PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2010 TEREZA KADLČÍKOVÁ

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC

ÚSTAV MANAGEMENTU A MARKETINGU

TEREZA KADLČÍKOVÁ

Nákladní automobilová doprava firmy Stavebniny u komína

A Truck Freight Company Stavebniny u komína

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Renáta Pavlíčková

Olomouc 2010

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a použila jen uvedené informační zdroje.

Olomouc 30. 4. 2010 podpis:……..

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

Děkuji paní Ing. Mgr. Renátě Pavlíčkové a pracovníkům firmy Stavebniny u komína za pomoc a cenné rady při zpracování mé bakalářské práce.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

Obsah

Úvod 5
Teoretická část
1 O dopravě 7
1.1 Klasifikace dopravy 8
1.2 Specifikace dopravy 9
2 Dopravní prostředky 11
2.1 Silniční motorové 11
2.2 Silniční bezmotorové 12
3 Nákladní přeprava 13
3.1 Silniční nákladní přeprava 14
3.2 Železniční nákladní přeprava 15
3.3 Letecká nákladní přeprava 15
3.4 Říční nákladní přeprava 16
3.5 Námořní přeprava 16
3.6 Multimodální přeprava 17
3.7 Přeprava produktovody (potrubní přeprava) 18
4 Logistika 19
4.1 Přepravní náklady 19
4.2 Charakteristika dopravy v logistice a její funkce 20
5 Marketing v dopravě 22
5.1 Dopravní marketing 22
5.2 Marketingový mix 24
5.3 Marketingový výzkum 27
6 Souhrnný přehled o silniční nákladní dopravě 28
Praktická část
1 Charakteristika a historie firmy Stavebniny u komína 29
1.1 Organizační struktura 30
1.2 Nabízené služby 31
1.3 Významné stavby firmy 32
1.4 Politika jakosti a enviromentální politika 32
1.5 Významní partneři 33
2 Nákladní automobilová doprava 34
2.1 Organizační struktura 34
2.2 Vozový park 35
2.3 Financování vozového parku 36
2.4 Nadměrné náklady 36
3 Marketing 38
3.1 Marketingové aktivity firmy 38
3.2 Marketingový mix 40
3.2.1 Produkt 40
3.2.2 Cena 41
3.2.3 Místo 43
3.2.4 Propagace 43
3.3 Závěrečná doporučení 44
Závěr 46

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

Úvod

Doprava je v dnešní době velmi diskutovaným tématem. Tato problematika je řešena jak z pohledu stále většího znečišťování životního prostředí tak i z pohledu velkého rozvoje, který se v tomto oboru neustále zvětšuje. Svaz dopravy ČR sdělil, že největší problémy v současné době mají živnostníci podnikající v dopravě. Nejobtížnější situace je v dopravě silniční. V roce 2009 skončilo v České republice svoji činnost celých deset procent firem působících v silniční dopravě.

V rámci výběru témat pro svou bakalářskou práci jsem se zaměřila na využití svých dosavadních zkušeností v praxi. Zvolila jsem si téma nákladní automobilová doprava firmy Stavebniny u komína. Jelikož v této firmě pracuji již třetím rokem brigádně jako asistentka vedoucí střediska nákladní dopravy, byla jsem již dopředu seznámena s okolnostmi ve firmě a měla jsem přístup k potřebným materiálům, což mi výrazně pomohlo při psaní práce.

Moje práce pojednává o středisku nákladní dopravy ve firmě. V dnešní době je nákladní doprava velice žádanou službou na trhu. Bylo pro mě tedy velice zajímavé a poučné studovat právě tuto problematiku, která hýbe dnešní dobou a bez které se nikdo z nás neobejde. Mnoho lidí si neuvědomuje důležitost této služby, ale zamysleme se. Nákladní doprava není jen službou ve stavebnictví, na kterou jsem se zaměřila, ale působí i v mnoha jiných oborech. Položme si jednoduchou otázku. Jakým způsobem by dodavatelé dopravovali zboží všeho druhu na určená místa? Nákladní automobil se dostane tam, kam lodě, vlaky či letadla přístup nemají.

Cílem mé práce bude rozbor problematiky marketingu ve firmě Stavebniny u komína a posouzení funkčnosti jednotlivých složek. Dále návrh řešení nalezených problémů. Tuto oblast jsem zkoumala i proto, abych v budoucnu pomohla vedoucím pracovníkům při zlepšení chodu firmy a napomohla k lepší konkurenceschopnosti.

Práce je rozdělená na dvě hlavní části. Část teoretickou a část praktickou. V teorii můžeme najít charakteristiku pojmu doprava, její klasifikaci a specifikaci. Dělení dopravních prostředků na silniční motorové a bezmotorové nebo celkové dělení nákladní přepravy. Nejdůležitější kapitola v této části je marketing v dopravě a marketingový mix. Marketingový mix jsem v praktické části použila přímo na středisko nákladní dopravy. Charakteristika celé firmy je uvedena jako prvotní, spolu s organizační strukturou a různými zajímavostmi o firmě. Jelikož je moje práce o středisku nákladní dopravy, v další části jsem se zaměřila na vozový park, jeho

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

financování či organizační strukturu tohoto střediska. Jako poslední jsem uvedla právě zvolený marketingový mix, ve kterém jsem rozebrala produkt, cenu, místo a propagaci.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

Teoretická část

1 O dopravě

„Doprava jest souhrn úkonů, jimiž uskutečňujeme se pohyb osob, věcí a zpráv z jednoho místa na druhé. Technika dopravy záleží v daném stavu a různém využití tří základních živlů dopravních: cesty, vozidla a nosidla a síly hybné. Doprava je překonávání prostorových vzdáleností za účelem přemístění.“ [1]

„Přeprava je přemístění osob nebo věcí, zakládající se na přepravní smlouvě, jíž se zavazuje transportant ku provedení požadované přepravy za podmínek vyhlášených nebo sjednaných zvlášť a zájemník se podrobuje přepravním podmínkám, zejména placení dovozného; jde o všechny úkony, nutné k přijetí přepravovaného předmětu, jeho umístění v přepravním prostředku, přemístění do místa určení a k výdeji.“ [2]

„Dopravce je ten, kdo dopravuje, zejména po živnostensku; soukromý dopravce; doprava a všechny úkony, které nutno provést před tím, než nastoupí činnosti dopravní, a po jejích uskutečnění.“ [3]

„Přepravce je každá smluvní strana (odesílatel i příjemce) mající smlouvu s dopravním podnikem.“ [4]

„Dopravnictví je nauka o dopravě; souhrn dopravních prostředků.“ [5]

„Přepravnictví je odborná činnosti, zabývající se přepravou zboží jakýmkoli způsobem; nauka o přepravě; přepravní živnost.“ [6]

„Doprava je cílevědomá změna místa osob anebo nákladů uskutečňovaná pomocí dopravního prostředku po dopravní cestě.“ [7]

[1] PASTOR, O., TUZAR, A. *Teorie dopravních systémů*, s. 11.
[2] Tamtéž.
[3] Tamtéž, s. 12.
[4] Tamtéž.
[5] Tamtéž.
[6] Tamtéž.
[7] Tamtéž.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

1.1 Klasifikace dopravy

„Hlavní úlohou dopravy, jejím funkčním posláním, je přeprava průmyslových a zemědělských výrobků, resp. Surovin potřebných pro jejich výrobu. Svou kvalitou a rychlostí doprava urychluje a zefektivňuje výrobní proces. Z tohoto hlediska můžeme dopravu charakterizovat jako ekonomický fenomén, jako pokračování výrobního procesu v oblasti oběhu zboží do té míry, do jaké vytváří podmínky pro upotřebení užitných hodnot výrobků. K tomu však také patří neméně důležitá úloha přepravy osob v návaznosti na místo pracoviště, rekreace a zábavy. Na zřeteli je také nutné stále mít nesporný fakt, že výkonná, dobře organizovaná a řízená doprava splňuje v každé době velmi důležitou úloha obrany státu.

Přemisťování hmotných statků uskutečňuje doprava v každé ze tří fází reprodukčního procesu, přičemž:

- doprava ve sféře výroby uspokojuje potřeby vyvolané technologií výrovy, dělbou činností a zejména kooperací a specializací výrovy mezi různými fázemi i v jednotlivých fázích výroby, až k finálnímu výrobku;
- doprava ve sféře oběhu uspokojuje potřeby přemisťování nutné k realizaci ekonomického oběhu (proces zbožních směn), aniž by se při tom stala jeho součástí (její průběh v rámci produkce a pohybu hmotných toků tak věcně a časově slouží oběma koncovým fázím reprodukčního procesu, tj. výrobě a spotřebě) ;
- doprava ve sféře spotřeby uspokojuje potřeby přemísťování výrobků, které již vstoupily do spotřeby v případě, že spotřebitel sám změní své místo spotřeby v prostoru a přemístěním hmotných statků se mu umožňuje jejich další spotřeba.

Přemisťování lidí uskutečňuje doprava ve dvou rovinách, a to:

- dopravou pracovní síly do nebo z pracovního procesu;
- ve sféře spotřeby, kde uspokojuje osobní potřeby jednotlivců“ [8]

„Každý druh dopravy vyžaduje dopravní cestu, různá dopravní zařízení, realizuje se v dopravních prostředcích a k pohybu potřebuje určitou pohonnou energii. Existuje množství nejrůznějších dělení a klasifikací dopravy. Dopravu lze také klasifikovat podle různých hledisek, předkládáme toto možné dělení:

- podle druhu přepravovaného substrátu známe dopravu nákladní, osobní a odpravu zpráv;

[8] PASTOR, O., TUZAR, A. *Teorie dopravních systémů,* s. 14-15.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

- podle prostředí, ve kterém je realizována rozlišujeme dopravu pozemní, podzemní, vodní, vzdušnou;
- podle použité dopravní cesty hovoříme o dopravě silniční, kolejové, říční, námořní, letecké, potrubní, dopravníkové, lanovkové aj. ;
- podle dopravních prostředků rozdělujeme dopravu na pěší, cyklistickou, automobilovou, tramvajovou, trolejbusovou, autobusovou, železniční, kosmickou aj.;
- z hlediska vztahu dopravce a přepravce můžeme dopravu rozdělit na veřejnou, neveřejnou a individuální;
- z hlediska územního rozsahu může jít o dopravu vnitrostátní nebo mezinárodní;
- z hlediska přepravní vzdálenosti můžeme dopravu označit jako lokální, příměstskou, dálkovou, kontinentální, aj.“ [9]

1.2 Specifikace dopravy

„Doprava se vyznačuje oprati jiným odvětvím národního hospodářství určitými zvláštnostmi, která jsou ve výše uvedeném implicitně obsažena a která zde budeme dále formulovat. Dopravu lze charakterizovat především těmito zvláštnostmi (vlastnostmi):

- produkt dopravy, kterým je nehmotný užitečný efekt přemístění (přeprava) není skladovatelný, a proto je nutné veškeré nerovnoměrnosti ve vzniku požadavků na přepravu krýt z rezerv v kapacitách stabilních i mobilních prostředků i živé práce;
- přepravní a dopravní činnosti je rozložena na rozsáhlých územích, s četnými vazbami na infrastrukturu a legislativu jiných zemí;
- dopravní a přepravní proces je spojitý a nepřetržitý v čase, ukončením jedné přepravy celý proces nekončí, ale okamžitě navazuje další přemístění, přičemž množství přeprav se uskutečňuje současně nebo se překrývá v čase;
- proces dopravy je nerovnoměrný v čase i směrech a závisí nejen na nerovnoměrnosti nebo sezónnosti těžby, zpracování, výroby a odbytu uvnitř jedné země, ale i na nerovnoměrnosti přeprav mezinárodních jak v dovozu, tak i v tranzitu (průvozu) ;

[9] PASTOR, O., TUZAR, A. *Teorie dopravních systémů*, s. 15-16.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

- proces odpravy je dávkový, to znamená, že vlastní přemístění probíhá v dávkách, jejichž velikost je dána omezenou kapacitou dopravní jednotky;
- nejcharakterističtější vlastností dopravy je pohyb dopravní jednotky pro dopravní cestě, tedy dynamika procesu, kterou je možné vyjádřit pouze vektorově (nikoli skalárně) množstvím, směrem, vzdáleností a časem.“ [10]

[10] PASTOR, O., TUZAR, A. *Teorie dopravních systémů*, 16 s.

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

2 Dopravní prostředky

Dopravní prostředek je hmotný objekt schopen pohybu, který slouží k dopravě materiálu a přepravě osob. Jedná se o tzv. mobilní součást dopravy a přepravy. Dopravní prostředky můžeme rozdělit na silniční motorové a silniční bezmotorové. Energii lze přepravovat pouze pokud je vázána například v palivu.

2.1 Silniční motorové

Mezi silniční motorová vozidla můžeme zařadit dodávkové automobily, tahače, nákladní automobily, speciální nákladní automobily aj. Mezi speciální nákladní automobily můžeme například zařadit automobily valníkové, sklápěčkové aj.

Dodávkový automobil, kterému můžeme říkat také dodávka má ve většině případů krabicový tvar. Od osobního automobilu se liší velikostí. Je delší, vyšší a má výše posazený podvozek. Stejně jako osobní automobil má čtyři kola. Můžeme je použit buď k přepravě osob nebo zboží. Vedle místa pro řidiče je umístěno buď jedno nebo dvě místa pro spolujezdce. Pokud je dodávka používána k přepravě zboží, další místa na sezení zde nenajdeme. Celý zbytek automobilu je věnován zavazadlovému prostoru. Pokud je však dodávka používána k přepravě osob, jsou po celé jeho délce rozmístěna místa na sezení, kromě malého zavazadlového prostoru.

Nákladní automobily slouží k přepravě nákladu s hmotností větší jak 1,5 tuny. Kolik však nákladní automobil uveze záleží na tom, jestli má za sebou návěs a kolik přívěsů může táhnout. To ale není jediné kritérium, záleží hlavně na typu nákladního automobilu.

Pokud mluvíme o valníkovém vozidle, mluvíme o nákladním automobilu s otevřenou vanou s rovnou ložnou plochou a odnímatelnými bočnicemi. Vana má čtyři bočnice, z nichž tři jsou buď sklopné nebo odnímatelné. Bočnice přímo za kabinou řidiče je vždy pevně připevněna. Na nákladní automobil s vanou může být připevněna i hydraulická ruka, která umožňuje nakládání i skládání všech pevných materiálů. Nejčastěji se jedná o zboží na paletách. Jelikož můžeme bočnice sklopit nebo odejmout jako další způsob naložení či složení se nám jeví vysokozdvižný vozík nebo například jeřáb.

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

O sklápečkovém vozidle mluvíme zejména u přepravy sypkých materiálů. Jako častější označený tohoto druhu nákladního vozidla se používá sklopka. Základním tvarem je podobný jako u valníkového vozidla. Jde o vanu s rovným dnem a sklopnými bočnicemi. Rozdíl mezi valníkem a sklopkou nalezneme v tom, že sklopka je schopná vysypat celý náklad mimo svoji vanu bez jeho poškození. Sklápěče můžeme rozdělit na jednostranné a třístranné. Jednostranný sklápěč umí sklápět pouze dozadu, zatímco třístranný sklápěč sklápí dozadu i do boků.

2.2 Silniční bezmotorové

Silniční bezmotorová jsou návěsy a přívěsy. Návěs je přípojné vozidlo bez vlastního motoru, které je připojeno za nákladním automobilem. Tyto nákladní automobily nazýváme tahače. V případě návěsu je část celkové hmotnosti přenášena přímo na tahač. V dnešní době jsou tahače s návěsy velmi využívány pro jejich velkou užitnou hmotnost a také ložnou plochu. Můžeme je rozdělit podle počtu náprav. Jednou z možností je, že tahač má nápravy dvě a návěs nápravy tři. Druhá možnost je v podstatě jen obrácená a spočívá v tom, že dvě nápravy má návěs a tři nápravy má tahač. O rozložení náprav panují v dnešní době velké spory. Odborníci se nemohou dohodnout, která z těchto variant je lepší. Přívěs se od návěsu liší v mnoha ohledech. Nelze například nejdřív za nákladní automobil zapřáhnou přívěs a až poté návěs. Pokud chceme využít obou možnosti, musíme nejdříve napojit návěs a za něj až přívěs. Přívěs na rozdíl od návěsu zatěžuje jen minimálně tahač svou celkovou hmotností.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

3 Nákladní přeprava

„Problematika nákladní přepravy je rozvedena podle základních charakteristik všech jejích oborů (železniční, silniční, letecké, říční, námořní) a druhů (zde multimodální a potrubní). „[11]

Podle mého názoru jsou všechna odvětví nákladní přepravy velmi důležitá. Aby vše fungovalo jak má, nesmí být vyjmut žádný druh nákladní přepravy. Např. o potrubní dopravě se příliš nemluví, ale jiným způsobem než přes potrubí by se nedalo přepravovat takové množství ropy a plynu do celého světa. Přeprava ropy je možná námořní a říční dopravou, ale tato možnost je znatelně pomalejší, dražší a hlavně ekologicky nebezpečnější. Rozbor základních vlastností nalezneme v následující tabulce. Dnes a denně slyšíme o haváriích tankerů a o ekologických katastrofách. Přednosti a nedostatky jednotlivých druhů doprav nalezneme tabulce.

Tabulka 1 – Základní vlastnosti vybraných druhů dopravy[12]

DOPRAVA	Nákladnost	Rychlost	Pružnost	Kvalita	Frekvence
Silniční	V	V	VV	S	VV
Železniční	N	S	N	VN	N
Vodní	VN	VN	N	S	N
Letecká	VV	VV	V	V	N
Potrubní	N	N	VV	VV	P

Vysvětlivky:	VV..velmi vysoká V..vysoká	S..střední N..nízká	VN..velmi nízká P..plynulá

[11] NOVÁK, R., PERNICA, P., SVOBODA, V., ZELENÝ, L., *Nákladní doprava a zasílatelství*, s. 266.

[12] SIXTA, J., MAČÁT, V., *Logistika – teorie a praxe*, s. 166

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

Tabulka 2 – Přednosti a nedostatky jednotlivých druhů dopravy[13]

Doprava	Předností	Nedostatky
Silniční	- rychlost - spolehlivost - schopnost zabezpečit přímou přepravu - různorodost vozového parku - vzájemná nezávislost jednotlivých přeprav - lepší ochrana zboží	- rychle rostoucí náklady s přepravní vzdáleností - značná závislost na počasí - dopravní kongesce - problémy se současnou přepravou velkého množství zboží - negativní vliv na životní prostředí - velká nehodovost
Železniční	- možnost současné přepravy většího množství zboží v ucelených vlacích - nízké náklady pří větších přepravních vzdálenostech - možnost rychlejšího průjezdu městskými a průmyslovými aglomeracemi a přes hranice	- menší možnosti zabezpečení přímé dopravy - menší pravidelnosti a spolehlivost - menší přizpůsobivost měnicím se požadavkům - značná ovlivnitelnost celé železniční sítě při nehodách a provozních poruchách
Vodní	- velmi nízké náklady na přepravu - velká kapacita dopravních prostředků - schopnost zabezpečit přepravu těžkých předmětů	- nutnost svozu a rozvozu jinými dopravními prostředky - nesoulad kapacit s dopravními prostředky navazujících doprav a nutnost skladování zboží - závislost na počasí (vodní stavy, mlha, mráz)
Letecká	- vysoká rychlost - jednodušší balení - schopnost přepravovat zboží bez otřesu	- vysoká cena - závislost na počasí a někdy z toho vyplývající nepravidelnost - omezená kapacita - nutnost zabezpečení pozemní dopravy, která snižuje rychlost
Potrubní	- vysoká spolehlivost a kapacita - šetrnost k životnímu prostředí - poměrně nízké náklady	- značné investiční náklady - nevhodná pro menší množství - problémy při změně druhu přepravovaných substrátů

3.1 Silniční nákladní přeprava

„Silniční nákladní přeprava patří celosvětově k nejprogresivněji se rozvíjejícím dopravním oborům. Jejími základními přednostmi je především relativní rychlost, dostupnost, operativnost, rychlá přizpůsobivost změnám poptávky a schopnost

[13] SIXTA, J., MAČÁT, V., *Logistika – teorie a praxe*, s. 167

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

de facto bezproblémově realizovat systém přeprav „ Z domu do domu“. Její význam a podíl na světovém přepravním trhu stále roste.“[14]

Silniční nákladní přeprava přitom z řady hledisek dlouhodobě prodělává celosvětovou krizi. Z makroekonomického hlediska je silniční přeprava vždy dražší než železniční přeprava. [15]

„Relativně samostatnou částí silniční nákladní přepravy je mezinárodní silniční nákladní doprava. Její majoritní část, která je prováděna vozidly (resp. Jejich soupravami) o užitné hmotnosti nad 3,5 tuny, je v praxi nazývána mezinárodní kamionovou dopravou.“[16]

3.2 Železniční nákladní přeprava

„ČR disponuje železniční sítí patřící k nejhustším v Evropě. V posledních letech však využití sítě pokleslo.“ [17] „České dráhy již dlouhodobě trpí strategickým nedostatkem financí, ale mnohdy i jejich efektivního využívání.“ [18] „Významným nedostatkem Českých drah je také struktura a stav vozového parku, přestože se do provozu postupně uvádějí nákladní vozy splňující požadavky současného železničního přepravního trhu a vyhovující podmínkám stanoveným pro přepravu ve vyspělých členských státech EU.“[19]

3.3 Letecká nákladní přeprava

„Přednosti letecké přepravy spočívají především v její rychlosti a v relativní spolehlivosti a bezpečnosti. Z ekologického pohledu je letecká doprava značně

[14] NOVÁK, R., PERNICA, P., SVOBODA, V., ZELENÝ, L., *Nákladní doprava a zasílatelství*, s. 180.
[15] Srov. Tamtéž.
[16] Tamtéž, s. 181,
[17] NOVÁK, R., PERNICA, P., SVOBODA, V., ZELENÝ, L., *Nákladní doprava a zasílatelství*, s. 199.
[18] Tamtéž.
[19] Tamtéž, s. 200

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

nepříznivá.“[20] V poslední době význam této přepravy celosvětově stoupá, přičemž letecká přeprava v ČR prodělává v posledním období prudký rozvoj. [21]

Vzdušný prostor nad Českou republikou kontroluje Řízení letového provozu ČR, s. p. Hlavní prioritou této instituce je bezpečnost letového provozu nad územím ČR.

„Na území ČR je v provozu několik mezinárodních letišť, jejichž správa je v kompetenci České správy letišť, a. s. Naše nejvýznamnější civilní letiště Praha – Ruzyně prochází dlouhodobou generální přestavbou zahrnující jeho značné rozšíření.“[22]

3.4 Říční nákladní přeprava

„Území našeho státu trpí nedostatkem splavných říčních toků. Z této situace vyplývají i relativně omezené možnosti využívání říční – někdy též vnitrozemské vodní – přepravy v našich podmínkách. Přestože říční přeprava zajišťuje naše přirozené spojení s evropskými námořními přístavy, je ekologicky velmi čistá a má nižší provozní náklady (tzn. i nižší přepravné), přesto má v celkové přepravní bilanci ČR jen omezený význam.“[23]

„Komerčně splavnou říční vodní cestou je na našem území pouze Labe a Vltava (resp. Úsek Labe: od státní hranice ČR se SRN až po Chvaletice a Vltavy: od úseku mezi jejím soutokem s Labem do Prahy, resp. Na Slapy a část Berounky do přístavu Praha – Radotín).“[24]

3.5 Námořní přeprava

Námořní přeprava je nejdůležitější, nejrozšířenější a nejsložitější obor lidské činnosti, který souvisí s přemisťovaným nákladem.[25] „Dopravu po mořích a oceánech provádějí námořní lodě (plavidla) dělící se podle nejrůznějších hledisek.

[20] Tamtéž, s. 235
[21] Srov. tamtéž
[22] Tamtéž, s. 236
[23] NOVÁK, R., PERNICA, P., SVOBODA, V., ZELENÝ, L., *Nákladní doprava a zasílatelství*, s. 249
[24] Tamtéž.
[25] Srov. tamtéž, s. 254

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

Nákladní obchodní lodě se dále dělí podle charakteristiky přepravovaného substrátu na:

- plavidla pro suchý náklad
- plavidla pro tekutý náklad, tj. tankery“[26]

„ Námořní přeprava se jako samostatný obor přepravy dělí podle dvou zásadních hledisek.

Podle způsobu (nasazení či provádění) plavby na:

- pobřežní (tzv. kabotážní či coastrovou)
- dálnou (oceánskou)

a podle obchodně – provozního nasazení plavidel – někdy také podle tzv. „ způsobu zaměstnání“ na:

- liniovou (pravidelnou)
- trampovou (svobodnou, toulavou, nepravidelnou apod.).“[27]

3.6 Multimodální přeprava

„ Mezinárodně používaná terminologie definuje tyto přepravy

- multimodální přeprava – přeprava využívající alespoň dva dopravní obory
- intermodální přeprava – přeprava jedné přepravní jednotky pomocí několika dopravních oborů aniž by došlo k manipulaci s jejím obsahem
- kombinovaná přeprava – intermodální přeprava s převažující železniční, říční, námořní či leteckou dopravou, kdy počáteční a konečná silniční doprava je podle možností co nejkratší.“[28]

„Základními výhodami intermodálních a kombinovaných přeprav jsou:

- zvýšení bezpečnosti a ochrany přepravovaného zboží,
- zvýšení racionalizace, efektivnosti a rychlosti manipulačních operací,
- racionalizace obalů jednotlivých přepravovaných zásilek,
- mezinárodní unifikace používané techniky,
- snížení přepravních nákladů.“[29]

[26] Tamtéž
[27] Tamtéž, s. 255
[28] NOVÁK, R., PERNICA, P., SVOBODA, V., ZELENÝ, L., *Nákladní doprava a zasílatelství*, s. 261-262
[29] Tamtéž, s. 262

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

„Celosvětově všeobecné nejrozšířenější multimodální přepravou je přeprava kontejnerová.

Základním prvkem těchto přeprav jsou přepravní jednotky – kontejnery – mezinárodně standardizovaných parametrů.“[30]

3.7 Přeprava produktovody (potrubní přeprava)

„Mezinárodní potrubní přeprava tekutých a plynných paliv patří k nejmodernějším, ekologicky nejpřijatelnějším a nejhospodárnějším druhům přepravy.“[31]

„Velmi vysoký stupeň mechanizace a automatizace přepravních manipulací zvyšuje produktivitu práce při minimálním počtu pracovníku.“[32]

„Naši i celosvětová praxe využívá tuto přepravu zejména pro přepravu ropných derivátů a zemního plynu. Přepravní podmínky mezinárodních potrubních přeprav jsou zakotveny v konkrétních mezistátních dohodách. Tyto dohody zpravidla pojednávají o výstavbě, provozu a správě konkrétního produktovodu.“[33]

„ČR v současnosti využívá potrubní přepravy ropy ze Sibiře (ropovod Družba), který dále vede do SRN a přes Slovensko (resp. Maďarsko) do Rakouska a ropovodu z Ingolstadtu v SRN. Ropovod Adria vedený do bývalé ČSSR z přístavu dříve jugoslávského námořního přístavu Rijeka nebyl prakticky nikdy zprovozněn.

Plynovod Orenburg k nám přivádí zemní plyn za Sibiře.“[34]

[30] Tamtéž, s. 263
[31] Tamtéž, s. 265
[32] NOVÁK, R., PERNICA, P., SVOBODA, V., ZELENÝ, L., *Nákladní doprava a zasílatelství*, s. 265
[33] Tamtéž.
[34] Tamtéž.

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

4 Logistika

„Logistika (z franc. logis, ubytování) znamená původně přechodné ubytování a zásobování vojska.[1] Souvislost se slovem logika je tedy pouze zdánlivá.
Dnes se užívá v několika významech:

- logistika jako nauka, která se zabývá fyzickými toky zboží či jiných druhů zásob od dodavatele k odběrateli a informačními toky v písemné nebo i ústní podobě.
- logistika jako soubor činností, jejichž úkolem je zajistit, aby bylo správné zboží ve správném čase, ve správném množství, ve správné kvalitě na správném místě a se správnými náklady.

Logistika se zabývá toky zboží, peněz a informací jak mezi dodavatelem a odběratelem, tak také uvnitř jednotlivých firem, a to včetně různých systémů skladování zásob. Účelem celého oboru je tyto toky optimalizovat tak, aby představovaly pro firmu co nejmenší náklady.“ [35]

4.1 Přepravní náklady

„Logistickou činností s velmi důležitým významem je vlastní přesun materiálu a zboží z místa vzniku do místa spotřeby, případně až do konečného místa jejich likvidace. Zajištění přepravy zahrnuje výběr způsobu přepravy (např. letecké, železniční, vodní, nákladní automobilové nebo potrubní), výběr přepravní trasy, zajištění toho, aby vše odpovídalo právním normám daného státu, a konečně výběr dopravce. V porovnání s ostatními logistickými aktivitami doprava často představuje největší samostatnou nákladovou položku.

Je nutné upozornit, že přepravní náklady vznikají i v rámci výrobního závodu, dokonce v rámci výrobních hal.

Hlavním činitelem přepravních nákladů jsou aktivity spojené s přepravou zboží. Výdaje, které se podílejí na zabezpečení přepravy, lze zkoumat z mnoha různých pohledů, a to v závislosti na tom, kdo analýzu provádí. Náklady lze členit podle zákazníků, vyráběných výrobků, typu kanálu atd. Náklady se významné mění

[35] Dostupné z < http://cs.wikipedia.org/wiki/Logistika > [online 22.2.2010]

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

v závislosti na objemu dodávky, hmotnosti dodávky, přepravní vzdálenosti, místu původu a místu určení. Dalším důležitým faktorem je zvolený druh přepravy.“[36]

4.2 Charakteristika dopravy v logistice a její funkce

„ V oblasti dopravy začala logistika nabývat na významu na přelomu 70. a 80. let minulého století, kdy došlo k deregulaci dopravního průmyslu. Nastal nárůst konkurence v rámci jednotlivých druhů doprav i mezi druhy navzájem. Přepravci získali více možností dopravy, stali se pružnější a konkurenceschopnější. Doprava jako taková zajišťuje přesun výrobků v prostoru, z místa výroby do místa spotřeby, a zvyšuje tak jejich hodnotu. Dále pak ovlivňuje rychlost a spolehlivost, s jakou se tento přesun uskuteční.

Včasné a kvalitní dodání výrobků zvyšuje přidanou hodnotu pro zákazníka a tím i úroveň zákaznického servisu. Náklady spojené s přepravou jsou ale jedny z největších v logistice a často se významnou měrou podílejí na ceně výrobků.

Zajišťování požadované úrovně zákaznického servisu je významnou součástí logistického řízení. Dopady přepravy na zákaznický servis jsou jedny z nejdůležitějších. Přepravní servis musí být především spolehlivý, významnou úlohu hraje doba přepravy a pokrytí trhu. Pro zákazníky je též významná pružnost v poskytování přepravních služeb a řešení ztrát či poškození.

Využití logistiky ve výrobních a obchodních organizacích klade na dopravní firmy, které chtějí logistické služby poskytovat, mnohé požadavky. Jestliže tyto firmy chtějí být na trhu úspěšné, musí se orientovat na logistické potřeby svých zákazníků, jejich výrobní proces, směnnost, charakter vyráběné produkce apod.

Doprava umožňuje propojení jednotlivých částí logistického řetězce. Tento úkol je pro dopravu podstatně jednodušší, pokud přepravní prostředky mohou plnit i určitě funkce manipulační, skladovací a obalové jednotky.“ [37]

„ Doprava je jednou z nejvýznamnějších složek logistického (dodavatelského) řetězce od dodavatelů surovin až ke konečnému spotřebiteli. Její funkcí je zabezpečit pohyb zboží v rámci oběhových i výrobních procesů. Je i významnou součástí spojovacího článku mezi výrobou a zákazníkem, kterou se zabývá fyzická distribuce

[36] SIXTA, J., MAČÁT, V., *Logistika – teorie a praxe*, s. 91
[37] SIXTA, J., MAČÁT, V., *Logistika – teorie a praxe*, s. 159

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

zboží. Doprava je záměrná pohybová činnost, která spočívá v přemístění věcí nebo osob prostřednictvím pohybu dopravních prostředků po dopravních cestách.

Jako realizátor fyzického přemístění je doprava významným intenzifikačním faktorem logistických řetězců. Její úlohou je optimálně uspokojovat přepravní potřeby v oblasti přemisťování lidí i hmotných statků. V oblasti hmotných statků zabezpečuje přemístění ve všech třech fázích reprodukčního procesu. Uspokojuje tedy potřeby přemisťování:

- ve sféře výroby, v jednotlivých fázích i mezi jednotlivými fázemi výroby až k finálnímu výrobku,
- ve sféře oběhu v rámci požadavků směny zboží a
- ve sféře spotřeby umožňuje pohyb výrobků.

Obecné lze doprav charakterizovat těmito zvláštnostmi:

- nutné přemístění (není možno skladovat) – výsledný efekt dopravy,
- vykazuje značnou časovou i směrovou nerovnoměrnost,
- je závislá na kapacitě dopravních cest i dopravních prostředků,
- uskutečňuje se na rozsáhlých územích a sítích,
- je silně vzájemně provázená a probíhá často nepřetržitě,
- je závislá na rozvoji výroby a ekonomické situaci dané oblasti a
- vyžaduje vysoké investiční náklady a dlouhou návratnost vložených investic,
- využívá mezinárodní spolupráci.

Podíl logistických nákladů, zahrnujících zásobování, skladování, balení a dopravu materiálu, na hrubém národním produktu se neustále zvyšuje. Výše logistických nákladů ne celkových nákladech na výrobu zboží je přímo úměrná hospodářské vyspělosti jednotlivých zemí.

Vztah logistických nákladů v procentech je následující:

Tabulka 3 – Skladba logistických nákladů „ [38]

Činnosti	**Podíl nákladů [%]**
Doprava	29
Balení	12
Administrativa	11
Převzetí a odeslání	8
Zpracování objednávky	6
Skladování, manipulace, správa, údržba	34

[38] SIXTA, J., MAČÁT, V., *Logistika – teorie a praxe*, s. 161 - 162

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

5 Marketing v dopravě

„ Moderní dopravní podnik musí za základní východisko své činnosti považovat potřeby a přání subjektů (přepravců a cestujících), kterým jsou určeny jeho služby. K tomu podnik využívá marketing. Jde o nástroj umožňující podniku zjistit neuspokojené potřeby a přeměnit je do podoby nabídky svých služeb a jejich prostřednictvím realizovat zisk.

Cenová politika v dopravě má působit v těchto základních směrech:

- uhradit vlastní náklady přepravy a zajistit výchozí podmínky pro rentabilitu jednotlivých subjektů na straně nabídky na dopravním trhu,
- zamezit ničivé konkurenci mezi jednotlivými dopravci a účinně působit na racionální přepravní a dopravní vztahy (např. formou koncesovaných živností),
- chránit zákazníka před možným vznikem monopolních cen a podporovat takové chování, které je v zájmu širších politických záměrů (v oblasti sociální, ekologické apod).

Bylo by možno jmenovat i další úkoly státu. Ty se však mohou měnit podle dlouhodobějších záměrů státu, ale i vznikat podle okamžité situace, kterou politika do hospodářství vnáší.

Spletitost vazeb na trhu a vývoj hospodářství působí neustálé změny v podmínkách, za nichž jsou ceny stanovovány. Účinnost státního působení na regulaci cen je v systémové provázanosti jeho kroků.“ [39]

5.1 Dopravní marketing

„Při realizaci marketingového přístupu v dopravním podniku je dobré si uvědomit, že nabízí službu, která je neskladovatelná. Znamená to, že každá příležitost, kdy byl zájem o přemístění, které jsme našimi prostředky neuskutečnili, je prakticky jednou provždy ztracena. To koresponduje s orientací podniku na maximalizaci tržeb jako základního cíle.

Nabízejí se různé marketingové koncepce dopravních podniků. Měly by vycházet z toho, že přepravce či cestující dobře zná nabízené služby na přepravním

[39] EISLER, J., *Ekonomika dopravních služeb a podnikaní v dopravě*, s.123

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

trhu a je si vědom vazby mezi cenou služeb a jejich technickými parametry (kvalitou přepravy).

První možností je nabídnout stejně kvalitní službu za nižší cenu. Druhou možností je nabídnout více než konkurence za stejnou cenu. Teprve tehdy, když se podaří rozpoznat takový segment trhu, který ukazuje nové potřeby a přání zákazníka, lze využít možnosti uspokojit tuto potřebu za cenu vyšší (třetí možnost). Příkladem může být nabídka jednodenních zájezdu do sousední ciziny, které jsou podnikány za účelem nákupů. Konkurovat lze nižší cenou, vyšší kvalitou při stejné ceně. Současně však může vzniknout požadavek jednodenních zájezdů na ojedinělé sportovní či kulturní akce. Vzhledem ke smyslu tohoto přemístění lze volit nabídku nových služeb (obstarání vstupenky), kterou lze zahrnout do ceny zájezdu.

Zvolená marketingová koncepce vytváří rámec pro tvorbu vhodné marketingové strategie. Často jich lze uplatnit i více, podle toho, jakou povahu má daný segment přepravního trhu, resp. Nabízená či poptávaná služba. Především se bude opírat o strategii integračního růstu, která znamená pevnější spojení s přepravci jako odběrateli přemístění (dopředná integrace). Zajisté lze doplnit tuto strategii o horizontální integraci, spočívající ve spolupráci s jinými dopravci a ve vytvoření dopravního systému (např. kontejnerového), který rozšiřuje možnosti uspokojování přepravních potřeb.

Tyto strategie lze doplnit o orientaci na intenzivní růst, např. jde o zintenzívněni reklamní kampaně, ale i o hledání rezerv a možností ve vlastní činnosti podniku a v aktivním přístupu k ceně (sezónní slevy, rabaty apod.). Pokud to výzkum přepravního trhu ukáže, potom samozřejmě nic nebrání zařadit nové služby do nabídky podniku (diverzifikace růstu).“ [40]

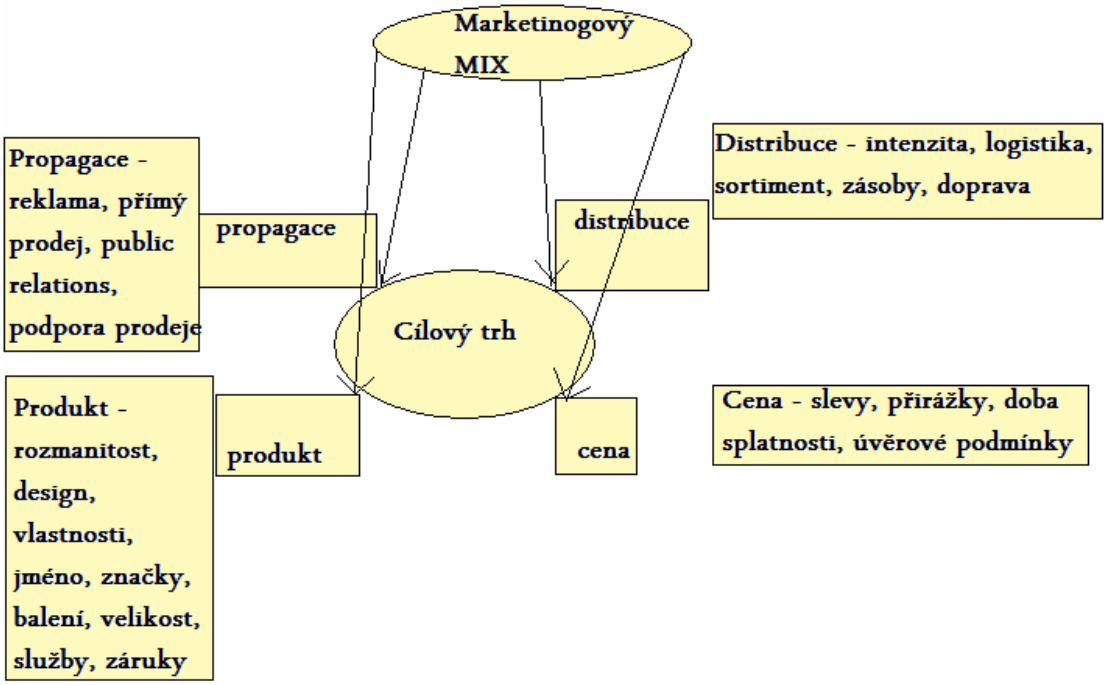
[40] EISLER, J., *Ekonomika dopravních služeb a podnikaní v dopravě*, s.124.

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

5.2 Marketingový mix

Marketingový mix je skryt pod značkou 4P. 4P jsou zkratky slov product, price, place, promotion.

Obr. 1 – Marketingový mix



Obr. 5

Produktem dopravního podniku je přemístění, které nelze vyrábět na sklad, skladovat. Veškeré výkyvy tržních požadavků je nutno řešit dostatečnou kapacitou (rezervou kapacity), tj. dostatkem dopravních prostředků, kapacity dopravních cest a odpovídající strukturu pracovních sil. Produkt dopravního podniku lez dále charakterizovat podle:

- sortimentu – resp. nabídky různých druhů služeb. Sortiment služeb, které nabízejí dopravní podniky, bývá značně omezen. Toto omezení je dáno především tím, že zásadní inovace musí vycházet především z potřeb zákazníků, které jsou ovšem často nevyzpytatelné. Oblastí omezení sortimentu tedy je, že často vlastně zákazník neví, nedokáže říci, co vlastně potřebuje.
- Image je pojem, který si každý a tedy i dopravní podnik velmi chrání. Jako příklad lze uvést dojem mezi značkou ČSAD a některou jinou soukromou

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

dopravní firmou. Image ČSAD stále převažuje nad dopravci s jiným názvem firmy.

- Ochranná známka hraje svou úlohu téměř podobně jako image.
- Design (provedení). Výtvarná a ergonomická úprava se setkává s ohlasem u přepravců a cestujících často.
- Obal není v základní přemísťovací službě významný.
- Záruky jsou obvykle zárukou kvality. V dopravním podnikání nebývají záruky nijak významné, ale postupně dochází k jejich širšímu uplatnění. Jde o záruky včasnosti a spolehlivosti dodání zásilky obecně, ale především v systému „just in time“. V mezinárodní kamiónové dopravě se uplatňuje záruka za včasnou přepravu.
- Služby v podnikání v dopravě jsou ve smyslu záručních oprav a dalšího servisu sebou samými. Pokud budeme uvažovat o službách ve smyslu hmotných statků, potom jde o servis, opravy, poradenskou činnost aj. V dopravě lze však významné uplatnit zasílatelské služby, což jsou aktivity spojené s poskytováním celních, skladovacích, překládacích a jiných služeb. [41]

„Správná cena je další částí marketingového mixu dopravního podniku. Na kvalitě tvorby cen závisí optimální provozně ekonomické řízení podniku. Ceny a jejich vývoj jsou významnou složkou při projektování hospodářského vývoje, při operativním rozhodování i při hodnocení hospodářských výsledků podniku. Plánování v oblasti cen má za úkol podporovat zamýšlené změny ve struktuře nabídky, využívat jejich pohybu při dosahování rovnováhy na trhu a sledovat tendence ve vývoji nejen v lokálním měřítku, ale i v oblasti světových cen.

Dopravce musí cenu za přepravu volit s ohledem na svoje náklady, výnosy a zisk. To vše ovšem souvisí s kvalitou.

Kvalita dopravních služeb je pro zákazníka dopravního podniku dána mnoha parametry, které jsme obecně nazvali kvalitou přemístění.

V dopravě existuje základní konkurenční nevýhoda při tvorbě cen v tom, že některé podniky mají v současné době (a to nejen v České republice) v nákladech zahrnuty náklady na dopravní cestu (např. České dráhy) a jiné nikoli nebo neúplně (např. silniční doprava). To nevytváří rovné podmínky na trhu, které by vytvořily spravedlivé podmínky pro dopravce ve všech druzích doprav.“[42]

[41] Srov. tamtéž, s. 125-126
[42] EISLER, J., *Ekonomika dopravních služeb a podnikaní v dopravě*, s. 126-127.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

„Místo (place) je vlastně podílem dopravy na oběhu zboží a dopravě osob v národním hospodářství a společnosti vůbec. Doprava je z pohledu místa vlastně součástí celkvé marketingové koncepce jakéhokoli zákazníka.

Místo určení je důležité pro každého výrobce, protože je vázáno na místo spotřeby. V tomto smyslu je tedy třeba chápat třetí „P“ (place), které spočívá na rozhodnutí zákazníka a v dopravním podnikání je vlastně zdvojeno. Jednak se jedná o potřebu jiných výrobců přemístit svůj produkt na místo spotřeby bez ohledu na dopravce, jednak se jedná o výběr dopravce vzhledem k jeho schopnosti takovému požadavku vyhovět.

Podnik vyrábějící hmotné statky nebo „přemístitelné“ služby (opravy strojů apod.), je vázán na dopravu. Tu může uskutečnit buď pomocí vlastní (závodové, resp. neveřejné) dopravy nebo si najme tuto službu u některého dopravce, tj. dopravního podniku poskytujícího přepravní služby za úplatu. Záleží na kvalitě řízení, organizaci a kvalitě dopravních služeb, které z hlediska „místa“ zákazní zvolí.“[43]

„ Podpora a podněcování prodeje (promotion) znamená v podstatě komunikaci se zákazníkem a stimulaci prodeje. Děje se tak především pomocí propagace. Mezi hlavní složky propagace (komunikačního mixu) patří:

- reklama,
- podpora prodeje,
- osobní prodej,
- Public Relations.

Jde o formy komunikace podnikatele, který používá k informování, přesvědčování či ovlivňování zákazníků. Cílem je usnadnit na trhu směnu statků, a to skrze přesvědčení zákazníka o potřebě a přijetí našeho výrobků či služby.

V dopravním podnikání se uplatňují všechny složky, vzácnou výjimkou je však osobní prodej. Pokud se týká reklamy, potom je zaměřena spíše na širší okruh zákazníků, podpora prodeje se týká cílových skupin (slevy pro týdenní, měsíční dojíždění do školy či do práce).

Publicita slouží nepřímo, znamená např. děkovné či odmítané dopisy, které jsou nezávisle na naší vůli otištěny či zveřejněny v komunikačních médiích. Publicita přispívá k vytváření image (dojmu, pocitu), společnosti. Velký dojem přes všechny své nedostatky má např. železniční doprava, resp. České dráhy nebo podniky silniční dopravy označené ČSAD. Uvědomíme-li si 4P marketingového mixu v dopravě, potom lez přistoupit k marketingovému průzkumu trhu.“[44]

---

[43] EISLER, J., *Ekonomika dopravních služeb a podnikaní v dopravě*, s. 127.
[44] Tamtéž, s. 127 - 128

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

5.3 Marketingový výzkum

„Při marketingovém výzkumu přepravního trhu je třeba brát v úvahu, že tento trh je odrazem spotřebního trhu a je prostorově neohraničen. Nástrojem marketingového výzkumu bývá marketingový průzkum. Někdy však oba termíny splývají.

Přepravní požadavky v nákladní dopravě vznikají v místě výroby nebo v místě, z něhož vede distribuce na spotřební trh. Poloha spotřebního trhu představuje směr odbytu přepravní produkce, proto výsledná poloha přepravního trhu je dána přepravním proudem zboží. Sledování polohy přepravního trhu lez provádět z hlediska:

- minulého vývoje (průzkumem od stolu)
- současného vývoje (průzkumem od stolu i v poli),
- příštího vývoje (převážně průzkumem v poli s respektováním poznatků průzkumu od stolu při sledování dosavadního vývoje).“[45]

[45] EISLER. J., *Ekonomika dopravních služeb a podnikání v dopravě*, s. 128.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

6 Souhrnný přehled o silniční nákladní dopravě

V následující tabulce nalezneme souhrnný přehled, který nám ukazuje například přepravu zboží podle druhu dopravy či podle způsobu provozování.

Tabulka 4 – Souhrnný přehled o silniční nákladní dopravě za rok 2009 [46]

	1.Q	2.Q	3.Q	4.Q	Od počátku roku
Přeprava zboží celkem (tis.tun)	***60 582***	***97 415***	***112 379***	***99 738***	***370 115***
podle druhu dopravy					
vnitrostátní	51 515	85 748	100 349	87 441	325 052
mezinárodní celkem	9 067	11 668	12 030	12 297	45 062
v tom: vývoz	4 010	4 779	4 869	4 925	18 582
dovoz	2 984	3 891	3 802	4 196	14 873
třetizemní s tranzitem přes ČR	458	536	418	467	1 880
třetizemní bez tranzitu přes ČR	1 615	2 462	2 941	2 709	9 727
podle způsobu provozování					
na cizí účet	39 786	65 166	75 973	71 328	252 253
na vlastní účet	20 796	32 250	36 406	28 410	117 861
Přepravní výkony (mil.tkm)	***9 161***	***11 911***	***11 792***	***12 091***	***44 955***
podle druhu dopravy					
vnitrostátní	2 458	3 615	3 707	3 722	13 502
mezinárodní celkem	6 703	8 296	8 085	8 368	31 452
v tom: vývoz	2 594	3 121	2 935	3 077	11 726
dovoz	2 254	2 600	2 404	2 619	9 877
třetizemní s tranzitem přes ČR	514	632	514	642	2 302
třetizemní bez tranzitu přes ČR	1 342	1 943	2 232	2 030	7 547
podle způsobu provozování					
na cizí účet	8 417	10 853	10 600	11 245	41 115
na vlastní účet	744	1 058	1 192	845	3 839
Průměrná přepravní vzdálenost (km)	***151,2***	***122,3***	***104,9***	***121,2***	***121,5***
podle druhu dopravy					
vnitrostátní	47,7	42,2	36,9	42,6	41,5
mezinárodní celkem	739,3	711,0	672,1	680,5	698,0
v tom: vývoz	646,8	653,1	602,8	624,8	631,0
dovoz	755,2	668,3	632,2	624,2	664,1
třetizemní s tranzitem přes ČR	1 121,1	1 178,8	1 229,6	1 374,1	1 224,6
třetizemní bez tranzitu přes ČR	831,1	789,0	759,0	749,3	775,9
podle způsobu provozování					
na cizí účet	211,6	166,5	139,5	157,7	163,0
na vlastní účet	35,8	32,8	32,7	29,8	32,6

Předběžné údaje k 11.3.2010 Zdroj: MD

[46] Dostupné z < http://www.sydos.cz/cs/ctvletpr.htm > [online dne 27.4.2010]

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

Praktická část:

1 Charakteristika a historie firmy Stavebniny u komína

Firma Stavebniny u komína vznikla v roce 2001. Dostala název podle komína, který se nachází přímo v areálu sídla společnosti v Olomouci na ulici Dolní Novosadská.

Byla zapsána do obchodního rejstříku vedeného krajským soudem v Ostravě dne 17. prosince 2003 v oddílu C, složce 26771 jako společnost s ručením omezeným.

Jejím prvotním záměrem bylo podílet se na spokojenosti zákazníků v oblasti stavebnictví. V pozdější době však svoje služby rozšířila a nyní má následující předměty podnikání:

- provádění staveb, jejich změny a odstraňování,
- silniční motorová doprava - nákladní vnitrostátní provozovaná vozidly o největší povolené hmotnosti do 3,5 tuny včetně,
- nákladní vnitrostátní provozovaná vozidly o největší povolené hmotnosti nad 3,5 tuny,
- nákladní mezinárodní provozovaná vozidly o největší povolené hmotnosti do 3,5 tuny včetně,
- nákladní mezinárodní provozovaná vozidly o největší povolené hmotnosti nad 3,5 tuny.

Jako jednatel firmy vystupuje pan Jindřich Neděla. Firma má základní kapitál ve výši 200 000Kč.

Obr. 2 – Logo firmy [47]

[47] Zdroj: interní materiály firmy.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

1.1 Organizační struktura

Firma je rozdělena na zhruba tři stejně velké divize, kterými jsou stavebniny, stavební firma a stavební doprava. Toto rozdělení a uspořádání nabízí celou řadu výhod a synergetických efektů.

Pod záštitou tohoto rozdělení se schovává ještě další, velmi důležité rozdělení firmy na jednotlivá střediska. Dělení firmy na střediska zvyšuje kvalitu kontroly financí a mnoha dalších aspektů. Každé středisko ve své podstatě hospodaří samo a při analýze jednotlivých středisek můžeme lépe rozpoznat, které odvětví nám vynáší více a které je na tom naopak hůře. Organizační strukturu nalezneme níže.

Hlavní centrála firmy se nachází v Olomouci. Další pobočky jsou v Prostějově, Lutíně a v Hněvotíně.

Hlavním a společným střediskem je servisní středisko, které spadá pod vedení ekonomického ředitele, ale i obou majitelů firmy. Toto středisko zajišťuje chod celé firmy od ekonomiky podniku, personální činnosti až po nákup a zajištění kancelářských potřeb. Pod servisní středisko dále můžeme zařadit dalších 5 středisek, která jsou všechna na stejné úrovni.

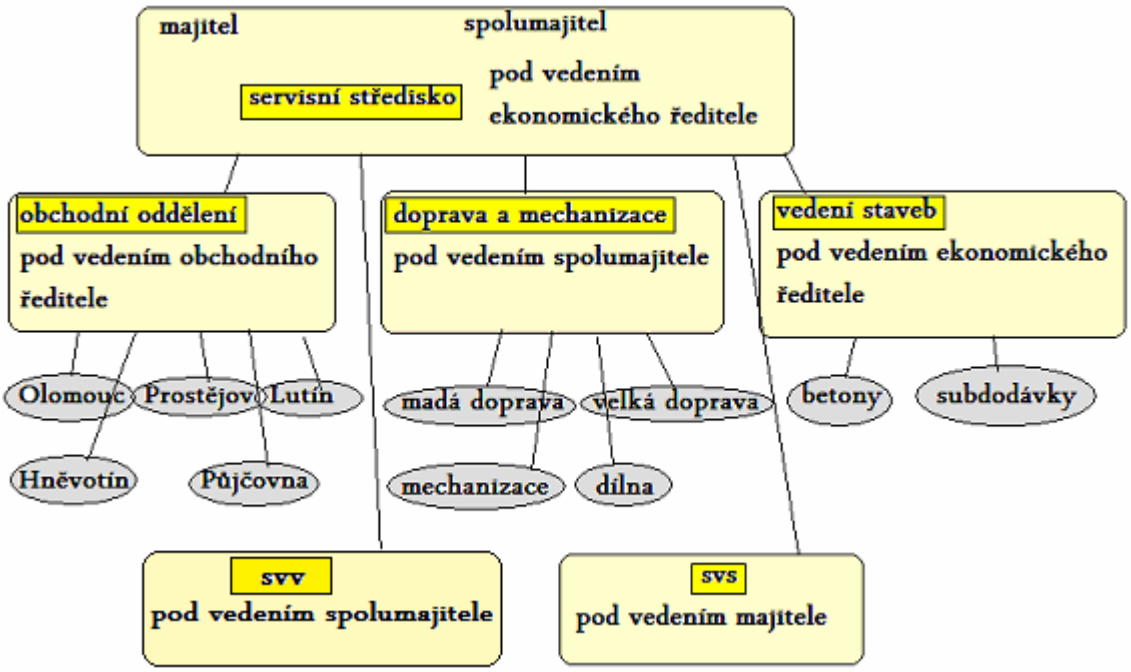
Obchodní oddělení zajišťuje logistiku podniku, skladování zásob a hlavně obchodní záležitosti divize stavebniny. Toto středisko spadá pod vedení obchodního ředitele.

Středisko doprava a mechanizace se zabývá dopravou a strojními pracemi. Vedení střediska má na starosti spolumajitel firmy. Nalezneme ho v divizi stavební doprava. Toto středisko nezajišťuje pouze rozvozy pro firmu samotnou, ale ve větší míře spíše dopravu pro externí zákazníky.

Dalším střediskem je vedení staveb, které se stará o dopravu betonů a zajišťování subdodávek. Spolu se servisním střediskem ho vede ekonomický ředitel. Střediska svv a svs jsou pod vedením spolumajitele a majitele firmy. Znamenají stavební výrobu vodorovnou a stavební výrobu svislou.

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

Obr. 3 – Organizační struktura firmy [48]



1.2 Nabízené služby

Firma má z hlediska nabízených služeb čtyři hlavní divize, kterými jsou stavebniny, stavební činnost, nákladní doprava a půjčovna nářadí.

Do divizí můžeme zahrnout služby v podobě odborného poradenství, dopravy materiálu, kompletního sortimentu pro výstavbu rodinných domů, půjčovnu nářadí na stavby, skládání materiálu technikou i výpočet materiálu, kde bude upřesněna orientační spotřeba materiálu dle potřeby zákazníka.

Mezi sortiment divize stavebniny můžeme zahrnout sypké materiály, betony, lícové cihly, hydroizolace, železo, komíny, střešní krytiny, obklady a dlažby, okna a dveře atd.

Do stavebních činností můžeme zahrnout stavby rodinných domů na klíč, hrubé stavby, demolice, základy, rekonstrukce, přístavby, komunikace, parkoviště, fasády, ploty atd.

Nákladní doprava oplývá širokými možnostmi. Jsou zde nabízeny valníky, podvalníky, sklopky, kontejnery, autodomíchávače, hydraulické ruky, nadměry a mezi stroje můžeme zařadit nakladače, kolové bagry, traktorbagry, jeřáby a vysokozdvižné vozíky.

[48] Zdroj: interní materiály firmy

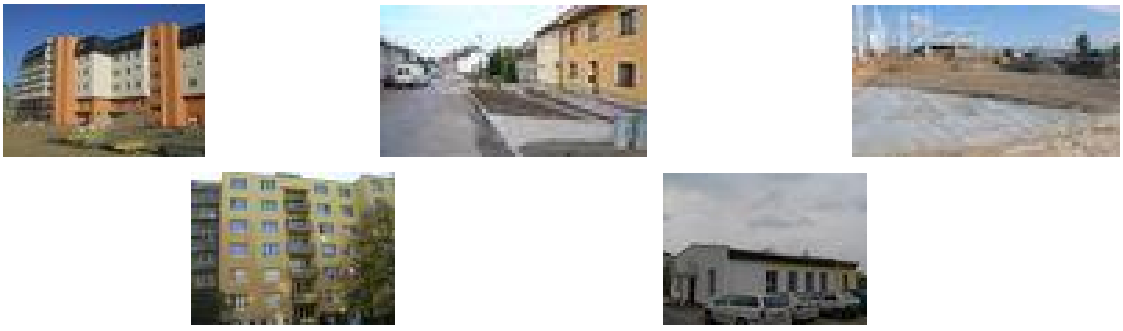
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

Půjčovna nářadí je specifickou divizí. Podle mého názoru tohoto oddělení nejvíce využijí lidé, kteří si například sami rekonstruují nebo staví dům. Pro stavební úpravy je potřeba mnoho drahých strojů a nářadí, který si zákazník může pouze vypůjčit a nemusí si je pořizovat. Zaměstnanci proškolí zákazníka k používání stroje, odvezou stroj přímo na stavbu a při dlouhodobých pronájmech je poskytována sleva. Samozřejmě také nechybí rada s výběrem vhodného stroje.[49]

1.3 Významné stavby firmy

Mezi významné stavby firmy v olomouckém kraji můžeme zařadit například respitní centrum, agropenzión, komunikace v obci Hněvotín, park Malého prince, DHL Olomouc, fasádu domu v Olomouci či stavbu autobazaru, viz. obrázek níže.
Firmě se daří získávat lukrativní zakázky v olomouckém kraji, což jim pomáhá ve spolupráci s největšími firmami v jejím oboru, jakou jsou například Skanska, Gemo nebo Cemex.

Obr. 4 – Významné stavby firmy [50]



1.4 Politika jakosti a enviromentální politika

Mezi základní priority organizace patří dosažení toho, aby se stala vyhledávaným obchodním partnerem a dodavatelem produktů ve svém oboru, u kterého bude vytvořen pocit jistoty, jak pro zákazníka, tak i pro pracovníky organizace.

[49] Zdroj: interní materiály firmy
[50] Zdroj: interní materiály firmy

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

Vzhledem k životnímu prostředí je prioritou firmy prevence proti znečišťování a minimalizace negativního působení na jednotlivé složky životního prostředí. Firma vlastí certifikáty ČSN EN ISO 9001:2001 a ČNS EN ISO 14001:2005, z jehož požadavky se ztotožňuje, tj. s principy účinného zavádění a neustálého zlepšování efektivnosti integrovaného systému managementu a zdokonalování řízení všech procesů ovlivňujících jakost v celé organizaci.

Mezi hlavní cíle organizace patří maximální uspokojování zákazníků produkty, které svou vysokou úrovní splní nebo předčí jejich požadavky. Firma ctí motto, že dobře odvedená práce je nejlepší reklamou a motivací pro zákazníka, na jehož zakázkách závisí budoucnost.[51]

1.5 Významní partneři

Významní partneři jsou pro firmu velice důležití, protože představují významnou část zisků a zakázek, které firma provádí. Mezi významné obchodní partnery můžeme zařadit firmy typu Skanska, Gemo, ČEZ logistika, Pedop, Joli, Swietelský, Leština, Presbeton či Wienerberger. Tyto firmy jsou převážně ze stejného oboru jako samotná firma. Nemůžeme však opomenout i další menší zákazníky, kteří firmě přinášejí také zisky a bez kterých by firma existovat nemohla. [52]

[51] Zdroj: interní materiály firmy
[52] Zdroj: interní materiály firmy

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

2 Nákladní automobilová doprava

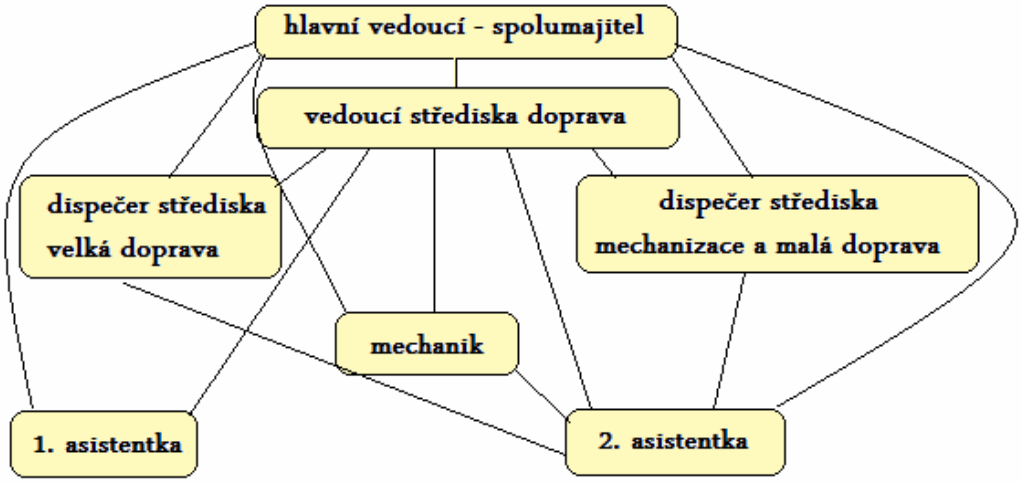
Středisko nákladní dopravy je z převážné většiny zcela samostatně fungující. Ve své podstatě největší část rozvozů a zakázek má středisko samostatně bez ohledu na zakázky celé firmy. Samozřejmě, že rozváží například materiál či stroje na stavební zakázky firmy, ale tato činnost není pro fungování tohoto střediska prioritou. Pokud se jedná o firemní rozvozy, největší podíl najdeme při rozvozech písků na pobočky v Olomouci, Prostějově, Lutíně nebo Hněvotíně. Nákladní doprava je v podstatě taková malá firma uvnitř větší. Její největší podíl je složen z rozvozů pro externí firmy a zákazníky. Vzhledem k rozsáhlému vozovému parku, nemá středisko nákladní dopravy problém dostát požadavkům externích zákazníků. Je velmi vyhledávána ve svém oboru pro svoji pružnost, spolehlivost, rychlost a bezproblémovost. Pokud zákazník potřebuje odvést něco ze dne na den, organizační struktura a vytížení vozidel jsou přizpůsobeny k tomu, aby mu bylo vyhověno v každé situaci. U mnoha jiných firem v tomto oboru může nastat z tohoto hlediska problém.

2.1 Organizační struktura

Hlavním vedoucím střediska je spolumajitel firmy, pod kterým pracuje vedoucí střediska velká doprava. Dispečer mechanizace a malé dopravy si řídí auta i zpracovává výkazy jízdy sám. Velká doprava má svého samostatného dispečera, který řídí auta nad 3,5 tuny. Každý druhý víkend přebírá dispečink sám spolumajitel. Vedoucí velké dopravy má k dispozici 2 asistentky, které napomáhají s papírovými pracemi, tj. zpracovávání výkazu jízdy, fakturace protokolů velké dopravy, malé dopravy i mechanizace atd. Jako poslední článek můžeme označit mechanika, který se stará o údržbu vozidel a o jejich platné doklady (např. kontroluje technické prohlídky, zařizuje servis). Přehlednou organizační strukturu nám zobrazuje obrázek číslo 5.

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

Obr. 5 – Organizační schéma střediska [53]



2.2 Vozový park

Firma má rozsáhlý vozový park s řadou speciálních vozidel sestavených na míru. V současné době však vlastní pouze tři (Man, Avia a Tatra)z celkového počtu 22 aut. Ostatní jsou prozatím ve vlastnictví leasingových společností. V nákladní dopravě nalezneme valníky, podvalníky, sklopky, kontejnery, autodomíchávače i hydraulické ruky. Například hydraulické ruky jsou tři. Do 7 metrů, do 15 metrů a do 22 metrů. Nalezneme je na vozidle Volvo nebo Man, přičemž jen vozidlo Man má hydraulickou ruku připevněnou nastálo. Vozidla na míru jsou sestavena tak, že se může měnit jejich použitelnost podle toho, která funkce vozidla je nejvíce požadována. Z jednoho vozidla může být vozidlo s hydraulickou rukou na převoz palet, při výměně návěsu může převážet stavební stroje (návěs Noteboom) či písky (vana).[54]

[53] Zdroj: interní materiály firmy
[54] Zdroj: interní materiály firmy

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

2.3 Financování vozového parku

Jak již bylo výše uvedeno, firma v současné době vlastní pouze tři z dvaadvaceti vozidel. Ostatní vozidla jsou ve vlastnictví leasingových společností. Firma využívá služeb VFS Financial Service, VB Leasing, ČSOB Leasing či Caterpillar Financial Service s tím, že přes leasingovou společnost Caterpillar Financial Service jsou financovány pouze stroje. Rozhodnutí firmy financovat vozový park přes leasingové společnosti spočívalo v ekonomické výhodnosti leasingu. Pokud by firma auta zakoupila hovotě, přišla by o možnost disponovat s kapitálem, který by vložila jednorázově do nákupu nebo o výhodu odečtu leasingových splátek z daňového základu.[55]

2.4 Nadměrné náklady

Firma má v termínu od 13.11. 2009 do 12.2.2010 ve vlastnictví tři povolení na nadměrné náklady, které vydalo ministerstvo dopravy v Hradci Králové dne 10.11.2009.

První povolení se týká vozidla Man SPZ:3M2 88-61 s největší povolenou hmotností do 47,35t, vozidla Volvo SPZ:3M5 72-38 do celkové hmotnosti soupravy maximálně 44,30t, vozidla Volvo SPZ:3M1 53-97 do celkové hmotnosti soupravy maximálně 45,87t a vozidla Volvo SPZ:3M9 55-58 do celkové hmotnosti soupravy maximálně 43,815t na přepravní trase silniční sítě na území České republiky po silnicích I., II. a III. třídy, rychlostních komunikacích a dálniční síti na území České republiky. Toto povolení je vydáno na maximální rozměry 25m do délky, 3m do šířky a 4,5m výšky.

Druhé povolení slouží na přepravu nadměrných nákladu pro vozidla Volvo SPZ:3M1 53-97 a SPZ:3M9 55-58 o maximálním zatížení do 48t a rozměrech 22m délka, 3,5m šířka a 4,5m délka.

Poslední povolení je vydáno pro stejné automobily jako povolení druhé s tím rozdílem, že maximální celková povolená hmotnost soupravy je až do 60t a rozměry

[55] Zdroj: interní materiály firmy

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

zůstávají nezměněné. Přepravní trasa na toto povolení je pro opakované přepravy na vybraných cestách.[56]

Více informací viz. Příloha č. 4

[56] Zdroj: interní materiály firmy

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

3 Marketing

Marketing znamená v podstatě byznys. Veškeré strategické plánování, které podnik prování je zahrnuto do marketingu. Dobrý marketing je jednou z nejdůležitějších schopností v byznysu, která se dá rozvíjet. Pokud má podnik dobrý marketing, je velice pravděpodobné, že se bude dobře rozvíjet a bude prosperovat. Je jasné, že na trhu bude vždy více služeb nabízených. Zákazník má tudíž možnost si vybrat, od které firmy si danou službu koupí. Firmy se budou snažit, aby byli těmi, od kterých si zákazník službu koupí a bude se k nim rád vracet. Jednoduše musí být schopny konkurence.

Hlavním účelem marketingu v podstatě není samotný prodej, ale schopnost informovat lidi o tom, co firma prodává a jaké služby poskytuje a proč by si danou službu či produkt měl koupit zrovna u naší firmy. Jeho účelem je ukázat, že náš výrobek nebo služba je na trhu nejlepší. Úkolem každé firmy je přitáhnout klienta na svoji stranu a marketing nám řekne, jak to nejlépe a nejefektivněji udělat. Další prioritou marketingu je zaměřit se na otázku, jakou cílovou skupinu máme jako firma oslovit. Například v nákladní dopravě nemá velký význam oslovovat skupinu lidí bydlících v panelových domech na velkých sídlištích, ale naopak skupinu lidí, kteří staví na vesnici nebo příměstských částech. Položme si otázku, co potřebují lidé na panelovém sídlišti odvést „těžkou technikou“. Naopak lidé, stavějící vlastní dům, potřebují na začátku stavby služby nákladní dopravy téměř nepřetržitě. Později se rozhodnou postavit si na zahradě bazén, vybudovat altánek či okrasnou zahrádku a na všechna tahle rozhodnutí většinou potřebují služby dopravních firem, které jim pomohou s převozem potřebného materiálu na místo určení.[57]

3.1 Marketingové aktivity firmy

„ Marketingovými aktivitami podnik zajišťuje, aby požadovaný (správný) produkt byl ve správném čase, za správnou cenu a se správnou distribucí a propagací nabízen na správném trhu (správným skupinám zákazníků).“[58]

[57] Zdroj: interní materiály firmy
[58] HABRABA. J., *Marketing. Produktový mix – tvorba inovací produktů*, s. 10.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

U marketingových aktivit je jednou z nejdůležitějších věcí jejich správné načasování a navázanost. Nemůžeme například zákazníky lákat na reklamu na internetových stránkách a odkazovat je na ně, když je ještě nemáme v provozu. Než začneme uskutečňovat nějakou marketingovou aktivitu, musíme mít hotové vše, co na ni navazuje. Všechny marketingové aktivity firmy by měly směřovat ke spokojenosti zákazníka a mělo by z nich být patrné, že na zákazníkovi nám opravdu záleží. Mnoho firem dělá velkou chybu v tom, že se nezaměřuje na správné aktivity.

Firma Stavebniny u komína, převážně její středisko nákladní dopravy, bere své marketingové aktivity vážně. Jedna z nejdůležitějších je zaměření na reklamu pomocí mnoha různých prostředků. Na webových stránkách naleznou zákazníci všechny potřebné informace k nákladní dopravě od vozového parku, fotografií aut, ceníku až po nejdůležitější kontakty. Tato reklama však není pro středisko ta nejdůležitější. Středisko nákladní dopravy se zaměřuje na reklamu na vozidlech. Tato vozidla jsou neustále v pohybu a firma spoléhá na to, že mnoho potencionálních zákazníků si této reklamy všimne. Tento způsob reklamy je podle mého názoru jeden z nejefektivnějších, které firma v současné době má.[59]

Dalším tahem firmy je tipování míst, na kterých budou v blízké budoucnosti probíhat různé stavební úpravy či výstavby. Pokud firma dostane informace k podobnému místu, snaží se protlačit reklamní billboardy a letáky právě na ono místo. Mezi další marketingové aktivity můžeme zařadit účasti střediska nákladní dopravy na veletrzích a též na Truckfest 2008. Mezi nejvýznamnější veletrhy, kterých se firma účastnila, můžeme zmínit například Stavotech na výstavišti Flora Olomouc. V minulém roce firma působila na veletrhu společně s firmou Schiedel, a. s. Stavební část firmy jsme mohli najít ve vnitřním pavilonu. Na tomto stavebním veletrhu probíhala soutěž, jejíž hlavní cenu, v podobě odběru písku v hodnotě 6 000Kč, vložily právě Stavebniny u komína. Středisko nákladní dopravy vystavovalo 2 automobily a jeden bagr přímo před vchodem do pavilonu. Pro potencionální zákazníky firmy byl připraven ceník dopravy a kvalifikovaný personál zodpověděl všechny jejich otázky. Aby lidé jen neprocházeli kolem vystavovaných aut, byl pro ně připravený program v podobě ukázky práce hydraulické ruky s dosahem do 22 metrů. Nejvíce však zákazníky Stavotechu nadchlo, že si mohli vyzkoušet práci s bagrem pod dohledem pracovníka firmy. Ostatní firmy vystavující před pavilonem neměly takový ohlas, protože nezvolily dobrou upoutávku, aby si jich lidé všimli. [60]

[59] Zdroj: interní materiály firmy
[60] Zdroj: interní materiály firmy

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

3.2 Marketingový mix

Marketingový mix je složen z tzv. 4P. Jedná se o produkt, cenu, místo a propagaci. V této kapitole se budeme zabývat jejich rozborem.

3.2.1 Produkt

Produktem nákladní automobilové dopravy jsou služby v podobě odvozu zboží, jeho skládání a práce strojem. Tento produkt je v dnešní době žádán a má velkou budoucnost. Lidé stavěli, staví a vždy stavět budou. Budou vždy potřebovat bydlet a bez těchto služeb se neobejdou. Proto má tento produkt velké zastoupení v budoucnu.

Firma nemá problém s prodejem svých služeb, protože má mnoho konkurenčních výhod, mezi které můžeme zařadit její velkou pružnost, flexibilitu či spolehlivost. Služby firmy jsou kvalitní a jsou velmi vyhledávány např. zákazníky, kteří potřebují tuto službu co nejrychleji. Dostatek dopravních prostředků umožňuje firmě tyto požadavky plnit.

Konkurence v tomto oboru je obrovská, ale firma si za dobu své působnosti stihla vybudovat dobré jméno, kontakty a partnerské vztahy s mnoha jinými firmami. Podle mého názoru jednou s nejlepších schopností jak „vyřadit“ konkurenci je spolupracovat s ní. Pokud by se firma rozhodla bojovat „sama za sebe“ neměla by příliš velké příležitosti se na trhu rozvíjet a vůbec se udržet.

V období právě probíhající krize je velice těžké udržet se na trhu. Mnoho silnějších firem tuto krizi „nepřežilo“. Můžeme spekulovat nad tím, jaké chyby firmy udělaly a co dělaly jinak firmy, které se prozatím udržely. I nákladní doprava má v době krize problémy, protože lidé nemají dostatek financí. Na počátku krize byla rizika minimální, protože lidé stále stavěli. Čerpali finanční prostředky, které získali např. v podobě hypoték či jiných půjček. Po odčerpání těchto prostředků, však byla služba výrazně omezena. Dalším problémem je zastavení nebo omezení financování státních zákazech, ze kterých mnoho firem získávalo finanční prostředky. Tyto problémy přetrvávají až do dnešní doby a je jen otázkou času, kdy se vše vrátí do „starých kolejí“.

Rozhodnutí o poskytování služby nebylo pouze konkurenčním tahem firmy, ale bylo to také rozhodnutí spolumajitele, který si splnil svůj sen v podobě provozování vlastního vozového parku. Ten jako hlavní vedoucí střediska bere svoji práci spíše

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

jako koníček než jako povinnost a má velký přehled o dění v této oblasti. Tuto skutečnost můžeme brát jako další konkurenční výhodu. Lidé i firmy budou raději jednat s osobou, která své firmě i poskytované službě rozumí a obchod jí dělá radost. Firma klade velký důraz také na design svých automobilů. Všechny automobily jsou v současné době v bílé barvě s polepy logem firmy a kontakty na vedoucí dopravy a dispečera. Aby auta vynikala, musí být udržována a v pořádku. Spolumajitel si velmi potrpí na čistotu svých automobilů. V určitých situacích je velmi těžké udržet nákladní automobil čistý, ale řidiči jsou motivováni odměnami. Jejich odměna má pohyblivou složku, kterou tvoří i čistota a údržba vozidla.

Záruky v oboru dopravy jsou těžko specifikovatelné. Především jde o záruku včasného a spolehlivého dodání zboží. Dispečer firmy si pro tento případ nechává časovou rezervu, kterou sdělí předem zákazníkovi. Na nákladní dopravě je nevýhodné, že nic nelze načasovat přesně. Nikdy nevíte, kdy bude určitý úsek silnice neprůjezdný například z důvodu dopravní nehody nebo jak dlouhou dobu bude přesně řidiči trvat skládání.

3.2.2 Cena

Firma Stavebniny u komína používá ke kalkulaci své ceny metodu perspektivní ekonomické analýzy, která spočívá především v tom, že firma zná ceny své konkurence a umí si spočítat své náklady. Odhadnout však přesné náklady například na jeden kilometr je velice těžké, až nemožné. Náklady se skládají z mnoha složek mezi které můžeme uvést například splátku leasingu, mzdy zaměstnanců střediska, spotřebu paliva a jeho cenu či opotřebení vozidla. Nikdy nemůžeme přesně určit předem, jaká bude přesná spotřeba vozidla na jeden kilometr, jaká bude přesná mzda řidiče atd.

Určování cen pro zákazníky je ve firmě velice individuální. Ceníkové ceny patří mezi ty vyšší, což má svůj prostý důvod. Tyto ceny platí pro zákazníky, kteří chtějí uskutečnit pouze jednu přepravu a nejsou pro firmu tak důležití. Jelikož je ale nákladní doprava ve stavebninách časově velmi pružná, zákazník si rád připlatí za její služby. Jako druhý důvod můžeme uvést fakt, že každý zákazník chce jít s ceníkovou cenou dolů. Při vyšších cenách si dispečer může dovolit i velké skoky, které ve finální části zákazníka velice potěší. Určování těchto cen je však velice individuální a téměř nikdy nemůžeme cenu určit sami předem, ale až po jednání se zákazníkem. Při určování ceny záleží na mnoha aspektech, které dispečer hodnotí. Je pro něho důležité kdo

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

vlastně o slevu žádá. Velký rozdíl nalezneme například v tom, jestli se jedná o malou firmu, která v tomto oboru například začíná a nemá důležité kontakty nebo se jedná o firmu většího formátu, která je pro fungování stavebnin významná a má nad firmou určitou konkurenční výhodu. Tyto firmy, kterou je například Skanska, Gemo a mnoho dalších si především ceny diktují samy. Pokud jim dispečer nenabídne požadovanou cenu, jednoduše odejdou jinam a firma ztratí důležitou zakázku. Tyto situace se většinou dějí i v konkurzních nabídkách. Velká firma dostane zakázku, kterou dále předává firmám menším. Ve většině případů to funguje způsobem, že firma obešle zájemce o tuto zakázka a vyžádá si od ní vypracování cenové nabídky. Poté jednotlivé nabídky vyhodnotí a vybere tu nejlepší, přičemž cena hraje nejdůležitější roli.

Zákazník si může vybrat, zda bude chtít jízdu zaplatit na místě řidiči, přičemž řidič mu vystaví doklad o platbě nebo zda bude chtít hradit jízdu po vystavení faktury. Pro firmu je samozřejmě lepší, když zákazník hradí dopravu ihned, protože firma nemusí čekat, než zákazník zaplatí. V dnešní době jsou splatnosti faktur i tři měsíce, což může být někdy problém. Splatnosti faktur se odvíjí podle stejného vzorce jako určování ceny. Velké a významné firmy mají splatnosti podstatně delší než firmy málé či zákazníci, kterým se jela pouze jedna jízda. Firma však nikdy nemůže počítat s dobrou platební morálkou. Většina firem zaplatí faktury až po upomínkách. V mnoha případech již firma své poptávky prodala. Pokud je málo pravděpodobné, že své služby dostane zaplacené, je to pro ně nejlepší možnost. U dříve problémových zákazníků žádá firma okamžitou platbu.

Další určení ceny může záviset například na tom, zda se dispečerovi podaří auto vytížit i na zpáteční cestu. Pokud si zákazník objedná cestu z Olomouc do Prahy a dispečerovi se nepodaří vytížit automobil na zpáteční cestu, musí zákazník zaplatit cestu jak do Prahy, tak i cestu zpátky do Olomouce. Pokud se toto však podaří, zákazník si platí pouze cestu do Prahy a zpáteční cesta do Olomouce je účtována zákazníkovi jinému. V některých situacích je velmi těžké nalézt vytížení, ale pokud se to podaří, oba zákazníci budou spokojení a pro firmu to bude také výhodnější. Výhoda spočívá v tom, že pokud jede auto nevytížené, má menší sazbu na kilometr než vytížené, takže při vytížení získá vyšší cenu. Pro hledání vhodných tras používá firma v současné době služby Raaltrans nebo internetového serveru epoptávka, kde může nalézt požadovanou trasu na vytížení automobilu. Tuto službu využívá mnoho dopravních společností, které zde prodávají své rozvozy.

Cenu také ovšem rapidně určuje konkurence. Firma se podle ní v některých případech řídí. Bohužel ještě není v postavení, kdy si může cenu diktovat. Jedinou

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

možností jak ovlivňovat cenu je nabízet služby, které ostatní firmy nemají. Tohoto hlediska si je firma vědomá a snaží se udělat všechno proto, aby získávala konkurenční výhody.

3.2.3 Místo

Firma působí převážně regionálně, tudíž prodává svůj produkt v olomouckém kraji. Rozvozy do vzdálenějších oblastí (mimo Moravu) jsou spíše výjimečné. V poslední době však můžeme zaznamenat i rozvozy do zahraničí. Především se jedná o rozvozy na Slovensko, do Polska a Německa. Dříve to nebylo možné, ale v roce 2009 si firma dodělala koncesní listinu pro mezinárodní automobilovou dopravu.

Firma prodává svoje služby především ze své kanceláře. Zákazníci kontaktují dispečera přes telefon. Tímto způsobem jsou většinou dohodnuté všechny podrobnosti o přepravě. Pokud se jedná o větší či nákladnější přepravu, dispečer si vyžádá objednávku, která je mu zaslána na email. Tuto objednávka ve většině případů potvrdí a odešle ji zpět. V objednávce bývají uvedeny například tyto skutečnosti:

- objednavatel,
- zřizovatel,
- datum uskutečnění rozvozu,
- místo nakládky a vykládky,
- cena za přepravu,
- kontakty atd.

Dalším způsobem jak si domluvit přepravu je kontaktovat oddělení nákladní dopravy přes email doprava@stavebninyukomina.cz. Pokud zašlete svůj email na tuto adresu, bude automaticky rozeslán celému vedení střediska a asistentkám. Na email zákazník dostane odpověď ve většině případů do 24 hodin. Pokud se bude zákazník dotazovat na přepravu, dostane odpověď od dispečerů, pokud se dotaz bude týkat „papírových věcí“ na email mu odpoví buď vedoucí dopravy nebo některá z asistentek.

3.2.4 Propagace

Jak již bylo uvedeno výše, firma si velmi zakládá na reklamě. Důležitá je reklama na webových stránkách, kde jsou k dispozici všechny důležité informace pro zákazníka. Dalším tahem je umisťování reklamy do lokalit, ve kterých se plánuje

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

výstavba nových či rekonstrukce stávajících objektů. Pro středisko nákladní dopravy je však nejvýznamnější reklama na vozidlech. Tato reklama je sice na počátku finančně náročnější, ale poté už nevyžaduje žádnou „údržbu“. Reklama v podobě billboardů způsobuje i pozdější náklady například na jeho přemisťování. Nemůžeme však opomenout ani reklamu na veletrzích a různých výstavách, kterých se středisko účastní.

Osobní prodej není ve středisku nákladní dopravy příliš uskutečňován. V podstatě je velmi těžké prodávat službu ve formě osobního prodeje. Tato služba je velice specifická a musí být zaměřena jen na cílovou skupinu obyvatel. Pokud tuto skupinu vytipujeme, oslovíme je většinou jiným způsobem než osobně. Například formou emailu či letáků v dané oblasti.

Firma se snaží zvýšit svoji publicitu mnoha různými způsoby, které má k dispozici. Ve většině případů spoléhá na fakt, že známější firma má více zákazníků, což je i většinou skutečností. Firma však ctí motto, že dobře odvedená práce a spokojený zákazník je ta nejlepší reklama. S tímto mottem se plně ztotožňuji. Publicitu lze nejlépe zvýšit reklamou (reklama v rádiu, billboardy na stavbách apod.).

3.3 Závěrečná doporučení

Jako hlavní problém jsem shledala problém špatné komunikace mezi dispečery nákladní dopravy a vedoucí střediska nákladní doprava. V této situaci se jedná o systémovou chybu. V mnoha případech dispečer zapomene sdělit změnu ceny, splatnosti či jinou skutečnost, která není pravidlem a je pro danou přepravu specifická. Pokud tato situace nastane, může se například stát, že z firmy odejde faktura se špatnou cenou či splatností. Samozřejmě zákazník odešle špatnou fakturu zpět a žádá o její opravu. Tím nastává práce navíc, což však není podle mého názoru hlavní problém. Hlavní problém spočívá v tom, že neustálým posunem splatností faktur a jejich opravováním firmě uniká možnost dostat jízdu co nejdříve zaplacenou. Problém v komunikaci nastává i tehdy, pokud dispečer nacení například dopravu písku. Středisko logistika si naúčtuje celkovou cenu písku a do dodatkových nákladů si přiřadí cenu za dopravu. Středisko doprava naúčtuje logistice cenu za dopravu, která se musí shodovat s dodatkovými náklady, které si naúčtovala logistika. Pokud dispečer sdělí každému středisku jinou cenu, nastává zde další problém v podobě

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

oprav, které mohou trvat i několik hodin. Pokud by se komunikace zlepšila, mnoho věcí by bylo jednodušších, přehlednějších a hlavně rychlejších.

Nejjednodušším řešením problému by podle mého názoru byla povinnost dispečera, nebo zodpovědné osoby, která cenu určuje, bezprostředně informovat ostatní zaměstnance, kterých se situace týká, pomocí emailu či telefonu o změnách, které provedl.

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

Závěr

Cílem mé práce byl rozbor problematiky marketingu ve firmě Stavebniny u komína a zjištění, co by mohla firma do budoucna změnit a v jakých oblastech marketingu popřípadě chybuje. Dílčím cílem byla závěrečná doporučení. Po zpracování marketingového mixu jsem dospěla k závěru, že firma v podstatě funguje bez větších či významných problémů. Jeden jsem však při svém bádání nalezla.

Jak už jsem uvedla v závěrečných doporučeních, jedná se o problém špatné komunikace mezi dispečery a vedoucí nákladní dopravy. Tento problém má jednoduché řešení a to zavedení nové povinnosti dispečerů bezprostředně informovat ostatní zaměstnance, především vedoucí nákladní dopravy, pomocí emailu či telefonu o změnách, které provedl.

Práce má celkem tři části. Jsou jimi úvod, hlavní text a závěr, přičemž hlavní text je dělen na část teoretickou a část praktickou. Část teoretická pojednává o celkovém pojetí dopravy, o dělení nákladní dopravy na silniční, železniční, leteckou, říční, námořní a multimodální, o dělení dopravních prostředků, o logistice v přepravě a hlavně o marketingu v dopravě a marketingovém mixu. V části praktické nalezneme představení firmy Stavebniny u komína společně s organizační strukturou, nabízenými službami či významnými partnery. Další kapitola v praktické části nám představní samotné středisko nákladní dopravy ve firmě. Jako poslední nalezneme rozbor problematiky marketingu ve středisku nákladní dopravy a posouzení funkčnosti jednotlivých složek marketingového mixu společně se závěrečnými doporučeními.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

ANOTACE

Příjmení a jména autora: Tereza Kadlčíková
Instituce: Moravská vysoká škola Olomouc
Název práce v českém jazyce: Nákladní automobilová doprava firmy Stavebniny u komína

Název práce v anglickém jazyce: A Truck Freight Company Stavebniny u komína

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Renáta Pavlíčková
Počet stran: 61
Počet příloh: 3
Rok obhajoby: 2010

Klíčová slova v českém jazyce: nákladní automobilová doprava, marketingový mix, dopravní prostředky, logistika, dopravní marketing, marketingové aktivity

Klíčová slova v anglickém jazyce: Truck transport, Marketing mix, Transport Facilities, Logistics, Transportation marketing, Marketing activities

Bakalářská práce pojednává o nákladní automobilové dopravě firmy Stavebniny u komína. Práce je dělena na tři části, kterými jsou úvod, hlavní část a závěr, přičemž hlavní část je dělená na část praktickou a část teoretickou. Cílem práce byl rozbor problematiky marketingu ve firmě a posouzení funkčnosti jednotlivých složek. Dále návrh řešení nalezených problémů. Tuto oblast jsem zkoumala i proto, abych v budoucnu pomohla vedoucím pracovníků při zlepšení chodu firmy a napomohla k lepší konkurenceschopnosti.

Dissertation work is treating the automobile transport company “Stavebniny u komína”. The work is split into three parts, which are: introduction, main part and conclusion, where the main part comprises theory and practise. The work is targeting problems in marketing the company and assessment of functionality of individual elements. It offers proposed solutions for problems encountered. The reasons I have been studying this section are such that I will be able to help company management leadership with work improvement and competitiveness.

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

LITERATURA A PRAMENY

EISLER, Jan,. *Ekonomika dopravních služeb a podnikání v dopravě*. Praha: Oeconomica, 2008. 152 s. ISBN 978-80-245-1416-1

HADRABA, Jaroslav,. *Produktový mix – tvorba inovací produktů*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s. r. o., 2004, 216 s. ISBN 80-86473-89-9

NOVÁK, Radek, PERNICA, Petr, SVOBODA, Vladimír, ZELENÝ, Lubomír,. *Nákladní doprava a zasílatelství*. 2. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2005, 412 s. ISBN 80-7357-086-6

PASTOR, Otto, TUZAR, Antonín. *Teorie dopravních systémů*. Praha: ASPI, 2007, 312 s. ISBN 978-80-7357-285-3

SIXTA, Josef, MAČÁT, Václav,. *Logistika – teorie a praxe*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a. s., 2005, 315 s. ISBN 80-251-0573-3

Internetové zdroje:

Logistika. [online]. [cit. 2010-02-22]. Dostupné na WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Logistika >

Čtvrtletní přehledy základních ukazatelů. [online]. [cit. 2010-04-27]. Dostupné na WWW: < http://www.sydos.cz/cs/ctvletpr.htm >

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 – Marketingový mix 24
Obr. 2 – Logo firmy 29
Obr. 3 – Organizační struktura firmy 31
Obr. 4 – Významné stavby firmy 32
Obr. 5 – Organizační schéma střediska 35

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

SEZNAM TABULEK

Tab. 1 – Základní vlastnosti vybraných druhů dopravy……..13
Tab. 2 – Přednosti a nedostatky jednotlivých druhů dopravy……..14
Tab. 3 – Skladba logistických nákladů ……..21
Tab. 4 – Souhrnný přehled o silniční nákladní dopravě za rok 2009 28

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

SEZNAM PŘÍLOH

Příl 1. – Ukázka vozového parku ……..53
Příl 2. – Financování vozového parku ……..56
Příl 3. – Ceník autodopravy ……..57
Příl 4. – Povolení na nadměrné náklady ……..61

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

PŘÍLOHY

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

Příl. 1 – Ukázka vozového parku

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

Mechanizace:

PDF-Xchange
Click to buy NOW!
www.pdfxchange.cz

Příl 2. – Financování vozového parku [61]

auto	banka/ věřitel	Původní výše závazku (vč. DPH a vč. leasingového navýšení)	počet splátek z celkového počtu splátek k 31.12.2009	Splaceno Kč vč. DPH	Počet splátek, který zůstává zaplatit (vč. DPH a vč. leasingového navýšení)	Zůstatek závazku k 31.8.2009 (vč. DPH a vč. leasingového navýšení)	Datum vzniku/splatnosti závazku	Výše splátky (vč. DPH a vč. leasingového navýšení)
2M0 40-73	VB Leasing	3 634 380,00 Kč	45/60	2 725 785,00 Kč	15/60	908 595,00 Kč	13.4.2006 /5.3.2011	60 573,00 Kč
3M9 34-74	VB Leasing	5 804 880,00 Kč	45/60	4 353 660,00 Kč	15/60	1 451 220,00 Kč	25.4.2006 / 5.3.2011	96 748,00 Kč
2M9 54-47	VB Leasing	2 846 049,00 Kč	45/60	2 134 530,00 Kč	15/60	711 510,00 Kč	14.4.2006 / 5.3.2011	47 434,00 Kč
3M1 35-41	VFS Financial Service	4 175 870,00 Kč	40/60	2 783 920,00 Kč	20/60	1 391 960,00 Kč	29.5.2007 / 15.4.2012	69 598,00 Kč
3M1 43-15	VFS Financial Service	2 293 121,00 Kč	38/48	1 815 374,00 Kč	.10/48	477 730,00 Kč	15.7.2007/15.6.2011	47 773,00 Kč
3M1 53-97	VFS Financial Service	5 412 519,00 Kč	36/60	3 247 524,00 Kč	24/60	2 165 016,00 Kč	25.7.2007/25.8.2012	90 209,00 Kč
EUROLEASING (dále vše v EURO):								
3M4 71-70	ČSOB Leasing	142 592,00 €	29/60	68 875,00 €	31/60	73 625,00 €	7.4.2008/7.3.2013	2 375,00 €
3M5 72-38	VB Leasing	157 188,00 €	28/60	73 360,00 €	32/60	83 840,00 €	5.5.2008/5.4.2013	2 620,00 €
3M7 02-40	VFS Financial Service	151 289,00 €	24/60	60 504,00 €	36/60	90 756,00 €	4.8.2008/4.8.2013	2 521,00 €
3M6 81-43	VFS Financial Service	172 504,00 €	24/60	69 000,00 €	36/60	103 500,00 €	7.9.2008/7.8.2013	2 875,00 €
3M6 84-36	VFS Financial Service	128 168,00 €	24/60	51 264,00 €	36/60	76 896,00 €	18.9.2008/18.8.2013	2 136,00 €
3M9 47-58	VFS Financial Service	101 107,00 €	.8/60	13 480,00 €	52/60	87 620,00 €	27.2.2009/27.1.2014	1 685,00 €
3M9 48-58	VFS Financial Service	166 955,00 €	.7/60	19 481,00 €	53/60	147 499,00 €	6.3.2009/6.2.2014	2 783,00 €
3M9 48-59	VFS Financial Service	166 955,00 €	.7/60	19 481,00 €	53/60	147 499,00 €	6.3.2009/6.2.2014	2 783,00 €
3M9 54-78	VFS Financial Service	129 578,00 €	.6/60	12 960,00 €	54/60	116 640,00 €	31.3.2009/28.2.2014	2 160,00 €
3M9 54-79	VFS Financial Service	129 578,00 €	.6/60	12 960,00 €	54/60	116 640,00 €	31.3.2009/28.2.2014	2 160,00 €
3M9 55-58	VFS Financial Service	172 595,00 €	.6/60	17 862,00 €	54/60	160 758,00 €	31.3.2009/28.2.2014	2 977,00 €
HR Palfinger	VB Leasing	131 874,00 €	28/60	61 544,00 €	32/60	70 336,00 €	5.5.2008/5.4.2013	2 198,00 €
stroje								
Cat B	Caterpillar Financial...	1 064 188,00 Kč	splaceno dne 1.12.2009					29 561,00 Kč
Cat E	Caterpillar Financial...	2 739 075,00 Kč	35/48	1 997 240,00 Kč	13/48	741 832,00 Kč	1.10.2007/1.9.2011	57 064,00 Kč
Cat 432 E	Caterpillar Financial...	2 636 888,00 Kč	26/48	1 428 310,00 Kč	22/48	1 208 570,00 Kč	1.7.2008/1.6.2012	54 935,00 Kč
Volvo bagr	VFS Financial Service	185 669,00 €	21/60	59 829,00 €	39/60	111 111,00 €	29.12.2008/23.11.2013	2 849,00 €
Volvo bagr 2	VB Leasing	96 452,00 €	.3/60	4 482,00 €	57/60	85 158,00 €	15.6.2009/5.6.2014	1 494,00 €

[61] zdroj: interní materiály firmy

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

CENÍK AUTODOPRAVY – NÁKLADNÍ VOZIDLA, STROJE

1) VALNÍKY

		cena za km		hodinová sazba	
užitečná hmot./ložná plocha		bez DPH	s DPH	bez DPH	s DPH
do 0,5 t	1,2x1,2 m	7,00 Kč	8,40 Kč	150,00 Kč	180,00 Kč
do 1 t	1,2x3 m	12,00 Kč	14,40 Kč	250,00 Kč	300,00 Kč
do 2 t	2x3 m	14,00 Kč	16,80 Kč	300,00 Kč	360,00 Kč
do 3,5 t	2x3 m	16,00 Kč	19,20 Kč	400,00 Kč	480,00 Kč
do 6,5 t	2,3x4 m	24,00 Kč	28,80 Kč	500,00 Kč	600,00 Kč
do 12 t	2,45x5,1 m	28,00 Kč	33,60 Kč	650,00 Kč	780,00 Kč
do 17 t	2,45x5,1 m	30,00 Kč	36,00 Kč	750,00 Kč	900,00 Kč
do 28 t	2,45x11,5-13,6 m	34,00 Kč	40,80 Kč	800,00 Kč	960,00 Kč

Pozn: - účtováno bude dle užitečné hmotnosti a ložné plochy vozidla nebo soupravy
- jízda do 20 km celkem se účtuje v hodinové sazbě, nad 20 km se účtuje v km sazbě
- skládání, čekání a prostoje vozidla se účtují v hodinové sazbě
- hodinová sazba se účtuje za každých započatých 15 min

2) HYDRAULICKÁ RUKA

	hodinová sazba		Kč za paletu	
	bez DPH	s DPH	s pomocí: bez DPH/s DPH	bez pomoci: bez DPH/s DPH
do 15 m/5 t	900,00 Kč	1080,00 Kč	100,00 Kč/ 120,00 Kč	110,00 Kč/ 132,00 Kč

Sazba za km: *12t – 30 Kč bez DPH /36,00 Kč s DPH*
28t – 34 Kč bez DPH/ 40,8 Kč s DPH

do 22m/12 t	1200,00Kč	1440,00Kč	100,00-120,00Kč/120,00-144,00Kč 125,00/150,00 Kč

Sazba za km: *12t – 34 Kč bez DPH/40,80 Kč s DPH*
24t – 38 Kč bez DPH/45,6 Kč s DPH

Pozn: - hodinová sazba se účtuje za každých započatých 15 min
- cena za paletu skládání je z jednoho místa, přejezdy na více míst budou účtovány v hod. Sazbě

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

3) PODVALNÍKY

užitečná hmot./ložná plocha		cena za km bez DPH	cena za km s DPH	hodinová sazba bez DPH	hodinová sazba s DPH
do 14 t	2,5x6,2 m	32,00 Kč	38,40 Kč	800,00 Kč	960,00 Kč
do 28 t	2,5x7,5 m	38,00 Kč	45,60 Kč	1 000,00 Kč	1 200,00 Kč

Pozn: - hodinová sazba se účtuje za každých započatých 15 min
- jízda do 20 km celkem se účtuje v hodinové sazbě, nad 20 km se účtuje v km sazbě
- skládání, čekání a prostoje vozidla se účtují v hodinové sazbě

4) SKLOPKY

užitečná hmot./objem m^3		cena za km bez DPH	cena za km s DPH	hodinová sazba bez DPH	hodinová sazba s DPH
do 3,5 t	3 m^3	16,00 Kč	19,20 Kč	400,00 kč	480,00 Kč
do 7 t	4,5 m^3	24,00 Kč	28,80 Kč	500,00 Kč	600,00 Kč
do 12 t	12 m^3	32, 00 Kč	38,40 Kč	750,00 Kč	900,00 Kč
do 18 t	15 m^3	37,00 Kč	44,40 Kč	950,00 Kč	1 140,00 Kč
do 30 t	35 m^3	40,00 Kč	48,00 Kč	1000,00 Kč	1 200,00 Kč

Pozn: - účtováno bude dle užitečné hmotnosti a ložné plochy vozidla nebo soupravy
- hodinová sazba se účtuje za každých započatých 15 min
- jízda do 20 km celkem se účtuje v hodinové sazbě, nad 20 km se účtuje v km sazbě
- skládání, čekání a prostoje vozidla se účtují v hodinové sazbě

5) KONTEJNERY

	cena za km bez DPH	cena za km s DPH	přistavení a natažení bez DPH	přistavení a natažení s DPH	pronájem za den bez DPH	pronájem za den s DPH
do 3,5 t	16,00 Kč	19,20 Kč	100,00 Kč	120,00 Kč	50,00 Kč	60,00 Kč
do 7 t	24,00 Kč	28,80 Kč	150,00 Kč	180,00 Kč	75,00 Kč	90,00 Kč
do 12 t	30, 00 Kč	36,00 Kč	200,00 Kč	240,00 Kč	100,00 Kč	120,00 Kč
do 18 t	37,00 Kč	44,40 Kč	250,00 Kč	300,00 Kč	125,00 Kč	150,00 Kč

Pozn: - účtováno bude dle užitečné hmotnosti a ložné plochy vozidla nebo soupravy
- hodinová sazba se účtuje za každých započatých 15 min
- jízda do 20 km celkem se účtuje v hodinové sazbě, nad 20 km se účtuje v km sazbě

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

6) STROJE

	hodinová sazba *bez DPH*	*s DPH*	
Traktorbagr CAT 432 D	**700,00 Kč**	**840,00**	**hodinová sazba je včetně příjezdu a odjezdu na stavbu**
Traktorbagr CAT 432 E	**700,00 Kč**	**840,00**	
Traktorbagr VOLVO BL 71	**700,00 Kč**	**840,00**	
Bagr kolový VOLVO EW	**1200,00Kč**	**1 440,00**	**cena za přepravu stroje dle platné ceny přepravujícího vozidla**
Bobek CAT 242 B	**500,00 Kč**	**600,00**	
Bobek CAT 242 B -	**250,00 Kč**	**300,00**	
Bobek CAT 242 B -	**250,00 Kč**	**300,00**	
Nakladač KRAMER 280	**500,00 Kč**	**600,00**	
Nakladač AHLMANN	**550,00 Kč**	**660,00**	

Pozn: - hodinová sazba se účtuje za každých započatých 15 min

Stavby Stavebniny u komína
www.stavebninyukomina.cz
OLOMOUC
Dolní Novosadská 84
Tel./fax: 585 433 226
mobil: 777 771 844
PROSTĚJOV
Průmyslová 14
Tel./fax: 582 360 388
mobil: 777 771 848
LUTÍN
U Kapličky 10
Tel./fax: 585 754 410
Mobil: 777 593 538

Dispečer si vyhrazuje právo změnit cenu přepravy.
V ceně není zahrnuta sazba za mýtné, která bude účtována dle výpisu mýtných transakcí.
Další informace na naší internetové adrese www.stavebninyukomina.cz

Kontakty:

Gabriela Šmejkalová
vedoucí dopravy
tel: 777 779 040

Zdeněk Lošťák
dispečer
tel: 777 771 845

Ján Pikuljak

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz
PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

stavební stroje
tel: 722 656774

	bez DPH	s DPH
GREJDR	**1 480,00 Kč**	**1 776,00 Kč**
VÁLEC	**950,00 Kč**	**1 140,00 Kč**
DOZER	**1 800,00 Kč**	**2 160,00 Kč**

Provádíme i přepravu nadněrných nákladů do 40 tun, 3,5 m výšky,
20m délky a 3,5 m šířky !!!!!!!
Na širší náklad lze vyřidit zvlášť povolení !!!!

Ceny lze přizpůsobit po dohodě ze zákazníkem !!!!!

Ceník je platný od 1.1.2010do vydání nového ceníku

PDF-Xchange Click to buy NOW! www.pdfxchange.cz

Příl 4. Povolení na nadměrné náklady [62]

MINISTERSTVO DOPRAVY
odbor pozemních komunikací

Č.j. : **53407**
Správní poplatek : **6 000,- Kč**
V Hradci Králové dne : **10.11.2009**
Vyřizuje : **Benešová**
☏: **+420495800238**
fax: **+420495800239**
E-mail: Jaroslava.Benesova@rsd.cz

ROZHODNUTÍ

Ministerstvo dopravy jako příslušný úřad státní správy podle ust. § 40 odst. 2, písm. d) zákona č. 13/1997 Sb. o pozemních komunikacích ve znění pozdějších předpisů

p o v o l u j e

podle § 25 odst. 6, písm. a) a b) zákona č. 13/1997 Sb. o pozemních komunikacích ve znění pozdějších předpisů.

žadateli: **STAVEBNINY U KOMÍNA, s.r.o.**
Olomouc, Nové Sady, Dolní Novosadská č.p. 516/84, PSČ 779 00

zvláštní užívání pozemních komunikací pro přepravu zvlášť těžkých nebo rozměrných předmětů a užívání vozidel, jejichž rozměry nebo hmotnost přesahují míru stanovenou vyhl.č.341/2002 Sb., o schvalování technické způsobilosti a o technických podmínkách provozu vozidel na pozemních komunikacích, ve znění pozdějších předpisů.

Údaje o předmětu přepravy :

Náklad (druh, hmotnost) :.....Střešní konstrukce, staveb. stroje, materiál.....max. 35,47/37,525[1)]..t
Podvozek (typ, SPZ, hmotnost) : .... Nooteboom.....3M4 8897 ..... 12,66 .....t
Tahač (typ, SPZ, hmotnost) :..... VOLVO.....3M1 5397 / 3M9 5558 ..... 11,87/9,815 ..t
Souprava - celková délka : .....do 22,00 ..... m včetně postrku : ..... xxxx..... m
max. šířka :.....do 3,50 ..... m
max. výška :.....do 4,50 ..... m
celková hmotnost : max.60,00..... t včetně postrku : ..... xxxx.....t
zatížení jedn.náprav : ... 2 x 9,00 / 2 x 9,50 (9,00 / 9,50 / 9,50) / 4 x 9,00 .....t
rozvor náprav : ..... 1,995 / 2,305 / 1,37 (3,20 / 1,37) / 6,80 / 3 x 1,36..... m
počet náprav/kol :..... 4 (3) + 4..... ks min.poloměr otáčení :..... m

Termín přepravy : **13.11. 2009 - 12.2. 2010**
Přepravní trasa : **OPAKOVANÉ PŘEPRAVY**

- Olomouc - R 35 Mohelnice - I/35 Moravská Třebová - Hřebeč do 30.11 *úplná uzavírka* objezd po prověření po značené objížďce III/36826 - I/35 Litomyšl - Vysoké Mýto - Hradec Králové - II.sil. okruh - I/35 Hořice - Úlibice - I/16 Sobotka - Hor. Bousov (*úplná uzavírka* objezd po prověření po značené objížďce) - II/268 Mnichovo Hradiště - R 10 Ohrazenice - R 35 Hodkovice n.M.- Liberec
- ...D 11 Praha - Pražský okruh - Novopacká - R 10 Mladá Boleslav mimo - Ohrazenice - R 35 Liberec
- Olomouc - R 35 Lipník n.B. - D 1 Bělotín - I/48 Nový Jičín - Příbor - Frýdek Místek - Dobrá - Český Těšín
- Olomouc - I/46 Šternberk - Hor. Loděnice - I/45 Bruntál - Krnov
- Olomouc - R 35 Lipník n.B. - D 1 Bělotín - I/48 Nový Jičín - Příbor - I/58 Mošnov - Ostrava
- Olomouc - R 35 Mohelnice - I/44 Zábřeh - Bludov - I/11 Šumperk - I/44 Rapotín - Červenohorské sedlo - Jeseník
- Olomouc - ... Hradec Králové - I/11 Nové Město - I/36 exit 68 Chýšť - nájezd na D 11 - D 11 Praha - Pražský okruh - Štěrboholská spojka - Jižní spojka - Barrandovský most - K Barrandovu - Pražský okruh - nájezd na D 5 - D 5 exit 128 Bor - II/200 Bor
- ... D 5 exit 88 Plzeň západ - I/26 Plzeň - (*průjezd Plzní nutno předem odsouhlasit se Správou veřejného statku, Ing. Hlavnička – č. tel.: 378 037 280*)
- Olomouc - R 46 Prostějov - Vyškov - nájezd na D 1 - D 1 exit 194 Brno centrum - R 52 (*částečná uzavírka*) - Modřice - Rajhrad - Pohořelice obchvat - I/52 Mikulov
- ....D 1 exit 196 Brno jih - D 2 - exit 48 Břeclav - I/55 Břeclav (D 2 - exit 3 Chrlice - II/152 Modřice - R 52...)

- **Trasy platí i pro cestu zpět.**
- *Vzhledem k značné délce platnosti rozhodnutí, trasy nutno před jízdou prověřit z hlediska možných uzavírek popř. jiných překážek, které mohou v průběhu platnosti nastat.*
- *Průjezd po dálnici nutno předem prověřit s ohledem na uzavírky - v případě, že přejezd není možný použít souběžnou komunikaci*
- Souprava bude vybavena příslušným výstražným a obrysovým osvětlením, které bude při jízdě v činnosti.
- Nepřepravovat za mlhy a snížené viditelnosti vlivem povětrnostních podmínek a špatné sjízdnosti vozovek.
- Při jízdě se soupravou přesahující šířku 3,2 m , popř. celkovou hmotnost 50,0 t **povinné doprovodné vozidlo** !! Doprovodné vozidlo i souprava budou vybaveny příslušným výstražným a obrysovým osvětlením, které bude po dobu jízdy v činnosti. *Posádka soupravy je povinna umožnit bezpečné předjíždění ostatních vozidel.*
- Při jízdě se soupravou o celkové hmotnosti nad 50,0 t mostní objekty projíždět jako **jediné vozidlo středem mostovky t.j. za vyloučené ostatní dopravy v obou směrech** - mimo dálnici a rychlostní komunikaci plynulou rychlostí do 20 km/hod.
- ***Podmínky přejezdu hl. m. Prahy: Průjezd povolen v době od 20,00 hod.- 05,00 hod.- žadatel prověří trasu a to ne dříve než 24 hod. před zahájením přepravy.***
- Trasy je nutno předem prověřit zejména s ohledem na směrové a šířkové poměry Jakékoliv poškození nebo zásah do vegetace podél komunikace je dopravce povinen neprodleně oznámit správci, příp.majiteli a na své náklady sjednat nápravu.
- **Podmínky přejezdu po dálnici a rychlostní komunikaci:** viz.bod 19 dalších podmínek přepravy.

[1)] Při přepravě je řidič soupravy povinen mít doklady od hmotnosti nákladu u sebe a na vyžádání kontrolního orgánu je předložit.

[62] zdroj: interní materiály firmy