

ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA o.p.s.

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor/specializace: 6208R186 Podniková ekonomika a řízení provozu, logistiky a kvality

VNITROSTÁTNÍ PŘEPRAVA VYBRANÝCH BALÍKOVÝCH A KURÝRNÍCH SPOLEČNOSTÍ

Bakalářská práce

Monika HEČLOVÁ

Vedoucí práce: Ing. Tomáš Malčic, Ph.D.



ŠKODA AUTO Vysoká škola

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Zpracovatelka: **Monika Hečlová**

Studijní program: **Ekonomika a management**

Obor: **Podniková ekonomika a řízení provozu, logistiky a kvality**

Název tématu: **Vnitrostátní přeprava vybraných balíkových
a kurýrních společností**

Cíl: Cílem práce je analýza a vyhodnocení logistických konceptů, procesů a infrastruktury vybraných balíkových a kurýrních společností působících v České republice.

Rámcový obsah:

1. Vypracujte rešerši odborných publikací z oblasti logistiky, přepravních a zasílatelských služeb.
2. Analyzujte logistické koncepty, procesy a infrastrukturu vybraných balíkových a kurýrních společností působících v České republice.
3. Identifikujte a porovnejte silné a slabé stránky vybraných společností.
4. Vyhodnoťte analyzované logistické koncepty a navrhněte jejich zlepšení.

Rozsah práce: 25 – 30 stran

Seznam odborné literatury:

1. ZELENÝ, L. – NOVÁK, R. *Přepavní, zasílatelské a logistické služby*. CZ: Wolters Kluwer, 2011. 392 s. ISBN 978-80-7357-735-3.
2. FLORIÁN, M. – SEDLÁČEK, P. *Vybrané otázky z přepravy a zasílatelství*. Praha: Wolters Kluwer, 2017. 224 s. ISBN 978-80-7552-573-4.
3. GROS, I. *Velká kniha logistiky*. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická v Praze, 2016. 507 s. ISBN 978-80-7080-952-5.
4. RUDD, J. *A practical guide to logistics: an introduction to transport, warehousing, trade and distribution*. New York: Kogan Page, 2019. 384 s.

Datum zadání bakalářské práce: prosinec 2020

Termín odevzdání bakalářské práce: prosinec 2021

L. S.

Elektronicky schváleno dne 28. 5. 2021

Monika Hečlová

Autorka práce

Elektronicky schváleno dne 28. 5. 2021

Ing. Tomáš Malčic

Vedoucí práce

Elektronicky schváleno dne 31. 5. 2021

doc. Ing. Jan Fábry, Ph.D.

Garant studijního oboru

Elektronicky schváleno dne 31. 5. 2021

doc. Ing. Pavel Mertlík, CSc.

Rektor ŠAVŠ

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci vypracoval(a) samostatně a použité zdroje uvádím v seznamu literatury. Prohlašuji, že jsem se při vypracování řídil(a) vnitřním předpisem ŠKODA AUTO VYSOKÉ ŠKOLY o.p.s. (dále jen ŠAVŠ) směrnicí OS.17.10 Vypracování závěrečné práce.

Jsem si vědom(a), že se na tuto závěrečnou práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, že se jedná ve smyslu § 60 o školní dílo a že podle § 35 odst. 3 je ŠAVŠ oprávněna mou práci využít k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna podle § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách.

Beru na vědomí, že ŠAVŠ má právo na uzavření licenční smlouvy k této práci za obvyklých podmínek. Užiji-li tuto práci, nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, mám povinnost o této skutečnosti informovat ŠAVŠ. V takovém případě má ŠAVŠ právo ode mne požadovat příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to až do jejich skutečné výše.

V Mladé Boleslavi dne

Děkuji Ing. Tomáši Malčicovi, Ph.D. za odborné vedení závěrečné práce, poskytování rad a informačních podkladů.

Obsah

Úvod	7
1 Logistika, přepravní a zasílatelské služby	8
1.1 Základní logistické pojmy	9
1.2 Logistika dopravy	12
1.3 Vnitrostátní doprava a přeprava	13
1.4 Přepravní a dopravní proces	14
1.5 Definice služeb	15
1.6 Charakteristika balíkových a kurýrních služeb	17
2 Analýza logistických služeb vybraných balíkových a kurýrních společností... 19	
2.1 DPD (Direct Parcel Distribution CZ s. r. o.)	20
2.2 PPL CZ s.r.o.....	23
2.3 DHL (Deutsche Post DHL Group)	26
2.4 Česká pošta, s. p.....	28
2.5 Zásilkovna s.r.o.	34
3 Porovnání logistických služeb vybraných společností a návrh na jejich zlepšení	37
3.1 SWOT analýza jednotlivých vybraných společností	37
4 Vyhodnocení analyzovaných logistických služeb.....	44
Závěr	47
Seznam literatury	48
Seznam obrázků a tabulek	50

Seznam použitých zkratk a symbolů

AO	Atrakční obvod
JIT	Just in Time
MRP	Plánování materiálových požadavků
OPT	Optimized production technology
DBR	drum-buffer-rope
ČP	Česká pošta

Úvod

Tato bakalářská práce se bude zabývat porovnáním dat pro přepravu zásilek po České republice. Téma bylo vybráno na základě zájmů o dopravní a přepravní služby, které se v době pandemie Covid-19 rozrostly. Zákazník, dle závěrečné tabulky může zhodnotit, jaká společnost bude pro jeho konkrétní potřeby nejvýhodnější. Zákazník v této práci bude vystupovat jako jednotlivec, ale i jako společnost. Tito potřebují spolehlivé doručení zásilek po České republice. V současné době kurýr osobně převezme zásilku a zákazník tak nemusí stát dlouhé fronty na podatelkách. Zároveň svou zásilku může sledovat na internetu.

Hlavním cílem této bakalářské práce bude vyhodnocení, která z vybraných společností je pro potenciálního zákazníka nejlepší volbou z hlediska ceny, spolehlivosti a rychlosti závozu zásilek. Bude uvedeno, jaké společnosti v České republice fungují a pro jaké se potenciální zákazníci mohou rozhodovat.

V první kapitole této bakalářské práce bude teoreticky popsáno, co znamenají pojmy logistika, přepravní a zásílatelské služby. Budou vysvětleny základní logistické pojmy a rozdíly mezi přepravou a dopravou. Dále bude popsán rozdíl mezi kurýrní a zásílatelskou službou.

Druhá kapitola bude obsahovat podrobný popis jednotlivých vybraných kurýrních a balíkových společností. Bude podrobně popsáno, jak jednotlivé společnosti fungují, jak často a jakým stylem zásilky posílají. Budou popsány ceny jednotlivých služeb a také nadstandartní služby, které nabízejí.

Ve třetí kapitole budou pomocí SWOT analýzy ukázány silné a slabé stránky a také příležitosti a hrozby. Dále bude navrženo doporučení, co by jednotlivé společnosti mohli zlepšit do budoucna, aby pro zákazníky byly atraktivnější.

V poslední kapitole budou v tabulce znázorněna kritéria, na jejichž základě se zákazník může rozhodnout, jakou společnost si pro zasílání zásilek vybere.

1 Logistika, přepravní a zásilatelské služby

Tato kapitola vysvětluje základní pojmy z oblasti logistiky. Logistika je často používaný výraz jak ve firemním, tak osobním prostředí jednotlivců, skupin lidí. V literatuře existuje mnoho definicí, které vystihují podstatu, jež je uvedena v definici níže.

„Logistika představuje ekonomický postoj, manažerskou a tvůrčí koncepci, která v podmínkách integrovaného řetězce vytváření přidané hodnoty, v kombinaci se slučitelnou organizační realizací, vede k přesné alokaci odpovědnosti za všechny pohyby a zásoby použitých materiálů“ (Gros, 1996, str. 12).

Logistika je definována jako nauka, ve které jde v principu o to, aby zboží bylo doručeno správně, na správném místě a ve správný čas. Snaží se také o zachování co nejnižších nákladů. Musí být tedy splněny co nejnižší náklady a minimální kapitálové výdaje. Do logistiky se zahrnuje organizace, plánování, řízení a výkon toků zboží (Gleißner a Femerling, 2008).

Všechny společnosti v České republice (dále jen „ČR“) řeší logistiku a její problematiku. Jedná se o velmi obsáhlý obor, kam se zahrnují jak výrobní podniky a prodejci tak i státní správa.

V historii byl pojem logistika používán již v Řecku, a to jako slovo logos, což v překladu znamená určitý řád, pořádek nebo systém. Logistika jako taková u nás není dlouho, a ještě kratší dobu je umožněno tento obor studovat. Musí se ale říct, že lidstvo logistiku využívá už několik tisíce let. Už v historii fungovala výměna zboží. Tehdy bylo s tímto pojmen spojováno zásobování vojsk a lidé o tomto začali mluvit od druhé poloviny 60. let. Díky tomu, že logistika funguje, je umožněno nyní objednávat z jakéhokoliv kontinentu (Michalko a Hádek, 2007).

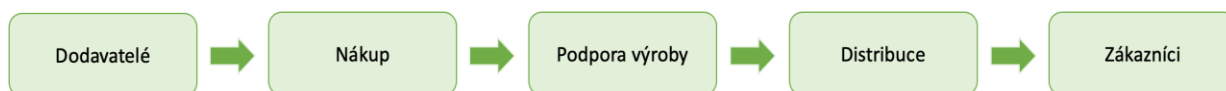
Logistika obsahuje několik základních funkcí, mezi které patří například nákup, řízení zakázek, doprava, skladování a několik dalších funkcí.

Pernica (1998) rozděluje logistiku do čtyř fází:

1. Fáze – logistika se omezovala pouze na distribuci. Proudí od dodavatele ke skladovacímu zařízení podniku a může se také nazvat jako pořizovací (zásobovací) logistika.

2. Fáze – logistika se zaměřuje převážně na zásobování. Jde o tok materiálu z první fáze čili ze skladovacího zařízení, směrem k výrobě. Může však pronikat i do řízení výroby a tuto fázi logistiky nazýváme výrobní.
3. Fáze – v této logistické části se mluví o toku hotových výrobků či polotovarů z odbytového skladu na trh. Tato fáze s emůže také natývat distribuční logistika.
4. Fáze – logistika se zaměřuje na optimalizaci logistických systémů. Může se mluvit o počítačové integraci, reengineeringu (přetvoření oraginačních procesů v podniku) či o podnikové aplikaci. Jedná se o opačný směr, než je fáze třetí. Zde putuje vadné zboží z odbytového trhu či od zákazníka zpět do odbytového skladu.

Na obrázku č. 1 je znázorněn pohyb zboží od dodavatele ke konečnému zákazníkovi.



Zdroj: (Gros, 1996)

Obr. 1 Logistický systém

1.1 Základní logistické pojmy

V úvodu této kapitoly jsou definovány pojmy, které jsou používány v dopravě a přepravě zásilek po ČR. Všechny tyto pojmy, a to i v širším pojetí jsou vysvětleny v České technické normě Přepravní služby – Logistika – Slovník (Český normalizační institut, 2006).

Logistika – Souhrn činností sloužící k poskytování nezbytného množství prostředků za minimální náklady. Jedná se o souhrn zabývajících se operacemi pohybu zboží mezi podnikateli a ostatními subjekty.

Doprava – Záměrný pohyb dopravních prostředků po komunikaci.

Přeprava – Výsledek dopravy, transport nákladu či osob dopravním prostředkem po komunikaci za účelem dosažení zisku.

Dopravce – Jedná se o fyzickou či právnickou osobu zajišťující převoz zboží či osob. Jde o činnosti, ke kterým jsou zapotřebí dopravní prostředky. Dopravce by tyto vozidla měl vlastnit.

Přepravce – Osoba, která si objednává určenou přepravu od dopravce. Tuto činnost však může udělat i sama, jedná se jak o příjemce, tak i o odesílatele zásilky. (Morana, 2018)

Přepravní list – Dokument potřebný k přepravě, který se využívá převážně v účetnictví a je nedílnou součástí přepravy. Skládá se z 5 dílů.

Nákladní list – Jde o dokument, který musí vyplnit každý dopravce a musí ho také u sebe mít.

Příjemce – Fyzická nebo právnická osoba, které je zásilka doručována podle smlouvy.

Zasílatel – Poskytovatel zasílatelské služby. Většinou se jedná o právnickou osobu, v rámci přepravního systému.

Odesílatel – Osoba, která uzavřela smlouvu s dopravcem. Osoba může být fyzická či právnická.

Zákazník – Z logického hlediska je to každý, kdo si objedná či odebere zboží či službu (Český normalizační institut, 2006).

Nabídka – Jde o určité množství statků, které jsou podniky ochotni a schopni vyrábět a prodávat. Zde platí pravidlo, čím vyšší cena, tím více zboží.

Poptávka – Jde o určité množství zboží, které jsou lidé ochotni a schopni koupit. Často se řídí pravidlem, čím vyšší cena, tím méně jsou kupující ochotni kupovat.

Atrakční obvod (dále jen AO) – Lze definovat jako území, na kterém jsou prováděny přepravní a dopravní služby, rozvoz kusových zásilek.

Atrakční uzel – Definujeme jako místo, kde začíná nebo končí přeprava zásilek.

Centrální překladiště – Definujeme jako místo, které je určeno pro překládku zásilek od odesílatelů pro příjemce různých AO.

Zásilka – Jedná se o jednotlivý kus věci (materiálu či zboží), které je dáno k přepravě dopravci. Dělí se na 3 druhy:

- Kusová zásilka – Jednotlivý kus určitého zboží, které je určeno přímo jednomu příjemci, musí splňovat určitá kritéria, jako jsou rozměry, hmotnost jednoho kusu nebo jedné zásilky a objem.
- Vozová zásilka
- Sdružená zásilka – Jedná se o kombinaci kosových a vozových zásilek.

Nadrozměrná zásilka – Zásilka, která nesplňuje požadovanou velikost nebo jiný parametr, který je definovaný v kusové zásilce k přepravě.

Depo (středisko) – Místo, které je umístěno kdekoliv a může mít jakýkoliv počet dané společnosti. Provádí se zde vyzvednutí a rozvoz zásilek. Může se zde zahrnout např. sklady.

Sklad – Místo určené pro skladování určitého materiálu či u nás zásilek.

Dodací lhůta – Předem určena doba, po kterou je dopravce povinen zásilku přepravit a následně dopravit na místo určené podle smlouvy.

Dopravní cesta – Komunikace, na které se odehrává veškerá přeprava zásilek.

Dopravní prostředek – Prostředek určený k přemísťování zboží nebo osob.

Dodávkový automobil – Dopravní prostředek využívaný k přepravě zásilek do 1,5 tuny.

Nákladní automobil – Dopravní prostředek používaný k přepravě zásilek nad 1,5 tuny.

Vnitrostátní kamionová doprava – Přeprava pomocí kamionů v rámci jedné země, označujeme ji jako VKD.

Kombinovaná doprava – Jedná se o druh dopravy, ve které je využito více druhů dopravních prostředků, a to převážně prvně po železnici, posléze po silnici.

Dopravní pojištění – Pro všechny související s danou zásilkou. Jedná se např. o prodávající, kupující, obchodí společnosti či výrobce, kteří nesou vinu a riziko případného poškození zásilky. Sjednává se jednorázově nebo na určité období a může obsahovat základní poškození jako zničení či ztrátu při dopravní nehodě nebo přírodní katastrofě nebo také doplňkové kde nalezneme např. krádež či rez.

Proof of delivery (P. O. D) – Jedná se o důkaz o doručení zásilky (Český normalizační institut, 2006).

1.2 Logistika dopravy

V úvodu první kapitoly bylo vysvětleno, co obecně logistika znamená. Tato kapitola se bude věnovat logistice dopravy a přepravy jako takové.

Lze definovat, že logistika v dopravě se zabývá metodami řízení a analytickými technikami v oblasti dopravy, logistiky a zásob. Toto souvisí s plánováním. Na prvním místě je potřeba respektovat požadavky zákazníka tak, aby byly uspokojeny. Především se musí řídit dopravní a skladovací činnosti dané organizace. Tyto činnosti zahrnují řízení materiálových, informačních a finančních toků. Člověk, který zajišťuje činnosti spojené s optimalizací se nazývá logistik (Gros, 1996).

Doprava se člení do několika kritérií. Jedno z prvních kritérií je podle předmětu dopravy, které se dále dělí na osobní a nákladní dopravu. Druhé kritérium je podle místa dopravy. Zde se nachází vnitropodniková, kam patří převážně interní doprava v rámci podniku a mimopodniková. Ta se dále dělí na Inbound, jedná se o dopravu spojenou s nákupem a na Outbond, která je spojená s prodejem. Třetí a poslední členění je podle dopravní infrastruktury. Pod toto členění spadá doprava pozemní, která se nadále dělí na silniční, železniční, potrubní, lanovou a pásovou. Také doprava vodní, pod kterou se dělí říční a námořní. A nakonec letecká doprava. V ČR je infrastruktura velmi rozmanitá, ovšem nejvíce využívaná je ta pozemní (Žemlička a Mynářík, 2008).

1.2.1 Logistické systémy a koncepce

Na začátku 70. let vznikly různé koncepce a systémy, podporující logistiku v průmyslových podnicích. Mezi tyto systémy se řadí systémy MRP, OPT, DBR a nejznámější KANBAN.

Logistický systém je definován jako síť zprostředkovatelů účastníků se zejména na přepravních a manipulačních funkcích. Tyto funkce přispívají k toku zboží. Definice je popsána jak v odborné literatuře, tak i v evropských normách. Systém MRP neboli plánování materiálových požadavků se zabývá stanovením množství a termínů přísunu dílů a materiálů potřebných k výrobě. Mělo by se přihlížet k tomu, že podnik

chce minimalizovat stav zábob a chce mít co možná nekratší dobu skladování (Jurová, 2016).

Systém KANBAN představuje ideální řešení mezi jednokusovým tokem a tradiční výrobou. Je v principu založen na tom, že doplnění materiálu se provádí v momentě, kdy je opravdu potřeba. Nevznikají tak zbytečné zásoby, ve kterých jsou uloženy peníze.

Mezi logistické koncepce se zařazuje koncepce celkových nákladů. Ta sleduje logistické náklady z pohledu celku. Zahrnuje i koncepci JIT (Lenort, 2012). Tyto logistické procesy lze definovat jako prvky, které se mohou představovat v praxi jako organizační jednotky nebo skupiny pracovníků apod. (Kee-hung a Cheng, 2016). Jsou definovány tři oblasti, do kterých se logistické procesy rozdělují. Ovšem každý logistik, který popisuje své oblasti na tuto problematiku nahlíží jiným způsobem. Například Ivan Gros (1996) ve své knize rozlišuje tři subsystémy. Subsystém distribuce výrobků, podpory řízení výroby a zásobování, nákup surovin, paliv. Z našeho pohledu se používají 3 kritéria:

- minimum celkových logistických nákladů,
- poměr mezi náklady a úrovní služeb,
- vztah mezi úrovní služeb a tržbami společnosti.

1.3 Vnitrostátní doprava a přeprava

Definice pojmů, související s touto podkapitolou, je přehledně vysvětlena v knize Žemlička a Mynářik *Doprava a Přeprava 1. díl*. Pro tuto část byly vybrány níže uvedené pojmy.

„Doprava = pohyb dopravních prostředků po dopravní cestě.

Přeprava = postupná spotřeba užitečného efektu, tj. přemístění zboží – přeprava zboží, (hovoříme o nákladní dopravě), nebo přemístění osob – přeprava osob, (hovoříme o osobní dopravě).“ (Žemlička a Mynářik, 2008, str. 10)

Vnitrostátní dopravou a přepravou nebo také národní dopravou a přepravou se rozumí pohyb zboží nebo osob v rámci státních hranic určité země, v našem případě ČR. Určité zboží nebo osoby jsou přesouvány z jednoho okresu do druhého. V ČR funguje hned několik druhů dopravy. Mezi tu nejčastější patří doprava pozemní, dále vodní a poslední je letecká, která není až tak častá.

O mezinárodní dopravu se jedná tehdy, pokud se zboží přesune přes hranice dané země. V ČR funguje převážně doprava pozemní, a to silniční nebo železniční (BEKTAŞ,2017).

- Silniční doprava a přeprava je individuální přesunutí určitého zboží nebo osob pomocí dopravních prostředků. Zahrnuje přepravy osobními automobily, dodávkami nebo kamiony a to po silnicích či jiných zpevněných cestách. Mezi nejčastější proléy této dopravy patří omezení na silničních tocích, větší pravděpodobnost nehod či zácpy na silnicích.
- Železniční doprava a přeprava je prováděna pomocí železniční dráhy. Železniční dopravu má na starosti železniční společnost. U tohoto druhu dopravy je výhodou nízká spotřeba energie. Nevýhodou je však možnost přepravy jen do určitých lokalit, kde jsou železniční zastávky.
- Letecká doprava a přeprava je v ČR velmi ojedinělá, většinou spočívá v přesunu balíků a zásilek do zahraničí.
- V ČR je využívána, mimo výše uvedení, i lodní doprava. Uskutečňuje se především na řekách Labe a Vltava. V rámci lodní přepravy funguje velmi málo přepravců a omezení je i v rámci vodních toků.

1.4 Přepravní a dopravní proces

Představuje spotřebu užitečného efektu (přemístění). Jde v podstatě o přepravu materiálu či osob z jednoho místa do druhého. Přepravní proces obvykle popisuje materiál, který se přepravuje z různých míst. Ve vnitrostátní dopravě je nejčastěji využívána pozemní doprava. Uvnitř tohoto procesu se nachází čtyři přepravní kroky (Mojžíš, 2003).

První krok se skládá ze sběru dat a analýzy. Zahrnuje sběr veškerých dat – povahu a intenzitu dopravy, náklady, strukturu přepravy nebo přínosy. Je zapotřebí také schromáždit dopravní schéma a tok každé oblasti. Schromaždění dat by mělo být provedeno jasně a zřetelně. Je vhodné je rozdělit do zón z důvodu lepší přehlednosti původu a cíle cest. Vždy po zpracování veškerých dat se začíná jejich analýzou. Druhým krokem je přepravní model. Zde se už využívají data sesbírané z prvního kroku. Musí se předvídat budoucí požadavky a potřeby sítě. Všechno je odvozeno z fází jako: Generování výletů, distribuce zájezdů, dopravní zadání apod. Každý, kdo analyzuje tyto propracované části, tak kroky musí prostudovat. Musí

pochopit stávající situaci a podmínky, proč to takto funguje, a případně provést nebo jenom předpovědět jisté změny, které je potřeba tam vnést. Předposlední třetí krok je prognóza poptávky. Je nutné shromáždit veškeré údaje o potencionálním využití půdy v budoucnu. Je vhodné vytvořit spolehlivý model s informacemi o poptávce. Poslední a nejdůležitější krok v plánování dopravy je hodnocení opatření. Každý jednotlivý faktor je brán jako stejně důležitý pro udržitelný rozvoj dopravy. Vše se hodnotí z ekonomického hlediska a také se musí brát zřetel hlavně na to, že určité komodity se koupit nedají (Mojžíš, 2003).

Dopravní proces se definuje jako zajišťování přesunutí dopravních prostředků a tím i výrobně užitečného efektu. V podstatě jde o velmi podobný proces jako u přepravy. Popisuje se hned několik základních logistických technologií. Mezi první a základní se řadí Just In Time (dále jen JIT). Díky této metodě dochází ke snížení doby skladování, což vede ke snížení doby manipulace se zbožím, bohužel však mnohdy narůstají náklady na danou přepravu. Další metodou je HUB AND SPOKE, která je využívána pro logistickou obsluhu území. Jde především o to, aby vzdálenost mezi výchozím a cílovým centrem či uzlem byla co nejrychlejší. Odesílatelé sdružují své zásilky do velkého dopravního prostředku, které se následně po přepravě se sdruží do menších jednotek a putují k zákazníkům. Docílí se toho pomocí pravidelných a rychlých dopravních systémů. Vyznačuje se nízkými náklady na dopravu, odlehčením dopravních komunikací a také ekologičností.

1.5 Definice služeb

Definice služeb je definována samostatně a převážně se jedná o nehmotné činnosti. Jedná se o určitý výstup dané práce, který má pro zákazníka určitou hodnotu. Služby poskytuje jedinci nebo skupinám lidí uspokojení potřeb, které není vždy spojené s prodejem výrobků nebo jiné služby. Pokud je nahlíženo z pohledu produkce služeb, nemusí se vždy vyžadovat užití hmotného zboží. Služby se nemohou skladovat, a tudíž se nemohou ani zkazit (Kotler a Armstrong, 2004).

Interakce mezi poskytovateli a klienty se nazývá dodávka služby, která je součástí podnikání. V tomto případě poskytovatel nabízí službu a klient požaduje přidanou hodnotu, kterou představuje poskytovaná služba. Pokud poskytovatel nabízí službu dobře, klienti tak mohou nabýt přidané hodnoty.

„Služby mají obvykle nehmotnou povahu; jsou uskutečňovány formou realizací určitých činností či užitků, díky nimž příjemce nebo nabyvatel získává určitou výhodu.“ (Kotler a Armstrong, 2004, str. 33)

Lze také určit jednotlivé vlastnosti služeb. Podle Vašíkové (2008) služby mají 5 vlastností. Mezi první se řadí nehmotnost, která je zároveň nejcharakterističtější vlastností, od níž se odvíjí další vlastnosti. Zákazník může vidět určité prvky dané služby až při nákupu. Nemůže je vnímat smysly a tím pádem si ji nemůže vyzkoušet, prohlédnout a ochutnat. Zákazník tudíž obtížně hodnotí konkurující služby, které nemůže v dané chvíli porovnat a určit, v čem je služba jiná. V tento moment dává důraz na doporučení a osobní zkušenosti ostatních lidí. Může zde nastat riziko spojené s koupí dané služby, jelikož potenciální zákazník nedokáže předem odhadnout kvalitu. V porovnání s kvalitou služby mu v tomto případě slouží cena.

Další vlastností je neoddělitelnost. V této situaci je služba provozována v přítomnosti zákazníka, který se jí přímo účastní, proto se tedy jedná o neoddělitelnou součást její produkce. Tato vlastnost se vyznačuje tím, že služba je z pravidla nejdříve prodána, následně teprve produkována, a v obdobný čas se také spotřebuje. Pokud má dojít k vzájemnému spojení zákazníka s producentem služby musí tato vlastnost fungovat. Zákazník se mnohdy podílí na formování služby s dalšími zákazníky. Občas je nutné za danou službou dojet, tím se rozumí navštívení prodejny (Vašíková, 2008).

Třetí vlastností je heterogenita neboli variabilita či proměnlivost. Tato vlastnost především souvisí s daným standardem kvality služby. Mnohdy se může stát, že způsob, jak je daná služba poskytována se u stejné služby odlišuje. Každá služba je v různých provozovnách prováděna jinak i s ohledem na její kvalitu. Tohoto procesu se účastní lidé, zákazníci a poskytovaatelé služby. U zákazníků je také velmi obtížné určit normy chování, tudíž se velmi často musí podmanit pravidlům pro poskytování služeb tak, aby se zachovala stabilita kvality.

U čtvrté vlastnosti se řeší zničitelnost dané služby. Jak již bylo zmíněno služby jsou nehmotné což vede k nemožnosti skladování služeb nebo jejich uchovávání či vrácení. Služby nelze ani znovu prodávat. Proto lze ze strany zákazníka dané služby jen ztěžka reklamovat. Ve výjimečných případech lze službu, která byla nekvalitní nahradit poskytnutím té kvalitní např. vrácením určité částky peněz či

slevou na další návštěvu. Management firmy musí zareagovat nastavením určitých pravidel, aby se stížnosti zákazníků vyřizovaly. Musí také plánovat poptávky a dostatečné využití kapacit.

Pátou a zároveň poslední vlastností je nemožnost vlastnictví služby. Tuto vlastnost také ovlivňuje nehmotnost a k tomu ještě nezničitelnost. Tohle zapříčiňuje to, že zákazník si kupuje pouze vlastní právo na poskytnutí služby. Při koupi se nezískává žádné vlastnictví. Nemožnost vlastnit službu přináší problém v distribučních kanálech, ty z pravidla musejí být krátké (přímé). Poskytovatelé mohou poskytovat práva k službě. Jako o předchozí vlastnosti musí zde reagovat management firmy. Většinou zdůrazňuje výhody nevlastnění a možností náhrady služeb za zboží a důkladný výběr zprostředkovatele (Vašítková, 2008).

1.6 Charakteristika balíkových a kurýrních služeb

Je potřeba znát také rozdíl mezi kurýrními a balíkovými službami. Hlavním rozdílem mezi těmito dvěma službami je rychlost doručení zásilky. Kurýrní služby se definují jako přeprava balíčků v rámci jednoho města. Balíček je díky této metodě doručen ještě v tentýž den nebo následující. Mnohdy se jedná o doručení i v rámci hodin. Tento systém využívá mnoho společností. Pokud se jedná o vnitrostátní přepravu, tak rozdíly nejsou až tak markantní jako u přepravy mezinárodní, avšak jsou viditelné. (Pernica, 2001)

Největším rozdílem je garance času na přepravu. Kurýrní služby si garantují přepravu jeden či dva pracovní dny. U balíkových společností to zpravidla trvá 2 – 3 pracovní dny. Pokud se ovšem stane u balíkových společností, že balík se doručuje déle, nemáte nárok na reklamaci, u kurýrních ano. To samé platí pro stanovený čas, kdy u kurýrní služby víte předem dobu, kdy vám dovezou balíček, ale u balíkové společnosti se čas neví.

Dalším důležitým prvkem je rychlost přepravy. Kurýr by se měl vždy snažit o doručení v co nejkratším možném termínu. Minimalizuje se tak riziko ztráty balíčku nebo znehodnocení přepravované věci. U balíkových společností nevíme přesně, za jak dlouho balík doručí.

Důležité je zmínit flexibilitu a servis. Kurýrní společnosti si zakládají na individuálnímu přístupu ke klientovi, řeší nadstandartní požadavky a snaží se o poskytnutí špičkového servisu. Balíkové společnosti požadují nejdříve objednat vyzvednutí balíku alespoň den předem (Pernica, 2001).

Liší se i způsob účtování. Kurýrní služby si účtují za celkovou váhu zásilky, a dokonce se může celá objednávka rozložit do více kusů. U balíkových služeb do konečné ceny vstupuje každý jednotlivý kus a připlácet se musí i za nadstandardní tvary či velikosti. Může se stát i to, že balíková společnost balíček odmítne dovézt z důvodu nadstandardní zásilky.

Nelze také opomenout pojištění zásilek. Zde se mluví o „třetí straně“. Na první straně stojí společnost na druhé řidič a tou třetí je pojišťovna. Rudd, 2019 v knize „A practical guide to logistics: an introduction to transport, warehousing, trade and distribution.“ Tento systém nazval 3PL.

„Hlavní argumenty ve prospěch 3PL jsou: Základní odbornost a flexibilita, Snížení kapitálových výdajů a závazků a Flexibilita“ (Rudd, 2019, str. 20).

Každá společnost má jiné ceny pojištění a každé nabízí možnost nadstandardní pojištění zásilky.

Rozdíl mezi balíkovou a kurýrní službou je pospán v úvodu této podkapitoly. Nyní se rozeberou jednotlivé společnosti, které tyto služby v ČR provozují.

Příkladem kurýrních služeb působících v ČR jsou společnosti FedEx, Expres kurýr ČR, FOFR CZ, Česká pošta, a ne tak známý Amazon. K balíkovým společnostem se u nás řadí například službu DPD, GLS, Zásilkovna, PPL, DHL a UPS.

Vybraným společnostem bude věnována bližší specifikace v následující kapitole.

2 Analýza logistických služeb vybraných balíkových a kurýrních společností

V předchozí kapitole bylo teoreticky popsáno, jak logistika a doprava fungují. Tato kapitola se zaměřuje na analýzu logistických procesů a konceptů ve vybraných balíkových a kurýrních společnostech. Na úvod každé společnosti bude rozebrána její krátká historie. Následně bude popsán podrobnější popis jejich nabízených logistických a doplňkových služeb. Kurýrní a balíkové společnosti byly vybrány z preferenčních důvodů a u těchto budou analyzovány rozdíly v poskytování služeb, tj. cena, velikost přepravovaných zásilek aj. Vybrány byly zástupci jak balíkových, tak kurýrních společností. Každá společnost má jiné charakteristiky. Většinou se společnosti, které zasílají balíky, vzájemně odlišují nejenom cenou, pojištěním nebo různou akceptací rozměru balíku. Na českém trhu figuruje velké množství společností s podobným zaměřením. Pro tuto práci byly vybrány společnosti, které patří mezi největší na trhu. Bylo tak vybráno 5 nejznámějších společností, jež jsou často nabízeny k přepravě balíkových zásilek od e-shopů, ale také hojně využívány firemními zákazníky. Se všemi vybranými společnostmi nejvíce přichází široká veřejnost do denního kontaktu.

Je potřeba ale uvést i další poskytovatele těchto služeb, mezi něž patří např.: Zaslát s.r.o., KurýrPount.cz, EPS – Express Parcel System, spol. s r.o., Geis CZ s.r.o., General Logistics Systems Czech Republic s.r.o., FedEx, UPS a Amazon. Všechny tyto společnosti jsou celosvětově známé, ale v ČR nemají tak rozsáhlou síť, aby mohli uspokojit denní potřeby svých zákazníků a velká většina z nich je užívána v mezinárodní přepravě a v přepravě pro firemní zákazníky.

V době Covidové pandemie se spousta společností rapidně rozšířila a zvýšila tak své roční obraty. Mimo zmiňovanou expanzi stávajících společností v této době vznikla i spousta nových společností. Pro jednotlivé přepravní společnosti nebyla Covid-19 situace jednoduchá a ty současné mnohdy nedokázaly tak rychle dovážet, jak bylo vždy proklamováno. Například společnost Zásilkovna s.r.o. měla všechny pobočky téměř zaplněné. V této době vznikaly také výběrové boxy, ve kterých zboží bylo uchováno až na 72 hodin. To usnadnilo a ulehčilo situaci jednotlivým společnostem, e-shopům a v přední řadě zákazníkům.

2.1 DPD (Direct Parcel Distribution CZ s. r. o.)

Společnost Direct Parcel Distribution neboli DPD se v České republice řadí mezi jedničky na trhu v soukromých balíkových službách. Na trhu působí již 27 let a vlastní ji společnost La Poste, která má sídlo ve Francii. Je součástí skupiny DPDgroup, která se řadí mezi největší sítě v Evropě. Díky tomu zákazníkům umožňuje doručit zásilky hladce po celé Evropě. Mezi DPDgroup patří již zmíněné DPD, Colissimo a Chronopost, Seur a BRT.

O společnosti se mluví jako o největším soukromém přepravci v České republice. V roce 2020 získalo akvizici Geis Parcel. Disponuje více než 1 800 kurýry a má více než 1 300 výdejních míst. V České republice společnost používá překladiště u Prahy a vlastní celkem 27 dep. V roce 2020 také tato společnost jako celek doručila po celém světě kolem 1,9 miliardy balíků. Společnost DPD chce dosáhnout vedení v udržitelnosti doručování a chce být přední hybatel v rámci e-commerce sektoru.

V době Covid pandemie společnost DPD zaznamela až 95% růst objednávek balíčků. Jednalo se převážně o objednávky potravin, objednávky módy naopak klesly o 5 %. V této době ovšem také přibýlo spousty nových zákazníků, kteří na internetu nikdy nenakupovali, měli buď strach z nákupu na internetu nebo to byli senioři, kteří to dříve nepotřebovali. (DPD, 2021)

2.1.1 Logistické služby společnosti DPD

Společnost nabízí hned několik různých možností dopravy. Mezi první patří klasická doručovací služba DPD Classic. Jedná se o způsob doručení zásilky do druhého dne, kdy se den předem zákazník osloví emailem. Pokud kurýr zásilku nedoručí na první pokus, má další dva, které jsou v ceně dopravy. Tento typ zásilek zákazník může pojistit až do výše 50 000 Kč a je započítán do ceny dopravy. Zákazník má možnost sledovat pohyb své zásilky pomocí 14místného kódu za pomoci webové aplikace DPD kurýr. V této aplikaci může nejen sledovat pohyb zásilky, ale umožňuje mu měnit místo a čas doručení, např. pokud by se rozhodl vyzvednout zásilku na Pickup pobočce. Maximální hmotnost přepravované zásilky je stanovena na 31,5 kg, délka nesmí přesáhnout 175 cm a obvod 300 cm. U dobírky je maximální výše v platbě hotově 50 000 Kč a v platbě kartou až 200 000 Kč.

Pickup pobočka je pro zákazníky, kteří chtějí osobní vyzvednutí. Je možnost platby kartou, což zákazníci ocení. Zásilka je na Pickup místě uložena po dobu 7 dní, kdy

první den přijde SMSka, že balíček byl uložen a 4 den přijde připomínající SMSka, že balíček doposud vyzvednut nebyl. Některé tyto pobočky nabízejí večerní i víkendový provoz. U této možnosti jsou však omezeny parametry zásilky. Maximální hmotnost tak může mít 15 kg a rozměry do 100 cm délky a 250 cm po obvodu. V případě dobírky jsou maximální ceny stejné jako u první možnosti doručení.

Třetím typem doručování je DPD Private. V této službě zákazníci ví na hodinu přesně, kdy kurýr zásilku bude doručovat. Je to jediný rozdíl, který mezi DPD Classic a DPD Private doručení je, jinak je vše stejné jako u služby DPD Classic. Zde jsou parametry zásilky stejné jako u první možnosti doručení DPD Classic.

Čtvrtým typem doručování zásilek je DPD Dnes. Jak už z názvu plyne, jedná se o doručení ještě tentýž den. Jedná se o expresní doručení zásilky v den vyzvednutí. Velkým nedostatkem je možnost využití pouze na území hl. města Prahy. Zákazníkovi přijde SMS i e-mail o informaci, kdy kurýr zásilku bude doručovat. Zpravidla je zásilka doručena na hodinu přesně. Zároveň má také k dispozici webovou aplikaci DPD Kurýr. I u této možnosti jsou maximální parametry stejné jako u první a třetí možnosti doručení.

Společnost DPD také nabízí službu DPD 10:00, DPD 12:00 a DPD 18:00 kde garantuje doručení do určité hodiny, kterou si zvolí zákazník. DPD 10:00 je ovšem nabízena jen větších městech. K tomuto typu doručení patří také SMSka nebo email, který přijde den předem, a ještě v den doručení zásilky. Zákazník může využít možnost ji sledovat online a přizpůsobit doručení v aplikaci DPD Kurýr. Zásilku si lze pojistit až do výše 50 000 Kč, a to včetně přepravy. U tohoto druhu dopravy se musí také respektovat pravidla maximální zásilky. Jsou stejné jako u první, třetí a čtvrté možnosti doručení.

Posledním typem doručení je DPD box. Úložní doba je pouze 48 hodin. Zákazník předem dostane email o doručení zásilky s přesnou adresou, kde DPD box je. Zde jsou parametry maximální zásilky ze všech možností doručení nejmenší. U tohoto typu lze přepravovat zásilky pouze do 15 kg a maximálně mohou měřit na délku 75 cm a na obvod 275 cm. Platba na dobírku je zde možná pouze kartou, a to do výše 200 000 Kč. (DPD, 2021)

2.1.2 Doplnkové služby společnosti DPD

Společnost DPD nabízí hned několik doplňkových služeb, které lze přidat k jednotlivým druhům přepravy. Nejlepší doplňkovou službou nejen pro DPD, ale prakticky pro kteroukoliv společnost je možnost platit dobírkou. Společnost DPD nabízí dobírku až do výše 200 000 Kč a platební příkaz je vydán obvykle 3. pracovní den. Zákazník má možnost zaplatit dobírku jak hotově, tak kartou. U dobírky společnost účtuje příplatek za platbu kartou, který činí 1,2 %. Dobírku má rozdělenou do kategorií podle hodnoty balíčku. Balíčky do 5 000 Kč naceňují na 51 Kč za dobírku a balíčky, které mají hodnotu mezi 100 000 Kč a 200 000 Kč, mají dobírku naceněnou na 454 Kč. Vše se tak odvíjí od ceny zásilky. Další doplňkovou službou je zabezpečené předání. Tato služba je vhodná pro choulostivé a citlivé zboží, které je vydáno zákazníkovi oproti 4místnému kódu, který se zadá do skenovacího zařízení kurýra. Tento kód je příjemci zaslán v den doručování.

Pro reklamace je vhodná služba výměnné zásilky, která umožňuje posláni balíčku zpět od zákazníka. Zde se připlácí za hmotnost zásilky, kdy za 1 kg zásilku je příplatek 96 Kč. Za zásilku, která váží 31,5 kg je příplatek 184 Kč. Společnost nabízí jednorázové příplatky, kde neřeší váhu balíčku. Patří sem doručení třetí straně, která je zpoplatněná 25 Kč za jakýkoliv balíček. Lze využít k DPD Classic a DPD Private a zásilka je z libovolného místa dovezena na adresu, kterou si zákazník zvolí. U těchto dvou doručovacích metod lze využít službu sběrný balík, kde je zásilka kurýrem vyzvednuta na adrese zvolení a následně dovezena na běžnou adresu svozu. Tato služba stojí 20 Kč. Ověřené předání je služba, která není společností DPD zpoplatněná. Doručení je na principu ověření totožnosti, kdy není možné zásilku předat třetí osobě ani v případě zmocnění. Služba ověřené předání 18+ je nadstavbou přechozí služby a je zpoplatněná na 40 Kč. Jedná se o kontrolu dokladu zákazníka a v případě třetího neúspěšného doručení v podobě nesplnění plnoletosti, zásilka bude vrácena odesílateli. Důležité při zasílání balíčků a zásilek je také připojištění. Je to nad rámec standardního pojištění a je u zásilek nad 50 000 Kč do 500 000 Kč a příplatek činí 0,25 % z pojistné částky. V tabulce č. 1 lze nalézt ceník jednotlivých druhů přepravy v závislosti na váhu zásilky. (DPD, 2021)

Tab. 1 Ceník služeb DPD 2021

hmotnost zásilky do (kg)	Služby Classic		Řešení		Služby Express	
	DPD Classic	DPD Private	Pickup	DPD 10:00	DPD 12:00	DPD 18:00
	cena (Kč)					
1	116	133	113	193	164	139
2	138	155	127	204	175	151
3	141	157	137	217	186	159
4	143	161	143	229	197	169
5	148	163	148	233	201	173
6	154	170	151	245	209	180
7	162	178	157	257	220	189
8	169	184	170	269	230	197
9	177	192	178	272	238	207
10	183	199	180	273	243	216
11	192	208	181	282	249	221
13	198	215	183	291	259	229
15	203	219	185	299	266	234
17	208	224		310	274	244
19	211	228		323	287	254
20	216	231		337	299	264
21	226	242		353	314	277
23	228	246		365	324	287
25	233	250		380	337	299
27	239	255		397	352	312
29	243	260		412	366	325
31,5	247	264		428	380	337

Zdroj: (DPD)

2.2 PPL CZ s.r.o.

Společnost Professional Parcel Logistic neboli PPL CZ s.r.o. se řadí mezi významné dopravce v České republice. Jedná se o původně českou společnost, která se zabývá jak balíkovou, tak kurýrní přepravou. Mimo to se také zabývá přepravou palet pro společnosti ale i jednotlivce. Společnost vznikla v roce 1995 v České republice. V roce 2006 jeden ze zakladatelů společnosti firmu prodal německé společnosti Deutsche Post DHL. Společnost zaměstnává zhruba 1000 zaměstnanců a něco málo přes 2000 řidičů, kteří balíčky doručují. Disponuje balíkovými depy, kterých má okolo 24 a vlastní centrální překladiště. U PPL je velkou výhodou, že disponuje rozsáhlou sítí výdejních a podacích míst takzvané

PPL Parcelshopy, které lze nyní najít na více než 2 700 místech v České republice. (PPL,2021)

2.2.1 Logistické služby společnosti PPL

Společnost PPL má dva principy doručování pro smluvní partnery nebo jednorázové. Jedním z hlavních způsobů je doručení přímo na adresu nebo do výdejních míst PPL, takzvaných Parcelshopů. V rámci ČR se jedná o následující typy dodání zásilek.

Pro zákazníky, kteří nemají smluvní podmínky s PPL, slouží doručení Balík pro tebe. Jedná se o doručení balíčku bez smlouvy. Zákazník může dojít na kterékoliv výdejní místo, tzv. Parcelshopy nebo Parcelboxy po celé ČR. Zásilka nesmí mít více jak 31,5 kg a její hodnota nesmí přesáhnout 20 000 Kč. Maximální rozměry mohou být 100x50x50 cm.

První dodání zásilek se nazývá PPL Parcel CZ Private. Tyto služby jsou určeny pouze pro smluvní zákazníky, doručení je možné pouze v rámci České republiky a pouze pro soukromé osoby. Kurýr se pokusí zásilku doručit pouze jednou, poté bude zásilka uložena do nejbližšího výdejního místa. Zákazníkovi přijde PIN na email, který následně nahlásí a zásilka mu bude vydána. Maximální rozměry balíčku nesmí přesahovat 31,5 kg, rozměry 120x60x60 cm a součet obvodu nesmí být vyšší než 360 cm.

Druhým způsobem je PPL Parcel CZ Business. Rozdíl s prvním typem doručování spočívá v možnosti využití u společnosti či fyzické osoby (podnikateli) v rámci České republiky. Je také určena pro smluvní zákazníky. Zde se kurýr bude pokoušet zásilku doručovat 2x na adresu zákazníka. Maximální rozměry jsou stejné jako u předchozí možnosti.

Třetím typem doručování je PPL Parcel CZ Dopolnední Balík. Tento typ je také pouze pro smluvní partnery. Maximální parametry nesmí přesahovat 31,5 kg a nejdelší strana nesmí přesáhnout 120 cm. Doručení je pro společnosti či fyzické osoby (podnikatele). Pokud ovšem zákazník nesplňuje tuto podmínku, zasílatel je oprávněn účtovat za ceny platné pro PPL Parcel CZ Private. Kurýr zároveň musí zásilku doručit nejpozději do 10 hodin dopoledne. Pokud se tak nestane a zásilka je doručena v čase 10:01 - 11:00 bude uplatněna sleva z dopravného 20 %. Pokud ovšem kurýr nestihne ani tuto dobu doručení, cena přepravy je platná dle ceníku PPL Parcel CZ Business.

Čtvrtým způsobem doručení je PPL Parcel CZ Smart. Taktéž i tento typ určen pro smluvní zákazníky. Maximální rozměry zásilky jsou stejné jako u první možnosti. Jedná se o přímé doručení do sítě Obslužního místa PPL.

Pátým způsobem je ATYP Balík. I tento je určen pro smluvní zákazníky a jedná se o zásilku, která nesplňuje maximální rozměry z předchozích výše uvedených možností doručení. Nyní může být příjemce společnost, fyzická osoba (podnikatel) i fyzická osoba (nepodnikatel). U této možnosti není doručení na Obslužní místo PPL. Do této přepravy PPL zahrnuje i PPL Balík Max+. Jedná se o zásilku, která přesáhne 200 cm na nejdelší straně nebo obvod délky přesáhne 360 cm, hmotnost je větší jak 50 kg nebo se jedná o zásilku jako svazek tří nebo více krabic.

U všech výše zmíněných možností doručení je nutné říct, že zásilka nesmí přesáhnout hodnotu 500 000 Kč. (PPL, 2021)

Posledním typem doručení je PPL Parcel CZ Return. Jedná se o stejné podmínky, jako mají výše uvedené způsoby doručení, avšak slouží hlavně k vrácení zásilky zpět do rukou obchodníka.

2.2.2 Doplnkové služby společnosti PPL CZ

Společnost PPL nabízí také několik doplňkových služeb. První je dobírka, kterou dopravce může vybírat buď hotově, nebo pomocí platební karty. Výše dobírky se určuje podle toho, kolik zákazník má platit. Pokud zákazník má platit do 1 000 Kč dobírka činí 38 Kč. Následně se dobírka vyčísluje do 5 000 Kč, do 20 000 Kč a až do 200 000 Kč, kdy je dobírka 315 Kč. Další službou je zvýšená odpovědnost. Základní odpovědnost je do 50 000 Kč a je zahrnutá v ceně přepravy. Pokud je hodnota balíku do 100 000 Kč, příplácí se příplatek 63 Kč, pokud hodnota balíku je do 500 000 Kč jedná se o příplatek 630 Kč. U atypických zásilek je jednorázový příplatek 289 Kč. Standartní váha zásilky je 31,5 kg, ale PPL může doručit zásilku až do 50 kg. Zde se cena odvíjí od druhu dopravy. U PPL Parcel CZ Bussines cena služby činí 587 Kč, u PPL Parcel CZ Private 733 Kč, u PPL Parcel CZ Dopolodní balík 818 Kč a u PPL Parcel CZ Return 587 Kč. Zároveň je potřeba zmínit, že společnost PPL si bere mýtné ke všem zásilkám a je účtován příplatek 0,99 Kč za 1 kg váhy přepravované zásilky.

Zvláštností je palivový příplatek, ten kopíruje cenu dieselového paliva. Aktuální výši palivového příplatku zákazníci vždy naleznou na webových stránkách PPL.

Dále je možnost využít ověření věku, např. při doručení alkoholu či tabáku. Ověření může být do 15 nebo 18 let a je účtován příplatek 40 Kč. Pokud zákazník chce přímé doručení do výdejního místa tzv. Direct Addressing naopak, zaplatí o 10 Kč méně. A posledním druhem doplňkové služby je další pokus o doručení. Za kterou si společnost účtuje za 39 Kč. (PPL,2021)

V tabulce č. 2 je nározně uvedeno, jaké poplatky si společnost účtuje za obvyčejné služby v rámci jednotlivých druhů doprav.

Tab. 2 Ceník služeb PPL 2021

PPL Parcel CZ Business		PPL Parcel CZ Return	
Hmotnost balíku do:	Cena v Kč:	Hmotnost balíku do:	Cena v Kč:
2 kg	100,-	2 kg	100,-
5 kg	116,-	5 kg	116,-
10 kg	162,-	10 kg	162,-
20 kg	196,-	20 kg	196,-
31,5 kg	252,-	31,5 kg	252,-
PPL Parcel CZ Private		PPL Parcel CZ Smart	
Hmotnost balíku do:	Cena v Kč:	Hmotnost balíku do:	Cena v Kč:
2 kg	135,-	2 kg	54,-
5 kg	159,-	5 kg	56,-
10 kg	199,-	10 kg	109,-
20 kg	248,-	20 kg	238,-
31,5 kg	327,-	31,5 kg	317,-
PPL Parcel CZ Dopolnední balík			
Hmotnost balíku do:	Cena v Kč:		
2 kg	162,-		
5 kg	175,-		
10 kg	212,-		
20 kg	285,-		
31,5 kg	348,-		

Zdroj: (PPL)

2.3 DHL (Deutsche Post DHL Group)

Společnost DHL založili roku 1969 v Německu Adrian Dalsey, Larry Hillblom a Robert Lynn. V tu dobu neměli žádné tušení, že způsobí revoluci ve světě logistiky. Dnes se společnost řadí mezi největší světové logistické společnosti na světě. Jedná se o kurýrní společnost, která původně poskytovala své služby mezi Spojenými státy a Havají. V roce 2006 společnost koupila českou společnost PPL.

DHL získalo Airborne Express a stalo se tím majoritním dopravcem malých balíčků. Společnost vyniká v nabídce celosvětové nákladní, ale i zásilkové přepravy. (DHL, 2021)

2.3.1 Logistické služby společnosti DHL

Společnost nabízí objednání přepravy online. Na webových stránkách si zákazník snadno objedná a vytiskne štítek dle velikosti své zásilky. Cena doručení se platí rovnou při objednávce dané služby. Až když je vše zařízeno, zásilku zákazník odnese na DHL ServicePoint.

Pokud ovšem zákazník potřebuje zaslat balíček ihned nebo nemá doma tiskárnu, lze podat zásilku osobně na DHL ServicePointu, kde obsluha zásilku zabalí i pojistí, a to bez nutnosti mít účet u DHL. Cenu si vždy může zákazník zjistit na webových stránkách. Přeprava se zaplatí následně hotově nebo kartou.

Dalším způsobem je podání zásilky na DHL Lockeru. Zákazník si objedná přepravu online a zvolí podání na DHL Lockeru. Opět si vytiskne nákladový list a zaplatí logistickou službu. Zásilku následně donese na svůj nejbližší DHL Locker a to kdykoliv. Na obrazovce se objeví návod, podle kterého zákazník pokračuje. Zásilku nakonec uloží do DHL Lockeru, z kterého si kurýr následně zásilku vyzvedne. Zároveň na mobilní telefon zákazníkovi přijde potvrzení o odeslání.

Přepravní služba ve vnitrostátní dopravě má název u této společnosti Same Day a spadá pod službu DHL Express. Je to doručení kurýrem od dveří až ke dveřím. Jedná se o službu, kdy je zásilka doručena do 24 hodin. Výhodou je, že zásilka nemá omezenou maximální hmotnost, pokud se ovšem jedná o paletu, nesmí převýšit hmotnost 1,000 kg. Maximální rozměry však musí být dodrženy, a to konkrétně maximální velikost zásilky musí být 120x80x80 cm. Rozměry palety však jsou bez omezení. Pokud ovšem zákazník chce balíček poslat standardně a jedná se o soukromého ale i firemního zákazníka, společnost odkazuje na dceřinou společnost PPL, která jim s doručováním pomůže. (DHL, 2021)

2.3.2 Doplnkové služby společnosti DHL

U společnosti DHL lze využít některé služby za příplatky také. Jako první palivový příplatek. Z důvodu změn ceny paliv společnost zavedla proměnlivý palivový příplatek, který buď klesá, nebo roste. Za listopad 2021 byl palivový příplatek 19,75 %.

Pokud se jedná o nebezpečné zboží, zákazník si připlatí za zásilku 2 100 Kč. Pokud je nebezpečné zboží v minimálním množství, tak si za zásilku zákazník připlatí pouze 130 Kč. S touto společností lze přepravovat i suchý led UN1845, za který je příplatek 250 Kč. Přeprava samotných lithiových baterií je za příplatek 2 100 Kč, pokud je baterie se zařízením je příplatek 130 Kč a pokud se jedná o součást zařízení tak je příplatek nulový. Doručení do vzdálené oblasti, která je buď odlehlá, nebo těžce dostupná, je příplatek pro vnitrostátní přepravu 6 Kč za 1 kg zásilky, minimálně však 300 Kč. Stejně naceněné je i vyzvednutí zásilky ve vzdálené oblasti. Pokud odesílatel nebo zákazník zvolí špatnou adresu, lze za příplatek 150 Kč adresu opravit. Za zásilku, která překročí hmotnost nad 70 kg, příplatek činí 1 100 Kč. Stejná cena je i překročení rozměru zásilky. Jedná se o zásilku větší než 120 cm. (DHL, 2021)

2.4 Česká pošta, s. p.

Společnost Česká pošta, s. p. je státní podnik provozující poštovní služby. Hlavní sídlo má na Praze 1. Ke konci roku 2020 měla 28 050 zaměstnanců a řadí se tak mezi největší českou společnost z pohledu počtu zaměstnanců. Vznikla v roce 1993 současně s osamostatněním České republiky. Za zakladatele se považuje Ministerstvo vnitra České republiky a v čele stojí generální ředitel. Česká pošta nejenže přijímá a přepravuje poštovní zásilky, ale uskutečňuje i smluvní služby např. výplata starobních důchodů. Zákazníci si zde mohou ověřit i své podpisy či dokumenty k ověření.

2.4.1 Logistické služby společnosti Česká pošta, s. p.

Nejhlavnějším způsobem doručování České pošty (dále jen ČP) je Balík Na poštu. Jedná se o přepravu balíků až do velikostí XL (nejdelší strana může mít do 200 cm). Odesílatel zvolí pobočku pošty, na kterou bude balík doručen. Je to spolehlivý a jednoduchý způsob pro zákazníky, kteří si nejsou jisti, zda v termínu doručení budou doma. Takto si balíček vyzvednou na pobočce ČP v klidu.

Druhým nejčastějším typem je Balík Do ruky. Zde také zákazník může odeslat balík až do velikosti XL. Výhodou této doručovací metody je, že pracovník ČP je schopen doručit balík i do nejdlejších míst v ČR, a to již následující pracovní den. Podmínkou této služby představuje poskytnutí telefonního čísla. Balík Do ruky může vážit do 31,5 kg, pokud má více, avšak maximálně do 50 kg, je odeslání podmíněné

smluvním vztahem s ČP. Pokud zákazníkovi ovšem doba doručení nevyhovuje nebo nebyl zastižen, může si změnu doručení zvolit pomocí aplikace Změna doručení online. (Česká pošta, 2021)

Třetím a velmi rozšířeným způsobem doručování je Balíkovna. Balík si zákazník může podat sám, on-line a cena je oproti konkurenci příznivá. ČP má balíkovnu mnoha místech po ČR. Zákazník může podat balík kdekoli na podacím místě. Přes webovou aplikaci vytiskne si štítek (pokud si ho zákazník předem nepřipraví, štítek vám ČP připraví v Balíkovnách) a balík zákazník odešle. Balík je na vyzvednutí běžně hned druhý den od zaslání. Maximální hmotnost zásilky může být až do 50 kg. Parametry zásilky nesmí být menší jak 15 cm x 10,5 cm a největší rozměr balíku nesmí přesáhnout 200 cm.

Čtvrtým způsobem je Balík Komplet. Zákazník si koupí tuto službu na e-shopu ČP nebo na poště. Následně z pohodlí domova vyplní údaje pro odeslání a kód, který nalezne na krabici od ČP. Poté balík odnese na poštu a je vše hotovo. Zásilku zákazník může poslat ve dvou rozměrech S a M. U zásilky typu S je hmotnost do 7 kg a velikost 35 x 22,5 x 14 cm a u typu M je hmotnost do 10 kg a velikosti 45 x 35 x 20 cm.

Dalším způsobem je posílání zásilky jako Cenný balík. Jedná se o službu, kterou využijí zákazníci, kteří chtějí posílat peníze, drahé kovy a kameny, šperky, cenné papíry, kam spadají šeky nebo směnky nebo platební karty. Tento typ logistické služby lze ocenit až do výše 1 mil korun a odpovídá za něj pošta. Balík se zde dělí do 4 kategorií:

- S – nejdelší strana má do 35 cm.
- M – nejdelší strana má do 50 cm.
- L – nejdelší strana má do 100 cm.
- XL – nejdelší strana má do 240 cm.

Hmotnost balíčku pak nesmí přesáhnout 10 kg.

ČP umožňuje posílání zásilky také jako Doporučený balíček. Jedná se o přepravu, která umožňuje zákazníkovi poslat drobné předměty. ČP odpovídá za ztrátu do 1180 Kč ceny balíčku. Zde se řadí posílání také do kategorií:

- S – nejdelší strana má do 35 cm
- M – nejdelší strana má do 50 cm
- L – nejdelší strana má do 60 cm.

Zároveň všechny tři kategorie nesmí mít menší hmotnost než 2,5 g a větší než 2 kg. Posledním způsobem doručování je Obyčejný balík. Jedná se o způsob, kdy odesílatel nevyplňuje žádný formulář pro odeslání. Zde za ztrátu balíčku ČP neodpovídá. Odesílatel nedostane žádnou informaci o tom, zda příjemce zásilku převzal. K tomuto typu posílání nelze využít ze žádných nadstandardních služeb, které ČP má. Zásilka může mít maximální hmotnost do 10 kg a rozděluje se do 4 kategorií S, M, L a XL. Maximální velikosti těchto zásilek byly popsány v již přechozích možnostech odesílání. (Česká pošta, 2021)

2.4.2 Doplnkové služby společnosti Česká pošta, s. p.

Česká pošta nabízí jako velkou výhodu zákaznickou kartu – LIDÉ. Pro zákazníka to znamená ušetřený čas a peníze. Tato karta umožňuje využít zajímavé slevy na vybrané služby ČP. Zákazník nemusí vyplňovat žádné podací listky a pošle tak několik dopisů najednou. Zároveň dostane email o úspěšném doručení zásilky. Rozdílné ceny jsou vidět už v tabulce č. 3, kde je zobrazen ceník služby Balík na poštu.

Tab. 3 Ceník Balík Na poštu 2021

Balík Na poštu								
Ceny v Kč	Velikostní kategorie (nejdelší strana do)							
	S (35 cm)		M (50 cm)		L (100 cm)		XL (200 cm)	
	bez DPH	s DPH	bez DPH	s DPH	bez DPH	s DPH	bez DPH	s DPH
Základní cena	90,08	109,00	114,88	139,00	156,20	189,00	280,17	339,00
Cena se Zákaznickou kartou	81,82	99,00	106,61	129,00	147,93	179,00	271,90	329,00
Cena s předáním podacích dat elektronicky	81,82	99,00	106,61	129,00	147,93	179,00	271,90	329,00
Cena se Zákaznickou kartou a předáním podacích dat elektronicky	73,55	89,00	98,35	119,00	139,67	169,00	263,64	319,00

Zdroj: (Česká pošta)

K této službě lze využít i doplňkové služby. Jako první lze využít elektronické oznámení odesílateli, že adresát zásilku převzal. Cena bez DPH této služby je 3,31 Kč a s DPH 4,00 Kč. Další možností je Cenný obsah. Zde si zákazník bez DPH připlatí 41,32 Kč a s DPH 50,00 Kč. Zákazník může využít i dobírku a připlatí

si bez DPH 14,05 Kč a s DPH 17,00 Kč. Dále se připočítává i poštovní poukázka. Při použití Poštovní dobírkové poukázky A je cena bez DPH 43,80 Kč a cena s DPH 53,00 Kč. Pokud zákazník použije Poštovní dobírkové poukázky C je cena bez DPH 53,72 Kč a cena s DPH 65,00 Kč. Pokud odesílatel zásilky chce prodloužit lhůtu pro vyzvednutí připlatí si bez DPH 19,83 Kč a s DPH 24,00 Kč. Pokud se jedná o nestandard tzn. balík nemá tvar krychle, kvádru nebo válce a není zabalen v pevném obalu, je cena příplatku bez DPH 15,70 Kč a cena s DPH je 19,00 Kč. Balíček se může označit jako křehký, kdy je s balíkem manipulováno opatrně. To lze pouze balíku do 10 kg a cena bez DPH je 29,75 Kč a s DPH 36,00 Kč. Pokud zákazník potřebuje zásilku poslat pouze do rukou adresáta, připlatí si 12,40 Kč bez DPH a 15,00 Kč s DPH. (Česká pošta, 2021)

V tabulce č. 4 je zase zobrazen ceník Balík Do ruky, kde jsou také vidět rozdílné ceny se Zákaznickou kartou a bez ní. Zde lze také využít doplňkové služby. Ty jsou cenově totožné jako u Balíku Na poštu. Přidat lze ještě garantovaný čas dodání v pracovní dny nebo sobotu. Zde je cena bez DPH 49,59 Kč a s DPH 60,00 Kč.

Tab. 4 Ceník Balík Do ruky 2021

Balík Do ruky								
Ceny v Kč	Velikostní kategorie (nejdelší strana do)							
	S (35 cm)		M (50 cm)		L (100 cm)		XL (200 cm)	
	bez DPH	s DPH	bez DPH	s DPH	bez DPH	s DPH	bez DPH	s DPH
Základní cena	106,61	129,00	131,40	159,00	172,73	209,00	296,69	359,00
Cena se Zákaznickou kartou	98,35	119,00	123,14	149,00	164,46	199,00	288,43	349,00
Cena s předáním podacích dat elektronicky	98,35	119,00	123,14	149,00	164,46	199,00	288,43	349,00
Cena se Zákaznickou kartou a předáním podacích dat elektronicky	90,08	109,00	114,88	139,00	156,20	189,00	280,17	339,00

Zdroj: (Česká pošta)

V tabulce č. 5 je zobrazen ceník služby Balíkovna. Zde zákaznickou kartu nelze použít a ceny jsou tak stanoveny jednoznačně dle velikosti zásilky.

Tab. 5 Ceník Balíkovna 2021

Balíkovna		
Hmotnost do	Cena v Kč (bez DPH)	Cena v Kč (bez DPH)
15 kg	53,71	65,00
Balíkovna s dobírkou		
Hmotnost do	Cena v Kč (bez DPH)	Cena v Kč (bez DPH)
15 kg	69,42	84,00

Zdroj: (Česká pošta)

Stejně tak jako u ceny za Balíkovnu je tomu u ceny za Balík Komplet a zákaznická karta nelze využít. V tabulce č. 6 je zobrazeno, za jaké částky si zákazník Balík Komplet pořídí.

Tab. 6 Ceník Balík Komplet 2021

Balík Komplet		
Velikostní kategorie (nejdelší strana do)	Cena v Kč (bez DPH)	Cena v Kč (s DPH)
S (35 cm), doporučená váha 7 kg	114,88	139,00
M (50 cm), doporučená váha 10 kg	139,67	169,00

Zdroj: (Česká pošta)

V tabulce č. 7 je zobrazen ceník za Cenný balík. U tohoto typu zasílání se nepočítá DPH, od kterého jsou osvobozeny. U této služby lze využít doplňkové služby. Mezi první je dodejka, kde bude odesílateli předáno písemné potvrzení o dodání. Cena této služby je 18,00 Kč. U dobírky si odesílatel připlatí 14,00 Kč, a to i v případě použití Poštovní dobírkové poukázky A nebo C. U dodání do vlastních rukou je poplatek 13,00 Kč. Stejný poplatek je i u dodání do vlastních rukou výhradně jen adresáta. Pokud odesílat potřebuje prodloužit dobu pro vyzvednutí až na 15 dní tak si připlatí 20,00 Kč. U balíku, který je křehký je poplatek 30,00 Kč. Pokud odesílatel chce elektronické oznámení, připlatí si 3,00 Kč. Za nestandardní balík, který nemá tvar krychle, kvádru nebo válce nebo není zabalen v pevném obalu je příplatek 16,00 Kč.

Tab. 7 Ceník Cenný balík 2021

Cenný balík				
Ceny v Kč	Velikostní kategorie (nejdelší strana do)			
	S (35 cm)	M (50 cm)	L (100 cm)	XL (240 cm)
Základní cena	129,00	119,00	169,00	319,00
Cena s předáním podacích dat elektronicky	121,00	151,00	201,00	351,00
Cena pro uživatele výplatních strojů, při úhradě cen Kreditem nebo pro zákazníky Hybridní pošty	112,00	138,00	181,00	319,00

Zdroj: (Česká pošta)

V tabulce č. 8 je zobrazen ceník Doporučeného balíčku. Cena se zde určuje podle velikostní kategorie, stejně jako u Cenného balíku, je zde cena osvobozena od DPH. I u této služby lze využít doplňkové služby. Mezi první patří dodejka, u které příplatek činí 18,00 Kč. Lze využít i dodání do vlastních rukou, která se cení na 13,00 Kč. U dobírky je příplatek 14,00 Kč, a to i s použitím Poštovní dobírkové poukázky A nebo C. Lze si prodloužit dobu vyzvednutí zásilky až na 30 dní z původních 15 a odesílatel si připlatí na 20,00 Kč. Lze poslat balík i jako nestandard, a to s příplatkem 16,00 Kč. Vše, co patří do nestandardu, je pospáno již u předešlých služeb, kde je možné tuto službu využít.

Tab. 8 Ceník Doporučený balíček 2021

Doporučený balíček				
Ceny v Kč	Velikostní kategorie (nejdelší strana do)			
	S (35 cm)	M (50 cm)	L (60 cm)	XL (240 cm)
Základní cena	99,00	119,00	129,00	—
Cena s předáním podacích dat elektronicky	91,00	111,00	121,00	—
Cena pro uživatele výplatních strojů, při úhradě cen Kreditem nebo pro zákazníky Hybridní pošty	95,00	114,00	117,00	—

Zdroj: (Česká pošta)

V tabulce č. 9 je ceník Obyčejného balíku. Stejně jako u předešlých možností je cena osvobozena od DPH. U tohoto typu balíku je příplatek pouze za nestandard, a to v hodnotě 16,00 Kč. (Česká pošta, 2021)

Tab. 9 Ceník Obyčejný balík 2021

Obyčejný balík				
Ceny v Kč	Velikostní kategorie (nejdelší strana do)			
	S (35 cm)	M (50 cm)	L (100 cm)	XL (240 cm)
Základní cena	89,00	119,00	169,00	319,00
Cena pro uživatele výplatních strojů, při úhradě cen Kreditem nebo pro zákazníky Hybridní pošty	86,00	114,00	162,00	304,00

Zdroj: (Česká pošta)

2.5 Zásilkovna s.r.o.

Zásilkovna je česká logistická společnost, která byla založena v roce 2010. Mottem zásilkovny je rychlé a pohodlné vyzvednutí zásilek bez front. V ČR to umožňuje hustá síť výdejních míst. Disponuje přes 5 843 výdejními místy a spolupracuje s více než 30 000 e-shopy. V roce 2020 společnost dosáhla 2,5 mld obratu a přepravovala zásilky v hodnotě 49 Mld. korun. Za rok 2020 měla zásilkovna 107 Z-BOXů a aplikaci Zásilkovna si do mobilu stáhlo více než 1 000 000 zákazníků. Nyní má 1 500 zaměstnanců. Na rok 2021 si společnost stanovila jasné cíle. Chtěla by zvýšit obrát na 5,2 mld korun. Také zvýšit Z-BOXy a přiblížit se tak k číslu 5 000 Z-BOXů. (Zásilkovna, 2021)

2.5.1 Logistické služby společnosti Zásilkovna s.r.o.

Zásilkovna má doručování balíčků rozdělené na dva druhy. Pro podnikatele a pro zákazníky.

Doručení pro zákazníky se jmenuje Mezi námi. Jedná se o nejjednodušší, nejrychlejší a nejlevnější způsob, který zákazníci mohou využít. Postačí k tomu mobilní aplikace, do které zákazník vyplní informace o balíku, který chce poslat. Následně stačí donést na podací místo, kde pracovník vytiskne štítek. Zákazník se tak nemusí o žádné tisknutí starat. Funguje to na principu sdělení hesla pracovníkovi, který podle informací z aplikace štítek vytiskne. Jakmile bude zásilka doručena příjemci, v aplikaci to zákazník uvidí. Podacích míst má zásilkovna více

než 5 000 po ČR. U tohoto typu zásilky nesmí maximální váha překročit 5 kg a rozměry mohou být maximálně 50 x 40 x 30 cm. Součet pak nesmí přesáhnout 120 cm. Pokud si zákazník ovšem objedná službu, má tři možnosti, jak vyzvednout zásilku. První je doručení na adresu, kdy kurýr doveze balíček přímo na zadanou adresu. Zákazník předem dostane informaci, kdy bude balíček doručován. Dalším způsobem je doručení na výdejní místo. Jedná se o nejjednodušší a nejrychlejší způsob doručování této společnosti. Zákazník si vybere výdejní místo, které má po ruce a až zásilka dorazí, pouze nadiktuje heslo pracovníkovi. Posledním způsobem je doručení do Z-BOXu. Jedná se o samoobslužné výdejní místo, které je oteřeno 24/7. Funguje na stejném principu jako doručení na výdejní místo s rozdílem, že Z – BOX se otevře pomocí mobilní aplikace Zásilkovna.

Pokud se jedná o podnikatele, doručování je v zásadě stejné. Zákazník si vybere ze tří způsobů, kam balíček doručit. Společnost či fyzická osoba – podnikatel se napojí na systém zásilkovny, a pak může začít využívat její služby. U tohoto doručování si ovšem musí podatel tisknout štítky sám. Následně buď zajde na podací místo a zásilky pošle, nebo si objedná kurýra. Zásilku může sledovat. Až je doručena bude ihned informován. Zásilky jsou z 80 % doručeny do druhého dne. (Zásilkovna, 2021)

2.5.2 Doplnkové služby společnosti Zásilkovna

U doručování mezi zákazníky nikoliv společnostmi je ceník služeb velmi jednoduchý. U doručení na dobírku stojí posláni 19 Kč, pokud je doručení na výdejní místo. Pokud se jedná o doručení na adresu, je dobírka 23 Kč. Zásilku si zákazník může také pojistit. Zde je cena pojištění 0,50 Kč za každých započatých 100 Kč zadané hodnoty. Zásilku ovšem můžete pojistit do maximální výše 5 000 Kč hodnoty zásilky. Ceny služeb doručení Mezi námi jsou uvedeny v tabulce č. 10.

Tab. 10 Ceník Zásilkovny Mezi námi 2021

Doručení na výdejní místo	Doručení na adresu
69,-	115,-

Zdroj: (Zásilkovna)

Ceník doručení z pohledu společnosti za standartní zásilku vidíme v tabulce č. 11.

Tab. 11 Ceník Zásilkovny – Standartní zásilky 2021

Standartní zásilky		
Při podání na depu	Při podání na podacích místech	Dobírka
47,-	57,-	12,-

Zdroj: (Zásilkovna)

Pro doručování pro podnikatele existuje více výjimek než pro nepodnikatele. Mezi nadstandardní služby se řadí i posílání nadrozměrných zásilek. Váhové rozměry musí mít váhu maximálně 5 až 10 kg a rozměry nesmí přesahovat 120 cm. Součet stran musí být maximálně do 150 cm. Tyto služby se pak cenově liší, ale případná dobírka zůstává stejná, a to je zobrazeno v tabulce č. 12.

Tab. 12 Ceník Zásilkovny – Nadrozměrná zásilka 2021

Nadrozměrné zásilky		
Při podání na depu	Při podání na podacích místech	Dobírka
128,-	138,-	12,-

Zdroj: (Zásilkovna)

Dále Zásilkovna nabízí i večerní doručení na adresu. To je zpoplatněné na 120 Kč, pokud se jedná o balík do 5 kg. Pokud zásilka váží více než 5 kg, ale do 10 kg je to zpoplatněno na 150 Kč. Dobírka zůstává 12 Kč jako v předchozích možnostech. Lze sem zahrnout službu i doručení domů na adresu. Zde se cena dopravy určuje také podle hmotnosti zásilky. Pokud zásilka váží do 1 kg, 2 kg, nebo do 5 kg, je cena při podání na depu 79 Kč a při podání na podacích místech 89 Kč. Cena se mění až u zásilky do 10 kg. Zde při podání na depu je cena 99 Kč a při podání na podacím místě 109 Kč. Cena dobírky už v tuto chvíli činí 19 Kč. V rámci společnosti funguje i tzv. Zpětná logistika, kdy Zásilkovna zajistí vrácení zboží. Cena této služby činí 47 Kč.

Zásilkovna nabízí i několik dodatečných služeb, které má zpoplatněné. Jedná se o služby jako přeštítkování zásilky či chybějící štítek, za tu se připlácí 10 Kč. Pokud zásilka např. nesplňuje podmínky přepravy, je příplatek 1 000 Kč. Pokud se zásilka vrací a musí být skladována, účtuje si společnost 15 Kč. Nalezneme zde i palivový příplatek, který se účtuje procentuálně podle ceny paliva. Například pokud cena paliva činí 36,00 - 37,49 Kč/l, je palivový příplatek 5 %.

3 Porovnání logistických služeb vybraných společností a návrh na jejich zlepšení

V předešlé kapitole bylo popsáno, jak jednotlivé společnosti dopravují zásilky zákazníků, jaké typy logistických cest využívají a za jaké ceny. V následující kapitole bude pomocí SWOT analýzy rozebráno, jak si jednotlivé společnosti vedou z pohledu zákazníka a využitelnosti jejich nabízených služeb.

3.1 SWOT analýza jednotlivých vybraných společností

Pomocí SWOT analýzy jsou analyzovány vybrané společnosti, o nichž bylo pojednáno v předchozí kapitole.

- Strengths (S) = silné stránky společnosti, pomáhají společnosti posílit pozici na trhu.
- Weaknesses (W) = slabé stránky společnosti, jde o pravý opak silných stránek, zahrnuje fakta, kde si společnost vede hůře oproti konkurenci.
- Opportunities (O) = příležitosti společnosti, jedná se o externí zkušenosti, které pomohou společnosti k úspěchu
- Threats (T) = hrozby společnosti, které zahrnují skutečnosti, co snižují poptávku a mohou i zapříčinit nespokojenost zákazníků.

Za pomoci slabých a silných stránek společností bude analyzován současný stav. Zároveň za pomoci příležitostí a hrozeb bude analyzován další možný vývoj přepravních společností.

DPD

Silné stránky (S):

- Vyzvedávání u odesílatele – Kurýr si pro zásilku dojede až k zákazníkovi domů, kde si ji převezme a následně předá k přepravě na depo.
- Doručení do 10:00 hodin – Pokud zákazník předá k přepravě balíček ráno, společnost zásilku předá expresně do 10:00 hodin, což je obrovská výhoda oproti ostatním společnostem.
- V ceně je ručení do 50 000 Kč – Spousta společností tuto službu mají spoplatněnou, proto se tento benefit u této společnosti řadí mezi silné stránky
- Doručení na hodinu přesně – Jako jediná ze všech společností toto nabízí a dodržuje, zákazník tak ví, kdy má být přesně doma.

Slabé stránky (W):

- Ceny oproti konkurenci – Oproti konkurenčním společnostem má tato společnost vyšší ceny za přepravu, to může zákazníky odradit.
- Expresní zásilky v pracovní dny – Pokud zákazník chce zásilku poslat expresně, tak musí během pracovního týdne, o víkendu to totiž není možné.

Příležitosti (O):

- Zvýšení hmotnostního limitu – Stejně jako většina společností, je zde prostor ke zvyšování hmotnostního limitu.
- Pobočky – Společnost nedisponuje mnoha pobočkami a zákazníci si tak nemohou pohodlně vyzvednout zásilku v místě jejich bydliště/ provozovny.

Hrozby (T):

- Konkurence – Trh balíkových a zasílatelských služeb je velmi obsáhlý, proto je nutné neustále své služby a ceny zlepšovat.
- Nedostatek pracovní síly – Pokud bude nedostatek pracovní síly, zásilky se nedostanou včas ke svým majitelům a povede to k úpadku využívání této společnosti.
- Ekologie – Stále větší nápor na ekologii může způsobit tlak z hlediska využívání motorových prostředků.
- Cena paliv – Ceny paliv neustále rostou, proto i cena dopravy může zapříčinit zdražování služeb.

Doporučení zlepšení u společnosti DPD je založení více poboček, případně výdejních boxů, které by zákazníkům umožnily plynulejší a rychlejší vyzvedávání svých zásilek. Zvýšení hmotnostního limitu by ocenilo také mnoho zákazníků. Zároveň je potřeba eliminovat hrozby společnosti a slabé stránky převážet na ty silné. Například v rámci expresní služby nabízet i jeden den o víkendu, nebo zamyslet se nad cenou nabízených služeb.

PPL CZ s.r.o.

Silné stránky (S):

- Expres balíky až do 50 kg – Oproti jiným dopravcům nabízí odesílání balíků s vyšší hmotností.
- Cena srovnatelná s Českou poštou – Cena služeb je velmi podobná s cenami České pošty.

- Pojištění do 50 000 Kč v ceně přepravy – Velká výhoda pro zákazníky, kteří chtějí posílat cenné balíky. U jiných společností je tato služba zpoplatněna.
- Parcel shopy – Dobře rozvržená depa, díky kterým pokrývá velké množství zákazníků.
- Spolupráce s DHL – Společnost spadá pod DHL, a tudíž má možnosti širšího pokrytí zákazníků.

Slabé stránky (W):

- Expresní doručení pouze ve vybraných městech – Pokud zákazník chce využít expresní služby, může pouze ve vybraných větších městech.
- Expresní doručení jen v pracovní dny – Stejně jako u společnosti DPD zákazník tuto službu může využít pouze v pracovní dny.
- Hodnocení zákazníků – Hodnocení zákazníků není vždy dobré, je tu prostor pro zlepšení, aby nepřicházeli o stávající zákazníky.

Příležitosti (O):

- Rozvoj dodatečných služeb – Posílení dodatečných služeb a jejich zkvalitnění.
- Získání nových zákazníků – Pokud možno přesvědčovat nové zákazníky k využívání služeb PPL.
- Posílení automatizace – I přesto, že společnost nabízí už několik výdejních míst a vytvoření PPL boxů.

Hrozby (T):

- Nedostatek zaměstnanců – Pokud společnost nebude mít dostatek zaměstnanců, může dojít k zpoždění přepravy balíků.
- Konkurence – Trh balíkových a zasílatelských služeb je velmi obsáhlý jinými společnostmi, a proto je za potřebí neustále své služby zlepšovat.
- Výroba aut – V nynější době je velký problém s výrobou aut z hlediska nedostatku čipů, může dojít ke zpoždění dodávky aut pro společnost.
- Zvýšení cen pohonných hmot – S rostoucí cenou paliv může dojít k nutnému zvýšení cen nabízených služeb.
- Důvěra v e-shopy – Pokud je spousta stížností od zákazníků, jednotlivé e-shopy mohou ukončit spolupráci se společností.

Doporučení pro společnost PPL je rozvoj dalších nadstandartních služeb, aby zákazníci mohli využít vše při jednom. Dále je možné posílení automatizace a zlepšení tak přepravní sítě. Zároveň je důležitý eliminovat hrozby, které jsou a slabé stránky se pokusit přeměnit na ty silné. Hlavním cílem je, aby zákazníci byli spokojeni s nabízenými službami, např. včasné doručení, přijatelná cena atd.

DHL

Silné stránky (S):

- Nákladová výhoda – Společnost disponuje možností velkého objemu zásilek, vozí zásilky na paletách.
- Finanční síla společnosti – Pod společnost spadá mnoha dceřiných společností.
- Silná značka – Silná a známá značka pro mezinárodní dopravu.
- Dobrá dostupnost – Dostupná pro větší přepravu zásilek.

Slabé stránky (W):

- Využitelnost – Běžní zákazníci tuto společnost moc nevyužívají.
- Vysoké náklady – Na přepravu používá stroje a nákladní auta, proto je služba dražší oproti ostatním.

Příležitosti (O):

- Zvýšená poptávka v Covid-19 době – Lidé více objednávali a objednávají proto je příležitost dostat se do podvědomí více zákazníků.
- Výdejní boxy – Společnost nemá výdejní boxy, tudíž zákazník musí počítat s dobou doručení.
- Vstoupit na jiný trh – Vstoupit na jiný trh s malými zásilkami, popř. do zahraničí.
- Zvýšení podílu na trhu – Zvýšit svoji existenci a využitelnost mezi soukromé osoby.

Hrozby (T):

- Zdražování pohonných hmot – V poslední době cena paliv roste, proto může dojít ke zvýšení cen za služby přepravy.
- Konkurence – Na tomto trhu je velmi silná konkurence, proto je zapotřebí neustále své služby zlepšovat.
- Výroba aut – Výroba čipů je v dnešní době problém, může to ohrozit výrobu aut pro společnost.

Pro společnost DHL je doporučení zavést boxy, které zákazníci mohou využívat při zasílání drobných balíků. Společnost je zaměřená spíše na přepravu velkých palet a balíků. Pro přepravu menších balíků používá dceřinou společnost PPL. Zároveň ceny za nabízené služby jsou mnohdy vysoké, pro soukromé osoby.

Česká pošta s. p.

Silné stránky (S):

- Dlouholetá tradice v České republice – velká výhoda ČP z důvodu důvěryhodnosti pro zákazníky. Lidmi je vnímána jako tradiční poskytovatel zasilatelských služeb.
- Rozsáhlá vnitrostátní síť – svou obsáhlostí poboček a vozidly v ČR zajišťuje pro zákazníky dostupnost svých služeb kdekoliv.
- Velké množství druhů zasílání – má největší možnosti co se týká zasílání balíčků po ČR ale i mimo ČR.

Slabé stránky (W):

- Neochotná obsluha – stále více přibývá stížností na neochotnou a nepříjemnou obsluhu.
- Doba otevření – pro mnoho pracujících zákazníků je otevírací doba většiny poboček nevyhovující, ČP se to snaží ale řešit budováním poboček v nákupních centrech.
- Špatná image – ČP nese špatnou image z důvodu dlouhé doby čekání na balík, zároveň je dotována státem
- Doba dodání – narůstá čím dál víc případů, kdy kurýr se zásilku nesnaží ani doručit a rovnou zanechá vkaz o uložení na poště, a tudíž se prodlužuje doba dodání.
- Dlouhé čekání na pobočkách – i přes velkou síť poboček si zákazník při zasílání balíčků počká.

Příležitosti (O):

- Zvýšení hmotnostního limitu – pošta nyní umožňuje poslat zásilku max do 30 kg, proto by se měla snažit navyšovat limit, je to velká výhoda pro konkurenční společnosti.
- Zjednodušení administrativy – využít moderní technologie k zrychlení procesu.

Hrozby (T):

- Konkurence – trh balíkových a zasílatelských služeb v ČR je velmi obsáhlí a stále nedostačující, proto by se Česká pošta měla stále věnovat ke zlepšování svých služeb.
- Nedostatek pracovní síly – zatížení pracovníků, které může vést k spoždění zásilek.
- Ztráta spolupráce s e-shopy – na základě záporných recenzí zákazníků může dojít k vyřazení jako doručovací služby.

Doporučení pro Českou poštu je zajistit dostatečné množství zaměstnanců, aby zásilky neměly takové zpoždění. Velká příležitost ke zlepšení je v čekací době na pobočkách, kdy pro spousty zákazníků jsou čekací doby dlouhé. Zároveň je velký prostor pro zlepšení při doručování jednotlivých zásilek.

Zásilkovna s.r.o

Silné stránky (S):

- Doba dodání – Spolučenost disponuje velmi rychlou dobou dodání, a to především na výdejní místa.
- Vydávání zásilek – Rychlá možnost výdeje zásilek.
- Možnost změny doručení – V aplikaci jakékákoliv změna během chvíle a doručení následující pracovní den.
- Široké pokrytí – Díky zásilkovna boxům a širokému výběru poboček kam se zásilka může nechat poslat.

Slabé stránky (W):

- Rychlost doručení v určitých lokalitách – Určité lokality nejsou tak rychle obstarány.
- Doručení na adresu – Při doručení na adresu spoustu problémů, na které zákazníci upozorňují v hodnocení.
- Váhový limit – Maximální váha zásilky pouze 5 kg.

Příležitosti (O):

- Zvýšení hmotnostního limitu – Malá maximální velikost a hmotnost zásilky, určitě je prostor pro zlepšení.

Hrozby (O):

- Konkurence – Vysoká konkurence schopnost, proto je neustále nutné vylepšovat své služby.
- Výroba aut – Nedostatek materiálu a čipů může způsobit zpožděné dodávky firemních aut, a tudíž může dojít k zpoždění závozů zásilek.
- Zvýšení cen paliv – Růstující ceny paliv mohou způsobit zvýšení cen za služby.

Doporučení pro společnost zásilkovna jsou velmi obdobná jako pro ostatní společnosti. Zde je hlavní doporučení zvýšit maximální limit zásilky, aby zákazníci mohli využívat v rozšířené verzi tuto společnost. Zároveň je také nezbytné přeměnit slabé stránky na ty silné. Jedná se převážně o rychlost doručení v určitých lokalitách.

4 Vyhodnocení analyzovaných logistických služeb

V poslední kapitole bude zhodnoceno, jaké společnosti by zákazník mohl využít, kdyby chtěl posílat různé typy zásilek.

V tabulce č. 13 lze vidět porovnání jednotlivých vybraných společností, a to konkrétně za jaké ceny jednotlivé společnosti přepravují zásilky. Jak dlouho jim trvá zásilku doručit, kolik služeb mimo klasické nabízejí, zda mají expresní doručení nebo ne a jaká je jejich maximální váha na zásilku. Jedná se o porovnání služeb, které doručují na adresu zákazníka. Společnosti samozřejmě nabízejí služeb více, ale pro srovnatelnost byl vybrán tento typ. Zároveň je také potřeba zmínit, že Česká pošta má cenu v závislosti na váze zásilky. Ceny v tabulce jsou tedy pouze orientační z hlediska velikosti zásilky.

Z této tabulky zákazník vyčte své preference k dané službě na základě toho, jakou zásilku potřebuje přepravit. Zda potřebuje expresní doručení či nikoliv nebo hledá nejlevější způsob přepravy. Zároveň zde může vidět celkovou maximální hmotnost zásilky, a tudíž se podle tohoto kritéria může také rozhodnout.

Pro vyhodnocení byly vytvořeny tři modelové situace, na kterých jsou demonstrovány typy zákazníků, jež si balíky objednávají.

Modelový zákazník 1

První zákazník potřebuje zaslat zásilku expresně, zásilka váží 20 kg a cena nesmí být vysoká a zároveň není jeho prioritou. Z tabulky č. 13 se tento zákazník zaměří na společnosti, která kritériím odpovídají. Expresně doručují podle zmíněné tabulky a kritériím pouze dvě společnosti, a to DPD a DHL. Zákazník tedy má na výběr. U společnosti DHL ale ví, že jsou experti na doručování zásilek s vyšší hmotností a pokud cena není prioritou může zvolit společnost. Pokud bude koukat na cenu doručení, tak pro tohoto zákazníka bude nejvýhodnější společnost DPD.

Modelový zákazník 2

Druhý zákazník potřebuje zaslat 50 kg balík a cena není jeho prioritou. Z hlediska času zákazník nepotřebuje takto těžkou zásilku přepravit expresně. Z tabulky č. 13 přepravují těžké zásilky společnosti DHL a Česká pošta. Zde si zákazník může vybrat a rozhodnout se z hlediska doby dopravy. Česká pošta standardně doručí do 2 pracovních dnů, ale DHL může expresně nebo do druhého dne. Volba je tedy čistě z preferenčních možností zákazníka. Zároveň by zákazník měl využít možnost

nahlédnutí do doplňkových služeb ostatních společností, zda nemají také možnost posláni nadrozměrného balíku.

Modelový zákazník 3

Třetí zákazník má 5 kg zásilku, nepotřebuje ji poslat expresně, ale nemůže čekat na dlouhé doručení. Cena v tomto případě nehraje roli a zákazník požaduje snadné posláni. Z níže uvedené tabulky zákazník může vyčíst, že vhodné společnosti pro jeho požadavky jsou DPD a Zásilkovna. Ovšem zákazník požaduje snadné posláni a z kapitoly 2.5 se mohl dočíst, že společnost Zásilkovna s.r.o. má jednodušší podání zásilky k přepravě než společnost DPD. Tudíž společnost Zásilkovna s.r.o. bude z hlediska preferencí pro tohoto zákazníka nejlepší volba.

Tab. 13 Porovnání společností

Společnosti	Hmotnost	Cena	Doba doručení	Možnosti služeb	Expresní doručení	Maximální váha
DPD	2 kg	138 Kč	Do druhého dne	6 možností	ANO	31,5 kg
	20 kg	216 Kč				
	31,5 kg	247 Kč				
PPL	2 kg	100 Kč	Do 2 dnů	5 možností	NE	31,5 kg
	20 kg	196 Kč				
	31,5 kg	252 Kč				
DHL	1,5 kg	423,50 Kč	Do druhého dne	1 možnost	ANO	50 kg
	15 kg	1 560,90 Kč				
	20 kg	2 347,40 Kč				
Česká pošta	Do 50 kg – S (35 cm)	129 Kč	Do 2 dnů	7 možností	NE	50 kg
	Do 50 kg - M (50 cm)	159 Kč				
	Do 50 kg – XL (200 cm)	359 Kč				
Zásilkovna	5 Kg	115 Kč	Do druhého dne	2 možnosti	NE	10 kg
	10 kg	128 Kč				

Zdroj: (vlastní)

Všechny výše uvedené společnosti se potýkají s podobnými problémy. Například každá společnost by mohla zvýšit své hmotnostní limity a zároveň rychlost doručení. Společnost, která zvládne zpracovat na svých problémech, bude mít oproti ostatním konkurenční výhodu. Rozhodnutí při výběru doručovací společnosti ovlivňuje hned několik faktorů. Problém může nastat vždy, jde však o to, co si z něj společnost odnese do budoucna a jaké řešení či výhody pak nabídne zákazníkovi, aby u nich i nadále zůstal.

Závěr

Zasílatelské a kurýrní služby jsou velmi důležitou součástí denního života každého z nás. Představují obrovskou součást celé logistiky. Minimálně jednou za život, si každý z nás nebo každá společnost zásilku objednával a hledal nejlevnější nebo nejrychlejší způsoby dopravy, odpovídající individuálním požadavkům. V době Covid pandemie bylo objednávání zásilek a přeprav mnohonásobně zvýšeno.

První kapitola byla věnována teoretickému popisu logistiky jako takové. Popisu rozdílů mezi balíkovými a kurýrními službami a také popis rozdílů mezi samotnou přepravou a dopravou zásilek.

V druhé kapitole bylo v první části v rámci analýzy jednotlivých společností poukázáno na jejich nabízené služby. Dále byly popsány doplňkové služby a ceny současných služeb, které jednotlivé společnosti nabízejí.

Třetí kapitola této bakalářské práce byla věnována rozboru jednotlivých společností pomocí SWOT analýzy. Byly představeny jednotlivé silné a slabé stránky vybraných společností. Bylo poukázáno na nedostatky, které zákazníky odrazují od dané společnosti využívat přepravní služby. Výstupem této analýzy je doporučení pro jednotlivé společnosti, jak by se mohli zlepšovat a dosahovat větší klienteli či přesvědčovat nespokojené zákazníky, aby je zkusili znovu a napravili si tak image.

Ve čtvrté a závěrečné části byla představena tabulka, která má dopomoci zákazníkům k případnému výběru společnosti. Zákazník si podle této tabulky bude moci zvolit vhodnou společnost k jeho potřebě. Byly představeny tři modelové situace, jak si zákazník může vybrat společnost, se kterou chce posílat svoji zásilku.

V současnosti je vytížení společností podobné a nemůže se předpokládat, že zásilky budou doručovány přesně tak, jak je popsáno v této bakalářské práci. Do budoucna by bylo vhodné zaměstnat více lidí ve všech společnostech. Věřím, že cíl této bakalářské práce byl naplněn.

Seznam literatury

BEKTAŞ, Tolga. Freight transport and distribution: concepts and optimisation models. Boca Raton: CRC Press, Taylor & Francis Group, [2017]. ISBN 978-1-4822-5870-7.

Česká pošta. © 2021 Česká pošta [online]. Praha: Česká pošta, 2021 [cit. 2021-11-21]. Dostupné z: <https://www.ceskaposta.cz/sluzby/baliky>

DHL. © 2021 DHL Express [online]. -: DHL, 2021 [cit. 2021-11-21]. Dostupné z: <https://www.dhlservicepoint.cz/>

DPD. 2021 DPD [online]. Praha: DPD, 2021 [cit. 2021-11-21]. Dostupné z: <https://www.dpd.com/cz/cs/>

FEMERLING, J. Christian a Harald GLEISSNER. Logistik: Grundlagen – Übungen – Fallbeispiele. Německo: Springer-Verlag, 2008. ISBN ISBN 978-3-8349-0296-2.

GROS, Ivan. Logistika. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická, 1996. ISBN sbn:80-7080-262-6.

JUROVÁ, Marie. Výrobní a logistické procesy v podnikání. Praha: Grada Publishing, 2016. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5717-9.

KEE-HUNG, Lai a T.C.E. CHENG. Just-in-Time Logistics. Londýn: Taylor and Francis, 2016. ISBN 9781317109716.

KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. Marketing. Praha: Grada, c2004. ISBN isbn80-247-0513-3.

LENORT, Radim. Průmyslová logistika. Ostrava: Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, 2012. ISBN 978-80-248-2584-7.

MICHALKO, Milan a Ladislav HÁDEK. Řízení výroby a logistika. Ostrava: Vysoká škola podnikání v Ostravě, 2007. ISBN isbn978-80-86764-68-9.

MOJŽÍŠ, Vlastislav. Kvalita dopravních a přepravních procesů. Praha: Institut Jana Pernera, 2003. ISBN 80-86530-09-4.

MORANA, Joëlle. Logistics. Londýn: John Wiley, 2018. ISBN 9781119528678.

PERNICA, Petr. Doprava a zasílatelství. Praha: ASPI Publishing, 2001. ISBN 80-86395-13-8.

PERNICA, Petr. Logistický management: teorie a podniková praxe. Praha: Radix, 1998. ISBN 80-86031-13-6.

PPL. PPL CZ s.r.o. [online]. Říčany: PPL CZ, 2021 [cit. 2021-11-21]. Dostupné z: <https://www.ppl.cz/>

Přepravní služby-Logistika-Slovník. Praha: Český normalizační institut, 2006.

RUDD, Jerry. A Practical Guide to Logistics. Kogan Page, 2019. ISBN 9780749486327.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. Marketing služeb: efektivně a moderně. Praha: Grada, 2008. Manažer. ISBN isbn978-80-247-2721-9.

Zásilkovna. © 2021 Zásilkovna s.r.o [online]. Praha: Zásilkovna, 2021 [cit. 2021-11-21]. Dostupné z: <https://www.zasilkovna.cz/>

ŽEMLIČKA, Zdeněk a Jaroslav MYNÁŘÍK. Doprava a přeprava. Praha: Pro Dopravní vzdělávací institut vydal Nadatur, 2008-. ISBN isbn80-7270-030-8.

ŽEMLIČKA, Zdeněk a Jaroslav MYNÁŘÍK. Doprava a přeprava. Praha: Pro Dopravní vzdělávací institut vydal Nadatur, 2008-. ISBN isbn978-80-7270-036-3.

Seznam obrázků a tabulek

Seznam obrázků

Obr. 1 Logistický systém	9
--------------------------------	---

Seznam tabulek

Tab. 1 Ceník služeb DPD 2021	23
Tab. 2 Ceník služeb PPL 2021	26
Tab. 3 Ceník Balík Na poštu 2021	30
Tab. 4 Ceník Balík Do ruky 2021	31
Tab. 5 Ceník Balíkovna 2021	32
Tab. 6 Ceník Balík Komplet 2021	32
Tab. 7 Ceník Cenný balík 2021	33
Tab. 8 Ceník Doporučený balíček 2021	33
Tab. 9 Ceník Obyčejný balík 2021	34
Tab. 10 Ceník Zásilkovny Mezi námi 2021	35
Tab. 11 Ceník Zásilkovny – Standartní zásilky 2021	36
Tab. 12 Ceník Zásilkovny – Nadrozměrná zásilka 2021	36
Tab. 13 Porovnání společností	45

ANOTAČNÍ ZÁZNAM

AUTOR	Monika Hečlová		
STUDIJNÍ PROGRAM/OBOR/SPECIALIZACE	6208R186 Podniková ekonomika a řízení provozu, logistiky a kvality		
NÁZEV PRÁCE	Vnitrostátní přeprava vybraných balíkových a kurýrních společností		
VEDOUCÍ PRÁCE	Ing. Tomáš Malčic, Ph.D.		
KATEDRA	KRVLK – Katedra řízení výroby, logistiky a kvality	ROK ODEVZDÁNÍ	2021
POČET STRAN	50		
POČET OBRÁZKŮ	1		
POČET TABULEK	13		
POČET PŘÍLOH	0		
STRUČNÝ POPIS	Hlavní cílem bakalářské práce je vytvoření modelové situace pro zákazníky, kteří si objednávají zásilky od přepravních společností. Práce umožňuje zákazník lépe vybrat přepravní společnost pro jejich potřeby. Bakalářská práce je rozdělena do čtyř kapitol. Praktická část je zaměřena na popis logistických a doplňkových služeb vybraných balíkových a kurýrních společností. Ze získaných informací autorka navrhuje zlepšení jednotlivých společností, které je uvedeno v kapitole vyhodnocení a analýza společností.		
KLÍČOVÁ SLOVA	Logistika, přeprava a doprava, balíkové a kurýrní společnosti, přeprava zásilek		

ANNOTATION

AUTHOR	Monika Hečlová		
FIELD	6208R186 Business Administration and Operations, Logistics and Quality Management		
THESIS TITLE	National transport of selected parcel and courier companies		
SUPERVISOR	Ing. Tomáš Malčic, Ph.D.		
DEPARTMENT	KRVLK – Department of Production, Logistics and Quality Management	YEAR	2021
NUMBER OF PAGES	50		
NUMBER OF PICTURES	1		
NUMBER OF TABLES	13		
NUMBER OF APPENDICES	0		
SUMMARY	The main goal of the bachelor`s thesis is to create a model situation for customers who order packages from shipping companies. The work allows the customer to better choose a shipping company for their needs. The bachelor thesis is divided into four chapters. The practical part is focused on the description of logistics and additional services of selected parcel and courier companies. From the obtained information, the author proposes the improvement of individual companies, which is mentioned in the chapter evaluation and analysis of companies.		
KEY WORDS	Logistics, transport and transportation, parcel and courier companies, parcel transport		