

Vysoká škola logistiky o.p.s.

**Zasílatelské služby nabízené vybranou
společností**

(Bakalářská práce)

Přerov 2022

Pavel Lonchshakov



**Vysoká škola
logistiky
o.p.s.**

Zadání bakalářské práce

student	Pavel Lonchshakov
studijní program obor	LOGISTIKA Logistika ve službách

Vedoucí Katedry bakalářského studia Vám ve smyslu čl. 22 Studijního a zkušebního řádu Vysoké školy logistiky o.p.s. pro studium v bakalářském studijním programu určuje tuto bakalářskou práci:

Název tématu: Zasilatelské služby nabízené vybranou společností

Cíl práce:

Na základě provedené analýzy služeb nabízených zasilatelskou společností předložit návrhy na zlepšení těchto služeb z pohledu zvolených logistických charakteristik.

Zásady pro vypracování:

Využijte teoretických východisek oboru logistika. Čerpejte z literatury doporučené vedoucím práce a při zpracování práce postupujte v souladu s pokyny VŠLG a doporučeními vedoucího práce. Části práce využívající neveřejné informace uveďte v samostatné příloze.

Bakalářskou práci zpracujte v těchto bodech:

Úvod

1. Teoretická východiska logistických služeb
2. Služby nabízené vybranou společností
3. Analýza nabízených služeb z pohledu zvolených logistických charakteristik
4. Návrhy a doporučení

Závěr

Rozsah práce: 35 – 50 normostran textu

Seznam odborné literatury:

GROS, Ivan. Velká kniha logistiky. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická v Praze, 2016. ISBN 978-80-7080-952-5.

NOVÁK, Radek. Přepravní, zásilatelské a logistické služby. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 9788073577353.

ŘEZNÍČEK, Bohumil. Logistika. 2., dopl. vyd. Pardubice: Univerzita Pardubice, 1999. ISBN 80-7194-190-5.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Růžena Caletková

Datum zadání bakalářské práce:

31. 10. 2021

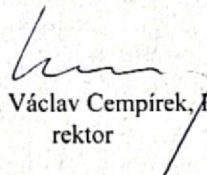
Datum odevzdání bakalářské práce:

6. 5. 2022

Přerov 31. 10. 2021



Ing. et Ing. Iveta Dočkalíková, Ph.D.
vedoucí katedry



prof. Ing. Václav Cempírek, Ph.D.
rektor

Čestné prohlášení

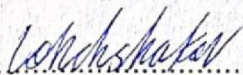
Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a že jsem ji vypracoval samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná a že jsem v práci neporušil autorská práva ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o autorském právu, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Prohlašuji, že jsem byl také seznámen s tím, že se na mou bakalářskou práci plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo. Beru na vědomí, že Vysoká škola logistiky o.p.s. nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro pedagogické, vědecké a prezentační účely školy. Užiji-li svou bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti Vysokou školu logistiky o.p.s.

Prohlašuji, že jsem byl poučen o tom, že bakalářská práce je veřejná ve smyslu zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 47b. Taktéž dávám souhlas Vysoké škole logistiky o.p.s. ke zpřístupnění mnou zpracované bakalářské práce v její tištěné i elektronické verzi. Tímto prohlášením souhlasím s případným použitím této práce Vysokou školou logistiky o.p.s. pro pedagogické, vědecké a prezentační účely.

Prohlašuji, že odevzdaná tištěná verze bakalářské práce, elektronická verze na odevzdaném optickém médiu a verze nahraná do informačního systému jsou totožné.

V Přerově, dne 02. 05. 2022.

.....

Podpis

Poděkování

Rád bych poděkoval vedoucí mé bakalářské práce Ing. Růženě Caletkové za její užitečné rady, pomoc, připomínky a čas, který mi věnovala.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá zasilatelskými službami a jejich analýzou. První část práce je věnována teoretickým východiskům logistických služeb a poté uvádí služby nabízené zasilatelskou společností DPD CZ. Ve druhé části se předložena práce zabývá analýzou nabízených služeb z pohledu logistických charakteristik. Součástí práce je i předložení návrhu a doporučení na zlepšení těchto služeb na základě provedené analýzy.

Klíčová slova

Logistika, zasilatelství, služby, SWOT analýza, PEST analýza.

Annotation

This bachelor thesis deals with forwarding services and their analysis. The first part of the work is devoted to the theoretical basis of logistics services and then presents the services offered by the forwarding company DPD CZ. In the second part, the presented work deals with the analysis of the offered services from the point of view of logistic characteristics. Part of the work is to present a proposal and recommendations for improving these services based on the analysis.

Keywords

Logistics, forwarding, service, SWOT analysis, PEST analysis.

Obsah

Úvod	10
1 Teoretická východiska	11
1.1 Pojem logistika	11
1.1.1 Druhy logistiky	11
1.1.2 Cíle logistiky	12
1.1.3 Principy logistiky	12
1.1.4 Subjekty logistiky	13
1.2 Služby	13
1.2.1 Vlastností služeb	13
1.2.2 Kvalita služeb	14
1.2.3 Parametry měření kvality služeb	14
1.2.4 Služby z pohledu 7S (7R)	15
1.3 Zasilatelství	15
1.3.1 Zásílatel	16
1.3.2 Zasilatelská smlouva	16
1.3.3 Hlavní činnosti zasilatele	16
1.3.4 Zánik zasilatelské smlouvy	17
1.3.5 Nákladní list CMR	17
1.3.6 Silniční přeprava a přepravní služby	17
1.4 Poštovní služby	18
1.5 SWOT analýza	19
1.5.1 Výhody a nevýhody SWOT analýzy	20
1.6 PEST analýza	20
1.7 Porterova analýza pěti sil	21
1.8 Interní a externí analýzy dle matic IFE a EFE	23
2. Služby nabízené vybranou společností	24

2.1 Společnost Direct Parcel Distribution CZ s.r.o.	24
2.1.1 DPDgroup	24
2.1.2 Mise (poslání)	25
2.2 Předmět podnikání společností	25
2.3 Organizace a struktura společnosti	26
2.4 Nabízené služby	26
2.4.1 Služby ve vnitrostátní přepravě	26
2.4.2 Služby v mezinárodní přepravě	27
2.4.3 Doplnkové služby	29
2.5 Aplikace DPD Kurýr	31
2.6 DPD Boxy (Pickup Station)	32
2.7 Program DrivingChange	33
2.7.1 Emise CO2 jsou snižovány na nulu	33
2.7.2 Zhodnocení uhlíkové stopy	34
2.7.3 Snižování emise CO2 na zásilku	34
2.7.4 Kompenzace stávající emise z přepravy a spotřebu energií	35
2.7.5 Optimalizace městské přepravy	35
2.7.6 Činnost pro podporu měst a jejich obyvatel	36
2.8 Účetní výkazy	36
3. Analýza nabízených služeb z pohledu vybraných logistických charakteristik	38
3.1 Interní analýza faktorů dle matice IFE	39
3.2 Externí analýza faktorů dle matice EFE	40
3.3 PEST analýza	41
3.4 Porterova express analýza pěti sil	42
3.5 Analýza z pohledu vybraných logistických charakteristik	43
3.5.1 Česká pošta s.p.	43
3.5.2 PPL CZ	43
3.5.3 Analýza konkurenceschopností	44

4. Návrhy a doporučení	47
Závěr	48
Seznam zdrojů:	49
Seznam grafických objektů:	50
Seznam zkratk:	51
Seznam příloh:	52

Úvod

Efektivita je pojem, který slyšíme doslova odevšad: od manažerů, inženýrů, finančníků, a dokonce i sportovců. Pro každého z nich však tento pojem znamená něco jiného: někdo hodnotí efektivitu investice podle určitých kritérií, někdo hodnotí účinnost elektrospotřebiče a hlídá, aby nespotřeboval více elektrického proudu, než potřebuje pro stabilní provoz a někdo se dokonce snaží zvýšit svou osobní efektivitu každodenními praktikami. Všechny tyto projevy efektivit se jen na první pohled zdají odlišné, ale existuje jediný základní princip, který stojí za každým měřením efektivit – touha využívat co nejméně zdrojů k dosažení co největší užitné hodnoty, a to jak v krátkodobém, tak v dlouhodobém horizontu. Efektivita je tedy normou moderního podnikání, které je nuceno jednat jak v podmínkách omezených zdrojů, tak v tvrdé konkurenci. Kdo pracuje efektivněji, je nejen stabilnější vůči vnějším změnám, ale také samozřejmě přináší více výhod pro okolní prostředí.

V této bakalářské práci, předmětem studia je analýza služeb. Za jeden z projevů tohoto fenoménu je považována analýza nabízených zasilatelských služeb vybranou společností z pohledu vybraných logistických charakteristik. Optimalizace procesů, tedy jejich co nejefektivnější provádění, je hlavní zárukou úspěchu a stability podniku. Jak již bylo uvedeno, důraz je kladen přímo na analyzování, tedy na použití těch metod, které umožňují získat přehled a již podle toho soudit o tom, zda podnik může fungovat ještě lépe z různých hledisek. V praxi často nedochází k žádnému internímu hodnocení efektivit logistického řetězce, s výjimkou finančních metrik. Klíčovým ukazatelem pro každou logistickou společnost je včasné dodání při zachování přijatelné úrovně nákladů. Proto se vývoj návrhů na zlepšení systému doručování jeví jako velmi důležité téma pro práci.

Bakalářská práce se skládá ze čtyř kapitol. První kapitola je teoretická, přibližuje přehled tematických článků na téma logistiky a zasilatelství, její cílů a subjektů, a také představuje metody analýzy, které budou později použity. Druhá kapitola obsahuje popis samotné společnosti a služeb, které poskytuje, má také výroční zprávy, které vizualizují růst společnosti na trhu. Třetí kapitola skládá se z analýzy služeb při použití SWOT analýzy, PEST analýzy, Porterova modelu pěti sil a také z analýzy poskytovaných služeb z hlediska vybraných logistických charakteristik. Předmětem čtvrté kapitoly bude na základě provedených analýz navrhnout opatření vedoucí ke zlepšení a zkvalitnění služeb.

1 Teoretická východiska

V první kapitole teoretické části jsou uvedené a definované základní pojmy z oblastí logistiky a zasilatelství, jako například samotný pojem logistika, služby, přepravní a zasilatelské služby. Také jsou představeny metody, které budou používány při analýze.

1.1 Pojem logistika

V moderní ekonomické literatuře je uvedeno značné množství definic logistiky. Zastavíme se u jedné z nich.

Logistika je věda o plánování, organizování, řízení a kontrole dopravy, skladování a dalších hmotných a nehmotných operací prováděných v procesu dodávání hmotných zdrojů podniku, jejich spotřebě ve výrobním procesu a dodávání hotových výrobků spotřebiteli v souladu s jeho potřeby. Na všech těchto cestách je pohyb materiálových toků usnadněn příjmem, uložením, zpracováním a přenosem příslušné informací. [1, s. 32]

Logistika je důležitým účastníkem v procesu plnění cílů společnosti. V moderních organizacích spolu s aktivní činností vzniká silná potřeba plánování a řízení všech procesů s cílem optimalizovat toky materiálních zdrojů, služeb a souvisejících informací, včetně dovozu, vývozu, vnitřního a vnějšího pohybu zboží za účelem snížit náklady podniku. Logistika poskytuje potřebnou intenzitu a zrychlení procesu prodeje. Logistika organizuje pohyb zboží distribučními kanály, což přispívá k synchronizaci procesů výroby produktů a služeb s jejich spotřebou. Význam a role logistiky v podnikání v posledních dvou desetiletích prošly podstatnými změnami. Logistika se stala nezbytným nástrojem pro dosažení cílů společnosti. S rostoucí konkurencí, globalizací a individualizací prodejních trhů, se logistika neustále vyvíjí a mění se ve strategický zdroj, který vyžaduje vysokou úroveň různorodých a hlubokých znalostí od zaměstnanců společnosti.

1.1.1 Druhy logistiky

Logistika jako věda o řízení materiálových, informačních a jiných toků zahrnuje významnou část sféry ekonomického života společnosti ve svém okruhu zájmů. V tomto ohledu je za účelem formalizace vědeckého výzkumu a praktického vývoje rozdělena do několika oblastí. V tomto ohledu se dělí do několika směrů.

Podle rozsahu vyvíjených problémů se logistika dělí na:

- Makrologistiku
- Mikrologistiku

Oblast makrologistického výzkumu zahrnuje procesy probíhající na regionální, meziregionální, národní a mezinárodní úrovni. Logistika na této úrovni je vyjádřena v realizaci globální logistické strategie, která spočívá ve formování udržitelných obchodních a ekonomických vztahů mezi jednotlivými zeměmi a regiony na základě mezinárodní a územní dělby práce

Globální logistická strategie, kterou neprovádí jedna země, ale skupina zemí, může být zakotvena ve formě nejdůležitějších politických rozhodnutí. Nápadným příkladem toho je vytvoření jednotného evropského společenství s jednotným vnitřním trhem (zjednodušené a zrušené celní formality, urychlené zavedení celoevropských standardů).

Mikrologistika se zabývá souborem otázek souvisejících s řízením materiálových, informačních a jiných toků, vycházejících ze zájmů jednotlivého podniku nebo podnikové skupiny podniků, spojených společnými cíli optimalizace ekonomických vazeb. [2, s. 54]

Kromě kritéria rozsahu vyvíjených problémů pro strukturování logistiky se používají i další principy. Takže podle povahy oblastí řízení je logistika rozdělena na:

- externí logistiku
- interní logistiku

Externí logistika se zabývá problematikou regulace tokových procesů, které přesahují rámec činnosti, ale jsou v sféře vlivu podnikatelského subjektu.

Interní logistika je zaměřena na koordinaci a zlepšování obchodních činností souvisejících s řízením tokových procesů v rámci podniku nebo podnikové skupiny podniků. [2, s. 57]

1.1.2 Cíle logistiky

Logistika odráží obecnou strategii a taktiku hospodářských struktur v hospodářském typu ekonomiky. Zvolená strategie společnosti by měla být široce zaměřena na spotřebitele.

Hlavním cílem logistiky je dodávka produktů v odpovídající kvalitě a množství právě včas, s relativními minimálními náklady na zásobování, skladování, výrobu, balení, marketing, dopravu, ale i příjem, zpracování a přenos informací. [1, s. 36]

Je třeba zdůraznit, že hlavním cílem logistiky je vyjádření ideálního případu, ke kterému by měl člověk směřovat.

1.1.3 Principy logistiky

Východiska, na jejichž základě vznikají a fungují všechny efektivní logistické systémy, se nazývají principy logistiky. Existuje šest hlavních principů logistiky:

- Princip flexibility spočívá ve vysoké míře přizpůsobení logistického systému na změny podmínek jeho fungování. K realizaci tohoto principu je nutné provést práci na předvídání nových trendů ve vnějším ekonomickém prostředí a vyvinout adekvátní reakce.
 - Princip systémovosti předpokládá vytvoření integrovaného systému pro řízení materiálových a souvisejících toků v rámci výrobního a marketingového systému, který zahrnuje nákup surovin, výrobu a uvádění výrobků na trh.
 - Princip spolehlivosti dodávek spočívá v zajištění nepřetržitého zásobování podniku potřebnými materiálovými zdroji a bezpodmínečném plnění harmonogramu dodávek hotových výrobků. Pro realizaci tohoto principu je nutné plně synchronizovat fáze oběhu zboží, koordinovat všechny procesy zásobování a přepravy a také vytvářet zásoby.
 - Princip optimality spočívá v dosažení optimální úrovně koordinace mezi fázemi procesu prodeje a jednání jeho účastníků. Dosažením optimální úrovně koordinace lze dosáhnout nejvyšší efektivity výrobních a prodejních aktivit společnosti.
 - Princip zpětné vazby zahrnuje vytvoření příslušného bloku logistického systému, jehož úkolem je shromažďovat a zpracovávat informace o požadavcích na trhu
 - Princip automatizace předpokládá maximální stupeň automatizace všech logistických funkcí, které umožňují dosáhnout výrazných úspor času a kvalitního zákaznického servisu.
- [2, s. 27]

1.1.4 Subjekty logistiky

„Subjekty logistiky můžeme definovat jako tvůrce logistické strategie a účastníky procesních logistických řetězců včetně poskytovatelů logistických služeb, spolu s poradenskými a projektovými firmami a s dodavateli aktivních a pasivních prvků a jejich systémů pro logistické řetězce“. [1, s. 47]

1.2 Služby

„Služba je jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout straně druhé. Služba je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkce služby může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem“. [3, s. 6]

1.2.1 Vlastností služeb

Mezi nejvýznamnější vlastnosti služeb je možné zařadit následující:

- 1) Nehmotnost
- 2) Heterogenitu

3) Neoddělitelnost (shoda fází výroby a spotřeby)

4) Zničitelnost (nemožnost skladování)

5) Nemožnost vlastnictví

- **Nehmotnost** – vzhledem k tomu, že služby představují z větší části procesy a činnosti (než objekty), nelze je vidět ani cítit ve stejné míře jako zboží. V důsledku toho nelze služby legálně patentovat a řízení poptávky po službách je velkou výzvou. Služby je obtížné předvést nebo popsat, a proto je pro spotřebitele obtížné posoudit jejich kvalitu.
- **Heterogenita** – vzhledem k významnému vlivu lidského faktoru a vysokému stupni zapojení samotného spotřebitele do procesu služby (s jeho jedinečnými požadavky) není možné poskytovat dvě stejné služby. Výsledkem je, že kvalita služeb je závislá na mnoha nekontrolovatelných faktorech, jako jsou nejasně formulované požadavky spotřebitelů, přítomnost či nepřítomnost dalších návštěvníků, kvalifikace zaměstnanců.
- **Neoddělitelnost** – tento faktor naznačuje, že spotřebitel je přítomen při "výrobě" služby a může se na něm přímo podílet. To také znamená, že spotřebitel může komunikovat s ostatními spotřebiteli a ovlivnit jejich zkušenost a vnímání služby. Vzhledem k jedinečnosti každé takové situace není hromadná (standardizovaná) výroba služeb možná.
- **Zničitelnost** – pomíjivost určuje nemožnost skladování, dalšího prodeje nebo vrácení služby. Není možné změnění adresy ve chvíli, když zásilka už je převzata. V důsledku toho jsou nejdůležitějšími otázkami, pokud jde o rozhodování o řízení, předvídaní poptávky a flexibilní plánování využití zdrojů.
- **Nemožnost vlastnictví** – spotřebitel služby obvykle používá službu po omezenou dobu. Na rozdíl od hmotného zboží nejsou služby nikým vlastněny. Ve většině případů nelze poskytovanou službu využívat příliš dlouhou dobu. Nakonec se buď stane zastaralou, nebo se stane irelevantní.

1.2.2 Kvalita služeb

„Služby zákazníkům jsou jedním z prostředků, jak zvýšit užitnou hodnotu dodávaných výrobků a služeb. Problém kvality nabízených služeb spočívá v tom, jak se dodavateli podaří nabízenou službu skutečně realizovat. Prioritní pro zákazníka i dodavatele je dosažení souladu mezi očekávanou úrovní služby a tím, jak ji nakonec zákazník vnímá.“ [4, s. 55]

1.2.3 Parametry měření kvality služeb

- **Hmatatelnost** – fyzické prostředí, které představuje služby – kancelářské vybavení, druh personálu atd.

- Spolehlivost – poměrně vysoká pravděpodobnost poskytnutí objednané služby v plném rozsahu a přesně v čas. Pojem spolehlivosti je stejně použitelný nejen pro materiální, ale také pro informační a finanční postupy.
- Odpovědnost – vysoká záruka plnění služby v kombinaci s touhou pomoci zákazníkovi
- Úplnost – vlastnictví požadovaných materiálů, dovednosti, kompetence a znalosti pro provádění služby s přihlédnutím k cílům kupujícího
- Dostupnost – snadné navazování kontaktů s poskytovateli služeb, vhodný čas pro zákazníka k poskytování služeb
- Bezpečnost – svoboda od nebezpečí, rizika, nedůvěry. Bezpečnost nákladu při distribuci
- Zdvořilost – etické chování poskytovatele služeb, korektnost, zdvořilost kontaktního personálu
- Komunikace – schopnost mluvit plynule v jazyce srozumitelném kupujícímu [3, s. 7]

1.2.4 Služby z pohledu 7S (7R)

Úspěch při komunikaci s potenciálními zákazníky závisí na operativnosti a řádném splnění jejich požadavků.

Nedodržení alespoň jedné z níže uvedených podmínek může vést ke ztrátě zákazníka. Například zákazník může odmítnout produkt kvůli dlouhé dodací lhůtě.

- 1) Správná služba – (Right product)
- 2) Správná kvalita – (Right quality)
- 3) Správné množství – (Right quantity)
- 4) Správný čas – (Right time)
- 5) Správné místo – (Right place)
- 6) Správný zákazník – (Right customer)
- 7) Správná cena – (Right cost) [3, s. 13]

1.3 Zasilatelství

„Zasilatelské služby představují komplex činností zasilatele, vztahujících se k hmotnému zboží, zahrnující obstarání dopravních a přepravních výkonů a služeb, tj. zpravidla organizace dopravy, pomoc zákazníkovi při řešení, přípravě a realizaci přepravních, eventuálně dopravních výkonů a

služeb včetně volby dopravní trasy a dopravních prostředků, zajištění toku informací, pomoc při platebním řízení apod“. [5, s. 17]

1.3.1 Zasiřatel

Zasiřatel – právnická nebo fyzická osoba, která se zavazuje vlastním jménem a na účet a dle požadavků příkazce, k obstarání přepravy z místa odeslání na místo určení.

1.3.2 Zasiřatelská smlouva

„Prostřednictvím zasiřatelské smlouvy se zasiřatel zavazuje příkazci, že mu vlastním jménem na jeho účet obstará přepravu věcí a příkazce se mu za to zavazuje zaplatit odměnu. Svoji podstatou se jedná o komisionářskou smlouvu mající charakter zprostředkovatelské smlouvy“. [6, s. 271]

Uvedená smlouva může rovněž stanovit poskytování doplňkových služeb nezbytných pro dodání nákladu (kontrola množství a stavu nákladu, jeho nakládka a vykládka, úhrada cla a poplatků, uskladnění nákladu v místě určení, získání potřebných pro export a import dokladů, plnění celních formalit atd.). Zasiřatelská smlouva se uzavírá písemně.

Základní podmínky zasiřatelské smlouvy jsou následující:

- Údaje o stranách smlouvy (název firmy, adresa, kontaktní osoba, IČO, telefon apod.)
- Druh služby zasiřatelé
- Druh a název nákladu (zásilky)
- Práva a povinnosti stran
- Odpovědnost stran, včetně škody způsobenou tzv. lidským faktorem (náhodou)
- Výše platby zasiřatelovi
- Určení výchozího a cílového místa zásilky
- Termín (datum) plnění smlouvy

1.3.3 Hlavní činnosti zasiřatele

„U jednotlivých zasiřatelů se jedná o určité soubory zpravidla na sebe navazujících nebo mezi sebou souvisejících zasiřatelských služeb, které jsou pro činnost konkrétních zasiřatelů charakteristickými, resp. Jejich převažujícími aktivitami“. [6, s. 288]

Hlavní zasiřatelské činnosti:

- Zajiřování dopravních a přepravních operací včetně organizace vykládky a nakládky
- Zajiřování nájmu dopravních a případně i přepravních prostředků (nejčastěji kontejnerů)
- Pomoc a spolupráce při uzavírání přepravních a obdobných smluv
- Výběr a optimalizace dopravní cesty

- Právo vlastního vstupu zasilatele – realizace dopravy vlastními silami (především v oblasti silniční dopravy)
- Zajištění rozvozu a svozu zásilek, vlastní realizace nakládky, vykládky a překládky
- Provozování sběrné služby – kompletace a dekompletace zásilek, tj. sdružování a rozsdružování zásilek včetně skladování a balení
- Plnění logistických činností, např: distribuce
- Služby individuálních komplexních logistických řešení
- Další zasilatelské činnosti, které doplňují výše uvedené hlavní činnosti [6, s.289]

1.3.4 Zánik zasilatelské smlouvy

Splnění přepravní povinnosti je ukončeno doručení zásilky na adresu příjemce a její převzetím. Při splnění podmínek závazek zaniká, v opačném případě se mění jeho obsah, dojde k odpovědnosti jedné či druhé strany smluv, které zprostředkovávají proces přepravy zboží.

1.3.5 Nákladní list CMR

Nákladní list CMR je nejrozšířenějším přepravním dokladem v mezinárodní silniční nákladní přepravě. Nákladní list CMR je vystaven k potvrzení uzavřené přepravní smlouvy, která určuje odpovědnost odesílatele, dopravce a příjemce zboží. Potvrzuje, že náklad byl v době převzetí v řádném stavu, zabalen a označení odpovídá údajům uvedeným v nákladním listu. Také obsahuje veškeré údaje o přepravě: kdo přepravuje, co přepravuje, v jakém množství, kam náklad směřuje, kdy zboží dorazilo na celní úřad atd.

Podle ujednání CMR vyvinula Mezinárodní silniční unie (IRU) standardní nákladní list. CMR list je sestaven ve třech světových jazycích, zadní strana obsahuje ještě tři další. Díky tomu je CMR nákladní list přijímán a uznáván v celé Evropě. [7]

Nákladní list CMR se skládá z následujících částí:

- 1) S červeným tiskem pro odesílatele
- 2) S modrým tiskem pro příjemce
- 3) Se zeleným tiskem pro dopravce
- 4) S černým tiskem pro druhého dopravce (existuje-li)

1.3.6 Silniční přeprava a přepravní služby

Silniční nákladní přeprava je dnes nejpopulárnějším druhem nákladní dopravy, protože její výhodnost je zřejmá: autem lze přepravit téměř vše, a to jak v rámci regionu, tak i na velké vzdálenosti. V případě, že není možné doručit zásilku po železnici nebo po moři a letecky je to

příliš drahé, přichází na pomoc auto. Autem můžete provádět jakoukoli přepravu v rámci kontinentu. Proto je silniční doprava v moderním světě tak rozvinutá a žádaná.

Přepřavou rozumíme v širším smyslu souhrn všech aktivit, zahrnující vlastní přemísťovací (dopravní) proces, ale i služby s tímto procesem související jako ložné operace, meziskladování, zprostředkování souvisejícího pojištění, vyřizování celních formalit. V užším smyslu jde o výsledný efekt přemísťovacího (dopravního) procesu, tj. o vlastní výslednou změnu prostorového bytí v čase.

„Přepřavní služby definujeme jako komplex činností souvisejících s procesem přemísťování hmotného zboží, a to včetně samotného přemísťení (čili včetně vlastní dopravní služby)“. [5, s. 15]

Výhody silniční nákladní dopravy:

- Dostupná cena. Autodoprava je neekonomičtější typem dodávky. Náklady na přepravu stejného nákladu po železnici a letecky jsou dražší (na krátkou a střední vzdálenost).
- Mobilita a rychlé dodací lhůty. Silniční doprava není vázána na jízdní řád a není závislá na povětrnostních podmínkách a díky rozsáhlé síti silnic a dálnic je možné doručovat náklad autem kamkoli v republice.
- Všestrannost. Pomocí auta můžete doručovat korespondenci a různé zboží (potravin, stroje a velká zařízení) na libovolnou vzdálenost a „od dveří ke dveřím“.
- Doplnková služba. Vzhledem k popularitě kamionové dopravy jsou kamiony vybaveny satelitními systémy řízení dopravy, které umožňují vypočítat přesný čas příjezdu nákladu a informovat odesílatele a příjemce o jeho poloze.

Nevýhody silniční nákladní dopravy:

- Vysoké náklady v případě přepravy nákladu na velké vzdálenosti.
- nutnost překračování hranic s sebou nese ztrátu času.
- pokud se vozidlo porouchá na silnici, může to narušit harmonogram dodávek.
- Pravděpodobnost krádeže nákladu. Různé prostředky kontroly nákladu bohužel neposkytují 100% ochranu proti krádeži.

1.4 Poštovní služby

Poštovní služby jsou nejmasivnějším, nejdostupnějším a nejchopárnějším sekundárním odvětvím komunikačního hospodářství. Výrobní činností poštovní služby je poskytovat fyzickým a právnickým osobám kvalitní služby pro příjem, zpracování, přepravu a výdej všech druhů poštovních zásilek.

Do poštovních služeb také spadají např. služby listovních a balíkových zásilek, doručování peněžních zásilek, informací telefonických, telegrafních, faxových apod. [3, s. 125]

1.5 SWOT analýza

SWOT analýza je nástroj strategického plánování, který umožňuje popsat reálný stav věci jakékoli společnosti. Zkratka „SWOT“ je tvořena čtyřmi anglickými slovy: "strengths, weaknesses, opportunities, threats". V souladu s tím se překládají jako „silné stránky, slabé stránky, příležitosti, hrozby“. Výhodou této analýzy je provedení komplexního výzkumu společnosti, konkurentů a průmyslu jako celku. Vypracování SWOT analýzy spočívá ve výčtu všech významných aspektů podnikatelské činnosti. Například „cenová výhoda oproti konkurenci“ je důležitým aspektem, který musí být zahrnut do SWOT analýzy. Nicméně, "pravidelné provádění Tim-bilding akce" nemá přímý vliv na rozvoj podnikání, takže by neměl být přidán do seznamu.

Kategorie „silné a slabé stránky“ patří mezi faktory určované vnitřním stavem věci ve firmě. Kategorie „příležitosti a hrozby“ jsou vnější faktory, které je třeba vzít v úvahu při tvorbě dalšího podnikatelského plánu. Silné stránky a příležitosti odrážejí pozitivní aspekty v této fázi rozvoje společnosti. To jsou prvky, které přispívají k dosažení stanovených obchodních cílů. Slabé stránky a hrozby jsou negativní aspekty bránící rozvoji firmy. [8, s. 35]

Shromáždění všech dat umožňuje pochopit, jak minimalizovat škody způsobené negativními aspekty. V ideálním případě by vedení po provedení SWOT analýzy mělo modernizovat obchodní strategii, aby se negativní faktory proměnily v nové body růstu.

1) **Silné stránky** – seznam silných stránek společnosti by měl obsahovat konkurenční výhody, které jsou dány kvalitou produktu, služby, marketingovou politikou, stavem průmyslu atd.

2) **Slabé stránky** – v seznamu slabých stránek firmy je nutné přidat faktory, které brání růstu zisku. Zároveň je třeba umět rozlišovat slabiny a hrozby. Slabé stránky přímo závislé na činnostech společnosti a hypoteticky lze eliminovat při změně produktové řady, zlepšení služby, optimalizaci marketingové strategie.

3) **Příležitosti** – do kategorie "příležitosti" by měly být zahrnuty všechny aspekty spojené s vývojem trhu nebo s činnostmi konkurentů. To znamená, že se jedná o jevy, které společnost nemůže přímo ovlivnit, ale z nichž může těžit, pokud implementuje určité strategie v krátkodobém a střednědobém horizontu.

4) **Hrozby** – jsou vše, co závisí na názoru cílové skupiny nebo na aktivitách zákazníků. Okolnosti, které nevyhnutelně nastanou, jsou mimo vůli či činnost vedení společnosti. Změna módy, zvýšená

konkurence, ekonomická krize, závislost na dovozu, sezónní výkyvy poptávky, to vše jsou příklady hrozeb. Pochopení hrozeb umožní pochopit, jak podnikat, s cílem udržet si maximum ze stávající zákaznické základny.

1.5.1 Výhody a nevýhody SWOT analýzy

Stručný popis výhod a nevýhod SWOT analýzy je následující: „SWOT analýza odpovídá na otázku „co se dělá?“, ale neodpovídá na otázku „co je třeba udělat?“. To znamená, že po obdržení údajů SWOT analýzy by se mělo vedení zamyslet nad možnými dalšími opatřeními a nad riziky spojenými s přijetím konkrétního programu. [8, s. 35]

Výhody SWOT analýzy:

- Reprezentativní zpráva srozumitelná všem.
- Schopnost provést strukturovanou analýzu výhod současné situace společnosti.
- Potřeba analyzovat aktuální stav trhu.
- Aktualizace hrozeb a rizik v závislosti na vnitřních a vnějších faktorech.
- Možnost stanovení bodů růstu vzhledem k vývoji společnosti a stavu trhu.
- Rychlost přípravy zprávy.
- Jednoduchost sběru dat.

Nevýhody SWOT analýzy:

- Sběr dat je do značné míry závislý na subjektivním posouzení posuzovatele.
- SWOT analýza nebere v úvahu prognózy a hypotetické faktory, např. rizika spojená s vývojem ekonomiky země.
- SWOT analýza není návodem k akci – k sestavení obchodní strategie musíte navíc využít data z podrobnější analýzy.
- SWOT analýza představuje pozici společnosti v určitém časovém okamžiku, je obtížné reflektovat představu o dynamice rozvoje.

1.6 PEST analýza

PEST analýza slouží k posouzení schopností společnosti jako celku a jejich závislosti na vnějších faktorech. V logistice se taková analýza používá jen zřídka, i když právě v logistice je vliv vnějších faktorů poměrně silný. Výsledky PEST analýzy umožní vedení společnosti vyvodit závěry na základě dat (nikoli intuice), promyslet strategii a přijmout potřebná opatření.

PEST je zkratka, z anglického Political, Economical, Socialcultural, Technological forces. Nebo v češtině politika, ekonomika, společnost a technologie. Tato analýza se zabývá vlivem těchto čtyř typů faktorů na výkonnost společnosti. [8, s. 33]

1.7 Porterova analýza pěti sil

Myšlenka Porterova modelu spočívá v tom, že ziskovost podniku ovlivňuje několik faktorů najednou:

- Vliv dodavatelů
- Vliv odběratelů
- Stávající konkurence
- Nová konkurence
- Substituční produkty

1) **Vliv dodavatelů** – od dodavatelů závisí náklady na zboží, množství vyráběných výrobků, sortiment, a to vše přímo ovlivňuje zisk. Například dodavatel může zvýšit ceny, dodávat suroviny nesprávné kvality, nedodržet termíny, odmítnout spolupráci. Každá z těchto situací negativně ovlivní zisky společnosti.

Dodavatelé mohou mít významný vliv na zisk, když:

- je jich málo
- množství dodávaných surovin nepokrývá potřeby všech společností, které o to mají zájem
- hledání dalších dodavatelů a restrukturalizace logistiky pro spolupráci s nimi je dlouhý a nákladný proces. Například pokud je surovina jedinečná nebo existují závazky podle smlouvy se současným dodavatelem
- dodavatelé mají ve své práci více prioritních vektorů a dodávka surovin pro společnost pro ně není nejziskovějším směrem.

2) **Vliv odběratelů** – zákazníci vždy chtějí produkt, který je lepší a levnější. V konkurenčním prostředí musí výrobci neustále zlepšovat kvalitu svých výrobků nebo snižovat cenu. V důsledku toho klesají zisky. Kupující mají pravidelně nové potřeby a kritéria pro výběr zboží. Je potřeba to neustále sledovat a včas zachytit trendy, aby neztratit zájem odběratelů.

3) **Stávající konkurence** – konkurence vede k poklesu zisků, protože je potřeba neustále zvyšovat náklady na propagaci produktu, zlepšovat jeho kvalitu, snižovat ceny nebo je nezvyšovat, i když se náklady zvýšily, rozšiřovat sortiment, investovat do průzkumu trhu a testování nových vzorků produktů.

Konkurence v rámci odvětví se zvyšuje, když:

- na trhu je mnoho společností, jejichž objemy prodeje jsou přibližně stejné
- trh vykazuje slabý růst nebo poklesy, v důsledku čehož dochází k neustálému přerozdělování
- zboží od různých výrobců se od sebe příliš neliší a kupující snadno přecházejí od jednoho k druhému
- odchod z odvětví je velmi drahý, takže je potřeba pokračovat v práci i s nízkou ziskovostí.

4) **Nová konkurence** – noví výrobci přicházejí na trh zpravidla s novými technologiemi: jejich výroba je ekonomičtější, technologicky vyspělejší, šetrnější k životnímu prostředí a jejich výrobky lépe vyhovují potřebám kupujících. Aby společnosti zůstaly konkurenceschopné, je potřeba navíc investovat do výroby a marketingu produktu. Náklady rostou, zisky klesají.

5) **Substituční produkty** – téměř každý produkt nebo službu lze něčím nahradit. A ne vždy se jedná o produkty přímých konkurentů, ale prostě o něco, co řeší stejný spotřebitelský problém. Člověk může jít třeba večer do restaurace, nebo do kina či divadla – to znamená, že problém večerní zábavy se dá řešit různě. Pokud prodeje jednoho substitučního produktu rostou, pak přirozeně klesají u jiného. Proto je potřeba zlepšovat kvalitu, rozvíjet značku, investovat do marketingu, reklamy, navíc se odlišovat od přímých a nepřímých konkurentů a prokázat hodnotu produktu.

Posledním bodem Porterova modelu je výběr strategie, která bude v současném prostředí nejefektivnější. Existují tři takové strategie:

- **Řízení nákladů.** Cílem je snížit náklady a cenu produktu/služby a tím získat velký podíl na trhu a zvýšit zisky prostřednictvím zvýšeného prodeje. Strategie je vhodná, když existuje vysoké riziko ztráty kupní poptávky.
- **Odlišení značek.** Cílem je odlišit produkt od produktů konkurence. Tím je zajištěna vysoká hodnota produktu a stabilní poptávka. Tento model funguje dobře například při středním/vysokém riziku ztrát od stávající konkurence.
- **Soustředění.** Smyslem je vybrat úzký výklenek, ve kterém bude snazší prosadit se a rozvíjet se na úkor nízké konkurence. Jedná se o účinnou strategii pro vysoce konkurenční trhy s nízkým prahem vstupu.

Model pěti sil Michaela Portera je hloubková analýza, která pomůže vytvořit dlouhodobou strategii rozvoje podnikání. Nesmíme ale zapomínat, že hodnocení rizik je jen jedním z nástrojů pro analýzu podnikání a není pevným základem pro přijímání důležitých rozhodnutí. [8, s. 30]

1.8 Interní a externí analýzy dle matic IFE a EFE

1) Interní analýza vyhodnocuje interní faktory a pro vytvoření matice IFE je potřeba uvést stejný počet silných a slabých stránek, které mohou ovlivnit strategický záměr podniku. Také je potřeba přiřadit váhu každému faktoru od 0,00 do 1,00 podle jejich důležitosti. Podstatný je to, že suma vah silných a slabých stránek musí být rovna 1,00. Dále následuje ohodnocení faktoru, stupněm vlivu na strategická východiska, které má čtyři stupně vlivu:

- 4 – významná silná stránka
- 3 – méně důležitá silná stránka
- 2 – méně důležitá slabá stránka
- 1 – významná slabá stránka

Posledními kroky bude vynásobení u každého faktoru jeho váhy a stupňů vlivu, a pro dosažení celkového váženého ohodnocení je potřeba sečíst vážený ohodnocení jednotlivých faktorů

2) Externí analýza dle matici EFE hodnotí vnější postavení společností a její strategické záměry. EFE matice je sestavena podle stejného principu jak matice IFE. [9] Jediným rozdílem je míra dopadu na strategická východiska, stejně jak IFE matice je tady čtyři stupně, ale mají jiné názvy:

- 4 – nejvyšší
- 3 – nadprůměrný
- 2 – střední
- 1 – nízký

2. Služby nabízené vybranou společností

Druhá část bakalářské práce se soustředí na samotné firmě, její historii, strukturu, předmětu podnikání a službách, které poskytuje svým zákazníkům, také jsou zmíněny účetní výkazy.

2.1 Společnost Direct Parcel Distribution CZ s.r.o.

Společnost Direct Parcel Distribution CZ s.r.o. (dále jen DPD CZ) byla založena dne 24. srpna 1994.

V roce 2002 společnost GeoPost převzala 100% podíl společnosti DPD CZ. (Firma GeoPost je druhým největším poskytovatelem expresních a balíkových služeb v Evropě. Je plně vlastněnou dcerou francouzské národní pošty La Poste Group. Kromě DPD působí v různých zemích například pod názvy Chronopost). K poslední změně vlastníka došlo v prosinci roku 2006, kdy společnost DPD (Schweiz) AG, Švýcarská konfederace převzala 100% podíl společnosti DPD CZ.

Skupina DPD je jedním z největších privátních systémů pro expresní přepravu kusových zásilek v Evropě. Zajišťuje vnitrostátní i mezinárodní přepravy firmám, podnikatelům a soukromým osobám. Společnost DPD CZ, provozovatel národního systému v České republice, vznikla v roce 1994. Během krátké doby byla vybudována kvalitní síť přepravních dep po celém území ČR. Díky úspěšné aplikaci osvědčených zahraničních technologií a znalostí místních specifíků, byl vytvořen ucelený systém, který odpovídá potřebám trhu. [10]

Společnost DPD CZ je součástí skupiny DPDgroup, největší sítě balíkové přepravy v Evropě. Se svými 1 800 kurýry a 1 300 výdejními místy Pickup je DPD předním doručovatelem v České republice. Jako jediný přepravce na trhu nabízí službu Predict – zákazník předem ví, kdy mu bude zásilka doručena, a to na 1 hodinu přesně. Zároveň si v aplikaci DPD Kurýr může změnit čas nebo místo doručení podle svých preferencí. Jako součást DPDgroup využívá DPD přes 58 000 výdejních míst Pickup napříč celou Evropou a doručuje do 230 zemí světa. Společnost DPDgroup chce působit jako vedoucí hráč v oblasti udržitelného doručování. DPD svou uhlíkovou stopu při doručování zásilek a provozu dep soustavně snižuje a veškeré své emise plně kompenzuje prostřednictvím nejrůznějších ekologických projektů, které jsou součástí strategie DrivingChange.

2.1.1 DPDgroup

Skupina mezinárodních poskytovatelů balíkové služby DPD vznikla v Německu v roce 1976. Třípísmenná zkratka tehdy znamenala Deutscher Paketdienst (Německá balíková služba). V roce 1999 získala většinový podíl ve firmě francouzská státní pošta La Poste, která ji dodnes vlastní přes svou dceřinou společnost GeoPost.

DPD získala postupně akvizicemi některé evropské balíkové či poštovní podniky, jako například norský PostNord. Poslední akvizicí bylo převzetí balíkových přeprav Geis Parcel v Česku a na Slovensku a díky této akvizici se společnost DPD stává největším soukromým přepravcem na českém trhu a zaujímá tak prvenství hned za Českou poštou. V Česku DPD přebírá veškerá depa, výdejní místa a kurýrní síť. Nově tak zákazníci budou moci využívat přes 1 300 výdejních míst DPD Pickup, 30 dep a zásilky bude doručovat více než 1 800 kurýrů.

V roce 2019 vytvořila skupina DPDgroup tržby ve výši 7,8 miliard eur, přepravila 1,3 miliardy balíků po celém světě a pracovalo pro ni celkem 75 tisíc zaměstnanců. [Výroční zpráva 2020]

2.1.2 Mise (poslání)

S vysoce profesionálními zaměstnanci a rozvinutou firemní kulturou musíme se stát prvním asistentem zákazníků v oblasti logistiky a doručování zboží a zásilek, po celém území České republiky i mimo něj, nabízející široký výběr spolehlivých a efektivních řešení.

Firemní hodnoty jsou charakter a podstata společnosti. To jsou principy, které by měli dodržovat ve vzájemných vztazích všichni zaměstnanci, bez ohledu na obsazenou pozici a její úroveň. Firemní hodnoty jsou nedílnou součástí firemní kultury.

DPD CZ se snaží být takovou přepravní společností, na kterou jsou zaměstnanci hrdí a zákazníci jí důvěřují.

Firemní hodnoty:

- **Důvěra:** budování vztahů na základě důvěry a respektu ke kolegům, zákazníkům, partnerům společnosti a obchodní komunitě jako celku.
- **Otevřenost:** otevřenost v komunikaci a poskytování informací. Dodržování všech legislativních a právních norem a předpisů.
- **Týmový duch:** orientace spíše na společný cíl než na vlastní zájmy, ochota k vzájemnosti a kompromisu, vědomé přijetí firemních pravidel, norem a hodnot, a jejich dodržování.
- **Odpovědnost:** včasné, úplné a přesné plnění přijatých závazků a úkolů
- **Iniciativa:** aktivita v konstruktivních návrzích na zlepšení obchodních procesů

2.2 Předmět podnikání společností

- Silniční motorová doprava – nákladní provozovaná vozidly nebo jízdními soupravami o největší povolené hmotnosti nepřesahující 3,5 tuny, jsou-li určeny k přepravě zvířat nebo věcí

- Výroba, obchod, skladování zboží a manipulace s nákladem

- Poštovní a kurýrní služby (vnitrostátní a mezinárodní zasilatelství) [11]

2.3 Organizace a struktura společnosti

Společnost Direct Parcel Distribution CZ s.r.o. od roku 2020 je zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, jako společnost nástupnická, přešlo jí v důsledku vnitrostátní fúze sloučením veškeré jmění společností DPD CZ. s.r.o., která je zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Plzni, jako společnost zanikající.

Její základní kapitál činí 342.160.000, -Kč a je splacen ze 100 %. Orgány společností tvoří valná hromada a 1 jednatel – Miloš Malaník. Jednatel zastupuje společnost samostatně, rozhoduje o všech věcech společnosti, pokud nejsou vyhrazeny valné hromadě a zajišťuje obchodní vedení společnosti. [11]

2.4 Nabízené služby

V této kapitole se zaměřím na samotné služby, které DPD CZ poskytuje svým zákazníkům

2.4.1 Služby ve vnitrostátní přepravě

1) **Doručení na adresu** – tato služba je rozdělená na DPD Classic (Doručení do firmy) a DPD Private (Doručení na soukromou adresu)

DPD Classic – pokud je třeba posílat zásilky partnerům nebo mezi svými pobočkami, tak díky DPD Classic lze to uskutečnit bezpečně a včas.

Proč zvolit tuto službu:

- Každá zásilka bude doručena do druhého pracovního dne od vyzvednutí
- Příjemci bude zasláno oznámení o doručení e-mailem 1 den předem
- Pojištění do 50 000 Kč v ceně přepravy
- Až 3 pokusy o doručení
- Díky unikátnímu 14 místnému kódu je možné snadno sledovat průběh doručování své zásilky.
- Příjemce má k dispozici webovou aplikaci DPD Kurýr, kde je možné nejen sledovat pohyb zásilky, ale je možné nechat poslat zásilku do výdejního místa Pickup, přidat záložní adresu nebo odložit doručení o 10 dní.

DPD Private – s touto službou příjemci budou vědět na hodinu přesně kdy přijede kurýr.

- Hodinový interval doručení, který bude zákazníkovi upřesněn v den doručení SMS či e-mailem.

2) **Doručení na výdejní místo** – oslovuje nové zákazníky, kteří dávají přednost osobnímu vyzvednutí balíčků. V síti výdejních míst Pickup se nalézá už přes 1 300 poboček.

Proč zvolit tuto službu:

- Uložení balíčku 7 kalendářních dní, každý balíček pro zákazníky je v bezpečí uschován na výdejním místě, potom je poslán zpět.
- Víkendový provoz poboček. Většina výdejních míst má otevřeno minimálně jeden den o víkendu
- Průběžné notifikování. Příjemce je informován v den vyzvednutí. Dále je příjemce informován při doručení zásilky do výdejního místa a v případě že si příjemce zásilku nevyzvedne do 4 dnů od naskladnění, je informován o blížícím se vrácení zásilky odesílateli.
- Neustále se zvětšující síť. DPD neustále inovuje, s čímž souvisí i navyšování počtu našich výdejních míst Pickup. V současné době je možné využívat v České republice téměř 1300 výdejních míst Pickup (v rámci DPDgroup je možné využít až 58 000 výdejních míst)

3) **Garantované doručení** – tato služba je rozdělena na 3 časové rozvržení, DPD 10:00, DPD 12:00 a DPD 18:00.

Zásilka bude doručena hned druhý den po vyzvednutí u uživatele služby do 10:00, 12:00 nebo 18:00. Služba vychází z DPD Classic, doručení je avizováno jak emailem, tak SMS.

4) **Expresní doručení (DPD Dnes)** – s touto službou je zajištěno expresní doručení zásilky v den vyzvednutí. Služba platí pouze pro území hl. města Prahy. Svoz zásilky je možný max. do 12:00. Mezi 15:00 - 21:00 tentýž den probíhá následné doručení zásilky. [10]

2.4.2 Služby v mezinárodní přepravě

1) **Doručení na adresu** – jak i ve vnitrostátní přepravě je služba rozdělena na DPD Classic a DPD Private

DPD Classic – pokud je třeba posílat zásilky zahraničním partnerům nebo mezi svými mezinárodními pobočkami, tak díky DPD Classic lze doručit vaše zásilky spolehlivě, bezpečně a včas po celé Evropě.

Proč zvolit tuto službu:

- Rychlé doručení na Slovensko, zásilky jsou přepravovány do 31,5 kg v rozmezí 1–2 pracovních dnů.

- Do ostatních evropských zemí zásilky jsou přepravovány do 31,5 kg v rozmezí 2–4 pracovních dnů.
- Zákazník bude o termínu doručení informován e-mailem.
- Ke každé zásilce je přidělen 14 místný kód, který se po celou dobu doručování nemění, a proto je možné jednoduše sledovat průběh doručování zásilky napříč všemi státy.

DPD Private – s touto službou je možné posílat zásilky zahraničním klientům po celé Evropě a budou doručené na hodinu přesně.

2) **Doručení na výdejní místo** – viz. služby ve vnitrostátní přepravě.

3) **Garantované doručení** – DPD Guarantee, tato služba je zárukou, že se vaše zásilka dostane do cíle včas. Doručení probíhá v rozmezí 1-5 pracovních dnů. Konkrétní počet dnů pro danou destinaci lze zjistit pomocí kalkulačky na oficiálních stránkách DPD. Tuto službu lze využít k odeslání zásilek do 15 zemí.

Proč zvolit tuto službu:

- Záruka, že zásilka dorazí příjemci bezpečně a včas.
- Doručení probíhá v rozmezí 1-5 pracovních dnů
- V případě provozních problémů přijde včas upozornění. V případě nedodržení termínu doručení, bude vrácen cenový rozdíl mezi službou Express a Classic.

4) **Import** – pokud je potřeba vyzvednout zásilku v zahraničí a doručit ji na libovolnou adresu v České republice, je možné využít službu Import, která slouží pro přepravu zásilek z Evropy do ČR.

Proč zvolit tuto službu:

- Spolehlivé doručení ze zahraničí po celé České republice
- Zásilky budou doručené na hodinu přesně
- Možnost řízení zásilky ve webové aplikaci DPD Kurýr, kde si příjemce řídí doručení.

5) **Expresní doručení** – tato služba je rozdělena na DPD Express po EU a DPD Express po celém světě.

DPD Express po EU – expresní přeprava zásilek po zemích Evropské unie, a to do 18:00 následujícího dne od vyzvednutí. Svoz DPD Express zásilek nejsou nenabízené plošně, řídí se restrikcemi. (viz. Příloha)

Proč zvolit tuto službu:

- Zásilky jsou přepravovány spolehlivě a bezpečně do zemí Evropské unie. V současné době je možné je odeslat ze všech měst, ve kterých je depo.
- 96 % všech zásilek jsou doručovány ve stanoveném čase. Pokud kurýr nezastihne příjemce na adrese, zásilku se mu pokusí doručit ještě jednou.
- Cestu zásilek můžete sledovat online v reálném čase.
- V rámci programu DrivingChange jsou kompenzovány veškeré vyprodukované emise CO2 tím, že jsou financovány projekty zaměřené na ochranu a obnovu přírody. Navíc bez jakýchkoliv příplatků pro zákazníky.
- Součástí ceny je pojištění zásilky do 50 000 Kč.

DPD Express po celém světě – DPD Express je obchodním názvem pro službu spočívající v nejexpresní letecké přepravě zboží z různých míst v ČR na jiné místo téměř kamkoli po světě.

Proč zvolit tuto službu:

- Zásilky jsou přepravovány do více než 220 zemí. Do zemí mimo EU přepravu zajišťuje letecká společnost Air France–KLM z Prahy a následně z Paříže do cílové země.
- DPD má překladiště přímo na letišti Charles de Gaulle v Paříži. Překladiště poskytuje kompletní zázemí pro provoz i celní služby. Navíc je automatizované a vybavené bezpečnostním systémem. [10]

2.4.3 Doplnkové služby

1) **Dobírka** – příjemce zaplatí zásilku při jejím převzetí. Maximální dobírková částka je u hotovosti 50 000 Kč, u platby kartou 200 000 Kč. Platební příkaz pro převod částky na účet je vydáván obvykle 3. pracovní den po doručení zásilky. U expresní dobírky je to následující pracovní den po doručení zásilky

2) **Chytré předání** – služba, která virtuálně umožňuje být u předání zásilky. Při ověření příjemce zásilky se na přístroji zobrazí dle preferencí libovolný text, logo nebo krátký dotazník. Příjemci je tak možno připomenout od koho zásilka putuje nebo si ověřit zákaznickou zkušenost s obchodem.

3) **Rozšířené krytí** – umožňuje si připojistit zásilku nad rámec standardního pojištění u zásilek nad 50 000 Kč do 500 000 Kč (pro vyšší hodnoty individuálně). Příplatek je 0,25 % z hodnoty požadovaného Rozšířeného krytí.

4) **Zpětný balík** – vrácení již doručené zásilky příjemcem zpět k příkazci. Přepravné je hrazeno příkazcem.

- 5) **Doručení do oddělení** – doplňková služba k DPD 10:00, DPD 12:00 a DPD 18:00. Umožňuje distribuci zásilek osobně do oddělení či konkrétní osobě. Zásilka by měla obsahovat e-mail a telefonní číslo na příjemce, který obdrží informaci o doručení.
- 6) **Ověřené předání** – doplňková služba k DPD Private. Doručení zásilky probíhá oproti kontrole totožnosti příjemce. Zaručuje jistotu, že zásilku převezme jen stanovená osoba. Kurýr si zapíše 5 čísel dokladu příjemce do svého přístroje MDU (skenovací přístroj). Není možné předat třetí osobě ani v případě zmocnění. V případě nesplnění podmínek pro Ověřené předání ani při jednom pokusu o doručení kurýr zásilku vrací odesílateli.
- 7) **Sběrný balík** – jedná se o doplňkovou službu k DPD Classic i DPD Private, kdy kurýr zásilku vyzvedne na adrese, která byla zvolena a následně ji doručí na adresu příjemce.
- 8) **Zabezpečené předání** – doplňková služba k DPD Private, která umožňuje předání zásilky do vlastních rukou oproti zadání kódu (PINu) do skenovacího zařízení kurýra. Je vhodná zejména pro choulostivé a citlivé zboží. Při zanesení zásilky do systémů, bude vygenerován 4 místný kód, který je příjemci zaslán SMS v den doručení.
- 9) **Doručení třetí straně** – doplňková služba k DPD Classic i DPD Private. Zásilka bude vyzvednuta na libovolné adrese a dovezena na adresu, kterou odesílatel sám zvolí.
- 10) **Ověřené předání 18+** - jedná se o nadstavbu služby Ověřené předání. Doručení zásilky probíhá oproti kontrole totožnosti a plnoletosti příjemce. Opět tak je kontrola nad tím, kdo si zásilku přebírá a zda je starší 18 let. Kurýr si zapíše 5 čísel dokladu do svého přístroje MDU (skenovací přístroj). V případě nesplnění podmínek pro Ověřené předání ani při jednom pokusu o doručení kurýr zásilku vrací odesílateli.
- 11) **Výměnná zásilka** – služba umožňuje zaslání zboží od zákazníka zpět k odesílateli. Jedná se o službu, která je vhodná při reklamaci. [10]

Tab. 2.1 Oblasti působení doplňkových služeb

Doplňková služba	Vnitrostátní	Mezinárodní
Dobírka	+	Slovensko, Polsko, Maďarsko
Doručení do oddělení	+	-
Doručení třetí straně	+	+
Chytré předání	+	-
Ověřené předání	+	-
Ověřené předání 18+	+	-
Připojištění	+	+
Sběrný balík	+	-
Výměnná zásilka	+	-
Zabezpečené předání	+	-

Zdroj: <https://www.dpd.com/cz/cs/o-nas/nase-sluzby/doplnekove-sluzby/>

2.5 Aplikace DPD Kurýr

Dopřejte svým zákazníkům pohodlné doručení, které si mohou jednoduše přizpůsobit přesně podle svého denního režimu a potřeb. Aplikace DPD Kurýr zahrnuje průběžné informování o balíčku, upřesnění 1 hodinového rozmezí a kdy kurýr přijede.

Co všechno umožňuje aplikace DPD Kurýr:

- Zjistit o balíčku všechny důležité informace (datum doručení, dobírku, možnosti platby).
- Sledovat kurýra na mapě a vědět, kolik adres mu zbývá do doručení.
- Změnit adresu a termín doručení.
- Přidat záložní adresu ve stanoveném okruhu v blízkosti doručovací adresy. Na ni se balíček vydá ještě v den doručení, když doručovatel bude neúspěšný
- Přesměrovat si balíček do nejbližšího výdejního místa Pickup.

- Poslat kurýrovi zprávu přímo z aplikace, kde se zobrazuje jeho jméno a telefonní číslo.
- Odložit si doručení o více než 10 dní (za příplatek).
- Bez složitého vysvětlování odmítnout příjem balíčku (v takovém případě bude rychleji přivezený zpátky).

Webová aplikace DPD Kurýr je automaticky k dispozici všem zákazníkům, kterým je přivážen balíček službou DPD Private. [10]

- Přístupové údaje do aplikace jsou zasílané 1 pracovní den před doručením SMS/e-mailem (podle toho, který údaj je poskytnutý) společně s dalšími informacemi o doručení.
- Zákazníci do aplikace vstoupí rovnou z SMS (aplikace je optimalizovaná pro mobilní zařízení), e-mailu nebo kdykoli později z adresy www.dpdkuryr.cz.
- Pokud nemají zákazníci přístup na internet, stačí kontaktovat zákaznickou linku a upravit si doručení přes ni.
- Po přihlášení uvidí zákazníci všechny informace o svém balíčku a můžou si upravit doručení.
- Pokud si zákazníci vyberou nadstandardní službu poskytovanou za příplatek, platbu provedou online přes platební bránu PayU přímo v aplikaci.

2.6 DPD Boxy (Pickup Station)

Chcete si vyzvednout od e-shopu zásilku nebo ji vrátit? Potřebujete poslat balíček kamarádovi nebo rodině? DPD CZ představuje novinku ve službách – samoobslužné DPD boxy (Pickup Station), pomocí kterých je možné balíky nejen vyzvedávat, ale i odesílat.

DPD boxy jsou umístěny na dobře dostupných místech v blízkosti obchodních center a administrativních budov. 24 hodin, 7 dní v týdnu. Boxy jsou součástí sítě výdejních míst Pickup, v rámci které, se po celém Česku je možné těšit na více než 1 300 poboček. Na většině z nich pak lze balíky nejen vyzvedávat, ale i odesílat.

Výhody DPD Boxu:

- Vždy otevřeno – jsou k dispozici nepřetržitě 24 hodin, 7 dní v týdnu. Uživatel služby nemusí se vázat na příjezd kurýra.

- Rychlé, jednoduché a výhodné – vyzvednutí i odeslání balíčku nezabere více než půl minuty. Není potřeba žádnou aplikaci, navíc to vyjde levněji než při vyzvednutí zásilky kurýrem u odesílatele doma.
- Flexibilní doručení – doručení do boxu je možno zvolit přímo v e-shopu nebo lze si tam balíček přeměrovat v aplikaci DPD Kurýr.
- Ekologická přeprava – doručování do výdejních míst znamená méně zastávek pro kurýra, a tím pádem nižší vyprodukované emise CO₂.
- Vhodné i pro těžší balíky – do výdejní sítě lze bez problémů posílat zásilky až do 15 kg a maximálních rozměrů 75 x 60 x 40 cm. [10]

2.7 Program DrivingChange

DrivingChange je program společenské odpovědnosti všech subjektů DPDgroup, jehož cílem je zlepšit skupiny DPD. DrivingChange se soustřeďuje na čtyři oblasti, ve kterých je vidět hlubší smysl v souvislosti s doručováním zásilek a perspektivu do budoucna. Zredukovat a minimalizovat uhlíkovou stopu, podporovat inovace jak v rámci firmy, tak i směrem ke společnosti, budovat smysluplné vztahy v komunitách, ve kterých pracuje. Nejdůležitější prioritou však zůstává snaha být jedničkou mezi zaměstnavateli. Základním kamenem společnosti a podnikání je poskytovat všímavé, ohleduplné a etické pracoviště pro všechny zaměstnance a partnery, k čemu přispívají každodenní pracovní činnosti.

Skupina DPD nastartovala politiku společenské odpovědnosti – DrivingChange v roce 2015 a tato reflektuje vysoké standardy a ambice. Náplní hlavního týmu CSR (společenská odpovědnost firem) je definovat hlavní směry zájmu, poskytovat odborné poradenství, nástroje a pomáhat jednotlivým subjektům DPDgroup utužovat spolupráci a sdílet praktiky, postupy. [12]

2.7.1 Emise CO₂ jsou snižovány na nulu

Přeprava zodpovídá za 25 % všech skleníkových plynů v Evropské unii a toto procento neustále roste. Podle Zelené dohody pro Evropu (Green Deal) se produkce emisí z přepravy musí snížit o 90 % do roku 2025, aby společnost dosáhla uhlíkové neutrality. DPDgroup se snaží zajistit, aby každé doručení bylo uhlíkově neutrální, bylo dostupné všem zákazníkům a bez jakýchkoliv extra poplatků. DPDgroup chce docílit snížení emisí CO₂ o 30 % do roku 2025. [10]

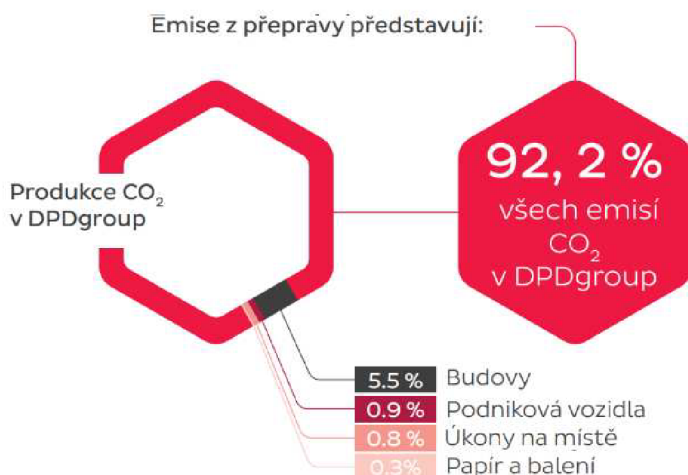
DPDgroup minimalizuje dopad na klimatické změny a od roku 2012 splňuje závazek o uhlíkové neutralitě díky těmto 3 strategiím:

- 1) DPD zhodnocuje svou uhlíkovou stopu pomocí externích auditů a technologií.

- 2) DPD snižuje emise CO₂ na zásilku.
- 3) DPD kompenzuje stávající emise z přepravy a spotřebu energií.

2.7.2 Zhodnocení uhlíkové stopy

Od roku 2012, kdy DPD se zavázala k uhlíkové neutralitě, bylo doručeno 7,7 miliard bezemisních balíků. Denně je doručováno přes 5 milionů zásilek v rámci programu DrivingChange. Ke splnění závazku o uhlíkové neutralitě je nutné změřit, odhadnout dopad a zredukovat jej na nejmenší možnou hodnotu.



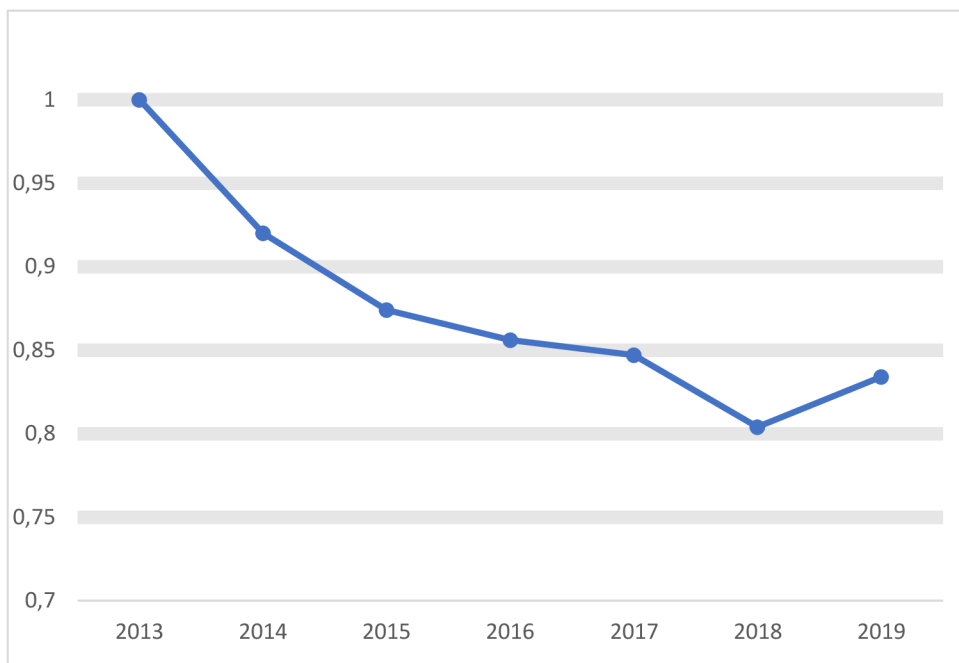
Obr. 2.1 Zhodnocení uhlíkové stopy DPDgroup

Zdroj: <https://www.dpd.com/cz/wp-content/uploads/sites/226/2020/11/CSR-report-2019-DPD-Group.pdf>

K měření uhlíkových emisí používá DPDgroup interní informační nástroj „RESPIRE“. Tato pomůcka shromažďuje data energetické spotřeby vztahující se k přepravě, depům a překladištím u všech poboček ve vlastnictví DPDgroup. Od roku 2016 nabízí DPDgroup všem klientům Carbon Report, tj. zprávu o uhlíkové stopě. Tato zpráva umožňuje zákazníkům vypočítat si dopad uhlíkové stopy dle přesně zvolené trasy zásilky. Jednotlivci i podniky tak lépe pochopí dopad jejich přepravy na životní prostředí.

2.7.3 Snižování emise CO₂ na zásilku

DPDgroup propaguje jednotný přístup, aby bylo dosaženo cíle snížení CO₂ emisí na zásilku o 30 % do roku 2025 (porovnání s rokem 2013). Soustředí se na dvě činnosti ke snížení primární i sekundární produkce uhlíkových emisí. Dosahuje modernizací vozového parku a umožňuje oddělením/ depům financovat tuto modernizaci přes Uhlíkový fond (Carbon Fund). DPDgroup celkově snížilo uhlíkové emise na zásilku o 13,9 % od roku 2013. Ovšem v roce 2019 došlo ke zvýšení emisí o 1,4 % oproti roku 2018.



Graf 2.1 Kg CO2 na zásilku

Zdroj: <https://www.dpd.com/cz/wp-content/uploads/sites/226/2020/11/CSR-report-2019-DPD-Group.pdf>

2.7.4 Kompenzace stávající emise z přepravy a spotřebu energií

DPDgroup pomáhá například s podporou projektů pro větrnou energii v Indii a podílí se na financování projektu v Brazílii, který generuje čistou energii ze skládkových plynů. Tato činnost v kompenzování uhlíkové stopy je dobrovolná, není osvobozená od daně a nemá další finanční záměry nebo benefity v rámci podpory projektů. Program uhlíkové kompenzace financuje také iniciativu větrné energie v Indii. Tento program pomáhá 802 větrným turbínám, které ročně produkují 809 473 MWh čisté elektrické energie pro 704 000 domácností a tím sníží emise CO2 o 754 619 tun. Tato elektrická energie je následně distribuována do vnitrostátní sítě. Snižuje tak závislost na fosilním palivu.

2.7.5 Optimalizace městské přepravy

Pomocí služby Predict si mohou zákazníci určit čas doručení v hodinovém okně, které jim vyhovuje, přijímat notifikace nebo změnit doručení podle svého přání. Díky zvýšení procenta doručených zásilek hned na první pokus zefektivnil celý proces a snížil emise CO2 na balík v průměru o 4 %.

V roce 2019 DPD UK (Velká Británie) spustilo službu zelené sdělení (Green notification), Díky automatické notifikaci služby Predict jsou spotřebitelé informováni, že zásilka bude doručena dodávkou s nízkými emisemi, tj. elektrickým autem, autem s pohonem LPG (zkapalněný ropný plyn) nebo elektrokošem. K tomuto programu se kvůli narůstající poptávce připojila i pobočka

Chronopost ve Francii v září 2019. Ve stejném roce 2019 byla zahájena nová iniciativa pro inteligentní městské doručování v celé Evropě. Od října se 100 % pařížských zásilek Chronopostu doručuje vozidly s nízkými emisemi, což pomáhá snížit a emise CO₂ o 87 %, a ve Spojeném království bylo nasazeno 139 elektrických vozidel. [12]

2.7.6 Činnost pro podporu měst a jejich obyvatel

Klíčovou roli ke zlepšení kvality života a zdraví ve městech hraje monitorování kvality ovzduší. Z tohoto důvodu DPD zpřístupňuje obyvatelům informace a data o kvalitě ovzduší online. Díky přesnosti dat umožňuje vedení měst provést jednotlivé kroky k omezení znečištění ovzduší a samotní obyvatelé mohou sledovat kvalitu ovzduší ve městě, podle čehož si mohou naplánovat své aktivity pro daný den.

2.8 Účetní výkazy

V této části jsou uvedeny nejdůležitější položky rozvahy k 31 prosinci každého z příslušného roku, také dále uvedena rozvaha slouží pro přehled velikosti podniku a jednotlivých položek. Čísla jsou ukázána v tisících Kč.

Tab. 2.2 Aktiva společnosti DPD CZ 2017–2020

	2017	2018	2019	2020
Aktiva celkem	892 029	939 620	2 338 268	3 269 976
Dlouhodobý majetek	380 833	395 335	1 713 943	1 828 938
Dlouhodobý nehmotný majetek	45 558	41 526	47 100	64 025
Dlouhodobý hmotný majetek	335 275	353 809	353 918	1 784 913
Oběžná aktiva	507 894	540 429	611 948	1 418 889
Zásoby	3 902	3 790	3 298	9 306
Pohledávky	315 874	351 095	326 173	762 861

Zdroj: Výroční zprávy společnosti DPD CZ z let 2017–2020

Tab. 2.3 Pasiva společnosti DPD CZ 2017–2020

	2017	2018	2019	2020
Pasiva celkem	892 029	939 620	2 338 268	3 269 976
Vlastí kapitál	488 904	548 844	570 697	707 338
Cizí zdroje	403 125	390 776	1 767 661	2 562 638
Závazky	391 308	373 839	1 726 463	2 440 479
Základní kapitál	341 160	341 160	341 160	342 160

Zdroj: Výroční zprávy společnosti DPD CZ z let 2017–2020

Z výše uvedené rozvahy je vidět, že v průběhu let celková hodnota aktiv a pasiv rostla. Celková hodnota aktiv v roce 2020 dosáhla částky 3 269 976 000 Kč a také můžeme zaznamenat velké zvýšení hodnot všech položek v roce 2020 v srovnání s rokem 2019, zvýšení základního kapitálu o 1 000 000 Kč a cizího zdroje o 794 977 000 Kč. Souvisí to s projektem fúze mezi dvěma společnostmi, DPD CZ s.r.o. (zanikající společnost) a Direct Parcel Distribution CZ s.r.o. (nástupnická společnost).

Jednatel zanikající společnosti i jednatel nástupnické společnosti schválili dně 2. července 2020 zahájení procesu fúze sloučením, při které zanikající společnost zanikne bez likvidace a její jmění, tj. souhrn veškerého majetku a dluhů, včetně práv a povinností z pracovněprávních vztahů, přejde na nástupnickou společnost.

3. Analýza nabízených služeb z pohledu vybraných logistických charakteristik

Třetí část bakalářské práce se soustředí na analyzování služeb pomocí SWOT a PEST analýz, a také na interní a externí analyzování podle IFE a EFE matic

Tab. 3.1 SWOT analýza firmy DPD CZ

Silné stránky	Slabé stránky
<p>1) Síť DPDgroup – poskytuje širokou škálu doručovacích služeb prostřednictvím své rychlé a rozsáhlé silniční sítě po celé Evropě. 58 000 výdejních míst Pickup napříč celou Evropou a doručení do 230 zemí světa.</p> <p>2) Stabilně rostoucí pozice na trhu – DPDgroup vykazuje zisk 800 milionů EUR za rok 2020, oproti roku 2019 se jedná o jeho zdvojnásobení</p> <p>3) Zaměření na technologie – nabízí službu Predict, zákazník předem ví, kdy mu bude zásilka doručena. Zároveň si v aplikaci DPD Kurýr může změnit čas nebo místo doručení podle svých preferencí.</p>	<p>1) Špatná etiketa řidičů poškozuje image společnosti DPD – Obchodní model společnosti se opírá o velký počet zaměstnanců, kteří komunikují přímo s její zákaznickou základnou. Tito zaměstnanci jsou navíc často na cestách a řídí vozidla DPD, což zajišťuje, že značka je mezi veřejností široce známá. To otevírá možnost, že řidiči DPD poškodí image společnosti drobným nesprávným chováním nebo přímo agresivním jednáním.</p> <p>2) Nárůst nákladů na dopravu přímo ovlivňuje provozní náklady společnosti. Náklady na palivo rostou s legislativou a změnami v nabídce a poptávce a změny v mzdových nákladech mají velký dopad na provozní model.</p> <p>3) Vysoká závislost na ruční práci – nízká úroveň automatizace včetně třídění</p>
Příležitosti	Hrozby
<p>1) Rozšíření zákaznické základny – vstup na nové trhy</p> <p>2) Zvyšování kvalifikace zaměstnanců pro zvýšení zákaznické základny a vytvoření dobrého dojmu o společnosti</p> <p>3) Zvýšení počtu inovací může zlepšit efektivitu společnosti – Nové technologie s sebou přinášejí nové příležitosti ke zvýšení efektivitu. Ti, kteří dříve přijali technologie, které přinášejí další efektivitu, je odměňují konkurenční výhodou. Vzhledem k rychlosti technologických změn a postavení</p>	<p>1) Vznik silného konkurenta na trhu – Česká pošta, zůstává lídrem na tržích zasilatelství</p> <p>2) Kolísání cen pohonných hmot přímo ovlivňuje provoz společnosti DPD – Společnost DPD se spoléhá na park různých vozidel, která uskutečňují přepravu, a tato vozidla jsou primárně poháněna fosilními palivy. Jednou z největších nákladů společnosti DPD je palivo, které její vozidla používají. Jakékoli výkyvy cen pohonných hmot tedy ovlivní její provozní náklady.</p>

společnosti DPD na trhu, má společnost všechny možnosti převzít tuto roli průkopníka a rozvíjet své technologie.	3) Mezivládní konflikt představuje riziko pro globální povahu činnosti DPD – Zatímco obchodní podnikání je základem logistického průmyslu, jakýkoli vývoj, který negativně ovlivňuje objemy obchodu mezi oběma regiony, ovlivní činnost logistické společnosti, jako je DPD.
--	--

Zdroj: Vlastní zpracování

3.1 Interní analýza faktorů dle matice IFE

Tab. 3.2 Interní analýza faktorů dle matice IFE

Silná S/ slabá W stránka	Popis	Váha	Stupeň vlivu	Celkem
S1	Rozšířena síť DPDgroup	0,25	4	1
S2	Stabilně rostoucí pozice na trhu	0,2	4	0,8
S3	Využití nových technologií	0,08	3	0,24
W1	Špatná etiketa řidičů	0,05	2	0,1
W2	Nárůst nákladů na dopravu	0,2	1	0,2
W3	Závislost na ruční práci	0,22	1	0,22
Celkem silné stránky				2,04
Celkem slabé stránky				0,52
Celkem		1		2,56

Zdroj: Vlastní zpracování

Celkový průměr o hodnotě 2,56 u matice IFE svědčí o průměrně interní síle podniku, strategický záměr společnosti DPD se opírá o středně silnou interní pozici.

3.2 Externí analýza faktorů dle matice EFE

Tab. 3.3 Externí analýza faktorů dle matice EFE

Příležitosti O / Hrozby T	Popis	Váha	Stupeň vlivu	Celkem
O1	Vstup na nové trhy	0,29	4	1,16
O2	Loajální klienti	0,04	3	0,12
O3	Nové technologie	0,05	3	0,15
T1	Vznik silného konkurenta	0,3	1	0,3
T2	Kolísání cen pohonných hmot	0,25	1	0,25
T3	Mezivládní konflikty	0,07	2	0,14
Celkem příležitosti				1,43
Celkem hrozby				0,69
Celkem		1		2,12

Zdroj: Vlastní zpracování

Celková hodnota EFE matice je 2,12, což je méně než průměrná hodnota. To znamená, že řízení podniku není plně připraveno správně reagovat na využití vhodných příležitostí a čelit hrozbám. Z toho vyplývá, že by podnik neměl podceňovat vliv externích faktorů na jeho činnost.

3.3 PEST analýza

Dále zvážíme několik faktorů pro každou z uvedených složek (Viz kapitola 1.11) a vysledujeme jejich vliv na činnost DPD CZ

1) Politické prostředí

Jak už bylo zmíněno ve SWOT analýze, jakýkoli mezivládní konflikt negativně ovlivňuje objemy obchodu mezi regiony a tímto ovlivňuje i činnost zasílatelských společností jako je DPD. V dnešní době existuje ekonomický a politický konflikt mezi EU a Ruskem. Tento konflikt může přispět k vyšším nákladům na pohonné hmoty, podle Ministerstva průmyslu a obchodu v roce 2021 do ČR bylo dovezeno 6 841 tis. tun ropy a z toho množství bylo 50% ropy dovezeno z Ruska, což je 3 417 tis. tun. Z USA bylo dovezeno pouze 804 tuny, to znamená, že při zhoršení konfliktu bude cena ropy jen růst a s tím i náklady na veškeré služby zasílatelské společností DPD. [13]

2) Ekonomické prostředí

Kupní síla trhu – zvýšení ceny pohonných hmot ovlivní nejen dopravní prostředí trhu, ale i ceny na veškeré potraviny a služby, to bude způsobit snížení kupní síly a možnému růstu nezaměstnaností a inflace. Také nelze zapomínat na největšího konkurenta na trhu – Česká pošta.

3) Sociální prostředí

Chování obyvatelstva a COVID-19- Během pandemie COVID-19 se DPDgroup stala zásadním partnerem v přepravě nejen zboží základní potřeby jak pro své koncové zákazníky, tak i firmy a společnost tak zaznamenala 42% nárůst tržeb ve srovnání s rokem 2019. Vydané restriktce a preventivní opatření vedly k prudkému nárůstu v přepravě. Ovlivněn pak byl i samotný trh, ten pocítil výrazný posun směrem k B2C přepravě (pro koncové zákazníky). Více než polovina, přesně 55 %, globálně doručených zásilek, byla v roce 2020 B2C charakteru, jedná se o 57% organický růst při porovnání s předešlým rokem. Poptávka výrazně vzrostla i u tak specifických kategorií, jakými jsou potraviny či zdravotní péče.

4) Technologické prostředí

Rozvoj špičkových technologií bude mít pozitivní vliv na kvalitu poskytovaných služeb i do budoucna. Potřeba rozvíjet, implementovat a podporovat high-tech služby a výrobní nástroje, vede to k vytvoření takových strategií jako je “Together & beyond”. V nové strategii si DPDgroup dává za cíl rozšířit své hlavní aktivity, urychlit implementaci nových iniciativ a pokořit nové milníky.

Z analýzy vyplývá, že největší význam mají sociální a technologické faktory vnějšího prostředí. Z toho vyplývá, že je nutné jim věnovat zvláštní pozornost při tvorbě strategie organizace. I přes vysokou důležitost sociálních a technologických faktorů bychom neměli zapomínat na politické a

ekonomické faktory vnějšího prostředí, které v současné době hrají vysokou roli v rozvoji organizace, bohužel společnosti jako DPD nemůžou ovlivnit politické a ekonomické faktory a oni jsou těžko přizpůsobitelný

3.4 Porterova express analýza pěti sil

Aby provést express analýzu pěti konkurenčních sil, je potřeba vytvořit tabulku z pěti sloupců. Do prvního sloupce zapsat všech 5 sil a v sousedních třech hodnotit jejich závažnost na 10 bodové škále. V posledním pátém sloupci je konečné hodnocení. Vypočítává se podle vzorce:

Hodnocení dostupnosti + Stupeň vlivu – Možnost řešení = Konečné hodnocení

Tab. 3.4 Express analýza pěti sil

Sila / Hodnocení	Hodnocení dostupnosti	Stupeň vlivu	Možnost řešení	Konečné hodnocení
Vliv dodavatelů	9	8	7	10
Vliv odběratelů	9	8	7	10
Stávající konkurence	3	7	5	5
Nová konkurence	1	7	6	2
Substituční produkty	1	1	1	1

Zdroj: Vlastní zpracování

- Vliv dodavatelů / odběratelů

V případě zasilatelských společností jako je DPD CZ, dodavatelem je odesílatel zásilek a odběratelem je příjemce zásilek, z toho důvodu vyplývá, že vliv dodavatelů a odběratelů je velmi vysoký. Společnost ale může dokázat efektivně reagovat snížením cen na své služby nebo poskytováním doplňkových služeb, které nemůžou nabídnout svým zákazníkům konkurenti.

- Stávající konkurence

Firem, které se věnují expresní balíkové přepravě je hodně, ale firem, které mohou konkurovat jen několik, jsou to Česká pošta s.p. a PPL CZ s.r.o.

- Nová konkurence

Vstupní bariéry jsou vysoké, takže příchod nové společnosti na trh, která by mohla ohrozit postavení stávajících expresních přepravních společností, je nepravděpodobný. Existuje způsob, jakým může nový konkurent vstoupit na trh expresních přepravních společností, a tím způsobem je akvizice několika stávajících přepravních společností.

- Substituční produkty

Přepřavu zásilky je těžko nahradit jiným substitutem. Samozřejmě firmy se snaží poskytovat různé druhy doplňkových služeb, ale oni všechny souvisejí s přepravou a zásadně se od sebe neliší.

3.5 Analýza z pohledu vybraných logistických charakteristik

Tato podkapitola se soustředí na představení konkurenčního prostoru a na analýzu z hlediska vybraných logistických charakteristik, jako konkurenční prostředí byly vybrány dvě společnosti, Česká pošta s.p. a PPL CZ

3.5.1 Česká pošta s.p.

Česká pošta s.p (dále jen „Česká pošta“) je podnikatelským subjektem v souladu se zákonem č. 77/1997 Sb., o státním podniku, ve znění jeho pozdějších úprav.

Česká pošta je státní podnik, provozuje podnikatelskou činnost s majetkem státu vlastním jménem a na vlastní odpovědnost. Česká pošta patří k firmám, které zaměstnávají nejvíce zaměstnanců na českém trhu. Má dlouholetou tradici a její existence je závislá na příjmech z prodeje služeb a na racionálním hospodaření. Podnik není financován ze státního rozpočtu.

3.5.2 PPL CZ

PPL CZ patří mezi nejvýznamnější přepravce zásilek na českém trhu již od roku 1995. Kromě doručování pro firmy a podnikatele nabízí řešení i pro soukromé osoby se službou Balík pro tebe. PPL CZ se specializuje na balíkovou přepravu nejen po České republice, ale i do celé Evropy. Zaměstnává přes 1000 pracovníků a 2 000 řidičů, kteří doručí desítky milionů zásilek ročně.

PPL CZ disponuje 24 balíkovými depy, centrálním překladištěm a rozsáhlou sítí výdejních a podacích míst – PPL Parcelboxů, kterých nyní naleznete více než 3 000 po celé České republice.

3.5.3 Analýza konkurenceschopnosti

V této části bude provedena analýza konkurenceschopnosti samotných firem z hlediska vybraných logistických charakteristik, především z pohledu množství, kvality, času a ceny poskytované služby.

Tab. 3.5 Statistika za rok 2020

Statistika za rok 2020	Společnosti		
	DPD CZ	Česká pošta	PPL CZ
Počet doručených zásilek	45 mil.	52 mil.	10 mil.
Počet dep	30	65	24
Počet výdejních míst	1300	5000	3000
Počet zaměstnanců	14 000	31 000	3000
Počet všech poskytovaných služeb	22	90+	12

Zdroj: Vlastní zpracování dle oficiálních stránek jednotlivých společností a jejich výročních zpráv

Tab. 3.6 Ceník pro vnitrostátní přepravu jednotlivých společností

Hmotnost balíků	Společnosti		
	DPD CZ	Česká pošta	PPL CZ
	Cena balíků v Kč.		
2 kg	138	90	105
5 kg	148	114	122
10 kg	183	156	170
20 kg	216	197	206
31,5 kg	247	280	265
Aritmetický průměr	186,4	167,4	173,6

Zdroj: Vlastní zpracování dle oficiálních stránek jednotlivých společností

Z výše uvedených tabulek je vidět, že Česká pošta je zaslouženě lídrem trhu zasilatelských služeb, má nejvyšší ukazatelé ve všech položkách, zaměstnává nejvíc lidí, poskytuje více než 90 různých služeb, a přitom má nejnižší ceny ve srovnání s vybranými společnostmi. Co se týče DPD CZ a její hlavního konkurenta PPL CZ, tak zde je vše nejednoznačné. Na první pohled je vidět, že DPD CZ doručuje více zásilek, zaměstnává více lidí a má větší množství poskytovaných služeb, ale zároveň s tím, PPL CZ má více výdejních míst a poměrně nízké ceny za své služby.

Analýza z hlediska vybraných logistických charakteristik:

V rámci této analýzy byly zvoleny vybrané logistické charakteristiky, jako cena služby, kvalita služby, množství služby a rychlost poskytování služby. Těmto charakteristikám bylo přiřazeno bodové hodnocení podle jejich významu (škála 1–5)

Analýza bude provedena podobným způsobem jak Porterova analýza pěti sil (Viz kapitola 3.4). Do prvního sloupce je potřeba zapsat všechny zvolené logistické charakteristiky a v sousedních třech zhodnotit jejich význam od 1 do 5 bodu.

Tab. 3.7 Analýza konkurenceschopnosti z hlediska vybraných logistických charakteristik.

Logistické charakteristiky	Společnosti		
	DPD CZ	Česká pošta	PPL CZ
Cena služeb	3	5	4
Kvalita služeb	3	5	3
Množství poskytovaných služeb	3	5	2
Rychlost služeb	4	5	3
Celkem	13	20	12

Zdroj: Vlastní zpracování dle tabulek 3.5 a 3.6

Z výše uvedené analýzy je vidět, že lídrem na trhu zasilatelských služeb zůstává Česká pošta, která nabízí nejlevnější ceny za své služby a také zajišťuje velké množství poskytovaných služeb. Na druhém místě následuje společnost DPD CZ a s odstupem jednoho bodu následuje PPL CZ, jak už bylo zmíněno není tu vše jednoznačné. DPD CZ v roce 2020 zajistila přepravu 45 milionů zásilek a PPL CZ pouze 10 milionů, také DPD CZ má více zaměstnanců a poskytovaných služeb, ale na druhou stranu PPL CZ má více výdejních míst, skoro stejný počet dep a důležitou položkou je

cena za poskytované služby. Ze všech tří uvedených společností DPD CZ má nejvyšší ceny za své služby, ale to jí nebrání doručovat o tři krát více zásilek za rok, než PPL CZ (Viz. Tab.3.5). Každopádně PPL CZ nelze nepodceňovat, protože stejně jak DPD CZ je součástí DPDgroup, tak i PPL CZ je součástí velké skupiny DHL, což znamená, že tento konkurent má prostředky k dalšímu zachycení trhu, i když v této době PPL CZ poskytuje méně služeb a má méně zaměstnanců to neznámá, že takhle bude na vždy.

4. Návrhy a doporučení

Vedení společnosti by mělo vzít v úvahu nejefektivnější kurýry a prostudovat důvody, proč dosahují tak vysokých výsledků, a vypočítat charakteristiky, které pomohou „zaostalým“ zlepšit jejich výkonnost. Poté, mezi praktickými metodami implementace programu pro zvýšení produktivity kurýrů, je možné jmenovat zavedení hráčského, tedy motivačního programu, který by přinesl soutěživého ducha do kolektivu. Například, dalo by se rozdělit všechny kurýry do týmů, podle předběžného posouzení jejich efektivity, a dát za úkol minimalizovat počet nedoručených včas zásilek, a přitom nezvětšovat potřebnou pro doručení vzdálenost. Tento program musí mít určitou lhůtu, aby zaměstnanci neztratili motivaci. Na konci tohoto období je nutné zajistit vyhlášení vítězného týmu a ocenění, například společný zájezd na motokáry nebo bowling. Vedení společnosti by mělo znovu provést hodnocení efektivity kurýrů, s největší pravděpodobností budou efektivní již zcela jiní kurýři a průměrná úroveň efektivity se zvýší.

Logické je také zavedení systému přidělování zakázek podle úrovně obtížnosti. V současné době existuje geografická vazba na trasy, ale nezohledňuje faktory, jako je doba dodání. Například mladí kurýři, kteří neznají objízdné trasy, nebo nemohou naplánovat předem optimální cestu, nemusí přijímat balíky s vysokou obtížností a nechat to zkušenějším kurýrům.

Kvalita poskytování logistických služeb spočívá především v tom, jak rychle byla objednávka zákazníka vyřízena. Pro dosažení optimální rychlosti operací, je možné buď zvýšit produktivitu samotných kurýrů, nebo zlepšit práci technologického řetězce bezprostředně před doručením. Jedná se o třídění v depu. Na základě pozorování je úzkým místem tohoto procesu primární zpracování balíků přicházejících do depa. To, že proces třídění podle tras probíhá ručně, výrazně omezuje možnosti kurýrů provést doručení co nejdříve. Postup spočívá v tom, že balíky jsou rozloženy v kontejnerech, každému z nich odpovídá číslo cesty toho či onoho kurýra. Úspěch tohoto procesu závisí na několika pracovnících, kteří znají polohu všech ulic a ke které trase patří. Ztrácí se tak velké množství času na určení, kam ten či onen balíček umístit. Pro zvýšení rychlosti zpracování je potřeba zakoupit skener, do kterého by se zadávaly trasy a jim odpovídající poštovní směrovací čísla. Toto řešení nebude spojeno s vysokými náklady a nutností zásadních změn v obchodním procesu.

Závěr

Tématem této bakalářské práce byly zasilatelské služby nabízené společností DPD CZ. Cílem práce bylo navrhnout a předložit doporučení pro zlepšení těchto služeb z pohledu zvolených logistických charakteristik. Pro splnění stanoveného cílů bylo provedeno teoretické a praktické zkoumání a následně předložena doporučení pro manažery společností. V rámci teoretického zkoumání byly objasněny základní pojmy z oblasti logistiky a zasilatelství.

Jak už bylo řečeno, efektivita je v podnikání důležitým pojmem, který zahrnuje i výkon, tedy dosahování stanovených cílů. Volba metody měření je klíčovou otázkou, se kterou se moderní výzkumníci v oblasti měření podnikové výkonnosti potýkají. Volbou pro této práci se stali metody, které se prosadily jako aplikované metody a řeší širokou škálu problémů v různých odvětvích – od financí po průmysl. Univerzálnost přístupu umožňuje hodnotit efektivitu skupiny prvků na základě principů dominance.

Praktické zkoumání zahrnovalo použití několika typů modelů analýzy a konkrétně SWOT analýzu a vyplývající z ní interní a externí analýzy IFE a EFE, také byly použity Porterova analýza pěti konkurenčních sil, PEST analýza a analýza z hlediska vybraných logistických charakteristik. Podle výsledků praktického zkoumání se ukázalo, že společnost DPD CZ má stabilně rostoucí pozici na trhu, tomu odpovídají i účetní výkazy, také růstu na trhu přispívá poměrně velký počet dep, zaměstnanců a dostatek poskytovaných služeb v srovnání s nejbližším konkurentem PPL CZ. Neobešlo se ale i bez slabých stránek, jako například kvalita poskytovaných služeb, což je dáno malým počtem výdejních míst a dlouhým procesem třídění zásilek v depu, další slabou stránkou jsou nejvyšší ceny za poskytované služby, v srovnání s konkurencí. V souvislosti s tím ve čtvrté kapitole byly uvedeny základní a doplňující doporučení pro zlepšení efektivity zasilatelských služeb DPD CZ, jako například motivace kurýrů pomocí motivačního programu, přidělování zakázek mezi kurýry podle úrovně obtížností a také nákup skeneru, který bude usnadňovat a urychlovat třídění zásilek

Seznam zdrojů:

- [1] PERNICA, Petr. *Logistika pro 21. století: (Supply chain management)*. Praha: Radix, 2005. ISBN 80-86031-59-4.
- [2] Anikin B.A. a kol. *Základy logistiky*. Moskva: Prospekt, 2013. ISBN: 978-5-392-02416-2
Dostupné z: https://www.booksite.ru/fulltext/osn_log/text.pdf
- [3] HALÁSEK, Dušan a Růžena CALETKOVÁ. *Služby hospodářské povahy* [CD-ROM]. Přerov: Vysoká škola logistiky o.p.s., 2015. ISBN 978-80-87179-36-9.
- [4] GROS, Ivan. *Velká kniha logistiky*. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická v Praze, 2016. ISBN 978-80-7080-952-5.
- [5] NOVÁK, Radek. *Přepravní, zásilatelské a logistické služby*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-735-3.
- [6] NOVÁK, Radek. *Nákladní doprava a zasílatelství. 2., přeprac. vyd.* Praha: ASPI, 2005. ISBN 80-7357-086-6.
- [7] Legislativa nákladní doprava. *Legislativa nákladní doprava* [online]. Praha: Ministerstvo dopravy ČR. Dostupné z: [https://www.mdcz.cz/Zivotni-situace/Silnicni-doprava/Legislativa/Pravni-predpisy-\(1\)](https://www.mdcz.cz/Zivotni-situace/Silnicni-doprava/Legislativa/Pravni-predpisy-(1))
- [8] ŠULEŘ, Oldřich. *Manažerské techniky*. Olomouc: Rubico, 1995. Učebnice pro každého (Rubico). ISBN 80-85839-06-7.
- [9] IFE a EFE matice. *IFE a EFE matice* [online]. Praha: managementmania.com/cs, 2015. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/ife-matice>
- [10] Oficiální stránky DPD CZ. *Poskytované služby* [online]. Praha: dpd.com, 2020. Dostupné z: <https://www.dpd.com/cz/cs/>
- [11] Veřejný rejstřík a sbírka listin. *Výpis z obchodního rejstříku* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti ČR. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=448430&typ=PLATNY>
- [12] Driving change. *Politika společenské odpovědnosti* [online]. Praha: dpd.com, 2019. Dostupné z: <https://www.dpd.com/cz/wp-content/uploads/sites/226/2020/11/CSR-report-2019-DPD-Group.pdf>
- [13] Doprava ropy do ČR. *Statistika dovozu ropy do ČR* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2022. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/energetika/statistika/ropa-ropne-produkty/statistika-dovozu-ropy-do-cr--259953/>

Seznam grafických objektů:

Seznam tabulek:

Tab. 2.1 Oblasti působení doplňkových služeb	31
Tab. 2.2 Aktiva společnosti DPD CZ 2017–2020	36
Tab. 2.3 Pasiva společnosti DPD CZ 2017–2020	37
Tab. 3.1 SWOT analýza firmy DPD CZ	38
Tab. 3.2 Interní analýza faktorů dle matice IFE	39
Tab. 3.3 Externí analýza faktorů dle matice EFE	40
Tab. 3.4 Express analýza pěti sil	42
Tab. 3.5 Statistika za rok 2020	44
Tab. 3.6 Ceník pro vnitrostátní přepravu jednotlivých společností	44
Tab. 3.7 Analýza konkurenceschopnosti z hlediska vybraných logistických charakteristik	45

Seznam obrázků:

Obr. 2.1 Zhodnocení uhlíkové stopy DPDgroup	34
---	----

Seznam grafů:

Graf 2.1 Kg CO2 na zásilku	35
----------------------------------	----

Seznam zkratek:

CMR – mezinárodní dohoda o přepravních smlouvách v silniční dopravě.

CO₂ – oxid uhličitý

COVID 19 - koronavirové onemocnění 2019

CSR – společenská odpovědnost firem

ČR/CZ – Česká republika

DPD CZ – direct parcel distribution cz (přímá distribuce balíků)

EU – Evropská unie

EUR – euro

IČO – identifikační číslo osoby

IRU – mezinárodní silniční unie

Kč – koruna česká

Kg – kilogram

LPG – zkapalněný ropný plyn

MDU – skenovací přístroj

MWh – Megawatthodina – je základní jednotka větší výroby nebo spotřeby elektřiny nebo plynu

s.r.o. – společnost s ručeným omezením

SMS – služba krátkých textových zpráv

UK – Velká Británie

USA – Spojené státy americké

Seznam příloh:

Příloha A

Příloha B

Nákladní list CMR

ZDE ODIRHNĚTE

1 Exemplář pro odesílatele
 Exempiar für Absender

1 Odesílatel (jméno, adresa, země) Absender (Name, Adresse, Land) Mezinárodní spedice s.r.o. Brněnská 335/1a Brno - Oltec 602 00		MEZINÁRODNÍ NÁKLADNÍ LIST č. INTERNATIONALER FRACHTBRIEF Nr. CZ VM 1579238 Tato přeprava podléhá, i pokud bylo ujednáno jinak, podmínkám o přepravní smlouvě v mezinárodní silniční dopravě (CMR) Diese Beförderung unterliegt auch im Falle einer gegenteiligen Abmachung den Bestimmungen des Übereinkommens über den Beförderungsvertrag im Internationalen Strassgüterverkehr (CMR)				
2 Příjemce (jméno, adresa, země) Empfänger (Name, Adresse, Land) ABC System GmbH Helmuthstrasse 1256/36b Düsseldorf 40210 Germany		16 Dopravce (jméno, adresa, země) Frachtführer (Name, Adresse, Land) ABC Trans s.r.o. Náměstí Svobody 333/3a Brno 602 00 Czech Republic ABC Trans (zde vypiš svoji autodopravu)				
3 Místo vykládky zboží Ausladestelle des Gutes Místo / Ort: Düsseldorf 40210 Země / Land: Germany (DE)		17 Další dopravci (jméno, adresa, země) Folgende Frachtführer (Name, Adresse, Land)				
4 Místo a datum naložení zboží Einladestelle des Gutes und Datum Místo / Ort: Brno CT Park Modřice 11.10.2016 Země / Land: CZ		18 Vyhraďte a poznámky dopravce Vorbehalte und Bemerkungen des Frachtführers Např. řidič nepřítomen nakládkou (mnohdy řidiči nesmí být u nakládky). Nesmí být kurtováno - někdy si firma nepřeje, aby zboží bylo zajištěno Poznámka ZBOŽÍ (AUTO) NEBYLO VÁŽENO, v případě že vidíš na první pohled, že nemůže váha souhlasit s CMR.				
5 Připojené doklady Beiliegende Dokumente dodací list - delivery note No.: 00154775 faktura - invoice No.: FV005544654		TATO KOLONKA JE NA TVOJI OBRANU A MŮŽE TI UŠETŘIT PENÍZE A BODY				
6 Signo a číslo Zeichen und Nr	7 Počet balení Anzahl der Koll	8 Druh balení Art der Verpackung	9 Označení zboží Bezeichnung des Gutes	10 Statistické číslo Statistische Nr.	11 Hř. hmot. v kg Bruttogewicht kg	12 Objem m ³ Umfang m ³
5x karton SPOJOVACÍ MATERIÁL Celkem ks - total colli: 8 pallets			2 786 kg btto			
13 Pokyny odesílatele (celní a jiné formalty) Anweisungen des Absenders (Zoll- und sonstige Formalitäten)	14 Doba říka Nachfrist		19 K 12: Zu zahlen vom odesílatel Absender měna/Währung příjemce Empfänger Dopravné-Fracht Stevy Ermäßigungen Saldo-Saldo Dodací výlohy Zuschlagkosten Jiné výlohy Sonstige Kosten Různé-Verschied. Celkem k zaplacení Insgesamt zu bezahl			
15 Pokyny ohledně placení dopravného Anweisungen über die Frachttarverrechnung Vyplacené / Frei Nevyplacené / Unfrei			20 Zvláštní ujednání Besondere Vereinbarungen			
21 Vystaveno v / Ausgefertigt in v Brně Modřicích dne / am 11.10.2016			24 Zboží obdrženo Datum Datum + čas Tady se podepíše zákazník co si přebere zboží am... při převzetí			
22 razítko + podpis odesílatele Podpis a razítko odesílatele Unterschrift und Stempel des Absenders		23 SEM SE PODEPIŠ + RAZÍTKO (PŘI NAKLÁDCE) Podpis a razítko dopravce Unterschrift und Stempel des Frachtführers		24 Zboží obdrženo Datum Datum + čas Tady se podepíše zákazník co si přebere zboží am... při převzetí		
25 SPZ vozidla / IAHABE	přívesu / návěsu					
1BC 4400	1BB 4455					
26 Užitné zatížení	užitné zatížení					
27 Číslo DZW	28 Číslo jízdy					
29 Hraniční přechody Rozvadov			Potvrzení o odevzdání celního tranzitního dokladu: Zolltransitdokument empfangen			
30 Veškeré průvodní doklady						
31 Různé						

Slibě odměnování zboží musí být vyplněn dopravce
 Stark umarmen: Teile sind vom Frachtführer zu zahlen.
 1 - 15 und 21 + 22
 Celinko musí zodpovědně vyplnit.
 Vom Absender sind verantwortliche auszufüllen

Ceník pro vnitrostátní přepravu

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

Autor/ka	Pavel Lonchshakov
Název BP	Zasílatelské služby nabízené vybranou společností
Studijní obor	LVS
Rok obhajoby	2022
Počet stran	39
Počet příloh	2
Vedoucí BP	Ing. Růžena Caletková
Anotace	Tato bakalářská práce se zabývá zasílatelskými službami a jejich analýzou. První část práce je věnována teoretickým východiskům logistických služeb a poté uvádí služby nabízené zasílatelskou společností DPD CZ. Ve druhé části se předložena práce zabývá analýzou nabízených služeb z pohledu logistických charakteristik. Součástí práce je i předložení návrhu a doporučení na zlepšení těchto služeb na základě provedené analýzy.
Klíčová slova	Logistika, zasílatelství, služby, SWOT analýza, PEST analýza.
Místo uložení	ITC (knihovna) Vysoké školy logistiky v Přerově
Signatura	