF Č. 6 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU DOKUMENTŮ DO NĚMECKA



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

Pro přepravu dokumentové zásilky do Německa do 9:00 nabídla nejlepší cenu společnost UPS s částkou 1 702 Kč. Druhou nejvýhodnější cenu poskytla

společnost DHL s částkou 3 445 Kč. Nejméně výhodnou cenovou nabídku poskytla společnost TNT s cenou 3 892 Kč. Společnost FedEx nenabízí v rámci evropské přepravy doručení do 9:00.

U přepravy dokumentové zásilky do 10:00 v Německu nabídla nejlepší cenu společnost TNT s částkou 3 370 Kč. Další cenovou nabídku poskytla společnost FedEx s částkou 4 233 Kč. Ostatní společnosti nenabízejí ve svých službách doručení do 10:00.

Pro přepravu zásilky do 10:30 nabídla jako jediná nejlepší cenu společnost UPS s částkou 1 111 Kč. Ostatní společnosti neposkytují doručení zásilek do 10:30.

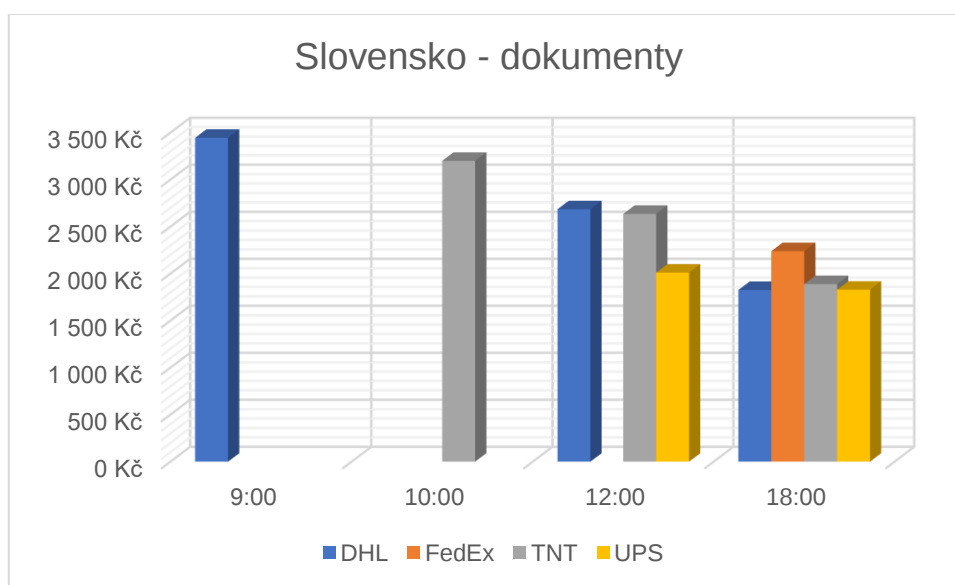
Pro přepravu dokumentové zásilky do 12:00 nabídla nejlepší cenu společnost FedEx s částkou 2 258 Kč. Druhou nejvýhodnější nabídku poskytla společnost DHL s částkou 2 685 Kč. Nejméně výhodnou nabídku ceny přepravy do 12:00 poskytla společnost TNT s částkou 2 806. Společnost UPS neposkytuje přednostní doručení do 12:00.

U doručení zásilky do konce pracovního dne v Německu nabídla nejlepší cenu společnost UPS s částkou 971 Kč. Další zajímavou nabídku poskytla společnost DHL s částkou 1 826 Kč. Nejméně výhodnou nabídku přepravy do Německa nabídla společnost TNT s částkou 2 059 Kč. Společnost FedEx neposkytuje doručení zásilek do Německa do konce pracovní doby.

TABULKA Č. 7 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU DOKUMENTŮ NA SLOVENSKO

	Doručení do:	9:00	10:00	12:00	18:00
DHL	Název služby	DHL Express 9:00	-	DHL Express 12:00	DHL Express Envelope
	Cena	3 445 Kč	-	2 685 Kč	1 826 Kč
FedEx	Název služby	-	-	-	FedEx International Priority
	Cena	-	-	-	2 239 Kč
TNT	Název služby	-	TNT 10:00 Express	TNT 12:00 Express	TNT Express
	Cena	-	3 200 Kč	2 636 Kč	1 889 Kč
UPS	Název služby	-	-	UPS Express	UPS Express Saver
	Cena	-	-	2 011 Kč	829 Kč

GRAF Č. 7 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU DOKUMENTŮ NA SLOVENSKO



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

Pro přepravu dokumentové zásilky na Slovensko do 9:00 nabídla jako jediná nejlepší cenu společnost DHL s částkou 3 445 Kč. Ostatní společnosti nenabídlly cenovou nabídku pro možnost doručení do 9:00.

Pro přepravu zásilky do 10:00 nabídla jako jediná nejlepší cenu společnost TNT s částkou 3 200 Kč. Ostatní společnosti opět nenabídlly cenovou nabídku pro možnost doručení do 10:00.

U přepravy dokumentové zásilky do 12:00 na Slovensko nabídla nejlepší cenu společnost UPS s částkou 2 011 Kč. Jako druhá nabídla možnost doručení zásilky do 12:00 společnost TNT s částkou 2 636 Kč. Hned za ní se umístila nabídka s částkou 2 685 Kč u společnosti DHL. Společnost FedEx neposkytuje pro tuto destinaci možnost doručení do 12:00.

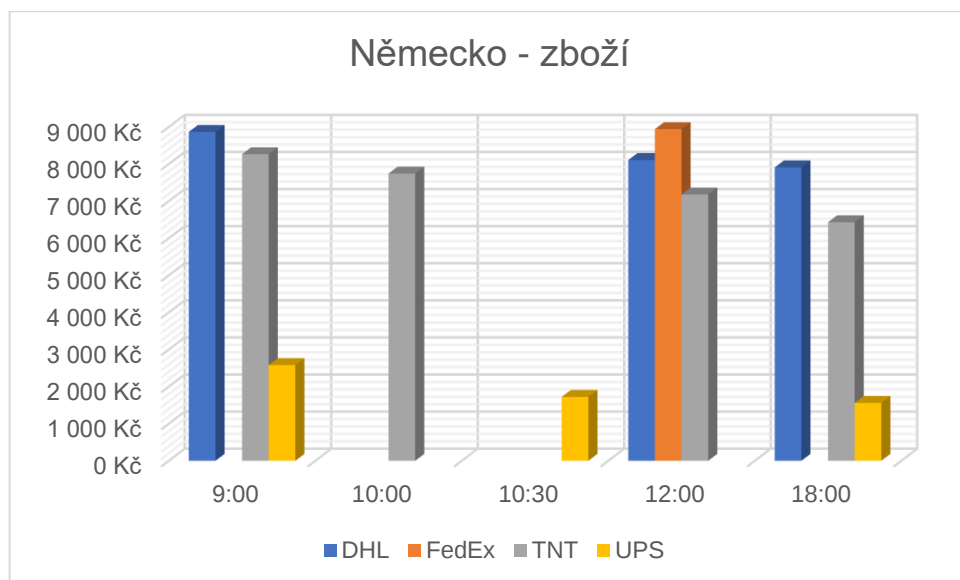
Pro přepravu zásilky do konce pracovního dne nabídla nejlepší cenu společnost DHL s částkou 1 826 Kč. O pár korun za nejvýhodnější nabídkou s částkou 1 829 Kč se umístila společnost UPS. Ani společnost TNT nemá velmi odlišnou nabídku ceny. Přepravu dokumentů na Slovensko nabízí za částku 1 889 Kč. Nejméně výhodnou nabídku poskytla společnost FedEx s cenou 2 239 Kč za přepravu.

➤ **Kalkulace mezinárodní přepravy zboží v rámci EU**

TABULKA Č. 8 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU ZBOŽÍ DO NĚMECKA

	Doručení do:	9:00	10:00	10:30	12:00	18:00
DHL	Název služby	DHL Express 9:00	-	-	DHL Express 12:00	DHL Express Worldwide
	Cena	8 867 Kč	-	-	8 108 Kč	7 911 Kč
FedEx	Název služby	-	-	-	FedEx International Priority	-
	Cena	-	-	-	8 941 Kč	-
TNT	Název služby	TNT 9:00 Express	TNT 10:00 Express	-	TNT 12:00 Express	TNT Express
	Cena	8 265 Kč	7 743 Kč	-	7 179 Kč	6 432 Kč
UPS	Název služby	UPS Express Plus	-	UPS Express	UPS Express	UPS Express Saver
	Cena	2 581 Kč	-	1 723 Kč	-	1 561 Kč

GRAF Č. 8 V POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU ZBOŽÍ DO NĚMECKA



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

U zboží zasílané do Německa do 9:00 nabídla nejlepší cenu společnost UPS s částkou 2 581 Kč. Druhou, ale výrazně vyšší nabídku poskytla společnost TNT s částkou 8 265 Kč. Nejméně výhodnou nabídku pro zboží do Německa poskytla společnost DHL s částkou 8 867 Kč. Společnost FedEx nenabízí pro tuto možnost přepravy žádnou nabídku.

Pro přepravu zásilky do 10:00 nabídla jako jediná nejlepší cenu společnost TNT s částkou 7 743 Kč. Ostatní společnosti nenabízí možnost přednostního doručení do 10:00.

U doručení zásilky do 10:30 nabídla jako jediná nejlepší cenu společnost UPS s částkou 1 723 Kč. Ostatní společnosti opět nenabízejí možnost přednostního doručení pro tuto destinaci.

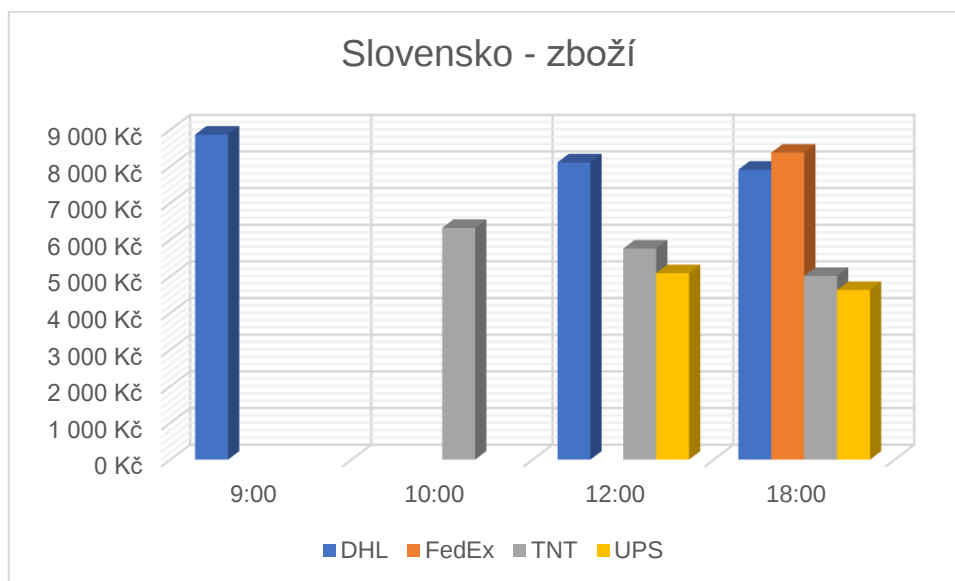
Pro přepravu zásilky do 12:00 nabídla nejlepší cenu společnost TNT s částkou 7 179 Kč. Téměř o sto korun dražší cenovou nabídku poskytla společnost DHL s částkou 8 108 Kč. Nejméně výhodnou cenovou nabídku poskytla společnost FedEx s částkou 8 941 Kč. Společnost UPS nenabízí pro destinaci Německo možnost přednostního doručení zásilky do 12:00.

Pro přepravu zásilky do konce pracovního dne nabídla nejlepší cenu společnost UPS s částkou 1 561 Kč. Druhou, ale až čtyřikrát dražší nabídku poskytla společnost TNT s částkou 6 432 Kč. Nejméně výhodnou nabídku poskytla společnost DHL s částkou 7 911 Kč. Společnost FedEx nemá pro tuto destinaci možnost doručení do konce pracovní doby.

TABULKA Č. 9 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRUVU ZBOŽÍ NA SLOVENSKO

	Doručení do:	9:00	10:00	12:00	18:00
DHL	Název služby	DHL Express 9:00	-	DHL Express 12:00	DHL Express Worldwide
	Cena	8 867 Kč	-	8 108 Kč	7 911 Kč
FedEx	Název služby	-	-	-	FedEx International Priority
	Cena	-	-	-	8 376 Kč
TNT	Název služby	-	TNT 10:00 Express	TNT 12:00 Express	TNT Express
	Cena	-	6 322 Kč	5 758 Kč	5 011 Kč
UPS	Název služby	-	-	UPS Express	UPS Express Saver
	Cena	-	-	5 085 Kč	4 628 Kč

GRAF Č. 9 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU ZBOŽÍ NA SLOVENSKO



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

Pro přepravu zboží do 9:00 na Slovensko nabídla jako jediná nejlepší cenu společnost DHL s částkou 8 867 Kč. Ostatní společnosti neposkytují možnost přepravy zboží na Slovensko s přednostním doručením do 9:00.

U doručení zásilky do 10:00 nabídla jako jediná nejlepší cenu společnost TNT s částkou 6 322 Kč. Ostatní společnosti opět takovou možnost doručení nenabídlly.

Pro přepravu zboží do 12:00 nabídla nejlepší cenu společnost UPS s částkou 5 085 Kč. Druhou nejvýhodnější cenovou nabídku poskytuje společnost TNT s částkou 5 758 Kč. Nejméně výhodou nabídku poskytla společnost DHL s cenou 8 108 Kč za přepravu. Společnost FedEx neposkytuje možnost doručení zboží do 12:00.

U doručení zboží na Slovensko do konce pracovního dne nabídla nejlepší cenu společnost UPS s částkou 4 628 Kč. Druhou, ještě přijatelnou nabídku poskytla společnost TNT s částkou 5 011 Kč. S výrazným

cenovým rozdílem nabídla přepravu společnost DHL s částkou 7 911 Kč. Nejméně výhodnou nabídku doručení do konce pracovní doby poskytla společnost FedEx s částkou 8 376 Kč.

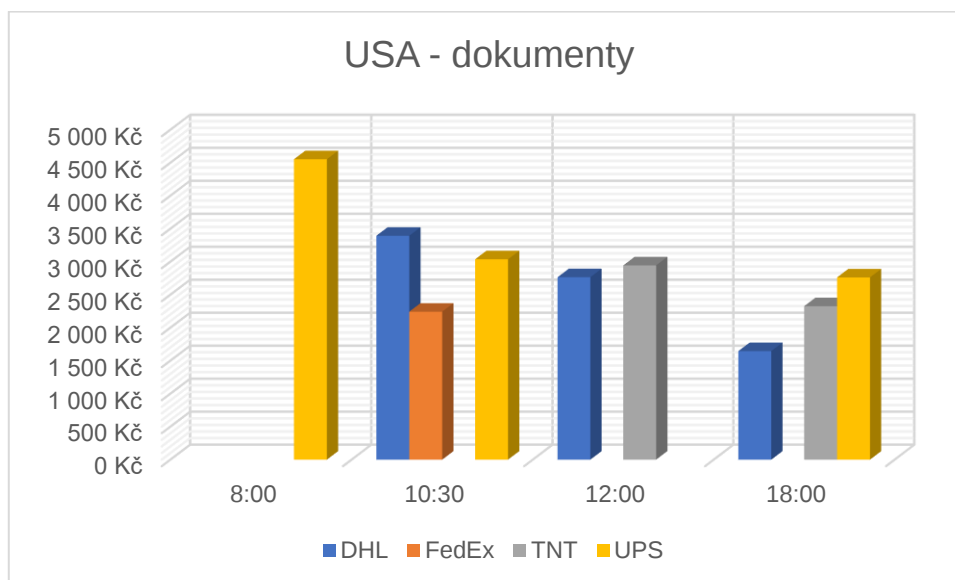
6.1.3 Mezinárodní přeprava mimo EU

➤ Kalkulace mezinárodní přepravy dokumentové zásilky mimo EU

TABULKA Č. 10 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU DOKUMENTŮ DO USA

	Doručení do:	8:00	10:30	12:00	18:00
DHL	Název služby	-	DHL Express 10:30	DHL Express 12:00	DHL Express Envelope
	Cena	-	3 392 Kč	2 764 Kč	1 645 Kč
FedEx	Název služby	-	FedEx International Priority	-	-
	Cena	-	2 242 Kč	-	-
TNT	Název služby	-	-	TNT 12:00 Express	TNT Express
	Cena	-	-	2 944 Kč	2 326 Kč
UPS	Název služby	UPS Express Plus	UPS Express	-	UPS Express Saver
	Cena	4 553 Kč	3 036 Kč	-	2 761 Kč

GRAF Č. 10 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU DOKUMENTŮ DO USA



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

Pro přepravu dokumentové zásilky do USA do 8:00 nabídla jako jediná nejlepší cenu společnost UPS s částkou 4 553 Kč. Ostatní společnosti nenabízejí možnost přednostního doručení zásilek do 8:00 pro destinaci USA.

Pro přepravu zásilky do 10:30 nabídla nejlepší cenu společnost FedEx s částkou 2 242 Kč. Jako druhou nejvýhodnější nabídku poskytla společnost UPS s částkou 3 036 Kč. Nejméně výhodnou nabídku poskytla společnost DHL s částkou 3 392 Kč. Společnost TNT neposkytuje možnost doručení zásilek do USA do 10:30.

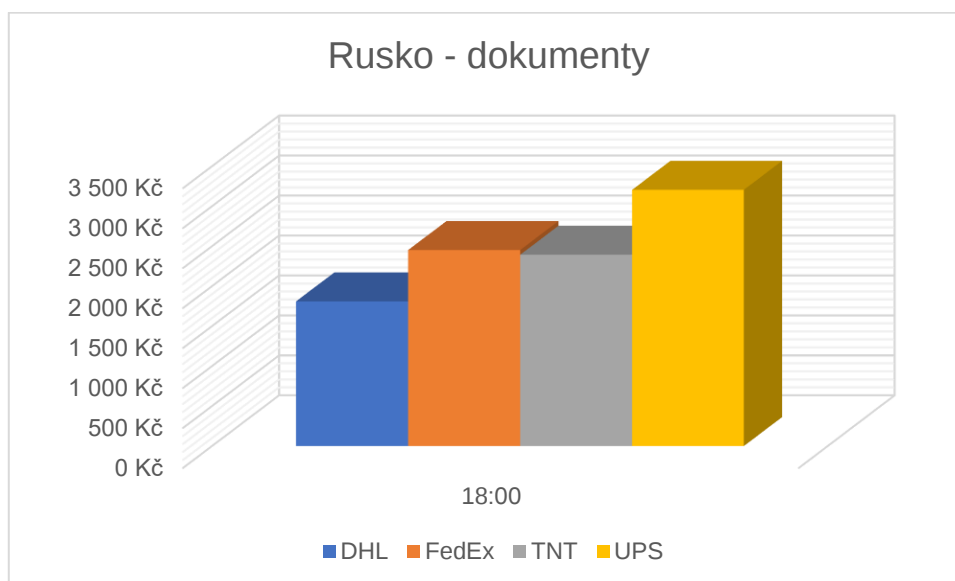
U přepravy zásilky do 12:00 nabídla nejlepší cenu společnost DHL s částkou 2 764 Kč. Nejméně výhodnou cenovou nabídku poskytla společnost TNT s cenou 2 944 Kč za přepravu. Společnosti FedEx a UPS nenabízí přednostní doručení do 12:00 pro tuto destinaci.

Pro přepravu dokumentové zásilky do konce pracovního dne nabídla nejlepší cenu společnost DHL s částkou 1 645 Kč. Další, ale méně výhodnou nabídku poskytla společnost TNT s částkou 2 326 Kč. Nejméně výhodnou nabídku poskytla společnost UPS s částkou 2 761 Kč. Společnost FedEx nenabízí doručení do konce pracovního dne pro tuto destinaci.

TABULKA Č. 11 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRUVU DOKUMENTŮ DO RUSKA

	Doručení do:	18:00
DHL	Název služby	DHL Express Envelope
	Cena	1 810 Kč
FedEx	Název služby	FedEx International Priority
	Cena	2 452 Kč
TNT	Název služby	TNT Express
	Cena	2 394 Kč
UPS	Název služby	UPS Express Saver
	Cena	3 205 Kč

GRAF Č. 11 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU DOKUMENTŮ DO RUSKA



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

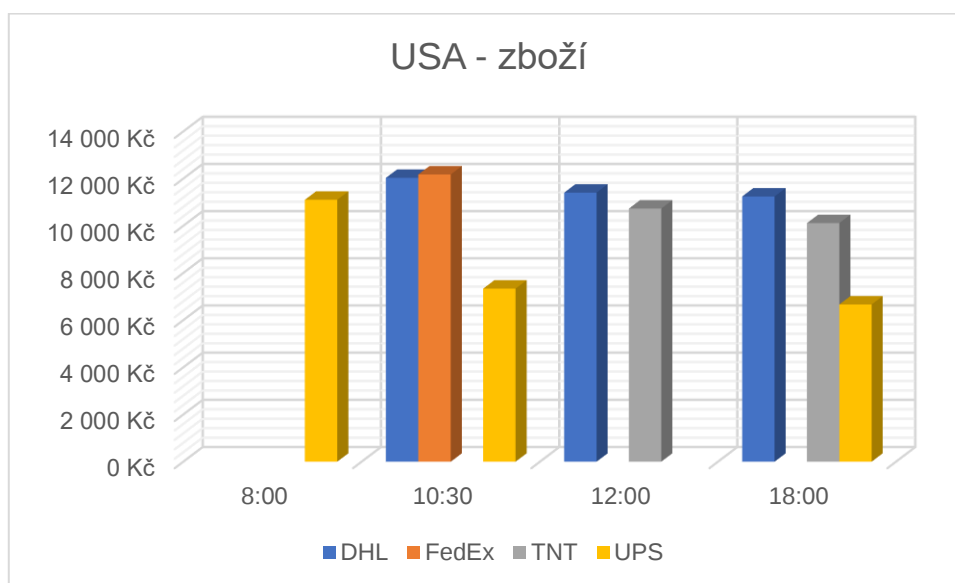
Jako jedinou možnost přepravy dokumentů do Ruska uvedly společnosti doručení do konce pracovní doby. Pro přepravu zásilky do konce pracovního dne, nabídla nejlepší cenu společnost DHL s částkou 1 810 Kč. Druhou nejvýhodnější nabídku poskytla společnost TNT s částkou 2 394 Kč. Společnost FedEx nabídla přepravu za 2 452 Kč a nejméně výhodnou nabídku poskytla společnost UPS s částkou 3 205 Kč.

➤ **Kalkulace mezinárodní přepravy zboží mimo EU**

TABULKA Č. 12 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU ZBOŽÍ DO USA

	Doručení do:	8:00	10:30	12:00	18:00
DHL	Název služby	-	DHL Express 10:30	DHL Express 12:00	DHL Express Worldwide
	Cena	-	12 033 Kč	11 405 Kč	11 243 Kč
FedEx	Název služby	-	FedEx International Priority	-	-
	Cena	-	12 176 Kč	-	-
TNT	Název služby	-	-	TNT 12:00 Express	TNT Express
	Cena	-	-	10 732 Kč	10 114 Kč
UPS	Název služby	UPS Express Plus	UPS Express	-	UPS Express Saver
	Cena	11 104 Kč	7 338 Kč	-	6 666 Kč

GRAF Č. 12 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU ZBOŽÍ DO USA



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

Pro přepravu zboží do USA do 8:00 nabídla jako jediná nejlepší cenu společnost UPS s částkou 11 104 Kč. Ostatní společnosti nenabízejí možnost přepravy do USA do 8:00.

Pro přepravu zásilky do 10:30 nabídla nejlepší cenu opět společnost UPS s částkou 7 338 Kč. Druhou nejvýhodnější nabídku ceny poskytla společnost DHL s částkou 12 033 Kč a nejméně výhodnou nabídku poskytla společnost FedEx s cenou 12 176 Kč. Společnost TNT nenabízí přednostní doručení do 10:30.

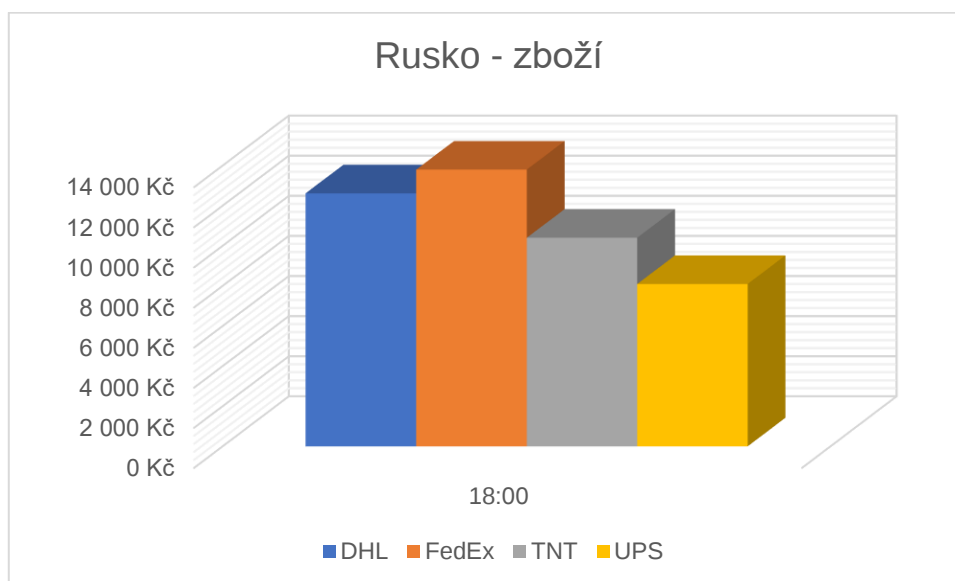
Pro přepravu zásilky do 12:00 nabídla nejlepší cenu společnost TNT s částkou 10 732 Kč. Nejméně výhodnou nabídku poskytla společnost DHL s částkou 11 405 Kč. Ostatní společnosti nenabízejí přednostní doručení do 12:00 pro destinaci USA.

U přepravy zboží do konce pracovního dne nabídla nejlepší cenu společnost UPS s částkou 6 666 Kč. Podstatně dražší nabídku poskytla společnost TNT s cenou 10 114 Kč a nejméně výhodnou nabídku má společnost DHL s částkou 11 243 Kč. Společnost FedEx nenabízí doručení zásilek pro destinaci USA do konce pracovní doby.

TABULKA Č. 13 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU ZBOŽÍ DO RUSKA

	Doručení do:	18:00
DHL	Název služby	DHL Express Worldwide
	Cena	12 617 Kč
FedEx	Název služby	FedEx International Priority
	Cena	13 800 Kč
TNT	Název služby	TNT Express
	Cena	10 404 Kč
UPS	Název služby	UPS Express Saver
	Cena	8 097 Kč

GRAF Č. 13 POROVNÁNÍ CEN ZA MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVU ZBOŽÍ DO RUSKA



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

Jako jedinou možnost přepravy zbožové zásilky do Ruska uvedly společnosti doručení do konce pracovní doby. Pro přepravu zásilky do konce pracovního dne nabídla nejlepší cenu společnost UPS s částkou 8 097 Kč. Jako druhou výhodnou nabídku poskytla společnost TNT s cenou 10 404 Kč. Již méně výhodnou cenovou nabídku zboží do Ruska poskytla společnost DHL s částkou 12 617 Kč a jako nejméně výhodná nabídka byla poskytnuta společností FedEx s cenou 13 800 Kč.

7 Vyhodnocení analýzy služeb konkurentů s DHL Express s.r.o.

Poslední část bakalářské práce se věnuje zhodnocením předešlých analýz služeb v přepravě u všech společností. Na základě předchozích kalkulací přepravy je analýza prováděna ve dvou následujících krocích dle vybraných kritérií.

Hlavní kroky analýzy přeprav:

- Zhodnocení analýzy služeb poskytovaných společnostmi z hlediska ceny
- Zhodnocení analýzy služeb poskytovaných společnostmi z hlediska úspěšných nabídek

Pro zhodnocení výběru služeb byla vybrána následující kritéria:

- Cena
- Úspěšnost nabídek

7.1 Zhodnocení analýzy služeb poskytovaných společnostmi z hlediska ceny

Pro zhodnocení analýzy služeb z hlediska ceny byla v rámci zkoumaných přeprav dokumentů a zboží vybrána nejvýhodnější nabídka přepravy do dané destinace za každou společnost. Na základě vybraných cen bylo následně zhodnoceno, pro kterou společnost by se zákazník rozhodl, pokud by byla rozhodující pouze cena. Při zkoumání nejvýhodnějších cen přepravy dokumentů a zboží byla následně vypočítána průměrná cena za přepravu do dané destinace, která poukazuje na to, která společnost nabízí celkově lepší cenovou nabídku.

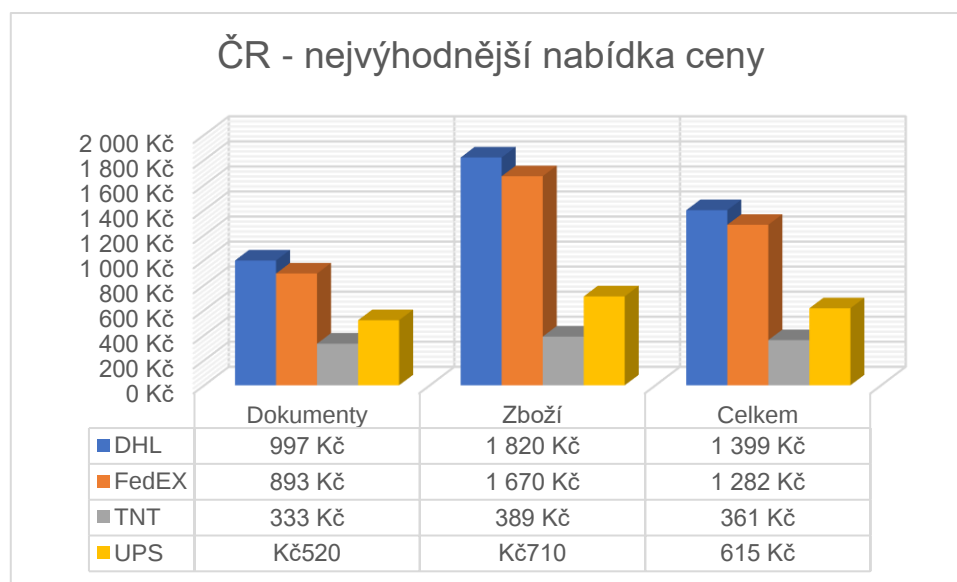
Následně byly vybrány nejvýhodnější cenové nabídky pro dokumenty a zboží napříč zkoumanými destinacemi, z kterých byla vypočítána celková průměrná cena za přepravu dokumentů nebo zboží u daných společností.

7.1.1 Zhodnocení nejvýhodnější ceny zkoumaných přeprav

Pro zhodnocení nejvýhodnější ceny přepravy byla od každé společnosti vybrána taková cena služby, která ze všech nabízených možností byla nejlevnější nebo jediná možná. Vybrané ceny jsou promítnuty do následných grafů dle destinace doručení. Zhodnocení zkoumalo nabídky jak v přepravě dokumentů, v přepravě zboží, tak i celkově.

➤ Nejvýhodnější cena přepravy pro ČR

GRAF Č. 14 NEJVÝHODNĚJŠÍ CENA PŘEPRAVY PRO ČR



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

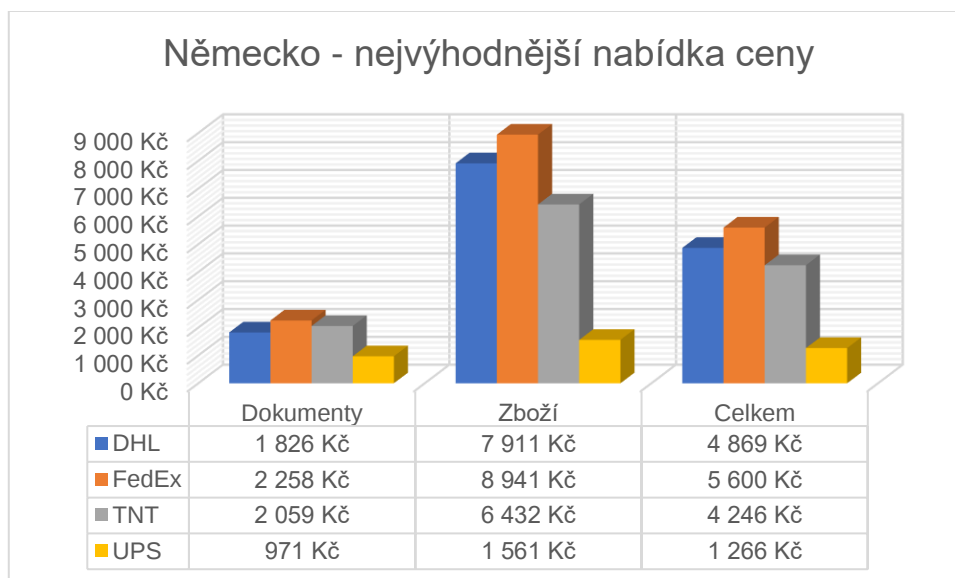
Na základě nejvýhodnější ceny vnitrostátní přepravy dokumentů, by se zákazník rozhodl pro společnost TNT s částkou 333 Kč. Mezi nejvýhodnější nabídkou (TNT) a nejméně výhodnou (DHL) můžeme pozorovat rozdíl 664 Kč.

U zbožívé zásilky by si zákazník vybral také společnost TNT s částkou 389 Kč. Mezi nejvýhodnější nabídkou (TNT) a nejméně výhodnou (DHL) můžeme pozorovat rozdíl 1 431 Kč.

Celkově nabídla nejvýhodnější vnitrostátní cenovou nabídku společnost TNT. Druhé místo obsadila společnost UPS, třetí místo společnost FedEx a čtvrté místo DHL.

➤ Nejvýhodnější cena přepravy pro Německo

GRAF Č. 15 NEJVÝHODNĚJŠÍ CENA PŘEPRAVY PRO NĚMECKO



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

U dokumentové zásilky do Německa by se zákazník pravděpodobně rozhodl pro společnost UPS s cenovou nabídkou 971 Kč. Mezi nejvýhodnější nabídkou (UPS) a nejméně výhodnou (FedEx) můžeme pozorovat rozdíl 1 287 Kč.

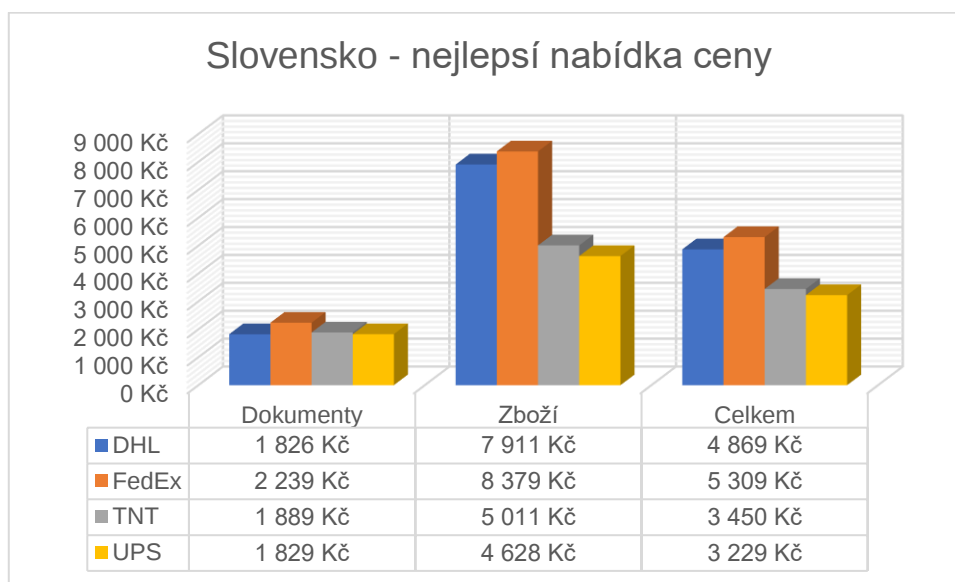
U zbožívé zásilky do Německa nabídla nejvýhodnější nabídku také společnost UPS s částkou 1 561 Kč, tudíž i zde by byla společnost

pravděpodobně vybrána zákazníkem. Mezi nejvýhodnější nabídkou (UPS) a nejméně výhodnou (FedEx) můžeme pozorovat rozdíl 7 380 Kč.

Celkově nabídla nejvýhodnější nabídku společnost UPS, jako druhá společnost TNT, na třetím místě je společnost DHL a jako poslední společnost FedEx.

➤ Nejvýhodnější cena přepravy pro Slovensko

GRAF Č. 16 NEJVÝHODNĚJŠÍ CENA PŘEPRAVY PRO SLOVENSKO



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

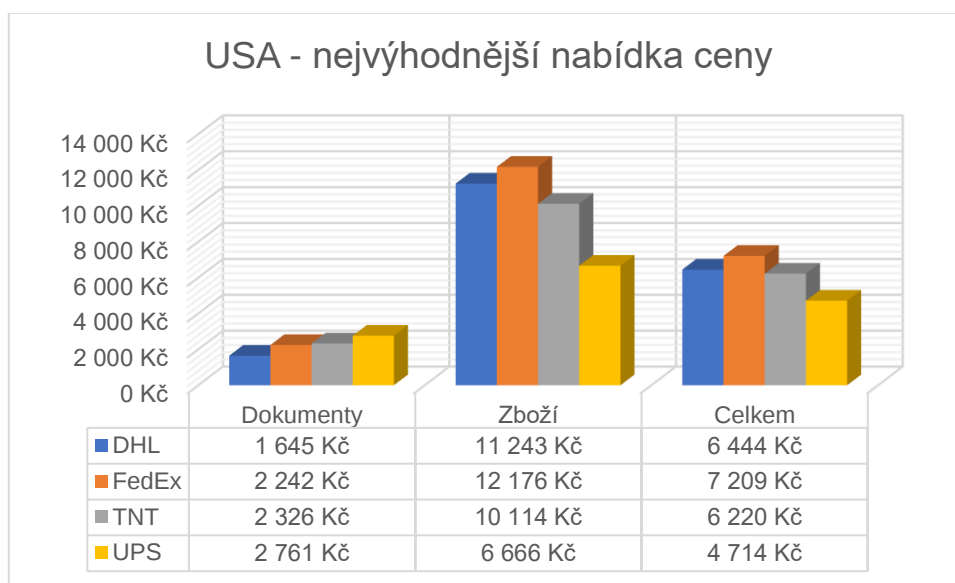
U dokumentové zásilky na Slovensko by zákazník vybíral cenovou nabídku společnost DHL s částkou 1 826 Kč. Mezi nejvýhodnější nabídkou (DHL) a nejméně výhodnou (FedEx) můžeme pozorovat rozdíl pouhých 413 Kč.

U zboží by zákazník naopak volil nabídku společnosti UPS s částkou 4 628 Kč. Mezi nejvýhodnější nabídkou (UPS) a nejméně výhodnou (FedEx) můžeme pozorovat rozdíl až 3 751 Kč.

Celkově však nabídla nejvýhodnější nabídku společnost UPS, jako další společnost TNT, celkově na třetím místě stojí společnost DHL. Na posledním místě je se svou nabídkou opět společnost FedEx.

➤ Nejvýhodnější cena přepravy pro USA

GRAF Č. 17 NEJVÝHODNĚJŠÍ CENA PŘEPRAVY PRO USA



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

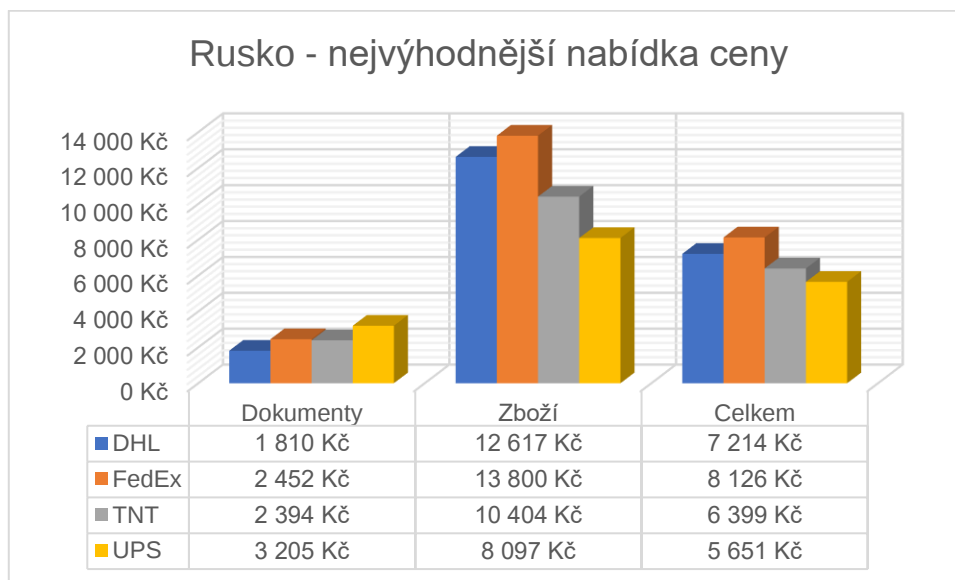
U dokumentové zásilky do USA by se zákazník rozhodl pro nabídku společnosti DHL s částkou 1 645 Kč. Mezi nejvýhodnější nabídkou (DHL) a nejméně výhodnou (UPS) můžeme pozorovat rozdíl 1 116 Kč.

U zboží do USA stojí na prvním místě společnost UPS s částkou 6 666 Kč. Mezi nejvýhodnější nabídkou (UPS) a nejméně výhodnou (FedEx) můžeme pozorovat rozdíl 5 510 Kč.

I u této země nabízí celkově nejvýhodnější nabídku společnost UPS, jako druhá je společnost TNT, třetí místo zaujímá společnost DHL a poslední opět společnost FedEx.

➤ Nejvýhodnější cena přepravy pro Rusko

GRAF Č. 18 NEJVÝHODNĚJŠÍ CENA PŘEPRAVY PRO RUSKO



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

U dokumentové zásilky do Ruska zákazník opět vybírá společnost DHL s částkou 1 810 Kč. Mezi nejvýhodnější nabídkou (DHL) a nejméně výhodnou (UPS) můžeme pozorovat rozdíl 1 395 Kč.

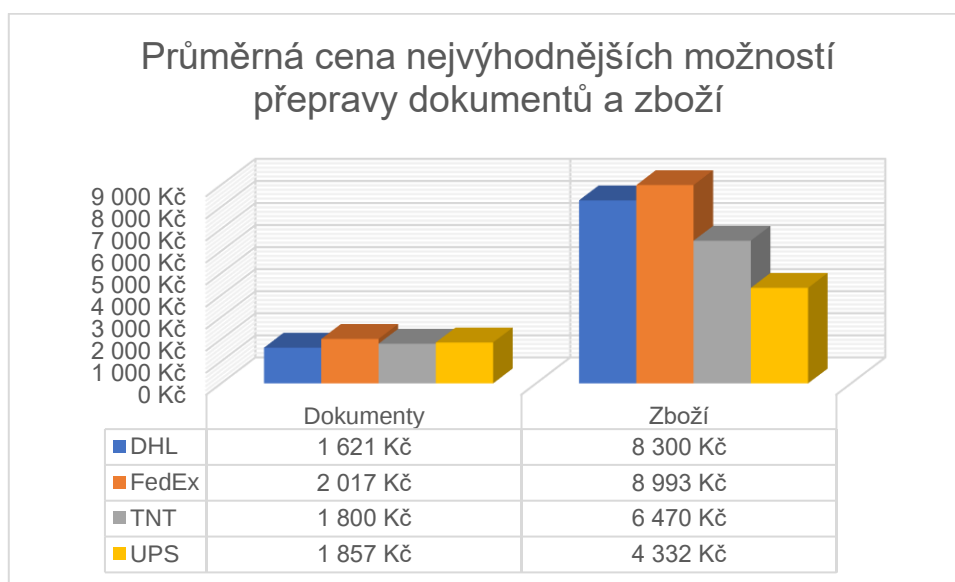
U zbožívé zásilky do Ruska nabídla nejvýhodnější nabídku společnost UPS s částkou 8 097 Kč, kterou by si opět zákazník na základě ceny vybral. Mezi nejvýhodnější nabídkou (UPS) a nejméně výhodnou (FedEx) můžeme pozorovat rozdíl 5 703 Kč.

Celková nejvýhodnější nabídka se nijak neliší od předešlých mezinárodních přeprav. Na prvním místě stojí společnost UPS, za ní v těsném závěsu stojí společnost TNT, třetí místo zaujímá společnost DHL a poslední místo patří společnosti FedEx.

7.1.2 Zhodnocení konkurenceschopnosti společností na základě průměrné ceny nejvýhodnější možnosti přepravy dokumentů a zboží

Pro zhodnocení konkurenceschopnosti společností s dokumentovými a zbožovými zásilkami byly vybrány nejvýhodnější cenové nabídky u přepravy dokumentů a zboží napříč zkoumanými destinacemi u každé společnosti. Z vybraných cenových nabídek byl vypočítán průměr, který poukazuje na to, na jakém místě stojí společnosti s cenovou nabídkou pro dokumenty, zboží a celkově.

GRAF Č. 19 PRŮMĚRNÁ NEJVÝHODNĚJŠÍ NABÍDKA CENY PRO DOKUMENTY A ZBOŽÍ

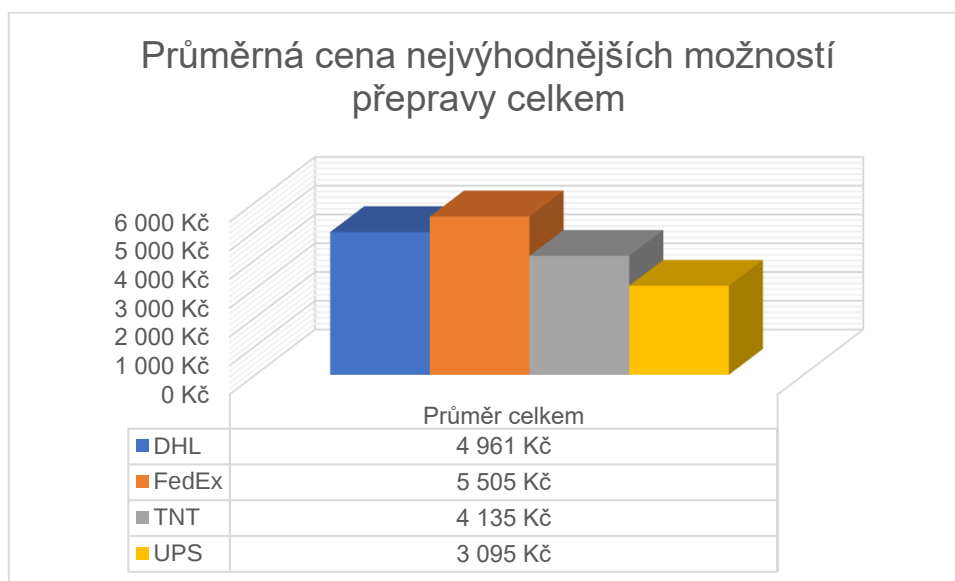


ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

Průměrně nabízí nejvýhodnější nabídku ceny pro dokumentové zásilky společnost DHL, jako druhá společnost TNT, na třetím místě stojí společnost UPS a na posledním místě je společnost FedEx.

U zbožových zásilek bylo vyzorováno, že společnost UPS nabízí nejvýhodnější nabídku, na druhém místě je společnost TNT, třetí místo zaujímá společnost DHL a čtvrté místo společnost FedEx.

GRAF Č. 20 PRŮMĚRNÁ NEJVÝHODNĚJŠÍ NABÍDKA CENY CELKOVĚ



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

Na základě předchozích analýz a zhodnocení bylo zjištěno, že pro zkoumané přepravy nabídla nejvýhodnější nabídku společnost UPS. Jako druhá nabízí zajímavé ceny společnost TNT. Třetí místo obsadila společnost DHL a poslední čtvrté místo patří společnosti FedEx.

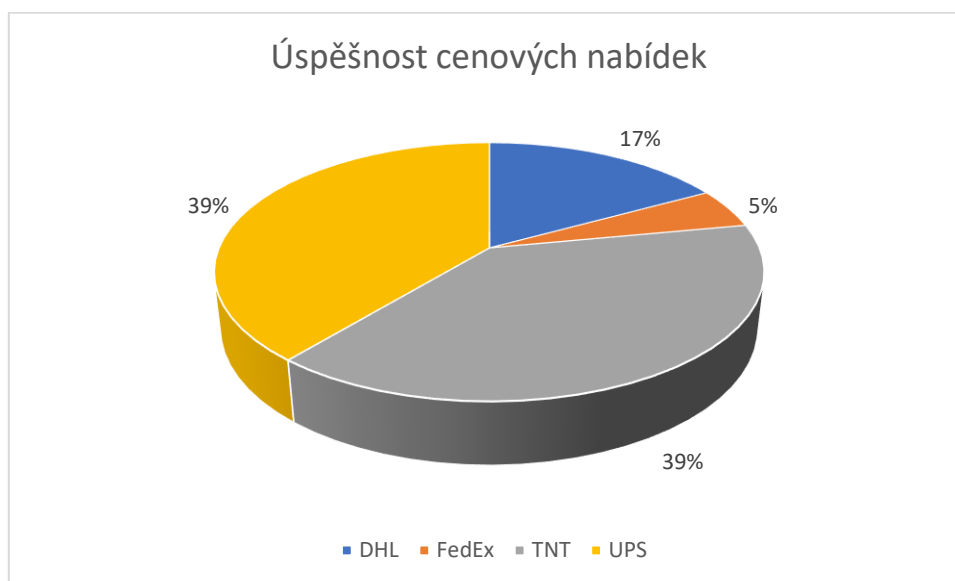
7.2 Zhodnocení analýzy služeb z hlediska úspěšnosti přeprav

Poslední zhodnocení analýz se věnovalo úspěšnosti přeprav u zákazníka pro každou možnou nabídku společností. U každé možnosti přepravy (např. do 9:00, do 10:00 atd.) byla vybrána společnost, která nabízela nejvýhodnější nabídku a byl jí přiřazen jeden bod.

Z celkových 36 možností měly společnosti TNT a UPS nejvíce úspěšných cenových nabídek a dělí se tak o první místo. Obě společnosti dosáhly 14 bodů. Na druhém místě se ziskem 6 bodů se umístila společnost DHL a třetí místo zaujímá společnost FedEx s celkovým počtem 2 body.

Bodové zisky byly převedeny na procenta pro lepší přehlednost celkové úspěšnosti.

GRAF Č. 21 ÚSPĚŠNOST CENOVÝCH NABÍDEK SPOLEČNOSTÍ V PROCENTECH



ZDROJ DAT: KALKULACE PŘEPRAV VYBRANÝCH SPOLEČNOSTÍ

Na základě předchozích analýz a zhodnocení bylo zjištěno, že společnosti TNT a UPS nabídly z 39 % nejvýhodnější cenu přepravy. Společnost DHL Express byla již méně úspěšná, a to pouze u 17 % přeprav. Nejméně úspěšnou se stala společnost FedEx, která zaujala pouze 5 % z celkových nabídek.

Závěr

Na trhu expresních balíkových služeb se nachází nespočet společností, které se snaží mezi sebou konkurovat. Metody, které společnosti využívají ke zvýšení konkurenceschopnosti si možná ani neumíme představit. Přesto se dá obecně říci, že hlavním kritériem pro zákazníky ve výběru služby u společností je většinou cena. V rámci této bakalářské práce bylo ve výsledných analýzách společností operováno s cenami za určitou službu přepravy.

Jedním z cílů bakalářské práce bylo analyzovat společnost DHL Express v oblasti nabízených služeb a porovnat je s největšími konkurenty. Na základě proběhlé analýzy z pohledu společnosti DHL Express bylo zjištěno, že vybrané konkurenční společnosti (FedEx, TNT, UPS) nabízejí velmi podobné služby v přepravě. Tudíž na otázku, zda vybraní konkurenti DHL Express nabízejí srovnatelné služby, bylo v průběhu analýzy zjištěno, že ano. Dle vzoru DHL Express byly služby společností rozděleny do třech časových režimů na Same Day, Time Definite a Day Definite bez větších potíží.

Dalším cílem bakalářské práce bylo porovnání služeb společností z hlediska ceny. Pro následnou analýzu byl vybrán časový režim Time Definite, jelikož obsažené služby v tomto režimu byly nejvíce podobné, až stejné, napříč společnostmi.

Na otázku, zda společnosti nabízejí stejnou cenu za danou službu přepravy bylo zjištěno, že nenabízejí. U zkoumaných přeprav do vybraných destinací bylo vypořádováno, že společnosti nabízejí za stejnou přepravu rozdílnou cenu. Důvody, proč tomu tak je, nejsou známy a pro případné odhalení rozdílů v ceně by byla potřeba hlubší analýza.

Na základě zkoumaných přeprav bylo sice zjištěno, jak si společnosti navzájem konkurují, ale pouze z pohledu ceny za stejnou přepravu. Na otázku, zda si společnosti konkurují cenou za služby bylo potvrzeno, že ano, jelikož z analyzovaných cen přepravy neměly společnosti ani jednu cenu stejnou. Ať už výsledky analýzy dopadly jakkoliv, nelze obecně říci, že pokud daná společnost

nabízí nejlepší ceny, je také zároveň nejlepší a nejpreferovanější společností. Pro širší přehled dané situace a na základě čeho si skutečně zákazníci vybírají dané dopravce, by byla potřeba opět hlubší studie. Práce tedy nabízí vhodný podklad pro další analýzy potřebné k získání hlubšího pohledu konkurenceschopnosti společností.

Závěrem této bakalářské práce z pohledu autora je nutné podotknout, že byly naplněny původní stanovené cíle.

Summary

There are countless companies on the express parcel services market that try to be successful. The methods that companies use to increase competitiveness are diverse. However, we can say generally that the price is usually the main criterion for customers in choosing a service for companies. In the framework of this bachelor thesis, the results of the company's analyses were based on prices for a particular transport service.

One of the goals of this thesis was to analyse DHL Express company in the field of services offered and to compare it with the largest competitors. Based on an analysis from DHL Express, it has been found that selected competing companies (FedEx, TNT, UPS) offer very similar transport services. Therefore, the question of whether the selected competitors of DHL Express offer comparable services was found to be yes during the analysis. Services were divided into three time modes on Same Day, Time Definite and Day Definite without any major issues.

Another aim of the bachelor thesis was to compare companies' services in terms of price. For the subsequent analysis, the Time Definite time mode was selected, since the services contained in this mode were the most similar across companies. The searches for the selected destinations showed that companies offer different prices for the same transport.

Based on the surveys examined, it was found out how companies compete with each other in terms of price for the same shipment. The question of whether companies compete with the service price has been confirmed to be true. The companies did not have the same price of the analysed transport prices. It cannot be said generally that if the company offers the best prices, it is also the best and most wanted company. This requires deeper exploration for a deeper insight into why a customer chooses a given carrier. Therefore, this thesis provides the appropriate basis for further analysis needed to gain a deeper view of the competitiveness of companies.

In conclusion of this bachelor thesis, from the author's point of view, it is necessary to point out that the original goals were fulfilled.

Seznam pramenů a literatury

Knižní zdroje:

BARTES, František. Konkurenční strategie firmy: kombinované studium. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2008. Učební texty vysokých škol. ISBN 978-80-214-3758-6.

DRAHOTSKÝ, Ivo a Bohumil ŘEZNÍČEK. Logistika: procesy a jejich řízení. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-521-0

DVOŘÁČEK, Jiří a Peter SLUNČÍK. Podnik a jeho okolí: jak přežít v konkurenčním prostředí. V Praze: C.H. Beck, 2012. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-224-3.

HAJNA, Petr a kol. Logistika v ozbrojených silách ČR a SR ve 21. století. Brno: Univerzita obrany, 2007. ISBN 978-80-7231-287-0.

HAJNA Petr, Martin REJZEK. Charakteristika logistiky NATO. Logistika,2/1999.

HALÁSEK, Dušan. Logistika v odvětvích služeb. Přerov: Vysoká škola logistiky, 2013. ISBN 978-80-87179-30-7.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Strategický marketing: strategie a trendy. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert. ISBN 978-80-247-4670-8.

JEŘÁBEK, Karel. Logistika-doprava-manipulace-skladování. Stavební informace. XI (28), září 2004, monotematické číslo, s. 3-31. ISSN 1211-2259

JEŘÁBEK, Karel, Rudolf KAMPF a Ladislav BARTUŠKA. Logistické minimum. České Budějovice: Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, 2016. ISBN 978-80-7468-073-1.

KOTLER, Philip. Marketing: Management: analýza, plánování, realizace a kontrola. 2. upr. a dopl. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-08-2.

MICHALOVÁ, Valéria. Manažment a marketing v trhových službách. 1. vyd. Bratislava: SPRINT, 1999. ISBN 80-88848-53-9

NOVÁK, Radek, Lubomír ZELENÝ, Petr PERNICA, a Petr KOLÁŘ. Přepravní, zasilatelské a logistické služby. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-735-3.

OUDOVÁ, Alena. Logistika: základy logistiky. Aktualizované 2. vydání. Prostějov: Computer Media, 2016. ISBN 978-80-7402-238-8.

PAVLŮ, Dušan a kolektiv. Marketingové komunikace a konkurence. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací, 2007. Malá edice FMK UTB. ISBN 978-80-7318-634-0.

PERNICA, Petr. Logistika (supply chain management) pro 21. století. Praha: Radix, 2004. ISBN 80-86031-59-4.

PRACHAŘ, Jan. Logistika jako součást vnitropodnikového řízení: monografie. Kunovice: Evropský polytechnický institut, 2011. Odborné knižní publikace. ISBN 978-80-7314-271-1.

SIXTA, Josef a Václav MAČÁT. Logistika – teorie a praxe. Dotisk prvního vydání. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 80-251-0573-3

STEHLÍK, Antonín a Josef KAPOUN. Logistika pro manažery. Praha: Ekopress, 2008. ISBN 978-80-86929-37-8.

SVĚTLÍK, Jaroslav. Marketing – cesta k trhu. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2005. ISBN 80-86898-48-2.

ŠVADLENKA, Libor, Daniel SALAVA a Jaroslav MORKUS. Future role of postal services in the face of new market conditions and communication technologies. Pardubice: University of Pardubice, 2008. ISBN 978-80-7395-144-3.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. Marketing služeb: efektivně a moderně. Praha: Grada, 2008. Manažer. Marketing. ISBN 978-80-247-2721-9.

ZEMANOVÁ, Veronika. Teoretická východiska pro pojetí konkurenční schopnosti podniku. Acta oeconomica Pragensia. 2005, roč. 13, č. 2, s. 158. ISSN 0572-3043

Elektronické zdroje:

Cities [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
http://www.mzp.cz/cz/cites_obchod_ohrozenymi_druhy

DHL [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z <http://www.dhl.cz/cs.html>

DHL Domestic [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
http://www.dhl.cz/cs/express/sluzba_domestic.html

DHL Doplnkové služby [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
http://www.dhl.cz/cs/express/doplňkove_sluzby.html

DHL Export Day Definite [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
http://www.dhl.cz/cs/express/exportni_sluzby/export_day_definite.html

DHL Export Time Definite [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
http://www.dhl.cz/cs/express/exportni_sluzby/export_time_definite.html

DHL Exportní služby [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
http://www.dhl.cz/cs/express/exportni_sluzby.html

DHL Freight – služby [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
<http://www.dhlfreight.cz/sluzby>

DHL Freight 20 let v České republice [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
<http://www.dhl.cz/cs/tisk/akce/20-years-dhl-freight-in-cz.html>

DHL Global Forwarding [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
<http://www.dhlgf.cz/o-nas>

DHL Global Forwarding – služby [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
<http://www.dhlgf.cz/sluzby>

DHL History [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
<http://wap.dhl.com/info/history.html>

DHL Import Day Definite [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
http://www.dhl.cz/cs/express/importni_sluzby/import_day_definite.html

DHL Import Time Definite [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
http://www.dhl.cz/cs/express/importni_sluzby/import_time_definite.html

DHL Informace k dovozu [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
http://www.dhl.cz/cs/country_profile/informace_k_dovozu.html

DHL – kalkulace přepravy [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: 1url.cz/5t8aT

DHL kupuje českého kurýra PPL [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: https://ekonomika.idnes.cz/dhl-kupuje-ceskeho-kuryra-ppl-d2r/ekonomika.aspx?c=A051221_132248_ekonomika_maf

DHL Palivový příplatek [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/preprava/zaslatelske_poradenstvi/express_palivovy_priplatek_eu.html

DHL Příplatky [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/preprava/zaslatelske_poradenstvi/priplatky.html

DHL Same Day [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: http://www.dhl.cz/cs/express/exportni_sluzby/export_same_day.html

DHL Supply Chain [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: <https://dhl.jobs.cz/o-dhl/dhl-supply-chain/>

FedEx Company Info [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/about/company-info/index.html>

FedEx Domestic [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/domestic/index.html>

FedEx Europe First [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/international/export/europe/intl-first.html>

FedEx History [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://about.van.fedex.com/our-story/history-timeline/history/>

FedEx History Timeline [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <https://about.van.fedex.com/our-story/history-timeline/history/>

FedEx International Economy [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/international/export/asia/intl-economy.html>

FedEx International First [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/international/export/usa/intl-first.html>

FedEx International Priority [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/international/export/usa/intl-priority.html>

FedEx International Priority Overnight [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z: <http://www.fedex.com/cz/shipping-services/domestic/index.html>

FedEx – kalkulace přepravy [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.fedex.com/ratefinder/home?source=gh&cc=cz&language=cs>

FedEx Shipping Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<http://www.fedex.com/cz/shipping-services/international/export/index.html>

Interní dokumenty DHL Express

Konkurence [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
<https://managementmania.com/cs/konkurence>

SEDLÁŘOVÁ, Kateřina. *Zásilkové služby v ČR aneb Přes koho nejlépe poslat svůj balík* [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.shockworks.eu/cz/zasilkove-sluzby-v-cr-aneb-pres-koho-nejlepe-poslat-svuj-balik/>

Směrnice Evropského parlamentu a Komise 2006/123/ES [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z:
http://www.praha1.cz/cps/media/o_sluzbach_na_vnitnim_trhu.pdf

Společnost DHL Express letos slaví 30 let v České republice [online]. [cit. 01-03-2018]. Dostupné z: <https://www.euro.cz/byznys/spolecnost-dhl-express-letos-slavi-30-let-v-ceske-republice-1306926>

TNT Company [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/company/the-tnt-network.html

TNT Economy Express Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/shipping-services/economy-express-services.html

TNT Express Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/shipping-services/express-services.html

TNT History [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.tnt.com/corporate/history>

TNT – kalkulace přepravy [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/ship-now.html

TNT Shipping Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/shipping-services.html

TNT Special Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
https://www.tnt.com/express/cs_cz/site/shipping-services/special-services.html

UPS Expedited [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/expedited.page?>

UPS Express [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/express.page?>

UPS Express Critical [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/express-critical.page?>

UPS Express Plus [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/express-plus.page?>

UPS Express Saver [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/express-saver.page?>

UPS History [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/about/history.page?>

UPS International Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services.page?>

UPS – kalkulace přepravy [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/Home.page?>

UPS Services [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/services/shipping.page?>

UPS Standard [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.ups.com/cz/cs/shipping/international/services/standard.page?>

Zahraniční obchod ČR s vybranými státy EU [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.czso.cz/documents/10180/61165716/241013180112.pdf/57383da1-a42b-4f92-a7e7-a13e6763a38c?version=1.0>

Zahraniční obchod ČR s vybranými státy mimo EU [online]. [cit.01-03-2018].
Dostupné z:
<https://www.czso.cz/documents/10180/61165716/241013180113.pdf/2f0a9ca7-c85e-41ad-b01f-f6bc959605f4?version=1.0>

Zahraniční obchod – leden 2018 [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.czso.cz/csu/czso/cri/zahranicni-obchod-leden-2018>

Zahraniční obchod v lednu [online]. [cit.01-03-2018]. Dostupné z:
<https://www.czso.cz/documents/10180/61165716/241013180102.pdf/1fdea16b-dae9-4088-8253-f896efb0b87d?version=1.0>

Seznam zkratek

ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
CITIES	Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora
DE	Německo
DHL	Dalsey, Hillblom, Lynn
DPH	Daň z přidané hodnoty
DPWN	Deutsche Post World Net
EU	Evropská unie
FEDEX	Federal Express
GDEW	GD Express Worldwide
KPN	Koninklijke Post Nederlad
NATO	North Atlantic Treaty Organization
NV	Naamloze Vennootschap – veřejná společnost
PPL	Professional Parcel Logistic
PSČ	Poštovní směrovací číslo
PTT	Post Telegraaf Telefoon
RU	Rusko
SK	Slovensko
SMS	Short message service
TNT	Thomas Nationwide Transport
UPS	United Parcel Service
USA	Spojené státy americké

Seznam grafů

Graf č. 1 Vývoz a dovoz České republiky – leden 2018	71
Graf č. 2 Pět největších vývozních zemí pro ČR v rámci EU	72
Graf č. 3 Pět největších vývozních zemí pro ČR mimo EU	73
Graf č. 4 Cenová nabídka za vnitrostátní přepravu dokumentů	76
Graf č. 5 Porovnání cen za vnitrostátní přepravu zboží	78
Graf č. 6 Porovnání cen za mezinárodní přepravu dokumentů do Německa	80
Graf č. 7 Porovnání cen za mezinárodní přepravu dokumentů na Slovensko	82
Graf č. 8 v Porovnání cen za mezinárodní přepravu zboží do Německa	84
Graf č. 9 Porovnání cen za mezinárodní přepravu zboží na Slovensko	86
Graf č. 10 Porovnání cen za mezinárodní přepravu dokumentů do USA	88
Graf č. 11 Porovnání cen za mezinárodní přepravu dokumentů do Ruska	90
Graf č. 12 Porovnání cen za mezinárodní přepravu zboží do USA	91
Graf č. 13 Porovnání cen za mezinárodní přepravu zboží do Ruska	93
Graf č. 14 Nejvýhodnější cena přepravy pro ČR	95
Graf č. 15 Nejvýhodnější cena přepravy pro Německo	96
Graf č. 16 Nejvýhodnější cena přepravy pro Slovensko	97
Graf č. 17 Nejvýhodnější cena přepravy pro USA	98
Graf č. 18 Nejvýhodnější cena přepravy pro Rusko	99
Graf č. 19 Průměrná nejvýhodnější nabídka ceny pro dokumenty a zboží	100
Graf č. 20 Průměrná nejvýhodnější nabídka ceny celkově	101
Graf č. 21 Úspěšnost cenových nabídek společností v procentech	102

Seznam schémat

Schéma č. 1 Magický trojúhelník.....	11
Schéma č. 2 Cíle logistiky.....	20
Schéma č. 3 Dvě hlavní značky Deutsche Post DHL Group	39

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 Divize značky DHL	40
Obrázek č. 2 Průvodce službami DHL Same Day	43
Obrázek č. 3 Průvodce službami DHL Domestic Express Time Definite	47
Obrázek č. 4 Průvodce službami DHL Day Definite	48
Obrázek č. 5 Doplnkové služby u mezinárodních zásilek	49
Obrázek č. 6 Doplnkové služby u vnitrostátních zásilek	49
Obrázek č. 7 Příplatky za nadstandardní služby u vnitrostátních zásilek	50
Obrázek č. 8 Příplatky za nadstandardní služby u mezinárodních zásilek	51

Seznam tabulek

Tabulka č.1 Rozdíly mezi službou a výrobkem	29
Tabulka č. 2 Přehled splněných a nesplněných kritérií k výběru konkurence	56
Tabulka č. 3 Doba přepravy do vybraných destinací	74
Tabulka č. 4 Porovnání cen za vnitrostátní přepravu dokumentů	76
Tabulka č. 5 Porovnání cen za vnitrostátní přepravu zboží	78
Tabulka č. 6 Porovnání cen za mezinárodní přepravu dokumentů do Německa ...	80
Tabulka č. 7 Porovnání cen za mezinárodní přepravu dokumentů na Slovensko ..	82
Tabulka č. 8 Porovnání cen za mezinárodní přepravu zboží do Německa	84
Tabulka č. 9 Porovnání cen za mezinárodní přepravu zboží na Slovensko	85
Tabulka č. 10 Porovnání cen za mezinárodní přepravu dokumentů do USA	88
Tabulka č. 11 Porovnání cen za mezinárodní přepravu dokumentů do Ruska	89
Tabulka č. 12 Porovnání cen za mezinárodní přepravu zboží do USA	91
Tabulka č. 13 Porovnání cen za mezinárodní přepravu zboží do Ruska	92