

Univerzita Pardubice  
Dopravní fakulta Jana Pernera

Zvýšení konkurenceschopnosti společnosti EXPRES VAN s. r. o.

Dana Sommerauerová

Bakalářská práce

2014

Univerzita Pardubice  
Dopravní fakulta Jana Pernera  
Akademický rok: 2013/2014

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Dana Sommerauerová**  
Osobní číslo: **D11118**  
Studijní program: **B3709 Dopravní technologie a spoje**  
Studijní obor: **Dopravní management, marketing a logistika**  
Název tématu: **Zvýšení konkurenceschopnosti společnosti  
EXPRES VAN s.r.o.**  
Zadávací katedra: **Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky**

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

Úvod

1. Charakteristika činností a služeb v oblasti zasílatelství, logistiky a dopravy
2. Analýza činností společnosti EXPRES VAN
3. Návrhy na zvýšení konkurenceschopnosti společnosti a jejich vyhodnocení

Závěr

Rozsah grafických prací: **dle doporučení vedoucího**

Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**dle pokynů vedoucího práce**

Vedoucí bakalářské práce:

**Ing. Roman Hruška, Ph.D.**

Katedra dopravního managementu, marketingu  
a logistiky

Datum zadání bakalářské práce: **29. listopadu 2013**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. května 2014**

prof. Ing. Bohumil Culek, CSC.  
děkan

L.S.

doc. Ing. Libor Švadlenka, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 29. listopadu 2013

Prohlašuji:

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

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 27. 5. 2014

Dana Sommerauerová

### Poděkování

Děkuji panu Ing. Romanu Hruškovi, Ph.D. za trpělivé, vstřícné a odborné vedení bakalářské práce. Zároveň děkuji panu Ing. Aleši Felgrovi za jeho cenné rady a připomínky.

## **ANOTACE**

Tato bakalářská práce je zaměřena na analýzu současného stavu společnosti EXPRES VAN s. r. o. a na její konkurenční společnosti. Cílem práce je navrhnout několik opatření, které povedou ke zvýšení tržního podílu firmy EXPRES VAN. Návrhy na zvýšení konkurenceschopnosti vycházejí především z nedostatků zjištěných z analýzy současného stavu a porovnání služeb, které nabízejí konkurenti.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

system FOFR, svoz, rozvoz, konkurence, platební terminál

## **TITLE**

Increasing the competitiveness of the company EXPRESS VAN s.r.o.

## **ANNOTATION**

This thesis focuses on the analysis of the current state of the company EXPRESS VAN Ltd. and its rival companies. The aim of this work is to propose a number of measures that will lead to an increase in market share of the company EXPRESS VAN. Proposals to increase competitiveness are mainly based on the weaknesses identified from the analysis of the current situation and compare the services offered by competitors.

## **KEYWORDS**

FOFR system, collection, distribution, competition, payment terminal

# OBSAH

<b>ÚVOD .....</b>	<b>10</b>
<b>1 CHARAKTERISTIKA ČINNOSTÍ A SLUŽEB V OBLASTI ZASÍLATELSTVÍ, LOGISTIKY A DOPRAVY .....</b>	<b>11</b>
1.1 Zasílatelství .....	11
1.1.1 Zasílatel.....	11
1.1.2 Zasílatelská smlouva.....	12
1.1.3 Činnosti zasílatele.....	13
1.1.4 Všeobecné zasílatelské podmínky .....	14
1.2 Logistika.....	15
1.2.1 Zákaznický servis .....	15
1.2.2 Řízení stavu zásob .....	16
1.2.3 Logistická komunikace .....	17
1.2.4 Nákup.....	18
1.2.5 Manipulace s materiálem a s vráceným zbožím.....	18
1.2.6 Doprava a přeprava.....	19
1.2.7 Plánování poptávky.....	19
1.2.8 Vyřizování objednávek a komunikace se zákazníky .....	20
1.2.9 Balení .....	20
1.2.10 Skladování.....	21
1.2.11 Zpětná logistika .....	22
1.3 Doprava.....	22
1.3.1 Druhy dopravy.....	22
1.3.2 Kontrolní vážení vozidel.....	23
1.3.3 Zpoplatnění pozemních komunikací.....	24
1.3.4 Technologický postup přepravy .....	25
1.3.5 Manipulační a mechanizační prostředky.....	25
1.3.6 Palety a paletizace.....	26
1.3.7 Kontejnery a kontejnerizace .....	27
1.4 Konkurence .....	27
1.4.1 Odvětvové a tržní pojetí konkurence .....	28
1.4.2 Členění konkurentů dle jejich reakce.....	28

1.4.3	Členění konkurentů dle pozice na trhu .....	28
<b>2</b>	<b>ANALÝZA ČINNOSTÍ SPOLEČNOSTI EXPRES VAN .....</b>	<b>30</b>
2.1	Základní informace o společnosti.....	30
2.2	Činnosti společnosti: .....	32
2.2.1	Hlavní činnosti.....	33
2.2.2	Ostatní činnosti.....	33
2.3	Analýza procesů ve středisku v Dolní Rovni .....	35
2.3.1	Zabezpečení rozvozu .....	35
2.3.2	Zabezpečení svozu.....	37
2.4	Druhy pojištění .....	41
2.5	Přepravní systém FOFR® .....	42
2.5.1	Spolupracující společnosti v systému FOFR®.....	43
2.5.2	Systém FOFR a jeho moduly .....	44
2.6	Konkurenční společnosti.....	48
2.6.1	Nejvýznamnější konkurenční společnosti a jejich loga.....	48
2.6.2	Porovnání doplňkových služeb a vlivů působících na zákazníka u společnosti EXPRES VAN a vybraných konkurenčních společností.....	49
<b>3</b>	<b>NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI SPOLEČNOSTI A JEJICH VYHODNOCENÍ.....</b>	<b>52</b>
3.1	Platební terminály.....	52
3.1.1	Kde získat platební terminál.....	53
3.2	Snímače čárových kódů .....	54
3.3	Zlepšení webových stránek EXPRES VAN.....	56
3.4	Propagace a její zlepšení .....	57
3.4.1	Reklamní předměty.....	59
3.4.2	Logo na vozidlech.....	62
3.4.3	Propagace na internetu a pomocí sociálních sítí.....	63
3.5	Smlouva s e-shopy .....	64
3.6	Nabídka skladování pro e-shopy .....	64
3.7	Automobilová navigace pro každého řidiče.....	65
3.7.1	Parametry pro výběr navigace .....	66
3.7.2	Doporučená automobilová navigace.....	70
3.8	Program na rozdělování tras.....	71



3.9 Školení řidičů a personálu .....	72
3.10 Jednotné ustrojení řidičů .....	73
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>74</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA .....</b>	<b>75</b>
<b>SEZNAM TABULEK .....</b>	<b>79</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>80</b>
<b>SEZNAM ZKRATEK .....</b>	<b>81</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>82</b>

## ÚVOD

Společnost EXPRES VAN s. r. o. je firma zabývající se zasílatelstvím, dopravou a logistikou. Na českém trhu se střetává s řadou společností podnikajících ve stejném oboru. Mnoho z nich pro ni představuje konkurenty, ale s některými úzce spolupracuje. Díky vzájemné spolupráci je možné vytvořit prosperující společnosti a zároveň pro ostatní podniky silné konkurenty. Firma EXPRES VAN je členem přepravního systému FOFR, ve kterém spolupracuje několik silných regionálních partnerů. Jejich sdružení přináší mnohé výhody. Nejpodstatnější výhodou je možnost realizovat expresní přepravy.

Pro zvýšení konkurenceschopnosti společnosti EXPRES VAN bude nutné podniknout jistá opatření. Důležité je zaměřit se nejen na přání a potřeby zákazníků, ale také na své konkurenty. Pro navrhovaná opatření je velice důležité provést analýzu konkurentů. Ta by měla obsahovat služby, které konkurenti nabízejí svým zákazníkům. Dále by měla být zaměřena na to, jak jednotlivé společnosti působí na své zákazníky.

K dosažení lepší pozice na trhu, by mohla společnost EXPRES VAN učinit několik kroků. Především by se měla zaměřit na svoji propagaci a na její vhodnou formu. Dále by měla provést modernizaci v určitých oblastech podniku a pořídit některé nové technologie. Používání některých moderních technologií by mohlo zaměstnancům společnosti ušetřit mnoho času.

Podstatné je získat co nejvíce zákazníků, kterým bude společnost EXPRES VAN nabízet kvalitní a specifické služby. Pokud zatím ostatní konkurenti tyto služby nenabízejí je to pro společnost EXPRES VAN možnost získat nové zákazníky.

Samozřejmě je důležité doplnit nabízený sortiment firmy EXPRES VAN o služby, které již ostatní konkurenční společnosti poskytují. Právě tyto služby by mohli zákazníci postrádat. Všechny kroky, které povedou ke zlepšení pozice na trhu, budou přínosem pro společnost EXPRES VAN, ale zároveň je zcela jistě ocení i zákazníci. O všech změnách, které budou zvyšovat hodnotu podniku, je důležité informovat veřejnost a to především pomocí jejich internetových stránek.

Cílem této práce je na základě analýzy současného stavu navrhnout společnosti EXPRES VAN taková opatření, která ji pomohou získat více zákazníků, zlepšit její postavení na trhu a zvýšit tak její konkurenceschopnost.

# **1 CHARAKTERISTIKA ČINNOSTÍ A SLUŽEB V OBLASTI ZASÍLATELSTVÍ, LOGISTIKY A DOPRAVY**

Tato kapitola se zabývá nejprve zasílatelstvím, kde vysvětluje, co to vůbec zasílatelství je a co znamenají některé zasílatelské pojmy. Dalším bodem této části je seznámení s logistikou a jejími základními činnostmi. Předposlední část je věnována dopravě, především oblastem, se kterými se přepravní společnosti setkávají. Závěr této kapitoly se věnuje konkurenci.

## **1.1 Zasílatelství**

Podle platného znění nařízení vlády č. 469/2000 Sb. je zasílatelství charakterizováno jako činnost, pomocí které se zprostředkovává přeprava věci z určitého místa do určitého místa. Musí být však dodrženo, že alespoň místo, ze kterého se přepravuje, nebo místo, do kterého se přepravuje, se nachází na území České republiky (dále jen ČR) a činnosti s tím spojené. Jedná se o činnosti, kterými mohou být zejména obstarávání dokladů, uzavírání smluv o přepravě věcí do dohodnutého místa určení, zajištění naložení a uložení zásilky, vybavení reklamací z přepravy a dále také doprovod zásilky.

Zasílatelství je živností volnou, jejímž obsahem není vlastní přeprava nákladů, činnosti celních deklarantů, zastupování v celním řízení a podobně. [1]

Zjednodušeně je možné zasílatelství definovat jako činnost, která organizuje přepravu a to s pomocí využití logistických služeb.

### **1.1.1 Zasílatel**

Odborná literatura definuje zasílatele jako fyzickou nebo právnickou osobu, která zprostředkovává, neboli organizuje dopravu od A až do Z. Při své činnosti spolupracuje také s dalšími účastníky přepravního řetězce, kterými jsou především dopravci, celní agenti, ostatní zasílatelé, pojišťovny a podobně. Zasílatel se zavazuje, že vlastním jménem a na účet svého příkazce, kterým bývá nejčastěji odesílatel nebo příjemce, obstará přepravu zboží. Mezi jeho základní činnosti patří zprostředkování přepravních, skladovacích, pojišťovacích, deklaračních a jiných služeb. Téměř neomezeně může zprostředkovávat řadu smluv, jako například: přepravní smlouvy v jednotlivých druzích dopravy podle podmínek mezinárodních dohod a konvencí, přepravní smlouvy v jednotlivých druzích dopravy podle podmínek národních předpisů, smlouvy o zastupování v celním řízení, pojistné smlouvy, zasílatelské

smlouvy, atd. Zasílatel může poskytovat i další služby, které s přepravou souvisejí jen úzce nebo s ní dokonce nemusí vůbec souviset. Jedná se například o skladování, balení, kompletace zásilek, celní odbavování zboží, sdružování a rozdružování zboží, komisionářství, kvalitativní kontroly, apod. [2]

Zasílatel se může rozhodnout, zda bude svou činnost provádět jako živnostník čili fyzická osoba nebo jako právnická osoba. Pokud se rozhodne stát se živnostníkem, musí splňovat podmínky dané Zákonem o živnostenském podnikání. Člověk, který se chce stát zasílatelem, by měl mít znalosti různých zákonů, jako např.: Občanský zákoník, Zákon o zaměstnanosti, daňové zákony, Zákon o sociálním a zdravotním pojištění, Zákon o cenných papírech, Zákon o bezpečnosti a ochraně zdraví při práci, Zákon o provozu na pozemních komunikacích, Zákon o drahách, Zákon o civilním letectví, Zákoník práce, Zákon o vnitrozemské plavbě, Zákon o vodách a podobně.

Dále by měl mít zasílatel přehled o dopravních cestách, o legislativě Evropské unie (dále jen EU) a států mimo EU, o mezinárodních úmluvách a mezinárodních organizacích a v neposlední řadě jazykové a účetní znalosti. Pro zajištění správného fungování zasílatelství je vhodné, aby měl zasílatel dostatečné množství kontaktů a byl obdařen dobrými komunikačními vlastnostmi.

### **1.1.2 Zasílatelská smlouva**

*„Zasílatelskou smlouvou se zasílatel zavazuje příkazci obstarat mu vlastním jménem a na jeho účet přepravu zásilky z určitého místa do jiného určitého místa, případně i obstarat nebo provést úkony s přepravou související, a příkazce se zavazuje zaplatit zasílateli odměnu.*

*Je-li ujednáno, že zasílatel obstará pro příkazce od příjemce zásilky přijetí peněžních prostředků nebo že uskuteční jiný inkasní úkon dříve, než příjemci vydá zásilku nebo doklad umožňující se zásilkou nakládat, použijí se přiměřeně i ustanovení o dokumentárním inkasu.“ [3]*

Kampf, Cempírek a Kampf ml. říkají, že jako podklad pro sepsání zasílatelské smlouvy se nejčastěji využívá zasílatelský příkaz. Ten představuje závaznou objednávku, kterou vystavuje příkazce a předává ji zasílateli. Příkazcem se rozumí osoba, se kterou zasílatelská společnost uzavřela zasílatelskou smlouvu. Zasílatelský příkaz má nejčastěji podobu formuláře a musí obsahovat alespoň údaje o zásilce, místu převzetí zásilky, adrese dodání, druhu přepravy a označení příjemce zásilky. [2]

Podle Zákona č. 89/2012 Sb., může zasílatel užít k obstarání přepravy dalšího zasílatele. Zasílatel může sám provést přepravu, kterou má obstarat, ovšem není-li to v rozporu se smlouvou nebo to příkazce nejpozději do začátku uskutečňování přepravy nezakáže. Pokud není zasílatelská smlouva uzavřena v písemné podobě, může zasílatel oprávněně požadovat po příkazci, aby mu doručil zasílatelský příkaz. Zásilku musí zasílatel pojistit, jen bylo-li to ujednáno. Pokud neposkytne příkazce zasílateli správné údaje o obsahu zásilky a také o všech skutečnostech, které jsou potřebné k uzavření smlouvy o přepravě, musí příkazce nahradit škodu, která vznikne zasílateli porušením této povinnosti. Stane-li se, že na převzaté zásilce vznikne při obstarávání přepravy škoda, musí ji zasílatel nahradit, pokud neprokáže, že vzniklou škodu nemohl odvrátit. [3]

### 1.1.3 Činnosti zasílatele

David a Orava definují spektrum zasílatelských činností jako velmi široké, a proto bývá všeobecně přiznáván značný význam charakteristikám tzv. hlavních zasílatelských činností. Mezi hlavní zasílatelské činnosti se považuje především:

- zprostředkování či zajištění dopravních a přepravních operací,
- zprostředkování nebo zajištění nájmu dopravních prostředků,
- volba a optimalizace dopravní cesty,
- pomoc a spolupráce při uzavírání smluv, převážně přepravních smluv,
- obstarání dopravy a její samotná realizace,
- skladování, včetně doplňkových služeb,
- logistické činnost, a podobně.

Mezi hlavní činnosti zasílatele bývají často řazeny i některé další služby, tzv. návazné služby, které s hlavními činnostmi úzce souvisí, a bez kterých si některé z výše uvedených činností lze dnes jen těžko představit. Jedná se např. o zajišťování manipulačních operací se zbožím, ověřování přepravních dokladů, vystavování zasílatelských potvrzení o převzetí zásilky, uzavírání cestovního pojištění, vystavování celní dokumentace, kalkulace přepravného, odborné poradenství, atd. [4]

Odborná literatura říká, že zasílatelské činnosti počínají poptávkou, kterou se obrátí příkazce na zasílatele. Příkazce požaduje po zasílateli, často i po více zasílatelích, informace o podmínkách, za kterých může zasílatel obstarat přepravu jeho zboží. Získává tak informace především o ceně za přepravu, o způsobu přepravy, o způsobu balení, o době trvání přepravy,

a podobně. Poptávka není právním úkonem, proto by neměla být formulována konkrétně, aby nedošlo k pochybnosti, zda se nejedná o objednávku.

Dalším krokem zasílatelské činnosti je nabídka, která navazuje na poptávku od zákazníka. Je velice důležité, aby byla provedena profesionálně a přesně, a to jak po obsahové, tak po formální stránce. Nabídka už je vnímána jako určitý druh závazku, kdy zasílatel informuje příkazce o podmínkách přepravy a o cenách. Nabídka musí být kompletní a snadno pochopitelná, aby mohl příkazce snadno vypracovat objednávku na základě požadovaných informací. Mezi nejdůležitější položky, které by měla nabídka obsahovat, patří především: cena přepravy, popis a hmotnost zásilky, místo odeslání, místo určení, přepravní lhůta, platnost nabídky, atd. Po odeslání nabídky je nutné zůstat se zákazníkem neboli příkazcem v kontaktu a zjistit jeho reakci, popřípadě dobu, kdy lze předložení objednávky očekávat.

Pokud dojde k akceptování nabídky, dalším krokem, který bude následovat, je objednávka, resp. udělení zasílatelského příkazu. Objednávka musí být udělena písemně nebo elektronicky. Pokud by byla ujednána ústně, hrozilo by nebezpečí nedorozumění a nepřesností. Obdržená objednávka neboli zasílatelský příkaz představuje základní dokument pro styk se zákazníkem. Po jejím obdržení dojde ke kontrole, zda jejímu udělení předcházela nabídka. Následně je překontrolováno, zda mezi oběma dokumenty nejsou nesrovnalosti a pokud je všechno v pořádku, může dojít k uzavření zasílatelské smlouvy. [2]

#### **1.1.4 Všeobecné zasílatelské podmínky**

Svaz spedice a logistiky České republiky vydává Všeobecné zasílatelské podmínky, které řeší vztah mezi příkazcem a zasílatelem. Jsou součástí každé zasílatelské smlouvy. Na základě vzniku nového Občanského zákoníku bylo zapotřebí stávající podmínky upravit. Vznikly nové Všeobecné zasílatelské podmínky, které obsahují:

- povinnosti zasílatele,
- práva zasílatele,
- povinnosti příkazce,
- všeobecná ustanovení,
- závěrečná a přechodná ustanovení.

Tyto Všeobecné zasílatelské podmínky schválila valná hromada Svazu spedice a logistiky ČR v dubnu 2013 s platností a účinností od 1. ledna 2014. Zasílatelské smlouvy, popřípadě i jiné smlouvy, které byly uzavřeny do 31. prosince 2013, odkazující na Všeobecné

zasílatelské podmínky jako na jejich součást, se i nadále řídí Všeobecnými zasílatelskými podmínkami, který byly vydány Svazem spedice a logistiky v České republice ve znění účinném od 1. července 2005. [5]

## **1.2 Logistika**

Podle odborné literatury je možné pojem logistika chápat jako obor, který plánuje a řídí tok materiálu a zboží. Dále také zahrnuje skladování, služby spojené s pohybem materiálu a zboží z místa vzniku do místa spotřeby, často až do místa likvidace a zároveň musí přihlížet k příslušnému informačnímu toku. Logistiku můžeme řadit k mladým oborům, ale její funkce se využívaly ve velké míře mnohem dříve, než tato věda vznikla, jako samostatný obor. V praxi se logistika využívala již dávno předtím, než došlo k jejímu teoretickému vymezení. [6]

Odborná literatura říká, že podstatou logistiky je zajištění správných materiálů na správném místě, ve správném čase, v požadované kvalitě, se souvisejícími informacemi a také s příslušným finančním dopadem. Název logistika je původem z řeckého slova „logos“, jehož význam můžeme přeložit jako slovo řeč, rozum nebo pochopení.

S logistikou se setkáváme především ve třech sférách, kterými jsou vojenství, matematika a hospodářství. Ve vojenství byla logistika využívána již v 9. století. Díky úspěchům, které logistika do vojenství přinášela, se postupně začínala využívat i v hospodářské sféře, kde bylo zapotřebí řešit stále složitější výrobní a distribuční procesy. I v hospodářství plní logistika důležitou funkci a lze jí považovat za jednu z nejsilnějších konkurenčních zbraní. Její správné fungování je pro podnik silnou stránkou, která se dá konkurencí těžko napodobit.

Logistika se skládá z celé řady činností, které jsou pro podnik důležité a navzájem se doplňují. Nejpodstatnější činnosti, kterými se logistika zabývá, můžeme rozdělit do několika bodů, a to např. zákaznický servis, řízení stavu zásob, logistická komunikace, nákup, manipulace s materiálem a s vráceným zbožím, plánování poptávky, vyřizování objednávek a komunikace se zákazníky, balení, zpětná logistika, doprava a přeprava, skladování. Každý z těchto bodů tvoří důležitou část pro zajištění správného fungování logistiky v podniku.

### **1.2.1 Zákaznický servis**

Nejčastěji je považován za vrchol logistiky a umožňuje firmám zvýšit jejich konkurenceschopnost. Je to proces, který má za úkol maximalizovat přidanou hodnotu

zákazníka nákladově efektivním způsobem. Může být poskytován interním nebo externím zákazníkům. Mezi interní zákazníky řadíme oddělení uvnitř podniku, jako jsou například pobočky podniku nebo jeho sklady. Za externí zákazníky považujeme konečné zákazníky, spotřebitele. Rozlišujeme tři typy zákaznického servisu podle toho, zda se uskuteční před prodejem, při prodeji nebo po prodeji. Předprodejní složky mají podstatný vliv na to, jak bude zákazník podnik vnímat a jak bude spokojen. Větší pozornost se klade prodejním složkám, do kterých řadíme např. informace o stavu objednávky, rovnoměrnost cyklu objednávky, snadnost objednávání, speciální řešení dodávek, přesunu zboží, zastupitelnost produktů, přesnost systému a úroveň vyčerpání zásob. Poprodejní složky se vztahují k produktu v okamžiku, kdy už ho zákazník obdržel. Řadíme do nich především záruky, opravy, instalace, náhradní díly, reklamace, dočasné náhrady produktů apod.

Logistika se v oblasti zákaznického servisu snaží zjistit, jakou má zákazník představu o rozsahu zákaznického servisu a dle toho se přizpůsobit jeho požadavkům.

### **1.2.2 Řízení stavu zásob**

Pomocí této činnosti hledá podnik kombinaci takových variant, aby dosahoval co nejlepšího zákaznického servisu, ale zároveň co nejnižších nákladů na skladování.

Zásobování je jedna z nejdůležitějších podnikových aktivit. Za zásoby považujeme vše, co je potřebné k činnosti podniku a dostane se do něj přes oddělení nákupu. Důležité je, aby časy, kdy jsou zásoby v nečinnosti, byly minimální. U zásob zohledňujeme pozitivní a negativní význam, který přinášejí. Pozitivní vlastností zásob je především zajištění plynulosti výrobního procesu. Pomáhají vyřešit místní, kapacitní, časový i sortimentální nesoulad, který může nastat mezi výrobou a spotřebou. Nejpodstatnější negativní vlastností je, že zásoby váží kapitál a nesou jistá rizika, jako jsou např. neprodejnost, nepoužitelnost nebo znehodnocení. Proto vždy udržujeme na skladě pouze běžnou a pojistnou zásobu, které patří společně se zásobami pro předzásobení a vyrovnávacími zásobami do rozpojovacích zásob. Další typy zásob, jako jsou například zásoby v logistickém kanálu, strategické, spekulativní a bez funkce, jsou v podniku navíc.

K řízení stavu zásob se používají určité metody, které se dělí na deterministické, stochastické a metody síťového plánování. Jejich výběr je závislý na poloze bodu rozpojení, který představuje místo rozpojovací zásoby, pomocí které se uskutečňuje uspokojení nezávislé poptávky. Každý podnik může mít několik bodů rozpojení, jelikož každý výrobek může mít tento bod v jiném místě.



Deterministické metody jsou metody přesně určené, při kterých je materiálový tok před bodem rozpojení. Nepoužívají se na řízení zásob.

Stochastické neboli náhodné metody využívají náhodné poptávky v bodě rozpojení. Používá se v nich metoda objednacích systémů, plánu potřeby dodávek a hlavního výrobního plánu. Všechny tyto tři metody jsou sestavovány na základě nezávislé poptávky. Metodou objednacích systémů si podnik stanoví cílovou a objednací úroveň zásob a poté čeká na signál, který znamená potřebu vystavení objednávky nebo zadání výrobní zakázky. Objednací systémy mají několik typů rozčleněných především podle toho, jak často zásobu sledujeme. Plán potřeby dodávek se využívá tam, kde jsou ve spotřebě časté výkyvy. Jedná se například o sezónní poptávku. Hlavní výrobní plán slouží k propočtu potřeby položek závislé poptávky.

K realizaci metod síťového plánování se využívají jak stochastické, tak deterministické metody. Jedná se např. o deterministickou metodu Critical Path Method (dále jen CPM) neboli metodu kritické cesty, která využívá síťového grafu. Z něj lze vyčíst jakou má každá činnost časovou rezervu. Pokud by tato rezerva byla rovna nule, považujeme ji za kritickou. Stochastická metoda Programm Evaluation Review Technique (dále jen PERT) vychází z toho, že dobu, za kterou jsou činnosti vykonány, považuje za náhodnou veličinu. Tato doba se potom stanoví pomocí optimistického odhadu, pesimistického odhadu nebo odhadu nejpravděpodobnějšího času.

### **1.2.3 Logistická komunikace**

Komunikace musí být zajištěna jak uvnitř podniku, tak i s jeho okolím. Nejčastější užívanou formou komunikace jsou elektronické výměny informací, které můžeme také nazývat jako logistické informační systémy. Jejich činnost se zajišťuje pomocí informačních technologií. Správné fungování informačních systémů zlepšuje konkurenceschopnost podniku. V praxi se k zajištění komunikace nejčastěji využívá systém elektronické výměny dat – Electronic Data Interchange (dále jen EDI). Jedná se o systém, který zajišťuje přenos standardizovaných obchodních dokumentů, jako jsou objednávky, faktury, elektronický převod peněz a další. Přenos těchto dokumentů probíhá mezi počítači různých organizací. Další významnou informační technologií je systém čárových kódů. Každý čárový kód obsahuje různá data, která mohou zahrnovat číslo výrobku, číslo výrobce, číslo série, místo uložení ve skladu, atd. Čárový kód je sestaven jako určitá sekvence čar a mezer, které jsou

nosičem kódu. Kód se čte pomocí snímačů. Snímače mohou být ruční, laserové, stacionární nebo pultové.

Každý snímač pracuje na podobném principu - generuje elektrické impulsy, které odpovídají struktuře světlých a tmavých čar. Čárový kód nesmí mít před sebou ani za sebou žádné grafické symboly ani žádný text. Musí dodržet tzv. světelné pásmo. Toto světelné ohraničení čárového kódu slouží k snadnějšímu rozlišení znaků STAR a STOP při čtení snímačem. Pro kódování a identifikaci spotřebitelských a distribučních jednotek se používá celosvětový standardizovaný systém European Article Number (dále jen EAN), který může být překládán jako mezinárodní číslo obchodní položky.

#### **1.2.4 Nákup**

Úkolem této činnosti je zajistit nákup všeho, co podnik potřebuje, a to od vhodných dodavatelů. V podniku bývá pro tuto činnost zřízen samostatný útvar nákupu, který má za úkol zabezpečit jak výrobní, tak nevýrobní procesy v podniku surovinami, materiálem a výrobky. Vše musí být zajištěno v požadovaném množství, místě, kvalitě času a sortimentu.

Oddělení nákupu musí reagovat pružně a vždy zajistit materiál a jeho přísun přesně a včas na místo spotřeby. Další funkce nákupu jsou sledování a regulace stavu zásob, volba nejoptimálnějších zdrojů, včasné projednávání smluv, zajišťování nákupního informačního systému a odpovídající kvalitu nakupovaných materiálů.

Samotný nákup může proběhnout jako přímý nákup, leasing nebo pronájem. V podniku také nastávají tři nákupní situace: nová nákupní úloha, modifikovaný nákup a opakovaný nákup beze změny. Rozlišení o jakou nákupní situaci se jedná, napomáhá podniku pro výběr vhodné metody řízení zásob a způsobu dodávek materiálu.

#### **1.2.5 Manipulace s materiálem a s vráceným zbožím**

Manipulace s materiálem je činnost odborného přemísťování, které se snažíme minimalizovat. Zbytečná manipulace s materiálem nepřináší žádné zisky, ale tvoří další náklady. Manipulační jednotku, kterou přemísťujeme, může tvořit pouze materiál, materiál s obalem, nebo materiál s obalem i přepravním prostředkem. K manipulaci se využívá neautomatizovaných a automatizovaných systémů.

Do neautomatizovaných systémů, označovaných také jako manuálních, řadíme regály, policové systémy, modulární zásuvkové a skříňové systémy a mechanická zařízení s obsluhou. Za jejich největší výhodu je považována pružnost.

Automatizované systémy se postupně rozšiřují do většiny skladů. Mezi jejich nevýhody patří vysoké počáteční kapitálové náklady, náklady spojené s údržbou a nízká flexibilita. Naopak za výhodu považujeme snížení nákladů na pracovní sílu a skladovou plochu, přesnost informací, snížení manipulace a zlepšení zákaznického servisu. Nejtypičtějším automatizovanými systémy jsou karusely, neboli otáčivé zásobníky, laserové vozíky, pásové dopravníky a centrální třídičky.

K manipulaci s vráceným zbožím dochází, pokud došlo k nějaké chybě. Obvykle se jedná o malé množství zboží, se kterým se manipuluje směrem od zákazníka pomocí logistického řetězce zpět.

### **1.2.6 Doprava a přeprava**

Dopravou se rozumí pohyb dopravních prostředků po dopravní cestě za účelem přepravy. Přeprava je účelné přemístění osob či zboží. Je považována za výsledek dopravy a provádí ji dopravce pro přepravce, který si přepravu objednává.

Doprava a přeprava v logistice tvoří velmi důležitou složku a může být označována také jako dopravní logistika. Využívá se pro přemístění zboží po dopravní síti, především pro plánování a provoz na dopravní síti. Zajišťuje koordinaci a optimalizaci pohybů zásilek po dopravní síti od místa a okamžiku, kdy vstupují do sítě, až po místo a okamžik jejich výstupu ze sítě. Dále také provádí optimalizaci prostorového rozmístění kapacit a koordinaci pohybu veškerých prostředků a zařízení nutných k uskutečnění přepravy. Přepravní servis musí dodržovat následující charakteristiky: pružnost, spolehlivost, dobu přepravy, pokrytí trhu a schopnost poskytovat další služby. [7]

### **1.2.7 Plánování poptávky**

Odborná literatura definuje poptávku jako množství jednotlivých druhů zboží, které je spotřebitel ochoten koupit za určitou cenu v určitém místě a čase. Zákon klesající poptávky říká, že pokud cena klesá, zvyšuje se poptávané množství a naopak, pokud cena roste, poptávané zboží se snižuje (za jinak stejných podmínek). Do tohoto zákona nelze řadit luxusní zboží. Poptávku ovlivňuje několik faktorů, kterými jsou především cena zboží, ceny příbuzných statků, vkus zákazníků, počet obyvatel, vliv reklamy a průměrný disponibilní

důchod spotřebitele. Při plánování poptávky se v podniku sestaví plán, ve kterém se určí, co vše bude nutné objednat od dodavatelů, jaké množství výrobků bude vyrábět, kolik místa bude potřebovat, na jakou cílovou skupinu zákazníků se bude zaměřovat, a jak velké množství produktů bude zapotřebí přepravit. Před vytvářením plánu je vhodné provést analýzu situace podniku na trhu. Plán se vytváří na určité období, kterým může být např. měsíc, čtvrtletí nebo rok. Sestaven může být na základě údajů z předchozích let, odhadů nebo výpočtů. [8]

### **1.2.8 Vyřizování objednávek a komunikace se zákazníky**

Objednávka je jedním ze základních účetních dokladů a musí splňovat určité náležitosti. Vyřizování objednávek je logistická činnost, která se zabývá přijímáním a vyřizováním objednávek od zákazníků a dále se také kontroluje jejich správnost. Důležitou částí při vyřizování objednávek je především komunikace se zákazníky, která by měla být pružná a kvalitní. Podle odborné literatury představuje komunikace pro podnik významný faktor, který ovlivňuje jeho celkovou pověst. Dobře zvolená forma komunikace může výrazně posílit konkurenční pozici podniku. Naopak špatná komunikace se zákazníky může naopak výrazně snížit obraty a zisky společnosti. Podnik stanoví, které komunikační kanály bude využívat a nabízet zákazníkům. V současné době je možné vybrat si z celé řady komunikačních kanálů, jako například mobilní telefon, e-mail, Skype, fax, diskusní fórum, atd. Každá tato možnost má své výhody a nevýhody, které musí podnik posoudit a zvolit si, co je pro něj nejvýhodnější. [9]

### **1.2.9 Balení**

Podle odborné literatury tvoří obal důležitou část výrobku, jelikož slouží jako jeho ochrana. Funkcí obalu je chránit výrobek před zničením a poškozením v průběhu jeho cesty distribučním řetězcem. Z pohledu logistiky může mít balení i negativní dopad, protože každý obal zvětšuje objem a váhu výrobku. Naopak z pohledu marketingu je obal velmi důležitý, jelikož svým vzhledem podporuje prodej a je pro zákazníka nositelem informací.

Rozlišujeme hlavní tři druhy obalů a to spotřebitelský, manipulační a přepravní. Spotřebitelský obal plní především ochrannou, prodejní a informační funkci. Pro snížení pracnosti činností manipulace se zbožím bývají spotřebitelské obaly spojovány do větších celků pomocí manipulačních obalů. Aby byl eliminován počet těchto operací, dochází ke spojování manipulačních obalů do tzv. přepravních obalů. Distribuční a přepravní obaly mají za úkol plnit především manipulační a ochranou funkci.

### 1.2.10 Skladování

Pomocí skladování se zabezpečuje uskladnění produktů od místa, ve kterém vznikají, až po místo jejich spotřeby. Ve skladu jsou uloženy všechny typy produktů. Skladování můžeme dělit na skladování ve fázi zásobování nebo distribuce. Ve fázi zásobování skladujeme suroviny, součástky, díly, komponenty a polotovary. Fáze distribuce slouží k uskladnění hotových výrobků, jedná se o distribuční sklady. Distribuční sklad slouží k rozdělování sortimentu, skladování hotových výrobků a expedici výrobků na jednotlivé trhy. Kromě distribučního skladu existuje také distribuční centrum, které udržuje pouze minimální zásoby produktů, po kterých je největší poptávka.

Hlavním důvodem skladování je snaha o dosažení úspor ve výrobě a nákladů na přepravu. Dále také možnost pružně reagovat na měnící se podmínky trhu, překlenout časové a prostorové rozdíly, být schopni poskytnout zákazníkům kompletní sortiment produktů, atd.

Druhy skladů je možné rozdělovat podle několika hledisek. Např. podle fáze výrobního procesu na vstupní sklady, mezisklady a odbytové sklady, podle stupně centralizace rozlišujeme centralizované a decentralizované sklady, podle ochrany před povětrnostními vlivy dělíme sklady na kryté a otevřené. Dále také můžeme sklady členit podle správy skladu na vlastní a cizí sklady.

Využití skladů můžeme rozdělit do čtyř nejdůležitějších kategorií, kterými jsou zabezpečení výrobní činnosti podniku, kombinace popřípadě sdružení většího počtu malých zásilek, kombinace různých výrobků a rozdělení velkých zásilek. Funkcí skladování je přesun produktů, uskladnění produktů a přenos informací. Sklady plní především funkce:

- vyrovnávací - pokrývá výkyvy, které by mohly nastat,
- zabezpečovací - zabezpečuje plynulost výroby,
- spekulativní – využívá se pro situaci v budoucnu,
- kompletační – poskytuje kompletaci výrobků,
- zušlechťovací – jedná se např. o skladování dřeva, vína, sýrů, apod.

Podnik umísťuje sklady tak, aby to pro něj bylo co nejvýhodnější. Musí si zvolit určitou strategii, kterou pro rozmístění použije. Strategie může být orientovaná na výrobu, na trh nebo na středové umístění. Výběrem vhodné strategie se snaží předejít nadměrné manipulaci, nízkého využití skladového prostoru, nadměrným nákladům na údržbu a modernizaci zařízení. [7], [10]

### **1.2.11 Zpětná logistika**

Odborná literatura označuje zpětnou logistiku také jako reverzní logistiku. Ta se zabývá sběrem, tříděním, demontáží a zpracováním použitých obalových materiálů, spotřebovávaných výrobků, reklamovaného zboží a jiných materiálů, které vycházejí od spotřebitele. Cílem je zajistit nové využití těchto položek nebo je zhodnotit takovým způsobem, který bude šetrný k životnímu prostředí a zároveň ekonomicky příznivý.

Původně byla reverzní logistika spojována pouze s recyklací výrobků a obalů. V současné době se začíná zpětnou logistikou zabývat stále větší okruh veřejnosti, která řeší otázky, jak ekologicky nakládat s odpady. Firmy totiž odpovídají za celý životní cyklus výrobku, který začíná získáním surovin a končí likvidací odpadu. Mnoho zemí, včetně většiny zemí Evropské unie, řeší problémy nakládání s odpadem recyklací výrobků a obalů. [11]

## **1.3 Doprava**

Podle odborné literatury lze dopravu charakterizovat jako činnost uskutečňovanou pohybem dopravních prostředků po dopravních cestách za účelem přemístění osob nebo věcí.

Zároveň je chápána jako odvětví národního hospodářství. Podporuje ekonomický rozvoj společnosti a tím i všeobecné zvyšování životní úrovně.

Výsledkem dopravy je přeprava - vlastní přemístění osob či věcí. Přeprava tvoří jednu z největších nákladových položek a tím se podílí na prodejní ceně. Její náklady mohou ovlivňovat faktory související s charakterem výrobku nebo faktory související s charakterem trhu.

### **1.3.1 Druhy dopravy**

K realizaci přepravy je možné využít několik druhů dopravy:

- silniční doprava,
- železniční doprava,
- letecká doprava,
- lodní doprava,
- potrubní doprava.

Silniční doprava je nejběžnějším druhem dopravy pro přepravu většiny spotřebitelského zboží. Nabízí největší množství výhod, kterými jsou pružnost, univerzálnost, rychlost, spolehlivost, malá pravděpodobnost ztrát a poškození.

Železniční doprava patří ke konkurentům silniční dopravy, oproti které má ale několik nevýhod. Mezi hlavní nevýhody patří omezení rozsáhlosti železniční sítě, které přináší další nevýhody, jako postrádání pružnosti a univerzálnosti. Naopak silnou stránkou železniční dopravy je cena, protože oproti silniční dopravě je levnější.

Letecká doprava se často využívá pro nadstandardní způsob přepravy. Používá se především pro přepravu osob, přeprava zboží je pouze její doplňková služba. Je nejrychlejším, nejbezpečnějším, ale zároveň také nejdražším druhem dopravy. Většinou se využívá pro přepravu produktů vysoké hodnoty a zboží, na které má vliv čas.

Lodní doprava je nejekologičtější, ale zároveň nejpomalejší druh dopravy. U nás je jen velmi zřídka využívána.

Potrubní doprava se využívá pro přepravu pouze některých produktů, jako např. ropy a ropných produktů, zemního plynu, chemikálií, vody, odpadů a zkapalněných produktů. Lze ji považovat za bezpečnou a cenově příznivou dopravu. [7], [12]

### **1.3.2 Kontrolní vážení vozidel**

Zákon č. 13/1997 Sb., o pozemních komunikacích stanovuje v silniční dopravě, že určité kategorie motorových vozidel, kterými se přepravuje zboží, podléhají kontrolnímu vážení vozidel. Vážení se provádí na dálnicích, silnicích a místních komunikacích. Na účelových a nemotorových místních komunikacích se vážení neprovádí. Hlavními důvody tohoto vážení jsou ochrana pozemních komunikací, ochrana objektů a především bezpečnost silničního provozu. Existují dva druhy vážení - nízkorychlostní a vysokorychlostní.

Nízkorychlostní kontrolní vážení probíhá na principu odklonění vozidla z provozu a řidič tohoto vozidla je povinen na výzvu celníka nebo policisty podrobit vozidlo kontrole. Vážení se provádí na mobilních nebo pevných váhách. Kontrolují se největší povolené hmotnosti silničního vozidla, největší povolené hmotnosti na nápravu, ostatní hmotnostní poměry vozidla a také největší povolené rozměry vozidel a jízdních souprav. Dokladem o vážení je protokol o nízkorychlostním kontrolním vážení. Jeden protokol dostane řidič, druhý dostane dopravce.

Vysokorychlostní kontrolní vážení se provádí pomocí čidel, které jsou umístěny ve vozovce. Nedochozí zde k odklonu vozidla z trasy, ale vozidla se váží během jízdy. Kontrolují se největší povolené hmotnosti silničního vozidla, největší povolené hmotnosti na nápravu, ostatní hmotnostní poměry vozidla. Rozměry vozidla se nekontrolují. Dokladem o tomto vážení je protokol o vysokorychlostním kontrolním vážení. Jeden protokol obdrží řidič vozidla, druhý dostane dopravce a třetí je odevzdán obecnímu úřadu s rozšířenou působností podle místa, kde se vozidlo vážilo.

### **1.3.3 Zpoplatnění pozemních komunikací**

Při přepravě se většina silničních motorových vozidel nevyhne poplatkům za užívání dálnic, rychlostních silnic a vybraných silnic I. třídy, které jsou upraveny zákonem č. 13/1997 Sb., o pozemních komunikacích, v platném znění. V České republice existuje časové a výkonové zpoplatnění za užívání pozemní komunikace.

Časové zpoplatnění závisí na době, pro kterou je předplaceno a podléhají mu silniční motorová vozidla do 3,5 tuny nebo jízdní soupravy nejméně se čtyřmi koly. Poplatek je nutné zaplatit před užitím zpoplatněné pozemní komunikace motorovým vozidlem. Zaplacení poplatku se prokazuje platnou dálniční značkou, která se označuje také jako dvoudílný kupón. První část kupónu se přímo nalepí celou svou plochou na vnitřní stranu předního okna motorového vozidla, což je z pohledu řidiče umístění do pravého dolního okraje. Aby byl kupón platný, musí být tato část kupónu řádně nalepena, mít vyznačenou dobu platnosti a obsahovat řádně vyplněnou registrační značku, kterou je motorové vozidlo opatřeno. První i druhá část kupónu musejí mít shodné označení, natištěné přes holografický prvek kupónu. Obě části dálniční známky slouží Policii ČR a celním orgánům ke kontrole. Kupón je nepřenositelný a po nalepení již nelze použít pro jiné vozidlo. Dálniční známky je možné zakoupit pro kalendářní rok, měsíc nebo deset dnů. Roční dálniční známky jsou označeny velkým písmenem R, měsíční písmenem M a desetidenní písmenem D. Po uplynutí doby platnosti musí být kupón z čelního skla odstraněn.

Výkonové zpoplatnění je běžnějším a preferovanějším způsobem zpoplatnění silniční infrastruktury. Není závislé na době používání zpoplatněné pozemní komunikace, ale na skutečně ujeté vzdálenosti, počtu náprav, typu vozidla, emisních limitech EURO, třídě komunikace, dnu v týdnu a na čase, ve kterém využívá motorové vozidlo daný úsek. Výkonovému zpoplatnění podléhají všechna silniční motorová vozidla nad 3,5 tuny. Tato vozidla musí být vybavena elektronickým zařízením, kterým se rozumí nepřenositelná palubní



jednotka. V ČR se k výběru poplatků využívá mikrovlnný systém s palubní jednotkou Premid, která zajišťuje komunikaci se systémem pro výběr poplatků. Částka za každý zpoplatněný úsek se účtuje v okamžiku průjezdu vozidla stanicí. Platba může být provedena předem nebo po užití zpoplatněného úseku. Platba předem znamená, že se do palubní jednotky vloží předplatné před vjezdem na zpoplatněnou pozemní komunikaci. Platbu je možné uhradit v hotovosti, platebními kartami nebo tankovacími kartami na distribučních nebo kontaktních místech. Platba po užití zpoplatněné pozemní komunikace vyžaduje předem sjednanou platnou smlouvu, podle které je pravidelně zasíláno vyúčtování. Smlouva může být uzavřena na kontaktních místech nebo u některých vydavatelů tankovacích karet za přítomnosti provozovatele vozidla nebo statutárního zástupce společnosti zapsaného v obchodním rejstříku. Pokud tyto osoby odevzdají originál notářsky ověřené plné moci, může za ně jednat jejich pověřený zástupce. [13]

#### **1.3.4 Technologický postup přepravy**

Pro společnost je výhodné, pokud před zahájením přepravy uskuteční průzkum trhu. Přepravu lze objednat pomocí formulářů dostupných na internetu, papírově nebo na webových stránkách společností. Po objednání přepravy se musí společnost vyjádřit, zda objednávku přijme nebo zamítne. Pokud nemůže společnost z nějakých důvodů objednávku přijmout, nabízí možnost jejího odložení na jiný termín nebo přenechá tuto zakázku společnosti, se kterou má předem smlouvené určité podmínky o postoupení objednávek. Jestliže společnost objednávku přijme, naplánuje její přepravu. K naplánování přepravy se často využívají služby společností, které se zabývají plánováním tras. Následně je vybráno vozidlo a přistaveno na dané místo. Po přistavení vozidla proběhne expedice a nakládka. Když je zboží naloženo, uskuteční se vlastní přeprava, která může obsahovat překládky. Technologický postup přepravy je zakončen vykládkou a převzetím zbožím dotyčnou osobou.

#### **1.3.5 Manipulační a mechanizační prostředky**

Podle Cempírka se při provozování dopravy, ale také při skladování využívají různé prostředky pro manipulaci s materiálem. Často využívanými mechanizačními zařízeními jsou manipulační prostředky členěné podle časové spojitosti výsledku činnosti. Jedná se o cyklicky, periodicky nebo kontinuálně pracující mechanizační zařízení.

Cyklicky pracující zařízení materiál přemísťují z výchozího místa na místo určené a to po dávkách uzavřených pracovních cyklů. Jednotlivé cykly se od sebe mohou lišit velikostí

dávky, časovými intervaly mezi jednotlivými dávkami, rychlostí samotného přemístění nebo dráhou. Patří sem především dopravní vozíky, jeřáby, lopatová rypadla a buldozery, výtahy, mechanické lopaty a lanové shrnovače. Nejčastěji používané jsou dopravní vozíky, se kterými se setkáme ve většině skladů. Rozdělujeme je na ruční, nízkozdvížné, vysokozdvížné, boční a mobilní vozíky.

Periodicky pracující zařízení pracují na stále stejné souvislé trati s přetržitým tokem materiálů. Mezi ně patří např. závěsné dopravníky, podlahové vozíkové dopravníky a visuté lanovky.

Kontinuálně pracující zařízení jsou charakteristická tím, že na odběrném místě, kterým je zpravidla souvislá dopravní trať, je možné odebírat souvislý tok materiálu, který je přepravován.

Kromě těchto mechanizačních prostředků používaných především ve skladech, jsou k uskutečňování přepravy využívány také mechanizační prostředky pevně spojené se silničními vozidly. Do této kategorie patří nakladače, hydraulické ruky, zvedací čela, nájezdové rampy, sklopné plošiny, ramenové nakladače a hákové nakladače. [10]

### **1.3.6 Palety a paletizace**

Odborná literatura definuje paletizaci jako systém sloužící k manipulaci, skladování a přepravě, jehož základem je paleta. Paleta tvoří ucelenou jednotku, která prochází materiálovým tokem bez překládky vlastního substrátu. Existuje nespočet nejrůznějších druhů palet. Palety mohou být dřevěné nebo plastové. Dřevěné palety jsou využívány mnohem častěji než palety plastové. Výhodou dřevěných palet oproti paletám plastovým je jejich cenová dostupnost a mnohem jednodušší recyklovatelnost. Při volbě správného typu palety se zohledňuje její rozměr, nosnost, způsob manipulace atd.

#### **Základní typy dřevěných palet:**

- EURO palety,
- standardní palety,
- atypické palety,
- cihlářské palety.

EURO palety jsou vratné palety, které řadíme do takzvaných čtyřcestných neboli čtyřstranných palet, což znamená, že je možné s nimi manipulovat ze všech čtyř stran. Mohou

být světlé nebo tmavé. Jejich rozměry jsou odvozené od rozměrů železničních vagónů. Parametry EURO palet odpovídají předpisům European Pallet Association

Jednotlivé standardní palety mohou mít odlišnou výšku, nosnost i konstrukci.

Atypické palety se vyrábějí na míru, podle požadavků a přání zákazníka. Zákazník si volí vlastní specifické rozměry palety, počty prken na ložné ploše a jejich rozestupy, použitý spojovací materiál.

Cihlářské palety jsou používány především ve stavebnictví pro těžké stavební materiály, kterými jsou např. cihly, zámkové dlažby atd. Tyto palety jsou dvoucestné, je možné s nimi manipulovat pouze ze dvou stran. Mají jednoduchou konstrukci, což jim zaručuje vysokou nosnost, pevnost a delší životnost. Přesný vzhled může být upraven dle požadavků zákazníka. [7], [14], [15]

### **1.3.7 Kontejnery a kontejnerizace**

Podle odborné literatury se kontejnerizací rozumí systém sloužící k manipulaci, skladování a přepravě, jehož základem je kontejner. Kontejner tvoří ucelenou jednotku, která prochází materiálovým tokem bez překládky vlastního substrátu. Tato přepravní jednotka musí mít vnitřní objem minimálně 1 m<sup>3</sup>. Jejich tvar je zpravidla uzpůsoben ke stohování. Kontejnery je možné rozlišovat např. podle objemu na velké, střední a malé. Dle oblasti použití lze kontejnery členit na pozemní, námořní a letecké.

V praxi je možné setkat se i s dalšími typy kontejnerů, kterými jsou např. kontejnery pro sypký a suchý materiál, plošinové se sklopnými čely a plošinové bez čel, nádržkové, chladírenské, uhelné, izotermické, výsypné, apod. [7]

## **1.4 Konkurence**

Význam slova konkurence lze přeložit několika způsoby. Nejjednodušeji a také nejčastěji se konkurence vykládá jako hospodářská soutěž, ve které se střetávají různé zájmy tržních subjektů na různých typech trhů. Konkurence patří do jednoho z předpokladů pro správné fungování tržního hospodářství a lze ji dělit z různých hledisek. Pro každou firmu je důležité mít určité informace o svých konkurentech. Konkurenceschopností se rozumí schopnost prosadit se v této hospodářské soutěži v porovnání s ostatními konkurenty.

Z hlediska ekonomického je možné rozlišovat konkurenci na dokonalou a nedokonalou.

#### **Další členění konkurence:**

- konkurence napříč trhem,
- konkurence na straně poptávky,
- konkurence na straně nabídky,

#### **1.4.1 Odvětvové a tržní pojetí konkurence**

Při odvětvovém pojetí konkurence se za odvětví v tomto smyslu považuje skupina podniků, která nabízí výrobky nebo služby, schopné se vzájemně nahrazovat.

V rámci tržního pojetí konkurence se nesledují firmy, které vyrábějí stejné výrobky nebo poskytují stejné služby, ale pozorují se firmy, které uspokojují stejnou potřebu.

#### **1.4.2 Členění konkurentů dle jejich reakce**

- konkurent tygr,
- stochastický konkurent,
- vybíravý konkurent,
- laxní konkurent.

Konkurent tygr reaguje na všechny druhy vnějších podnětů rychle a důrazně, nikdy se nevzdává a je poměrně složité s ním bojovat.

Stochastický konkurent má takové chování, které nelze zcela přesně předvídat. Někdy reaguje a jindy na stejné věci nereaguje. Toto chování je časté u nových firem, které jen někdy po dlouhém uvážení útočí a jindy se raději drží zpět, jelikož by následky jejich činu mohly být příliš nákladné.

Vybíravý konkurent reaguje pouze na určité situace, kterými může být snížení ceny.

Laxní konkurent na podněty ani na ataky příliš nereaguje.

#### **1.4.3 Členění konkurentů dle pozice na trhu**

- vedoucí podnik,
- tržní vyzyvatel,
- tržní následovatel,
- tržní troškař.

Vedoucí podnik má na trhu největší podíl, který si chce také udržet. Svě postavení proto musí bránit a usilovat o zvětšení celkové velikosti na trhu.

Tržní vyzyvatel má snahu získat vyšší tržní podíl, proto útočí na tržního vůdce a na ostatní konkurenty.

Pro tržního následovatele je jeho tržní podíl postačující a nemá zájem o jeho rozšíření, proto také na své konkurenty zpravidla neútočí.

Tržní troškař neboli tržní nikař vyplňuje díky své specializaci pouze malý tržní výklenek. [16], [17]

## 2 ANALÝZA ČINNOSTÍ SPOLEČNOSTI EXPRES VAN

Tato kapitola se zabývá analýzou současného stavu společnosti EXPRES VAN. Řeší jednotlivé činnosti v podniku, především zabezpečením rozvozu a svozu. Dále se věnuje přepravnímu systému FOFR, jehož je společnost EXPRES VAN členem. V poslední části se tato kapitola věnuje vybraným konkurenčním společnostem a jejich službám.

### 2.1 Základní informace o společnosti

Firma EXPRES VAN s. r. o. je ryze česká společnost se sídlem v Praze 2 a třemi pobočkami. Logo společnosti je zobrazeno na obrázku č. 1. Jedná se o pobočky v Dolní Rovni, Praze a Liberci. Společnost byla založena pod právní formou společnosti s ručením omezeným a vznikla 23. dubna 2010 zápisem do obchodního rejstříku vedeného Městským soudem v Praze, oddílu C, vložky 164802. [18]

Obrázek č. 1: Logo společnosti



Zdroj: [18]

V současné době pracuje ve společnosti 35 zaměstnanců. Konkrétně se jedná o deset dispečerů, osm skladníků a jednoho řidiče. Dispečeri i skladníci mají předem stanovené směny. Směny jednotlivých řidičů se odvíjejí především od počtu přepravovaných zásilek. Nejvíce zaměstnanců pracuje ve středisku v Dolní Rovni. Toto středisko je zároveň i centrální překladiště pro všechny společnosti spolupracující v systému FOFR. Každý den se v Dolní Rovni sjíždějí vozidla z celé ČR, která uskutečňují přepravu pro členské firmy systému FOFR. Ráno z tohoto střediska vyjíždí vozidla, která budou rozvážet pouze v regionu náležícímu pro Dolní Roveň. Během odpoledne jsou do skladů přivezeny zásilky z celé ČR, které následně skladníci roztřídí podle příslušných středisek systému FOFR. Každé středisko má v tomto skladě připraveno konkrétní místo, kde se budou zásilky shromažďovat.

Jelikož společnost vlastní pouze dvě vozidla, zaměstnává jenom jednoho řidiče. Ostatní automobily i s řidiči pronajímá dle potřeby nebo podle předem stanovené smlouvy. Svá vlastní vozidla mají k dispozici střediska v Dolní Rovni a v Praze. Celkem má společnost k dispozici 42 vozidel, z čehož je 40 vozidel pronajatých a pouze 2 vozidla vlastní. Největší

vozový park se nalézá ve středisku v Dolní Rovni, který disponuje jedním vlastním vozidlem a dvaceti vozidly v nájmu. Naopak nejmenší vozový park má středisko v Liberci, které nevlastní žádné vozidlo a v nájmu má k dispozici pouze sedm vozidel. Středisko v Praze disponuje jedním vlastním vozidlem a třináct vozidel má v nájmu. Přehledné rozdělení vozového parku je možné vidět v tabulce č. 1 a na obrázku č. 2.

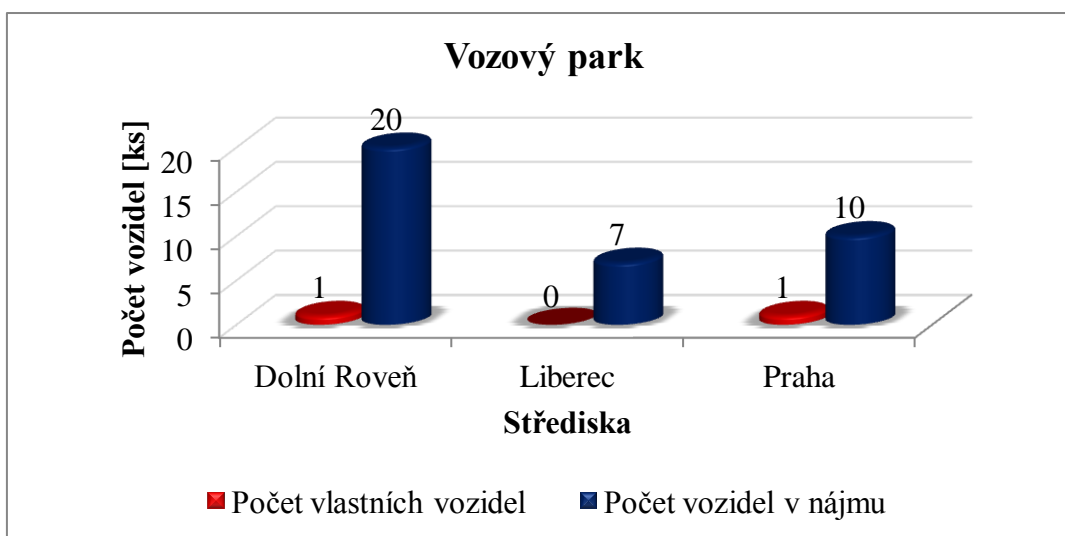
**Tabulka č. 1: Vozový park**

Středisko	Počet vlastních vozidel	Počet vozidel v nájmu
Dolní Roveň	1	20
Liberec	0	7
Praha	1	13
Počet vozidel celkem	2	40

Zdroj: [19]

Z obrázku č. 2 je zřejmé, že největším vozovým parkem disponuje středisko v Dolní Rovni a také, že podstatnou část vozového parku tvoří vozidla v nájmu. Pronajmutí vozidla i s řidičem je pro společnost ekonomicky výhodnější. Vlastní vozidla by nemusela být vždy plně vytížená, jelikož jejich potřebný počet se odvíjí od množství zakázek. Také by mohl nastat stav, kdy by měla společnost tolik zakázek, kolik by nebyla schopna svými vozidly přepravit. Proto je výhodné, že uzavírá smlouvy s jednotlivými dopravci nebo živnostníky, kteří pracují jako řidiči. Dále se také společnost nemusí starat o údržbu najatých vozidel, obstarávání technické kontroly a měření emisí, dále nemusí platit silniční daň a ostatní náklady spojené s provozem vozidla.

**Obrázek č. 2: Vozový park**



Zdroj: [19]

Vlastní vozidla společnosti jsou samozřejmě opatřena jejím logem. Přibližně na polovině pronajatých vozidel je také možné nalézt logo společnosti. Ukázkou vozidel a loga, které je na nich umístěno, je možné vidět na obrázku č. 3. U velkých nákladních automobilů je logo natištěno na plachtě vozidel. Na pořízení nové plachty s logem společnosti se podílí vlastník vozidla i společnost EXPRES VAN. Ta nemusí dopravcům platit za reklamu, ale účastní se na pořizovací částce za novou plachtu. To je přínosné jak pro společnost, která si tak zajistí velmi vhodnou reklamu, tak pro majitele vozů, kteří tak získají novou a kvalitní plachtu. Z obrázku č. 3 je také vidět, že vozidla mají logo nalepeno i na své čelní stěně. Do tohoto místa je nalepeno pomocí speciální fólie, zrovna tak jako na dodávková vozidla. Automobily, které nejsou opatřeny logem společnosti, mají alespoň za čelním sklem umístěnou ceduli s tímto logem.

**Obrázek č. 3: Vozidla s logem společnosti**



Zdroj: [Autor]

## 2.2 Činnosti společnosti:

Základní činnosti, kterými se společnost zabývá, je podnikání v oblasti zásilatelství, logistiky a dopravy. Společnost zajišťuje přepravu od malých zásilek, jako jsou například obálky, až po přepravu rozměrných věcí, které jsou přepravovány kamiony. Dále je také schopna zajistit přepravu nebezpečných zásilek. Zákazníkům zaručuje pružné jednání, garantované dodání zásilek, komplexní služby a úplný servis přizpůsobený jejich požadavkům. Velkou výhodou je realizace expresní přepravy, díky které je možné doručit zboží do druhého dne. Společnost dále nabízí možnost skladování v moderním skladovacím areálu v Dolní Rovni, logistické služby, kompletaci, třídění či rozduřování zásilek. Důležitým cílem společnosti je maximální uspokojení zákazníků a to především poskytnutím kvalitních služeb za rozumnou cenu.



### **2.2.1 Hlavní činnosti**

Mezi hlavní činnosti, kterými se společnost zabývá, patří:

- přeprava kusových zásilek,
- přeprava balíkových zásilek,
- poskytování logistických služeb,
- nabídka skladování a s tím souvisejících služeb.

Přeprava kusových a balíkových zásilek se provádí po celé České republice s přímým denním napojením do Slovenské republiky. Zákazníci mohou také využívat doplňkové služby, jako např. sledování pohybu zásilek, možnost zaslání zboží na dobírku, přeprava zásilek v režimu Accord Dangereuses Route (dále jen ADR) a potvrzování dodacích listů zákazníka.

### **2.2.2 Ostatní činnosti**

Společnost dále nabízí zajištění komplexních logistických služeb. V rámci logistického areálu mohou zákazníci využít skladování, kompletace zásilek, kontroly zboží, balení, třídění, sdružování a rozdělování zboží. Zabezpečení následné distribuce zboží ke konečným zákazníkům je samozřejmostí.

Mezi další služby, které společnost nabízí, patří skladování v moderním skladovacím areálu. Zákazníci si mohou objednat pro skladování svých zásob celý sklad nebo pouze určitou plochu ve skladu. Je jim umožněno skladování od jedné krabice až po celé palety v jakémkoliv množství. Skladovací areál má společnost v Dolní Rovni, kde má v dlouhodobém pronájmu dva velké sklady. Jedná se o všeobecné obchodní sklady, jejichž provoz je přizpůsoben potřebám zákazníků. Celý skladovací areál je oplocený, pojištěný a především je pod neustálou kontrolou kamerového systému. Všechny sklady jsou vybaveny novou manipulační technikou pro bezproblémové skládání a nakládání zboží.

V každém skladu je bezprašná podlaha a osvětlení dle příslušných norem. Opláštění skladů je tvořeno sendvičovými panely se zateplením. Nakládka a vykládka zboží probíhá nejčastěji přistavením kamionu k rampě pro nákladní vozidla. Je zde také možnost vjetí celého kamionu do skladu, ve kterém veškerá manipulace se zbožím proběhne. Obsluhu skladů provádí proškolený personál, který dále zajišťuje vedení skladové evidence a průběžnou kontrolu uskladněného zboží. Zákazník si může zvolit, že si bude sám vést skladovou evidenci i průběžně kontrolovat uskladněné zboží. [18], [19]

Jelikož je středisko v Dolní Rovni centrálním překladištěm pro celý systém FOFR, je sklad rozdělen na dvě části. V jedné části se nacházejí zásilky určené k rozvozu a v druhé části se shromažďují zásilky obstarané ze svozu. Část skladu, ve které jsou zásilky obdržené ze svozu z celé ČR, je dále rozdělena podle příslušných středisek spolupracujících v tomto systému. Tyto zásilky skladníci a řidiči rovnají přímo z vozidel do příslušného místa ve skladě, které určuje, do jakého střediska mají být večer převezeny. Jednotlivé oblasti v této části skladu jsou označeny zkratkou střediska a vymezeny bílými pruhy na podlaze. Příklad takového rozdělení skladu je možné vidět na obrázku č. 4.

#### **Obrázek č. 4: Rozdělení skladu**



**Zdroj:** [Autor]

Do oblasti, která je označena zkratkou BR, se ukládají zásilky určené pro středisko v Brně. Část skladu označena zkratkou OV, je místo pro zboží určené k přepravě do střediska v Ostravě a DC představuje oblast pro zboží určené k přepravě do střediska v Děčíně. Takto jsou označeny i všechny ostatní střediska systému FOFR.

Další část skladu, která je určena k rozvozu, je také označena zkratkami. Ty určují směr, do kterého budou přepraveny jednotlivé zásilky ze střediska z Dolní Rovně. Každé středisko má určené linky neboli směr a přibližnou trasu. Ta je dle objednávek přepravy denně upravena a přidělena konkrétnímu řidiči.

## 2.3 Analýza procesů ve středisku v Dolní Rovni

Mezi nejpodstatnější procesy, kterými se středisko v Dolní Rovni zabývá, patří zabezpečení rozvozu a svozu. Obě tyto činnosti zajišťují dispečeri, kteří organizují, kolik bude potřeba zabezpečit vozidel a řidičů ke každodenním svozům a rozvozům. Dále zabezpečují potřebné dokumenty, které zásilky doprovázejí.

### 2.3.1 Zabezpečení rozvozu

Rozvoz patří mezi jednu z výchozích činností společnosti EXPRES VAN. Tuto činnost zabezpečují především dispečeri, řidiči a skladníci. Stručný přehled uskutečňování rozvozu je možné vidět na obrázku č. 5.

Obrázek č. 5: Postup zabezpečení rozvozu



Zdroj: [19], [Autor]

Největší zodpovědnost mají dispečeri, kterým začíná pracovní směna ve 3:00 hodiny ráno. Každý z nich má svůj vlastní počítač a čtečku čárových kódů. První činností dispečerů je zabezpečení rozvozu. Ten začíná roztříděním přepravních listů, které přišly do předešlého večera. Přepravní listy se třídí podle mapy do několika směrů. V každém směru je přibližně předurčených několik linek. Každé středisko mívá okolo patnácti těchto linek. Po roztřídění přepravních listů se dispečer přihlásí pod svým jménem a heslem do programu Spedice, ve kterém vytváří z přepravních listů jednotlivé soupisky přeprav. Do každé soupisky se zadá dopravce, který je již v tomto programu zaregistrován, takže jsou známy jeho údaje (jméno

řidiče, typ a parametry vozu). Když je soupiska přeprav založena a je jí přiřazen dopravce, potom se do ní pomocí čtečky a čárových kódů jednotlivých přepravních listů nahrají jednotlivé zakázky se všemi údaji. Po dokončení soupisky program sečte hmotnost všech zásilek a celkový počet přepravovaných kusů konkrétním dopravcem. Dispečer zkontroluje a dopočítá, zda výsledné hmotnosti souhlasí s typem vozu. Pokud je vše v pořádku, soupisku přeprav vytiskne a připraví ji příslušnému řidiči i s ostatními přepravními listy.

Pracovní směna řidičů začíná v 5:00 hodin. Každý řidič si na středisku v Dolní Rovni vyzvedne soupisku přeprav a jednotlivé přepravní listy. Dále také obdrží někteří řidiči seznam firem, které si pravidelně objednávají přepravu. Je to výhodné, pokud řidiči těmto firmám něco rozvázejí, potom tam můžou zároveň i naložit novou zakázku. Takovéto společnosti jsou uvedeny u dispečerů v knize svozů. Když mají řidiči naložené zásilky ze skladu na vozidlo, vydají se po své trase uskutečnit rozvoz. S nakládkou pomáhají řidičům skladníci a používají potřebnou manipulační techniku.

Celkový přehled o rozvozu zásilek, které uskutečňuje středisko v Dolní Rovni, je možné vidět v tabulce č. 2. Tato tabulka zobrazuje počet kusů, určených k rozvozu, které byly přepraveny od roku 2010, kdy společnost vznikla, až do února roku 2014.

**Tabulka č. 2: Rozvoz zásilek pro středisko v Dolní Rovni**

Měsíc	Počet zásilek [ks]				
	rok 2010	rok 2011	rok 2012	rok 2013	rok 2014
Leden	0	4 870	5 691	5 943	6 297
Únor	0	4 693	5 229	5 520	6 049
Březen	0	5 975	6 353	5 913	-
Duben	4 007	5 335	6 020	6887	-
Květen	4 284	5 853	7 483	6 988	-
Červen	4 664	6 046	6 842	6 334	-
Červenec	4 373	5 169	6 300	6 570	-
Srpen	5 075	6 180	6 858	6 155	-
Září	5 483	6 118	6 242	6 656	-
Říjen	5 482	6 090	7 850	7 102	-
Listopad	6 364	6 823	7 486	7 653	-
Prosinec	4 727	5 821	5 466	5 701	-

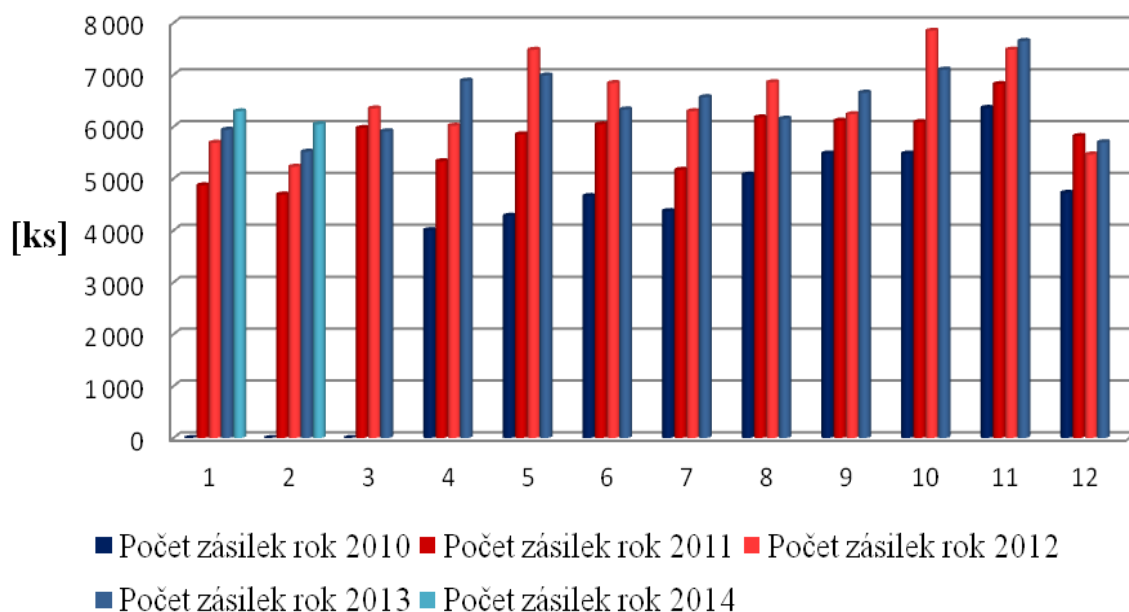
Zdroj: [19]

Na obrázku č. 6 je možné vidět, jak se v jednotlivých měsících od roku 2010 až po rok 2014 vyvíjel rozvoz zásilek ve středisku v Dolní Rovni. Jelikož společnost EXPRES VAN

vznikla 23. dubna 2010, je počet zásilek v prvních třech měsících tohoto roku nulový. Z tohoto obrázku je také patrné, že množství přepravovaných kusů je relativně proměnlivé. Dále je možné vidět, že nejvíce zásilek určených k rozvozu bylo přepraveno v říjnu roku 2012. V měsících únoru, lednu, dubnu, červenci, září a listopadu dochází každoročně k nárůstu zásilek určených k rozvozu.

**Obrázek č. 6: Rozvoz zásilek**

### Rozvoz zásilek -středisko Dolní Roveň



Zdroj: [19]

#### 2.3.2 Zabezpečení svozu

Svoz zásilek se provádí na základě objednávek zákazníka. Existuje několik možností, jak lze objednávku provést:

- telefonicky,
- faxem,
- e-mailem,
- webové stránky,
- zákaznický modul,
- EDI rozhraní
- osobně.

Svozy zpracovávají dispečeri na základě objednávek od zákazníků. Ti mohou přepravu objednat několika způsoby. Pro společnost je nejvýhodnější, když zákazníci

uskuteční objednávku pomocí zákaznického modulu nebo webových stránek. Na těchto stránkách společnosti naleznou zákazníci složku on-line objednávka, ve které vyplní formulář, který obsahuje údaje o odesílateli a příjemci. Dále se zde vyplní informace, jako např. počet přepravovaných kusů, druh balení, rozměry (výška, šířka, délka), celková hmotnost, objem, datum nakládky a dodání. Pokud se jedná o přepravu nebezpečného zboží, označí to zákazník ihned při vytváření objednávky. V on-line objednávce si také objednatel přepravy vybere jeden z nabízených modulů, zvolí způsob úhrady přepravného a také určí, zda je plátcem odesílatel nebo příjemce. On-line objednávku přepravy v rámci České republiky je možné uskutečnit i bez registrace. Pro přepravu do zahraničí musí být zákazníci registrovaní.

Velmi často jsou objednávky přijímány pomocí e-mailu, ve kterém musí zákazníci uvést podobné údaje, jako při vyplňování formuláře on-line objednávky. Velmi důležité je, aby objednatel přepravy nezapomněl uvést kontaktní údaje odesílatele a příjemce. Další formou, jak mohou zákazníci objednávku provést, je telefonicky nebo osobně.

Každému svozu je opět pomocí programu Spedice přiřazen řidič a vytvořen nový přepravní list. Během dne probíhají svozy do střediska v Dolní Rovni. Tam dojde k roztřídění jednotlivých zásilek, které jsou večer přepraveny i s přepravními listy do určitých středisek systému FOFR. Postup toho, jak svoz ve společnosti probíhá, je možné vidět na obrázku č. 7.

**Obrázek č. 7: Postup zabezpečení svozu**



Zdroj: [19], [Autor]

Zákazníci, kteří objednávají pravidelně, mají domluvenou každodenní nakládku. Je zajištěné přistavení vozidla v určitém čase a na daném místě. Standardní objednávání se přijímá na dispečinku den předem. Svoz zásilek se uskutečňuje pouze v pracovní dny. Objednávky, které jsou přijaté v pátek, se vyzvedávají v pondělí. Dispečer pak má možnost lépe plánovat počet vozidel a jejich svozovou a samozřejmě i rozvozovou linku. Snahou je maximálně využít vozidlo na dané lince. Objednávky, které mají být vyřízeny ještě tentýž den, mají stanovený časový limit. Ten je stanoven do 12:00 hodin. Pokud zákazníci stihnou do této doby odeslat svoji objednávku, je společnost EXPRES VAN schopna zařídit přepravu ještě v den objednání.

Další možností je, že si zásilku přivezou zákazníci přímo do střediska v Dolní Rovni. U těchto zásilek je opět stanoven časový limit, do kdy je nutné je přivést. Tyto zásilky musí být přivezeny do 17:00 hodin a dále také musí být řádně zabaleny a označeny. V případě, že není zásilka dostatečně zabalena a označena, řidiči na tuto skutečnost odesílatele upozorní a vyznačí to do předávacích dokumentů (soupisky zásilek, objednávky, atp.) Pokud řidiči vyhodnotí stav zásilek a jejich zabalení jako absolutně nevhodné, potom zásilku odmítnou. U špatně zabalené zásilky by mohlo dojít v rámci přepravy k poškození, proto je výhodnější, aby řidič vždy situaci zvážil a takovéto zásilky raději odmítnul.

Svozovou zásilku řidič naloží na vozidlo a odesílateli potvrdí její převzetí. Zásilky jsou svezeny na depo do střediska v Dolní Rovni, kde se složí z vozidla na sklad. S vykládkou zásilek pomáhá řidičům skladník. K vykládce, nakládce i manipulaci ve skladu se používá příslušná manipulační technika, jako jsou např. vysokozdvizné vozíky, paletové vozíky, rudly, atd. Řidič následně předá doklady od zásilky na dispečinku a počká na vyhotovení přepravního listu a polepek. V případě, že zákazník pošle objednávku elektronicky, má už polepky na zásilku připravené.

Další možnou situací je, že zákazníci mají zásilky polepené už při nakládce. Jedná se o takové zákazníky, kteří využívají objednávek pomocí internetu nebo mají zřízené zákaznické moduly na pořízení objednávek. Toto výrazně ulehčuje práci nejen dispečerům, ale i řidičům. Také se tak minimalizují situace, kdy by mohlo dojít ke špatnému směrování zásilek při jejich chybném polepení. Pokud není zásilka předem označena, polepky na ní umísťuje řidič, který by mohl omylem zásilky zaměnit. Řidiči si tyto polepky vyzvedávají spolu s přepravními listy na dispečinku a poté se vrátí zpátky do skladu, kde provedou polepení příslušných zásilek. Tím dojde k jednoznačné identifikaci zásilek a jejich

směrováním na rozvozové depo. Následně jsou polepené zásilky rozmístěné na příslušné pozice ve skladu, které jsou dány směrem rozvozu.

Zákazníci, kteří využívají objednávky pomocí internetu nebo zákaznických modulů, mají samozřejmě možnost sledovat pohyb svých zásilek. Tuto možnost nabízí společnost EXPRES VAN na svých webových stránkách. Každá zásilka má přiděleno své desetimístné číslo, podle kterého mohou zákazníci sledovat pohyb svých zásilek.

Celkový přehled o svozu zásilek, které uskutečňuje středisko v Dolní Rovni, je zaznamenán v tabulce č. 3. Tato tabulka zobrazuje počet prodejových zásilek, které byly přepravené opět od roku 2010 až do února roku 2014. Časové rozpětí tabulky je stejné jako v tabulce č. 2, která zobrazuje počet zásilek určených k rozvozu v těchto letech. Hodnoty v prvních třech měsících roku 2010 jsou rovny nule, protože společnost vznikla až v dubnu roku 2010. Nejvíce prodejových zásilek bylo přepraveno v červnu v roce 2012, kdy bylo přepraveno 13 456 kusů.

**Tabulka č. 3: Svoz zásilek pro středisko v Dolní Rovni**

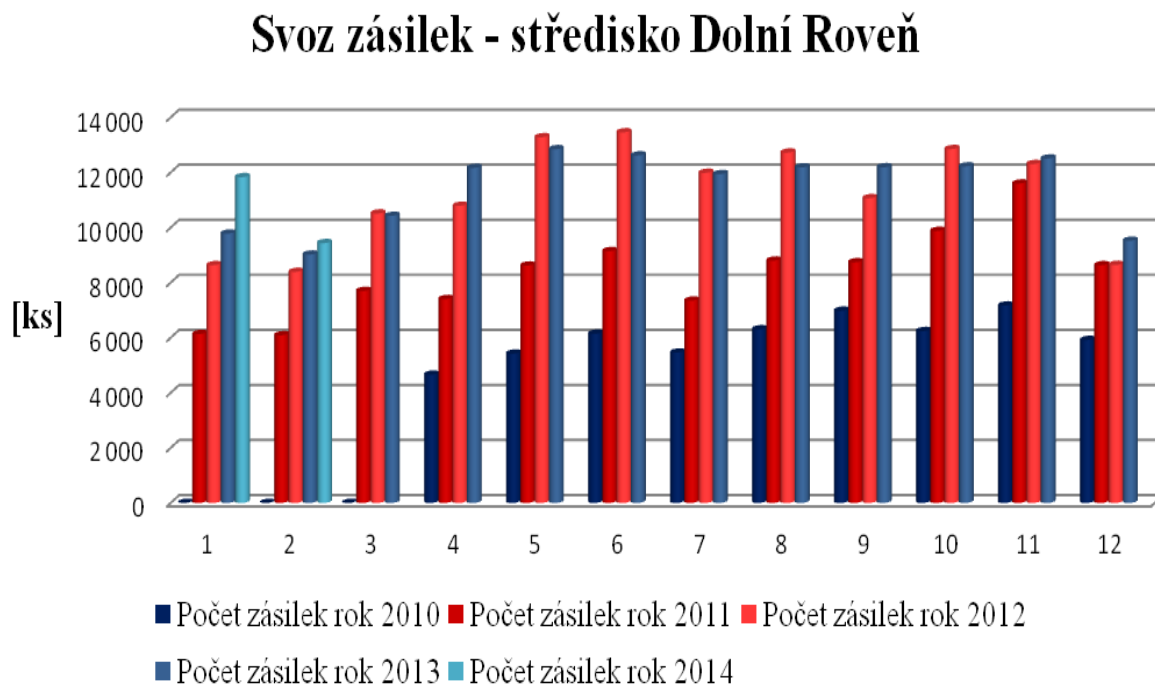
Měsíc	Počet zásilek [ks]				
	rok 2010	rok 2011	rok 2012	rok 2013	rok 2014
Leden	0	6 131	8 632	9 778	11 827
Únor	0	6 086	8 388	9 017	9 433
Březen	0	7 697	10 507	10 422	-
Duben	4 655	7400	10 787	12 165	-
Květen	5 517	8 617	13 276	12 846	-
Červen	6 142	9 144	13 456	12 616	-
Červenec	5 459	7 344	11 984	11 937	-
Srpen	6 303	8 798	12 720	12 185	-
Září	6 978	8 738	11 064	12 187	-
Říjen	6 238	9 876	12 848	12 217	-
Listopad	7 167	11 597	12 305	12 504	-
Prosinec	5 916	8 631	8 642	9 520	-

Zdroj: [19]



Názorný přehled o svozu zásilek je zobrazen na obrázek č. 8, na kterém je zaznamenán vývoj svozových zásilek od dubna 2010 až do února 2014. Je zde zřetelně vidět, jak počet svozových zásilek oproti roku 2010 výrazně stoupl.

**Obrázek č. 8: Svoz zásilek**



Zdroj: [19]

## 2.4 Druhy pojištění

Ke své činnosti je zcela nezbytné, aby měla společnost EXPRES VAN uzavřené různé druhy pojištění. Mezi základní pojištění, které má společnost uzavřené, patří:

- zbožové pojištění,
- zasilatelské pojištění,
- pojištění odpovědnosti vnitrostátního dopravce,
- pojištění majetku, budov,
- komplexní pojištění vozidla GLOBAL.

Nejdůležitější pojistkou firmy EXPRES VAN je zbožová pojistka, která je uzavřena v rámci celého systému FOFR. Jedná se o pojištění všech zásilek, které jsou přijaté do přepravy systémem FOFR. Každá zásilka je pojištěná na částku 300 000 Kč. Zásilku je však možné také připojistit na vyšší hodnotu. Tuto skutečnost ovšem musí zákazník oznámit na dispečink ještě před přijetím zásilky do systému. Dispečer provede nahlášení připojištění zásilky do pojišťovny. Smlouvu o zbožové pojistce má společnost EXPRES VAN uzavřenou

s pojišťovnou AIG Europe Limited, organizační složkou pro Českou republiku, se sídlem v Celnici 1031/4, 110 00 Praha 1.

Zasílatel neodpovídá za škodu, kterou zavinil příkazce nebo příjemce. Dále neodpovídá za škodu, která vznikla z důvodu nedostatečného obalu nebo povahy přepravovaných věcí. Také není zodpovědný příkazci ani třetím osobám za ušlý zisk a jiné následné škody, které by mohly v souvislosti s přepravou vzniknout.

Odpovědný je zasílatel pouze za skutečnou škodu na zásilce, kterou převzal k přepravě. Jedná se ale o škodu, která vznikla při obstarávání přepravy a to v případě, že ji zasílatel nemohl odvrátit, přestože vynaložil odbornou péči.

Každý zaměstnanec pracující ve firmě EXPRES VAN má dále uzavřenou pojistku pro pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou zaměstnavateli. Podle druhu vykonávané práce má i specifikovanou smlouvu.

## **2.5 Přepravní systém FOFR®**

Společnost EXPRES VAN je členem českého přepravního systému FOFR, který se zabývá přepravou kusových a balíkových zásilek s celorepublikovou působností a přímým napojením na Slovenskou republiku. Díky celorepublikové působnosti tohoto systému je zaručena pružná reakce a kvalita poskytovaných služeb v jakékoli lokalitě. Tento systém umožňuje přepravu pro kusové a balíkové zásilky z domu do domu. Je možné objednat si přepravu o minimální váze, ale i o hmotnosti několika set kilogramů. Každý zákazník má možnost vybrat si z několika přepravních režimů a přepravu objednat pohodlně pomocí telefonu, e-mailu, faxu nebo prostřednictvím elektronického formuláře. Kompletní všeobecné obchodní podmínky přepravního systému FOFR jsou uvedeny v příloze č. 1.

Převzaté zásilky od zákazníků se v průběhu noci převezou na centrální překladiště. Následně proběhne jejich roztřídění a nasměrování do jednoho z regionálních dep. Z nich se nad ránem zásilky naloží na rozvozová vozidla a poté jsou ve správný čas doručeny na určená místa.

Přepravní systém FOFR nabízí zákazníkům široké spektrum doplňkových služeb jak v rámci systému kusových zásilek, tak v oblasti přepravy balíků. Jedná se například o sledování zásilek, přepravu zásilek podléhajících režimu ADR, potvrzování zákaznických dodacích listů, doručování zásilek na dobírku, atd. Služby samozřejmě navazují na všechny

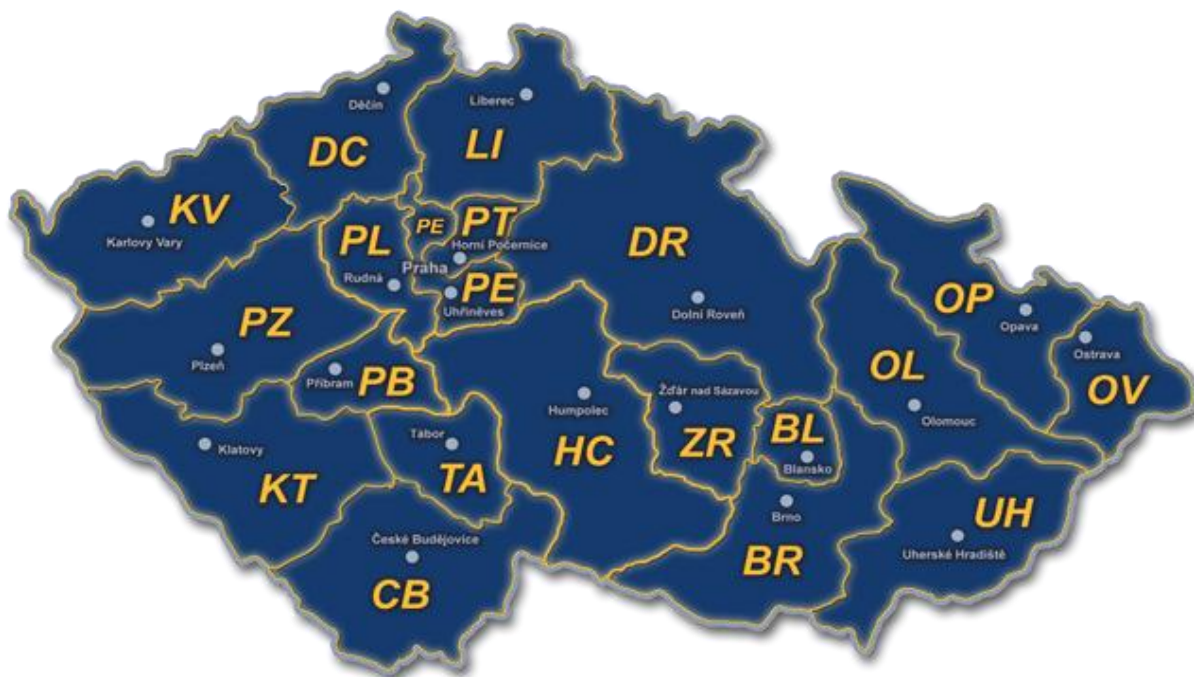
další potřeby zákazníků v oblasti dopravy, logistiky a skladování. Každou nabídku je možné zpracovat společností individuálně dle aktuálních požadavků zákazníka.

Na internetových stránkách systému FOFR může každý zaregistrovaný i nezaregistrovaný zákazník využít několika služeb, kterými jsou např. on-line vyplnění objednávky, sledování zásilek, informace o zásilce a dále také bezplatné využití kalkulátoru přepravného. Pokud není zákazník registrován, může se na těchto stránkách zdarma zaregistrovat.

### 2.5.1 Spolupracující společnosti v systému FOFR®

V přepravním systému FOFR® spolupracuje sedm silných regionálních partnerů, kteří působí dlouhodobě na českém přepravním trhu. Mapu pokrytí je znázorněna na obrázku č. 9.

**Obrázek č. 9: Mapa pokrytí**

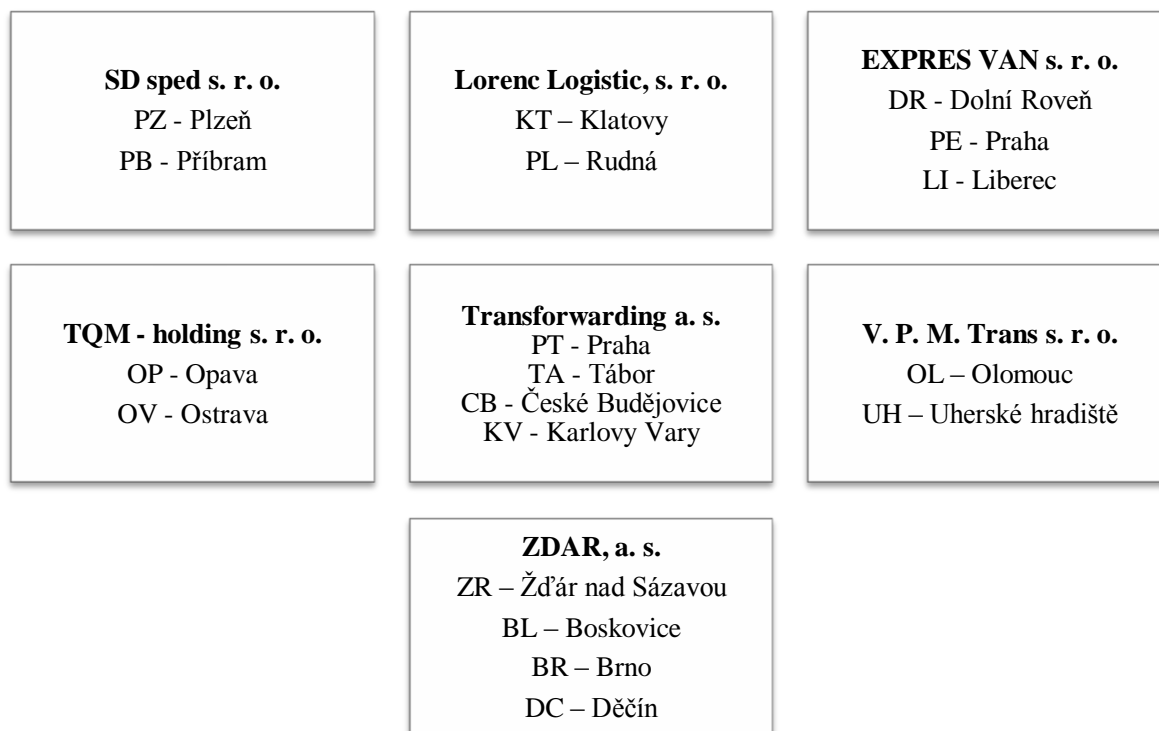


**Zdroj: [20]**

Léty prověřené společnosti dlouhodobě podnikající na českém trhu jsou pro zákazníky zárukou kvalitních služeb. Díky tomu je nabízena unikátní kombinace dlouholetých zkušeností těchto jednotlivých regionálních partnerů a z jejich vzájemné spolupráce plynou mnohé výhody. Nejpodstatnější výhodou, kterou sdružení těchto regionálních partnerů přináší, je rychlost.

Každá členská společnost v přepravním systému FOFR má možnost nabízet expresní přepravu, která je v současné době pro většinu zákazníků prioritní. Každé středisko převezme zásilky ze své oblasti, v noci je přepraví do příslušného střediska, ze kterého jsou druhý den doručeny zákazníkům. Seznam společností a jejich středisek, které v tomto systému spolupracují, je znázorněn na obrázku č. 10.

**Obrázek č. 10: Střediska systému FOFR**



**Zdroj:** [20], [Autor]

Nejen díky spolupráci jednotlivých středisek mezi sebou, ale i se smluvními partnery v rámci EU i v několika zámořských destinacích, je zajištěno doručení zásilek směřujících do zahraničí.

### 2.5.2 Systém FOFR a jeho moduly

Společnost EXPRES VAN nabízí několik modulů služeb přepravy. Každý z nich má své přesně dané parametry, které se liší dobou dodání a parametry přepravované zásilky. Dále je také důležité, zda se bude jednat o kusovou nebo balíkovou zásilku. Přehled jednotlivých modulů je znázorněn na obrázku č. 11. Všechny tyto moduly nabízí společnost díky členství v přepravním systému FOFR stejně tak, jako jeho ostatní členové. Sdružením těchto regionálních partnerů může společnost garantovat zákazníkům pružnou reakci a kvalitní poskytování služeb po celé České republice.

**Obrázek č. 11: Moduly systému FOFR**



**Zdroj:** [20], [Autor]

### **Modul „F“**

Tento modul slouží k přepravě kusových zásilek, které mají být doručeny do 24 hodin v rámci České republiky. Jedná se o jeden z nejčastěji využívaných přepravních modulů. Kusová zásilka musí splňovat určité parametry. Jestliže by některý ze stanovených parametrů přesahovala, jednalo by se o nadrozměrnou kusovou zásilku. Přeprava takovéto zásilky se řeší individuálně. Záleží na tom, který z parametrů je překročen a o kolik. Pokud by mělo být se zásilkou manipulováno ručně, váha jednoho kusu může být maximálně 75 kg.

Parametry přepravované kusové zásilky:

- celková hmotnost zásilky do 2000 kg,
- hmotnost jednoho kusu do 1500 kg,
- maximální 10 kusů v zásilce,
- maximální rozměry: výška 2,2 m, šířka 2 m a délka 4 m,
- maximální objem 13,3 m<sup>3</sup>.

Při přepravě kusových zásilek si mohou zákazníci vybrat některé z doplňkových služeb, které společnost nabízí. Doplňkové služby jsou poskytovány jak v rámci kusových, tak balíkových přeprav. Tyto služby jsou v rámci přepravy často využívány. Za rozšířené možnosti přepravy lze považovat např.:

- přepravy zásilek v režimu ADR,
- svoz vratných obalů,
- potvrzování zákaznických dodacích listů,
- možnost zasilání zboží na dobírku,
- sledování pohybu zásilek.

### **Modul „B“**

Je určen k přepravě balíkových zásilek s dobou dodání do 24 hodin. Je obdobou předchozího modulu, který slouží k přepravě kusových zásilek. I balíkové zásilky musí splňovat předepsané parametry.

Parametry přepravované balíkové zásilky:

- délka zásilky maximálně 4 m,
- hmotnost zásilky maximálně 50 kg,
- objem zásilky do 0,34 m<sup>3</sup>.

Také při přepravě kusových zásilek si mohou zákazníci vybrat některé z doplňkových služeb. Mezi nejčastěji využívané doplňkové služby patří především sledování pohybu zásilek nebo možnost zaslání zboží na dobírku. Při přepravě zboží podléhajícímu režimu ADR zaplatí zákazníci příplatek 15% ze základního ceníku. Mezi rozšířené možnosti přepravy v rámci tohoto modulu náleží:

- přepravy zásilek v režimu ADR,
- svoz vratných obalů,
- potvrzování zákaznických dodacích listů,
- možnost zaslání zboží na dobírku,
- sledování pohybu zásilek.

### **Modul „C“**

Tento modul je využíván pro přepravu kusových zásilek s dobou dodání do 96 hodin v rámci ČR. Každá kusová zásilka musí opět splňovat předem stanovené parametry jako v modulu „F“. Hlavní rozdíl mezi těmito dvěma moduly je tedy v době dodání. Pokud by byla celková hmotnost zásilky překročena, její přeprava by byla řešena individuálně.

Parametry přepravované zásilky:

- hmotnost zásilky do 2000 kg,
- hmotnost jednoho kusu do 1500 kg,
- maximálně 10 kusů v zásilce,
- maximální rozměry: v. 2,2 m, š. 2,0 m, d. 4,0 m,
- maximální objem 13,3 m<sup>3</sup>.

Rozšířené možnosti přepravy v rámci modulu:

- přepravy zásilek v režimu ADR,
- svoz vratných obalů,
- potvrzování zákaznických dodacích listů,
- možnost zaslání zboží na dobírku,
- sledování pohybu zásilek,
- přeprava nadrozměrných zásilek,

Při ruční manipulaci nesmí být maximální délka přepravované zásilky delší než 6 metrů, hmotnost jednoho kusu nesmí být větší než 75 kg a zásilka smí obsahovat maximálně 10 kusů. Při mechanické manipulaci může být maximální délka 6 metrů jako při ruční manipulaci. Hmotnost jednoho kusu nesmí být vyšší než 300 kg a zásilka smí obsahovat pouze 3 kusy.

### **Modul „S“**

Slouží k přepravě kusových a balíkových zásilek, které jsou určeny k přepravě do Slovenské republiky. Délka dodání zásilek pomocí tohoto modulu je 2 dny, čili doba dodání může být maximálně 48 hodin.

Každá kusová zásilka musí splňovat předepsané parametry jako při přepravě po České republice. Parametry pro přepravované kusové zásilky:

- hmotnost zásilky do 2000 kg,
- hmotnost jednoho kusu do 1500 kg,
- objem do 10 m<sup>3</sup>,
- maximální rozměry: v. 2 m, š. 2m, d. 4m.

Také všechny balíkové zásilky mají své předepsané parametry, které jsou stejné jako při přepravě po České republice. Parametry pro přepravované balíkové zásilky:

- max. hmotnost jednoho kusu nesmí překročit 50 kg,
- max. délka jednoho kusu nesmí překročit 2,70 m,
- maximální rozměry zásilky 3,3 m (součet délky a obvodu).

I v rámci modulu „S“, který je určen pro přepravu zásilek do Slovenské republiky, mají zákazníci možnost vybrat si z několika doplňkových služeb. Mezi rozšířené možnosti přepravy v rámci tohoto modulu patří:

- přepravy zásilek v režimu ADR,
- svoz vratných obalů,
- potvrzování zákaznických dodacích listů,
- možnost zasílání zboží na dobírku.

### **Modul „Z“**

Je určen pro mezinárodní přepravu kusových zásilek. Díky propojení systému FOFR s obdobnými systémy v evropských zemích nabízí společnost EXPRES VAN:

- mezinárodní přepravy kusových i paletových zásilek,
- denní svozy a rozvozy v České republice i v zahraničí,

- pravidelné odjezdy kamionů s exportem i importem,
- lhůty dodání zásilek „z domu do domu“ již od 2. dne po naložení,
- možnost dodání zásilek na dobírku i v zahraničí,
- možnost zásilky zboží pojištění na jejich skutečnou hodnotu.

Aktuálně jsou provozované zahraniční sběrné linky: Slovensko, Německo, Rakousko, Itálie, Španělsko a Portugalsko, Belgie a Lucembursko, Maďarsko, Polsko, Balkán (Slovinsko, Chorvatsko, Srbsko, Makedonie, Černá Hora, Bosna a Hercegovina). Další země jsou v přípravě.

Tento nový produkt přináší velkou výhodu, kterou je možnost objednat si vnitrostátní i zahraniční přepravu u jednoho partnera sídlícího v regionu potenciálního zákazníka. [20]

## **2.6 Konkurenční společnosti**

Na českém trhu existuje celá řada společností, které se zabývají podnikáním v oblasti zasilatelství, logistiky a dopravy. Mnoho společností svádí mezi sebou konkurenční boj, ale některé spolu vzájemně spolupracují.

Díky vzájemné spolupráci je možné vytvořit prosperující společnosti, které dokážou realizovat expresní přepravy. Spolupráce mezi společnostmi zároveň vytvoří pro ostatní podniky silné konkurenty.

Důležité je na zákazníky působit, jako důvěryhodná firma, která vyniká svými přednostmi, což jsou především rychlost, spolehlivost a kvalita. Hlavní výhodou spolupracujících společností je, že dokážou přepravit zásilky ve velmi krátké době. Mezi další klady spolupráce může být řazeno to, že pokud by společnost nemohla z nějakých důvodů přepravu zásilky realizovat, může ji přenechat konkurenční společnosti, se kterou má uzavřenou dohodu o postoupení zakázky. Zákazník tak nemusí sám hledat jinou konkurenční společnost a svou zásilku obdrží v požadovaném termínu.

### **2.6.1 Nejvýznamnější konkurenční společnosti a jejich loga**

Za nejvýznamnější společnosti, které se zabývají přepravou a logistickými službami, můžou být považovány především: TOPTRANS, Geis, PPL, DHL, TNT, DPD, SCHNEKER, Gebrüder Weiss, Raben a především Česká pošta. Všechny tyto společnosti působí na území ČR. Některé z těchto společností ale působí i v jiných zahraničních státech. Jednotlivá loga těchto významných společností jsou znázorněna na obrázku č. 12.



Obrázek č. 12: Významné konkurenční společnosti a jejich loga



Zdroj: [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [Autor]

Společnost EXPRES VAN považuje za své největší konkurenty společnosti TOPTRANS a Geis a to především díky jejich velikosti a nabídce služeb v expresních přepravách. Tyto dvě společnosti působí na trhu ČR déle než 20 let a mají vybudovanou širokou síť poboček v rámci celé republiky. Společnost Geis byla založena již v roce 1991 a TOPTRANS v roce 1993.

Při svých obchodních aktivitách a získávání nových zákazníků se střetává společnost EXPRES VAN nejčastěji s těmito konkurenčními firmami. TOPTRANS a Geis mají vybudované velice precizní zákaznické moduly, IT systémy a sledování zásilek. Jejich velkou předností je také tradice a dlouholeté působení v rámci ČR. Jelikož mnoho zákazníků nerado mění své dopravce a jsou velice konzervativní, má každá další nová společnost velmi těžké tyto zákazníky získat. Proto je nutné se těmito firmám vyrovnat, nabízet obdobné služby a celkově vylepšit design společnosti. [19], [21], [22]

## 2.6.2 Porovnání doplňkových služeb a vlivů působících na zákazníka u společnosti EXPRES VAN a vybraných konkurenčních společností

Jestliže chce společnost EXPRES VAN zvýšit svoji pozici na trhu, je nezbytné, aby se zaměřila na své konkurenty. Tabulka č. 4 zobrazuje vybrané doplňkové služby a ostatní vlivy, které mohou na zákazníky působit. Někteří zákazníci požadují přepravu nebezpečného zboží,

kteřou nabízejí pouze určité společnosti. Společnost EXPRES VAN tuto službu umožňuje, a to může být považováno za její výhody. Některé společnosti zavedli, že zákazníci při převzetí své zásilky od řidiče mohou platit hotově, ale i pomocí platební karty. Tuto možnost nabízí v současné době pouze malé množství firem, kterými jsou např. Geis nebo PPL. EXPRES VAN zatím tuto možnost nenabízí. Tabulka č. 4 také znázorňuje vybrané vlivy, kterými může být zákazník ovlivněn. Důležité je, aby společnost působila na zákazníky důvěryhodně a seriózně. Pro lepší image firmy je vhodnější, když mají řidiči jednotné ustrojení. V dnešní době může být také významným přínosem pro firmy, pokud má založený profil na některé sociální síti.

**Tabulka č. 4: Porovnání doplňkových služeb a vlivů působících na zákazníka**

Společnost	Doplňkové služby a vlivy působící na zákazníka			
	ADR	Platba kartou u řidiče	Jednotné ustrojení řidičů	Profil na sociální síti Facebook
EXPRES VAN	ano	ne	ne	ne
TOPTRANS	ano	ne	ne	ano
Geis	ano	ano	ano	ne
PPL	ne	ano	ano	ne
DHL	ano	ne	ano	ano
TNT	ano	ne	ano	ne
DPD	ne	ano	ano	ano
SCHENKER	ano	ne	ano	ano
Gebrüder Weiss	ano	ano	ano	ano
Raben	ano	ne	ne	ano
Česká pošta	ne	ne	ano	ano

Zdroj: [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [Autor]

Mnoho zákazníků uskutečňuje objednávky pomocí internetu. Proto je v dnešní době zcela nezbytné, aby měla společnost svoje webové stránky, které by měly být zajímavé a přehledné. Na svých stránkách může firma nabízet několik služeb. Každou další nabízenou službou na webových stránkách zvyšuje společnost svoji hodnotu u zákazníků.

Z tabulky č. 5 je zřejmé, že pro každou z vybraných společností je již samozřejmostí nabízení on-line objednávky a také sledování zásilek. Ovšem pouze čtyři společnosti z vybraných konkurentů nabízí on-line kalkulačtor přepravného. Jedná se o EXPRES VAN, TOPTRANS, PPL a Českou poštu. Pro rychlejší orientaci na webových stránkách slouží

okénko, do kterého zákazníci napíší hledaný výraz. Z tabulky č. 5 je vidět, že tuto možnost nenabízí pouze společnost EXPRES VAN.

**Tabulka č. 5: Porovnání nabízených internetových služeb**

Společnost	Nabídka internetových služeb			
	On-line objednávka	On-line kalkulátor	Sledování zásilek	Vyhledávací okénko
EXPRES VAN	ano	ano	ano	ne
TOPTRANS	ano	ano	ano	ano
Geis	ano	ne	ano	ano
PPL	ano	ano	ano	ano
DHL	ano	ne	ano	ano
TNT	ano	ne	ano	ano
DPD	ano	ne	ano	ano
SCHENKER	ano	ne	ano	ano
Gebrüder Weiss	ano	ne	ano	ano
Raben	ano	ne	ano	ano
Česká pošta	ano	ano	ano	ano

Zdroj: [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [Autor]

### **3 NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI SPOLEČNOSTI A JEJICH VYHODNOCENÍ**

Tato kapitola se zabývá návrhem možností, které firmě EXPRES VAN pomůžou zlepšit její postavení na trhu, získat větší množství zákazníků a samozřejmě se projeví dosahováním větších zisků. Řešení pro zvýšení konkurenceschopnosti jsou založena především na předešlé analýze. Jednotlivé návrhy se zabývají modernizací v určitých oblastech podniku, zlepšením propagace a doplněním sortimentu o služby, které již konkurenční společnosti nabízejí.

#### **3.1 Platební terminály**

Prvním krokem, který by jistě výrazně odstranil nedostatky oproti konkurenci a zvýšil tak hodnotu podniku před zákazníky, by bylo zakoupení nebo pronajmutí platebních terminálů. Každý řidič by měl ve vozidle platební terminál a zákazník by si mohl vybrat, zda si zvolí platbu v hotovosti nebo pomocí platební karty. Došlo by především k navýšení komfortu pro zákazníky, kteří by nemuseli myslet na to, zda mají u sebe konkrétní hotovost a použili by platební kartu. Tato forma placení je v dnešní době velice oblíbená a u mnohých zákazníků i preferovaná, jelikož každý zákazník má rád možnost volby. Platbu pouze v hotovosti by mohli brát někteří zákazníci jako jisté omezení. Možnost vybrat si hotovostní platbu nebo platbu pomocí platební karty ocení především zákazníci z vesnic, kteří nemusí mít vždy možnost přístupu k bankomatu, a proto často využívají možnost platby kartou. S navýšením počtu zákazníků by mohla společnost očekávat i zvýšení obrátů. Další výhodou, kterou by platební terminály přinesly, je snížení rizika manipulace s hotovostí a zároveň urychlení procesu platby.

Platební terminály umožňují přijímat elektronické, embosované, magnetické i čipové karty. Společnost si je může pronajmout nebo zakoupit u určitých firem a bank, které často samy tyto terminály obchodníkům nabízejí. Každý platební terminál má v sobě umístěnu platební aplikaci, která obsluhuje veškeré transakce a obsahuje data, jež jsou důležitá pro realizaci plateb. Dále je možné v této aplikaci nadefinovat, jaké údaje se budou psát na účtenky a na jaký bankovní účet budou platby směřovat.

Na trhu jsou nejběžněji dostupné stacionární platební terminály, přenosné Bluetooth terminály a mobilní General Packet Radio Service (dále jen GPRS) terminály. Stacionární platební terminály jsou, jak již vyplývá z názvu, pevně umístěné na konkrétním místě

a s bankou jsou propojeny přes pevnou telefonní linku, internet nebo GPRS externí mód. Přenosné Bluetooth terminály se skládají z pevné základny a přenosného těla. Pevná základna je trvale umístěna na určitém místě. Přenosná část umožňuje akceptaci karty pouze v rámci provozovny tak, aby spojení bylo v dosahu se základnou a terminálem. Možnosti propojení s bankou jsou stejné jako u stacionárních platebních terminálů. GPRS přenosné platební terminály provádí transakce pomocí datové sítě mobilního operátora. Jsou ovládány pomocí chytrého telefonu nebo tabletu přes Bluetooth. Umožňují tedy akceptaci platebních karet kdekoliv, kde je v dosahu síť GPRS. Potvrzení o platbě přichází na základě požadavků zákazníka SMS zprávou nebo e-mailem. Nejčastěji se tyto terminály využívají mimo pevné provozovny. [31], [32]

Pro společnost EXPRES VAN by byly zcela jistě nejvýhodnější GPRS přenosné platební terminály. Každý řidič by ráno obdržel spolu s přepravním listem i platební terminál, který by měl celý den u sebe ve vozidle, a zákazníci by si při převzetí zakázky mohli vybrat, zda budou platit v hotovosti nebo pomocí platební karty.

### **3.1.1 Kde získat platební terminál**

Tyto terminály nabízí například společnosti GLOBIT CZ, která se zabývá poskytováním produktů a služeb pro podporu obchodních aktivit klientů. Dále je možné pořídit si platební terminál přímo od Československé obchodní banky (dále jen ČSOB), a. s. působící v České republice pod základními obchodními značkami, kterými jsou Era a Poštovní spořitelna. Platební terminál ČSOB přijímá karty asociací VISA, VISA Electron, V-Pay, MasterCard, MasterCard Electronic a Maestro, Diners Club, Discover, JCB, American Express.

Společnost GLOBIT CZ nabízí mobilní GPRS terminály, které mohou propojeny s „chytrým“ telefonem či tabletem a jsou ovládány pomocí Bluetooth. Tyto terminály půjčuje společnost GLOBIT CZ v rámci pilotní akce obchodníkům zdarma. Jejich vzhled můžeme vidět na obrázku č. 13. Karetní transakce se zúčtovávají na účet v ČSOB také zdarma. Společnost dále nabízí zdarma: elektronické výpisy o karetních transakcích, elektronickou archivaci účtenek z terminálu, přístup do webové aplikace, která slouží k náhledu na karetní transakce s možností exportu dat a využívání ovládací aplikace umožňující vytvoření seznamu položek nabízeného zboží pro urychlení a snadnou evidenci obchodníka. Potvrzení o uskutečnění platby přichází, dle přání zákazníka, zprávou do mobilního telefonu nebo e-mailem. [31], [32], [33]

**Obrázek č. 13: Přenosný platební terminál**



**Zdroj:** [33]

Platební terminály by obdrželi každý den řidiči, v příslušném středisku. Jednalo by se o řidiče, kteří realizují rozvoz zásilek.

Některé platební terminály obsahují zároveň i snímač čárových kódů, který by byl pro společnost také velkým přínosem. Kapitola 3.2 se zabývá návrhem na pořízení snímačů čárových kódů. Společnost se tak může rozhodnout, zda by zvolila pořízení dvou přístrojů, neboli platebního terminálu a snímače čárových kódů, nebo by zakoupila pouze jedno zařízení, které je vybaven oběma funkcemi. Pořizovací cena těchto terminálů obsahujících i snímač čárových kódů, se pohybuje okolo 40 000 Kč za jeden kus. Společnost by mohla zakoupit alespoň několik těchto terminálů. Také by mohla využít nabídky od společnosti GLOBIT CZ, která umožňuje obchodníkům v rámci pilotní akce zapůjčení platebních terminálů zdarma.

Zavedení platebních terminálů ve společnosti EXPRES VAN by se jistě brzy projevilo v podobě spokojených a přibývajících zákazníků.

### **3.2 Snímače čárových kódů**

Každá zásilka, přepravní list i soupiska přeprav je označena čárovým kódem. Ten snímají dispečeri z přepravních listů a soupisek přeprav a dále skladníci přímo ze zásilek při jejich převzetí do skladu a také při vyskladnění. Snímačem čárových kódů může každý rychle a jednoznačně přečíst a získat potřebné informace o zásilce.

Obrovskou výhodou by bylo, kdyby měli snímače čárových kódů také jednotliví rozvozoví řidiči. Každý z nich by měl svoji čtečku, kterou by použil v případě předání

zásilky. Všichni, kdo se přepravy účastní, by tak věděli podstatné informace o zásilce a jejím dodání. Byla by zde i možnost, aby se zákazníci podepsali přímo na displej snímače a tím byla zajištěna jejich identifikace. Určitě by mohlo dojít do budoucna k odbourání veškeré papírové formy přepravních listů. Pokud by společnost zavedla platbu pomocí platebních terminálů, což doposud nenabízí, mohla by využívat moderní snímače čárových kódů, které v sobě již platební terminály obsahují. Nemusela by tak pořizovat dvě zařízení neboli snímač čárových kódů a platební terminál, ale pouze jeden produkt, který již obsahuje obě tyto zařízení. V dnešní době představuje využívání takového zařízení nemalou výhodou oproti konkurenci.

Čtečky čárových kódů mohou mít kabelové nebo bezdrátové připojení. Podle principu je možné rozlišovat snímače laserové a digitální. Mezi jejich základní typy patří především čtečky ruční, pultové nebo stacionární. Ruční snímače se využívají k operativnímu čtení čárových kódů např. ve skladech. Existují v provedení pro připojení kabelem i jako bezdrátové. Pultové snímače jsou upevněné na stálém místě a při snímání čárového kódu je nutné pohybovat tímto kódem. Při snímání čárových kódů stacionárním snímačem je nutné pohybovat čárovým kódem. [34]

Pro řidiče společnosti EXPRES VAN by bylo nejrozmumnější pořídit ruční snímače čárových kódů. Jejich podobu je možné vidět na obrázku č. 14. Nejlevnější ruční čtečky čárových kódů se nechají pořídit již přibližně od 1000 Kč.

**Obrázek č. 14: Ruční snímač čárových kódů**



**Zdroj: [34]**

Jelikož se vozový park společnosti skládá ze 40 automobilů, bylo by vhodné zakoupit přibližně 40 kusů ručních snímačů. Pokud by firma pořídila snímače čárových kódů, jejichž

cena se pohybuje přibližně od 1 000 Kč do 5 000 Kč, vynaložené finanční prostředky by mohly být v rozmezí od 40 000 Kč do 200 000 Kč.

Podobně jako by si řidiči vyzvedávali platební terminály v příslušném středisku, vyzvedl by si každý řidič realizující svoz nebo rozvoz zásilek také snímač čárových kódů.

### **3.3 Zlepšení webových stránek EXPRES VAN**

Další důležitý krok, který by měla společnost EXPRES VAN podstoupit, je vylepšení svých webových stránek. Grafickou úpravu bych dle mého názoru neměnila. Stránky jsou přehledné a doplněné o obrázky, texty jsou dobře čitelné a použité barvy ladí s logem společnosti. Zaměřila bych se spíše na obsahovou část. Na webových stránkách společnosti EXPRES VAN jsou k nalezení informace o firmě, jedná se však o stručná fakta, které by ještě mohla obsahovat názvy, adresy a doplňující údaje o konkrétních střediscích této společnosti, aby každý zákazník věděl přesnou adresu, kde se které středisko nachází a jaké konkrétní služby nabízí.

Další položka, kterou můžeme na stránkách společnosti EXPRES VAN nalézt, obsahuje nabízené služby. Jedná se o expresní přepravu zásilek, logistiku a skladování. V záložce o expresní přepravě zásilek jsou vypsány doplňkové služby, vyjmenované a stručně popsané přepravní moduly, které by šlo jistě rozšířit o konkrétnější údaje, jako jsou např. parametry přepravovaných zásilek. V záložce o skladování by bylo jistě vhodné vypsát, jaké typy skladů společnost nabízí, jakou plochu je možné nabídnout v jednotlivých skladech a kolik skladů je možné nabídnout v každém středisku. Dále by mohly stránky obsahovat záložku, ve které by byl ceník příplatků za doplňkové služby.

Na webových stránkách společnosti můžeme dále nalézt kalkulačtor přepravného, on-line objednávku, sledování zásilek, dokumenty ke stažení a informace o systému FOFR. Bylo by vhodné k těmto záložkám doplnit ještě např. položky: novinky, napište nám a reklamace. Toto rozložení je možné vidět na obrázku č. 15. Ve složce reklamace by každý zákazník mohl ihned vyplnit elektronický reklamační formulář, přiložit k němu fotodokumentaci a odeslat ho přímo do společnosti. Pokud by společnost uskutečnila některý z návrhů této bakalářské práce, mohla by o tom informovat ve složce novinky. Např. pokud by zavedla platební terminály, jistě by bylo vhodné v této složce o tom informovat své zákazníky. Také by bylo vhodné, pokud bude mít společnost profil na některých sociálních sítích, aby na ně měla na svých stránkách odkaz.



Obrázek č. 15: Návrh na zlepšení webových stránek



Zdroj: [18], [Autor]

Celá řada zákazníků by jistě ocenila, kdyby byl na stránkách vyhledávač informací, čili okénko, do kterého by zákazníci napsali hledanou informaci a nemuseli by složitě prohlížet jednotlivé záložky, zda se v nich hledaný údaj nachází nebo nenachází. Umístění tohoto vyhledávacího okénka je možné vidět také na obrázku č. 15.

V neposlední řadě by bylo určitě vhodné podrobit webové stránky profesionální Search Engine Optimization (dále jen SEO) analýze. Ta se zabývá složitými procesy, které pomáhají k zviditelnění firmy na internetu. Pomocí optimalizace určitých SEO parametrů je možné výrazně zlepšit pozici webových stránek ve vyhledávačích. Díky této analýze jsou odhaleny nedostatky webových stránek a je navržena jejich náprava. Po odborném provedení SEO analýzy by se zákazníkům, kteří na internetu vyhledávají expresní přepravy kusových i balíkových zásilek, logistických služeb nebo nabídky skladování zobrazovala společnost EXPRES VAN na podstatně lukrativnějších pozicích. [35]

### 3.4 Propagace a její zlepšení

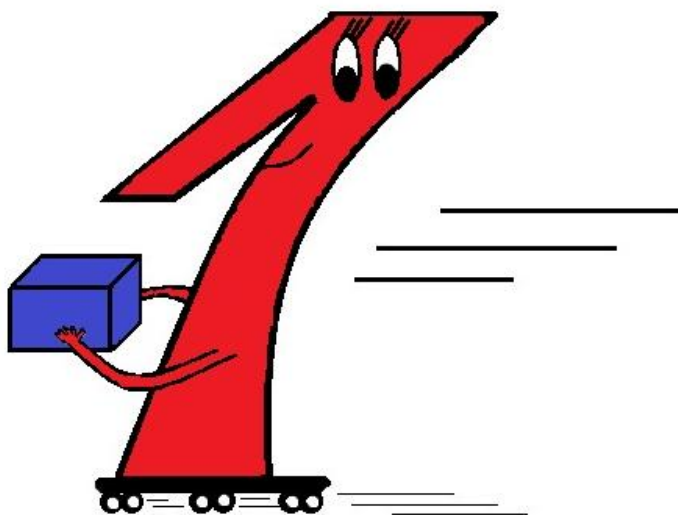
Velmi významným přínosem, který by mohl vést k rapidnímu zvýšení konkurenceschopnosti společnosti EXPRES VAN, je především investice do reklamy. Jelikož tato společnost není tolik známá jako např. TNT nebo PPL, je důležité, aby se pomocí reklamy zvýraznila a získala tak nové zákazníky, kterým je schopna poskytnout obdobné služby jako její konkurenti. Do reklamy bude sice nutné investovat poměrně velké peněžní

částky, ale pokud bude využita její správná forma a společnost tak získá nové zákazníky, zajisté by se tyto výdaje do reklamy v krátké době vrátily a přinesly firmě mnohem více peněz, než bylo vynaloženo.

EXPRES VAN zaujme svým logem, které obsahuje název společnosti a skládá se z červené a modré barvy. Je ale vhodné, když si lidé firmy spojují také s určitým mottem a obrázkem. Motto společnosti zní: EXPRES VAN – jedeme k Vám!!! Je jednoduché a především snadno zapamatovatelné. Žádný konkrétní obrázek ale společnost nemá. Jelikož grafika upoutá lidi často jako první, je důležité, aby logo společnosti kromě názvu a motto obsahovalo také obrázek. Ten by měl částečně vypovídat o činnosti společnosti, pro zákazníky být zajímavý, upoutávající a především snadno zapamatovatelný.

Doslovně nelze název firmy přeložit. Pokud by slovíčko expres obsahovalo na konci dvě s, čili by bylo psáno, jako express, potom by byl doslovný překlad názvu expresní dodávka. Samotné slovo van můžeme přeloženo z angličtiny, jako dodávkové auto. Ovšem pokud je slovo van pouze slyšet, mohlo by být také přeloženo jako anglické slovíčko „one“ neboli jednička. Proto by bylo vhodné vytvořit takový obrázek, který by vystihoval, že společnost provádí přepravu expresně a patří mezi jedničky ve svém oboru. Logo by mohlo vypadat jako návrh na obrázku č. 16.

#### **Obrázek č. 16: Návrh na obrázek k logu společnosti**



**Zdroj:** [Autor]

Obrázek č. 16 je pouze předběžný návrh, jak by mohlo obrázkové logo společnosti vypadat. Tento obrázek obsahuje stejné barvy, které jsou pro společnost EXPRES VAN

typické. Dále se také snaží poukázat na rychlost, přepravu balíků a samozřejmě na to, že se jedná o jedničku na trhu.

Po pravé straně obrázku by mohlo být umístěno původní logo společnosti, jako je to znázorněno na obrázku č. 17.

#### **Obrázek č. 17: Návrh na finální logo společnosti**



Zdroj: [18], [Autor]

Samozřejmě by bylo vhodnější, aby si společnost nechala podobný obrázek vypracovat odbornou firmou, která se zabývá grafikou.

Existuje celá řada možností, jak společnost propagovat. Volba správné reklamy je velice důležitá především proto, aby byli osloveni zákazníci, kteří by mohli služby firmy EXPRES VAN ocenit a využívat. Dále je důležité, aby byla reklama poutavá, potencionální zákazníci zaujala a utkvěla jim v paměti. V tomto případě by se jistě nevyplatila forma propagace pomocí teleshoppingu. Náklady na tuto formu propagace jsou příliš velké a společnosti by se nemusely vrátit.

Společnost EXPRES VAN by se měla zaměřit především na své cílové zákazníky ve svých regionech a to například formou potíštěných vozů, reklamních předmětů, využitím internetu a sociálních sítí.

#### **3.4.1 Reklamní předměty**

Pro volbu správného reklamního předmětu je důležité vybrat takové věci, které by stávající i potencionální zákazníci často využívaly a logo společnosti by se jim tak stále vrývalo do paměti. Správně vybrané předměty mohou být pro společnost silným nástrojem pro zlepšení své pozice na trhu.

Vhodné předměty pro potisk logem společnosti EXPRES VAN:

- propisky,
- poznámkové bloky,
- látkové tašky,
- autíčka pro děti,
- plyšové hračky v oblečku s logem společnosti,
- nafukovací míčky,
- kšiltovky,
- deštníky.

Skoro každý člověk používá alespoň jednou denně propisovací tužku, např. na poznamenání telefonního čísla, školních zápisků, vyplňování různých formulářů a dokumentů nebo jenom na sepsání nákupu. Proto základním předmětem, na který by měla společnost EXPRES VAN určitě umístit své logo a tím zvýšit svojí propagaci, jsou propisovací tužky. Je zde vysoká pravděpodobnost, že je využije skoro každý člověk a pokud budou propisovací tužky kvalitní, budou s nimi lidé psát rádi a často. Tím bude dosaženo častého upozornění na společnost a její stále vžívání do paměti. Dokonce většina lidí obdržení propisovacích tužek velice ocení, a to především z praktické stránky, jelikož většina propisovacích tužek má velmi krátkou dobu použitelnosti.

Kromě propisovacích tužek používá většina lidí pro zaznamenávání informací blok. Ten by měl mít na každém listu v horní části barevné logo společnosti, které by neustále na společnost upozorňovalo. Pro běžné každodenní poznámky jsou často využívány malé čtvercové bločky, naopak např. pro zaznamenávání školních poznámek používá mnoho lidí poznámkové bloky formátu A4 nebo A5. Reklamní bloky by tedy bylo vhodné pořídit ve všech těchto typech.

Další reklamní předměty, které by mohly být pro společnost EXPRES VAN přínosné, jsou takové, které zaujmou děti. Důležité je, aby hračky byly pro děti zajímavé a lákavé. S takovými hračkami si budou děti rádi a často hrát. Rodiče tak uvidí často logo společnosti na oblíbené hračce svých dětí. Vhodnými předmětem by mohly být především zmenšené modely aut společnosti i s jejím logem. Další oblíbenou hračkou dětí jsou plyšové medvídci, kteří by mohli být oblečeni stejně, tak jako by měli být oblečeni řidiči. Hračky, které by se také mohly používat, jsou nafukovací míčky.

Kšiltovky a deštníky by byly určeny pro věrné zákazníky, kteří pravidelně objednávají přepravu nebo jiné služby. Společnost by si zvolila jisté kritérium, podle něhož by určila

zákazníky, kteří by tyto dárky dostávali. Mohlo by se jednat např. o počet objednávek za měsíc nebo za rok. Pokud by zákazníci uskutečnili za jeden měsíc konkrétní počet objednávek, obdrželi by jako dárek kšiltovku nebo deštník. Jiným kritériem by mohla být také částka nebo objem přepravovaného či uskladněného zboží.

Cena potisku je závislá na počtu objednaných kusů a na množství barev, které se použijí k potištění. Čím více předmětů si nechá společnost potisknout, tím je cena za potištění jednoho kusu nižší. Naopak pokud by zákazníci chtěli potisknout předmět více barvami, je cena vyšší, než při potisku jednou barvou.

Pro společnost EXPRES VAN by bylo vhodné volit reklamní předměty v kombinaci modré a červené barvy. Např. na červené deštníky, tašky, kšiltovky, apod. by bylo umístěno modré logo nebo naopak na modré deštníky by bylo logo společnosti natištěno červeně.

Existuje celá řada firem, které nabízejí potisk různých reklamních předmětů. Pokud by si společnost EXPRES VAN objednala tyto služby např. u společnosti PREDVO s.r.o., zaplatila by za potisk 800 kusů propisek celkem 1 600 Kč. [36]

V tabulce č. 6 jsou zobrazeny ceny za potištění vybraných reklamních předmětů. Z této tabulky je zřejmé, kolik stojí potisk jednoho kusu při stanoveném množství, jaká částka je nutná zaplatit firmě PREDVO za přípravu potisku a kolik korun by zaplatila společnost EXPRES VAN celkem za jednotlivé předměty.

**Tabulka č. 6: Ceny potisku reklamních předmětů**

Reklamní předměty	Množství [ks]	Cena [Kč/ks]	Příprava [Kč]	Celkem [Kč]
Propisky	800	1,50	400	1 600
Poznámkové bloky	500	6	-	3 000
Látkové tašky s logem (logo do rozměru 14x10 cm)	300	7	300	2 400
Autíčka pro děti	200	12	100	2 500
Tričko na plyšové hračky (logo do rozměru 8x8 cm)	100	8	300	1 100
Nafukovací míčky	100	24	500	2 900
Kšiltovky (logo do rozměru 8x8 cm)	100	8	300	1 100
Deštníky	100	13	300	1 600

Zdroj: [36]



Reklamní předměty by se mohly objednávat přibližně na období jednoho roku. Jejich počet by byl následně stanoven dle spotřeby.

### 3.4.2 Logo na vozidlech

Jak jsem již zmiňovala, grafika často upoutává lidi jako první. Z tohoto důvodu si myslím, že by se vyplatila investice do celkové vizáže automobilů, především do nového a poutavého designu plachet, na kterých by bylo umístěno logo společnosti. Jaká jiná reklama je lepší, než právě ta pojízdná. Několik automobilů již je potaženo logem společnosti, nebo má plachtu s tímto logem. Bylo by ale jistě vhodné, aby všechny vozy společnosti měli stejný design a při jízdě po České republice by tak firma lidem vrývala do paměti konkrétní barvou a logem.

Na vozidla, která ještě nejsou opatřena logem společnosti, by bylo vhodné umístit kromě současného loga společnosti také obrázkové logo. Celkový vzhled vozidla by mohl vypadat, jako je tomu na obrázku č. 18.

**Obrázek č. 18: Návrh na umístění obrázkového loga na vozidla**



**Zdroj:** [Autor]

Logo společnosti EXPRES VAN se skládá z modré a červené barvy. Z těchto barev se skládá i logo společnosti TOPTRANS, jak si můžeme povšimnout v tabulce č. 7.

Tato tabulka zobrazuje barevné složení loga všech vybraných konkurentů a tím i zároveň barvy, které jsou typické pro jednotlivé společnosti. Z tabulky je patrné, že existuje několik společností, které mají stejné barvy svého loga. Např. společnosti DPD a SCHENKER mají své logo složené z černé a červené barvy. Pro společnosti Gebrüder

Weiss a TNT je typická oranžová barva. Záleží tedy především na reklamě a propagaci, aby si zákazníci při kombinaci modré a červené barvy vybavili jako první společnost EXPRES VAN místo společnosti TOPTRANS.

**Tabulka č. 7: Barevné složení loga**

Společnost	Barevné složení loga		
EXPRES VAN	modrá	červená	
TOPTRANS	modrá	červená	
Geis	modrá	červená	žlutá
PPL	modrá		
DHL	žlutá	červená	
TNT	oranžová		
DPD	černá	červená	
SCHENKER	černá	červená	
Gebrüder Weiss	oranžová		
Raben	zelená	červená	
Česká pošta	modrá	žlutá	

Zdroj: [21], [22], [23], [24], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [Autor]

### 3.4.3 Propagace na internetu a pomocí sociálních sítí

Mezi další nejčastější formy propagace patří využití internetu a sociálních sítí. Společnost EXPRES VAN by se měla zaměřit na zlepšení svých webových stránek, jak je již uvedeno v kapitole 3.3. Důležité je, pokud zákazníci napíší do internetových vyhledávačů určitá klíčová slova, aby se jim firma EXPRES VAN zobrazila mezi prvními nabízenými společnostmi. Podobným druhem reklamy se zabývá aplikace od celosvětově známého vyhledávače Googlu, konkrétně Google Adwords. V aplikaci si každý uživatel zvolí klíčová slova, na jejichž základě je zobrazována reklama na vybraných pozicích stránek Google a určitých webech. V České republice existuje pro zobrazování reklamy na vybraných webových stránkách systém Sklik, který provozuje společnost Seznam.cz. Klíčovými slovy pro společnost EXPRES VAN mohou být např. přeprava kusových a balíkových zásilek nebo expresní přeprava. Podstatné je, pokud budou zákazníci na internetu vyhledávat někoho, kdo by pro ně uskutečnil přepravu, aby se jim firma zobrazila nejlépe mezi prvními pěti nabízenými. Tato pozice by byla také vhodná, pokud budou zákazníci hledat skladovací prostory nebo určité logistické služby. Velmi rozšířenou formou propagace je v současné

době reklama na různých sociálních sítích. Proto by bylo také vhodné občas investovat do této formy reklamy. Společnost by měla rozhodně využít šance bezplatné reklamy, kterou nabízejí některé sociální sítě. Konkrétně se jedná např. o sociální síť Facebook, kde si každý člověk nebo společnost může zdarma vytvořit svůj profil. Kromě kontaktů a základních informací by mohly být na tomto profilu vyjmenované služby, jež společnost nabízí. Především by tam měly být uvedené takové služby, které považuje společnost za své přednosti. Vhodné by bylo upozornit na to, že zákazníci mohou provádět on-line objednávky, sledovat své zásilky a také si pomocí kalkulátoru přepravného vypočítat cenu přepravy. Na tomto profilu by zároveň měly být umístěny vhodné fotografie vozů, kterými je přeprava prováděna, dále také fotografie skladových prostor. Na svých internetových stránkách i profilu na sociální síti by měla mít společnost aktuální informace, aby zákazníci věděli, že se jedná o moderní a fungující firmu.

### **3.5 Smlouva s e-shopy**

Pro společnost EXPRES VAN by bylo jistě výhodné, kdyby měla uzavřené smlouvy s některými internetovými obchody. Při objednávání zboží přes e-shop si mohou velmi často zákazníci zvolit druh dopravy. Nejčastěji si však mohou vybrat pouze mezi Českou poštou a firmou PPL. Jelikož dnes přes internet v e-shopech nakupuje nesčetné množství lidí, jednalo by se tak i o jistou formu reklamy, jelikož by se tak společnost EXPRES VAN dostávala do podvědomí dalších potenciálních zákazníků. Samozřejmě by touto smlouvou vznikla i možnost doporučení firmy EXPRES VAN např. dodavatelům e-shopu nebo jiným podnikům, které s e-shopem spolupracují. Smlouva by přinesla i další výhody jako stabilitu obchodního vztahu, pravidla při řešení sporů, reklamaci, apod. Vzniká zde tak i jistá záruka zaplacení za odvedené služby.

### **3.6 Nabídka skladování pro e-shopy**

Nákup přes internet v e-shopech je v posledních letech jednou z velmi častých forem nákupu. Pokud by se společnosti EXPRES VAN podařilo získat několik firem, které mají internetový obchod, vznikl by tak obrovský potenciál k jejímu dalšímu rozvoji. Společnost by tak mohla zajišťovat vyzvednutí zásilek ze skladů dodavatelů, kompletaci, třídění a rozduřování zásilek ve skladu firmy EXPRES VAN a v neposlední řadě zaslání zásilek konečnému příjemci. Dále by bylo možné nabídnout řešení celé skladové evidence, pohybu zásob, přehled o expedici jednotlivých zásilek, apod.



Bylo by vhodné oslovit především menší firmy prodávající své zboží přes e-shopy. Takovéto podniky většinou nemají své vlastní sklady ani skladníky, proto by mohly služby nabízené společností EXPRES VAN velmi ocenit. Je proto důležité takovéto firmy oslovit a přesvědčit je o tom, že se jim spolupráce s firmou EXPRES VAN velice vyplatí.

### **3.7 Automobilová navigace pro každého řidiče**

Další důležitý krok, který by dle mého názoru velice usnadnil a urychlil činnosti ve společnosti, je zakoupení Global Positioning System (dále jen GPS) navigací. Anglický termín Global Positioning System lze přeložit do češtiny jako globální polohový systém. Jedná se o komplexní zařízení, pomocí kterého můžeme zjistit matematicko-geografickou polohu (zeměpisnou šířku a délku) kdekoliv na Zemi. Tento satelitní navigační systém se skládá z družic a GPS přijímačů.

GPS navigace poskytuje nejen údaje o zeměpisné délce a šířce, ale také o směru a vzdálenosti. Dále také zobrazuje mapu s vyznačenou trasou. Na mapě můžeme vidět konkrétní místo, ve kterém se nacházíme, nebo můžeme pomocí databáze několika dalších užitečných bodů zjistit, kde je např. nejbližší čerpací stanice nebo autoservis. Také si můžeme trvale nastavit cílový bod, kam se budeme vždy vracet. Dále si můžeme pomocí GPS navigace např. zvolit nejkratší nebo nejrychlejší trasu z jednoho místa do jiného místa. Informace o našem pohybu můžeme vnímat jak vizuálně pomocí mapy, tak pomocí zvukového zařízení. Obdržení informací o naší aktuální poloze zajišťuje tzv. kosmický segment systému. [37], [38]

Pokud by společnost EXPRES VAN zakoupila GPS navigace, zlepšila by se tím především rychlost a pružnost řidičů a zároveň by se zvýšila hodnota firmy před zákazníky. Systém by společnost mohla využívat pro efektivní plánování tras, sledování pohybu a polohy vozidel a největší přínos by jistě zaznamenali řidiči. Každý řidič by nemusel sestavovat pomocí mapy plán trasy, ale stačilo by zadat konkrétní body do GPS navigace a nechat vyhodnotit nejefektivnější trasu. Takto vyhodnocená trasa by jistě uspořila společnosti ujeté kilometry, než trasa sestavená samotnými řidiči. Další výhodou je, že by řidiči viděli na elektronické mapě svoji aktuální pozici a naplánovanou trasu, byli by informováni o uzavírkách, objízdných trasách, popřípadě i o dopravních událostech a především by se mohli více soustředit na samotné řízení vozidla a pouze poslouchat zvukové hlášení o směru jízdy. Řidič ale musí brát v úvahu, že navigace je pro něj pouze pomůcka a nad jejími povely musí stále přemýšlet a porovnávat je s realitou.

GPS navigaci můžeme v současné době považovat za cenově dostupné zařízení, které využívá řada společností i široká veřejnost.

### 3.7.1 Parametry pro výběr navigace

Před zakoupením navigací je nezbytné porovnat vybrané parametry, které jsou pro společnost nejpodstatnější. EXPRES VAN je firma zabývající se především přepravou. Pro správný výběr zařízení je vhodné zvolit si určité bodové ohodnocení, které společnosti pomůže při rozhodování. Každý parametr má samozřejmě jinou váhu. Pro společnost EXPRES VAN jsou velmi důležitá pořizovací cena přístroje a také to, zda nová navigace obsahuje aktualizaci map. Některé navigace je možné pořídit i s doživotní aktualizací map, což by společnosti ušetřilo další výdaje, které by musela v budoucnu vynaložit. Proto bude maximální ohodnocení těchto dvou parametrů určeno na 5 bodů. Jednotlivé bodové ohodnocení pro cenu a aktualizaci map lze určit následujícím způsobem:

#### Cena

- 2 000 – 2 999 Kč 5 bodů,
- 3 000 – 3 499 Kč 4 body,
- 3 500 – 4 499 Kč 3 body,
- 4 500 – 5 499 Kč 2 body,
- 5 500 a více Kč 1 bod.

#### Aktualizace map

- doživotní 5 bodů,
- 2 roky 2 body,
- žádná 0 bodů.

Jelikož budou tyto navigace sloužit především řidičům, bude vhodné vybrat takové zařízení, které umožňuje zvukové hlášení o směru jízdy. Velký význam pro bezpečnost na pozemních komunikacích má také velikost úhlopříčky displeje. Protože řidič musí sledovat především cestu, je pro něj hlasová navigace velkou výhodou. Také z důvodu soustředění se na dopravní situaci je dobré, když má navigace dostatečně velký displej a řidič se tak během krátké chvíle lehce zorientuje na mapě. Proto lze za další velmi podstatný parametr považovat velikost úhlopříčky displeje a také to, zda je navigace vybavena zvukovým hlášením. Tyto dva parametry mají druhé nejvyšší bodové ohodnocení a to maximálně 4 body. Jednotlivé body je možné rozdělit tímto způsobem:

#### Úhlopříčka displeje

- 5,5 – 6,0 4 body,
- 5,0 – 5,9 3 body,
- 4,5 – 4,9 2 body,
- 4,0 - 4,4 1 bod.

#### Hlasová navigace

- ano 4 body,
- ne 0 bodů.

Mezi další důležitou vlastnost, kterou je při výběru vhodné zohlednit, je to, zda má navigace Radio data system - Traffic Message Chanel (dále jen RDS-TMC). Toto zařízení umožňuje přijímat dopravní informace jako např. nehody a zobrazit je přímo v navigaci. Většina navigací ovšem není tímto zařízením vybavena a je nutné dokoupit externí RDS-TMC anténu. Tato možnost, znát okamžitou dopravní situaci a vyhnout se případným kolonám, je pro řidiče, kteří vezou zásilky, velice přínosná, jelikož jednou z hlavních předností společnosti EXPRES VAN je rychlost. Bodové ohodnocení lze pro RDS-TMC stanovit takto:

- ano 3 body,
- ne 0 bodů.

Při výběru správné navigace je vhodné také zohlednit výdrž baterie. Jelikož by měly být navigace umístěny ve vozidlech, není toto kritérium řazeno jako prioritní. Výdrž baterie by byla důležitá pouze v případě, že by si řidiči potřebovali dobít např. mobilní telefon. Jednotlivé body pro výdrž baterie je možné určit následovně:

- 4 a více hodin 3 body,
- 3 – 3,9 hodin 2 body,
- 2 – 2,9 hodin 1 bod.

Také je důležité, aby měla každá navigace aktuální a podrobné mapy, které mohou být uloženy přímo v ní nebo na paměťové kartě. Výhodné je tedy vybírat navigaci, která umožňuje použití paměťových karet. Body pro možnost použití paměťových karet lze stanovit takto:

- ano 3 body,
- ne 0 bodů.

Také je vhodné při výběru zohlednit, zda má navigace Universal Serial Bus (dále jen USB) a Bluetooth. Pomocí linky USB nebo bezdrátového Bluetooth je možné do navigace

přenést např. nové mapy. Zařízení umožňující oba způsoby přenosu informací, poskytne společnosti možnost volby, která pro ně bude v dané situaci výhodnější. Bodové ohodnocení lze pro USB a Bluetooth stanovit následujícím způsobem:

#### USB

- ano 2 body,
- ne 0 bodů.

#### Bluetooth

- ano 1 bod,
- ne 0 bodů.

Na trhu existuje celá řada GPS navigací. Mezi nejznámější patří značky TomTom, Garmin a Mio. Od každé této značky jsou vybrány tři produkty, které jsou porovnány v tabulkách č. 8, 9 a 10. V těchto tabulkách je již stanoveno bodové hodnocení podle jednotlivých předem stanovených kritérií. V tabulce č. 8 jsou zaznamenány parametry vybraných automobilových navigací značky TomTom.

**Tabulka č. 8: Porovnání vybraných automobilových navigací značky TomTom**

Název produktu	TomTom Go 750 Traffic	Body	TomTom Start 60 Europe Traffic Lifetime	Body	TomTom XL 2 IQ Routes Europe Traffic	Body
Cena [Kč]	4 749	2	4 749	2	4 569	2
Aktualizace map	2 roky	2	doživotní	5	2 roky	2
Úhlopříčka displeje [palce]	4,3	1	6	4	4,3	1
Hlasová navigace	ano	4	ano	4	ano	4
Výdrž baterie [hod]	5	3	2	1	3	2
USB	ano	2	ano	2	ano	2
Bluetooth	ano	1	ne	0	ne	0
Paměťové karty	ano	3	ano	3	ne	0
RDS-TMC	ano	3	ano	3	ano	3
<b>Celkem bodů</b>		<b>20</b>		<b>24</b>		<b>16</b>

Zdroj: [Autor], [39]

Všechny vybrané automobilové navigace značky TomTom uvedené v tabulce č. 8 jsou vybaveny hlasovou navigací, USB i RDS-TMC. Tyto produkty se nechají pořídit v podobné cenové relaci. Nejlépe vyhovujícím produktem této značky je TomTom Start 60 Europe Traffic Lifetime, který má doživotní aktualizaci map a také výrazně větší úhlopříčku displeje oproti zbývajícím výrobkům.

Vybrané produkty automobilových navigací značky Garmin jsou znázorněny v tabulce č. 9 a každému parametru je opět přiřazeno bodové hodnocení.

**Tabulka č. 9: Porovnání vybraných automobilových navigací značky Garmin**

Název produktu	Garmin nüvi 1350T	Body	Garmin nüvi 2595T Lifetime	Body	Garmin nüvi 2455LMT Lifetime	Body
Cena [Kč]	4 990	2	4 499	3	6 111	1
Aktualizace map	bez aktualizace	0	doživotní	5	doživotní	5
Úhlopříčka displeje [palce]	4,3	1	5	3	4,3	1
Hlasová navigace	ano	4	ano	4	ano	4
Výdrž baterie [hod]	4	3	2,5	1	2,5	1
USB	ano	2	ano	2	ano	2
Bluetooth	ne	0	ano	1	ne	0
Paměťové karty	ano	3	ano	3	ano	3
RDS-TMC	ano	3	ano	3	ano	3
Celkem bodů		<b>18</b>		<b>25</b>		<b>22</b>

Zdroj: [Autor], [39]

Automobilové navigace Garmin nüvi 2595T Lifetime a Garmin nüvi 2455LMT Lifetime, které jsou zobrazené v tabulce č. 9, mají doživotní aktualizaci map. Všechny vybrané automobilové navigace této značky uvedené v tabulce č. 9 jsou vybaveny hlasovým signálem, USB i RDS-TMC. Nelepší bodové hodnocení z produktů značky Garmin má navigace Garmin nüvi 2595T Lifetime s doživotní aktualizací map. Také má největší úhlopříčku displeje a je možné ji pořídit již od 4 499 Kč.

V tabulce č. 10 jsou zobrazeny předem stanovené parametry pro vybrané automobilové navigace značky Mio.

**Tabulka č. 10: Porovnání vybraných automobilových navigací značky Mio**

Název produktu	Mio Spirit 685u	Body	Mio Spirit 497u LifeTime	Body	Mio Spirit 480u	Body
Cena [Kč]	3990	3	3 890	3	2 607	5
Aktualizace map	doživotní	5	doživotní	5	2 roky	2
Úhlopříčka displeje [palce]	5	3	4,3	1	4,3	1
Hlasová navigace	ano	4	ano	4	ano	4
Výdrž baterie [hod]	2	1	2	1	2	1
USB	ano	2	ano	2	ano	2
Bluetooth	ne	0	ano	1	ne	0
Paměťové karty	ano	3	ano	3	ano	3
RDS-TMC	ano	3	ano	3	ne	0
<b>Celkem bodů</b>		<b>24</b>		<b>22</b>		<b>18</b>

Zdroj: [Autor], [39]

### 3.7.2 Doporučená automobilová navigace

Dle mého názoru bych společnosti EXPRES VAN doporučila automobilovou navigaci Garmin nüvi 2595T Lifetime, kterou je možné vidět na obrázku č. 19. Jedná se o nejlépe vyhovující navigaci ze všech vybraných produktů značek TomTom, Garmin a Mio. Toto zařízení je možné pořídit již za 4 499 Kč. Pro společnost by bylo vhodné zakoupit přibližně 40 kusů, jelikož její vozový pak tvoří 40 vozů. Celková cena by tak činila 179 960 Kč.

**Obrázek č. 19: Garmin Nüvi 2595T Lifetime**



Zdroj: [40]

Na obrázku č. 20 je možné vidět, jak se je možné vidět případné zobrazení mapy. Také je zde znázorněno, co vše tato navigace zobrazuje. Řidiči vidí názvy ulic, rychlost, kterou se pohybují, jaký je čas příjezdu do cíle, za kolik metrů bude nutné odbočit a rychlostní limity. Dále je zde možné zobrazit asistent jízdních pruhů nebo zapnout hlasovou navigaci.

**Obrázek č. 20: Zobrazení displeje**



Zdroj: [40]

Podobně jako by si řidiči vyzvedávali platební terminály a snímače čárových kódů, vyzvedl by si každý z nich v příslušném středisku také automobilovou navigaci.

Náklady, které by musela společnost vynaložit na pořízení GPS navigací, by se mohly společnosti brzy vrátit v podobě ušetřených kilometrů a tím i menších nákladům za vyúčtování cestového od dopravců.

### 3.8 Program na rozdělování tras

Při své činnosti musí společnost EXPRES VAN plánovat a organizovat přepravu zásilek. Dispečeri musí denně navrhovat trasy všech vozidel. K této činnosti se využívají v řadě podniků programy, které umí naplánovat trasy jednotlivých vozidel, podle požadovaných parametrů. V programu je možné nastavit nejrychlejší cestu, nejkratší cestu, cestu mimo zpoplatněné úseky, apod.

Činnost dispečera představuje velmi specifickou a časově náročnou práci. Za poměrně krátké období, čili 2 až 3 hodiny, musí zvládnout vytvoření tras pro několik vozidel. Zakoupení takového programu by výrazně ovlivnilo činnosti dispečerů. Jednalo by se o velkou časovou úsporu v rámci dispečinku. Samozřejmě by došlo k zjednodušení práce všech dispečerů. Také by byly eliminovány případné chyby v rámci rozdělení zásilek do jednotlivých směrů.

Každý dispečer, který plánuje trasy vozidel, musí perfektně znát celou oblast, ve které se budou vozidla pohybovat. Také musí být obeznámen se současnou dopravní situací, jako např. kde jsou jaké uzavírky, objízdné trasy, kam nesmí vjet velké nákladní vozidlo, apod. Dále musí znát parametry vozidel, které budou přepravu uskutečňovat. To je nutné vědět proto, aby určil, kolik zásilek o jaké hmotnosti vozidlo uveze, jaké mohou být maximální rozměry přepravovaného zboží, atd. Všechny tyto zkušenosti a znalosti by mohly být částečně nahrazeny zakoupením programu na rozdělování tras.

Používání takového programu by bylo velmi přínosné především tehdy, jestliže je některý z dispečerů, který má plánování tras na starosti, nemocný nebo má dovolenou. V tomto případě nastává v současné době, kdy společnost takový program nemá, určitý problém. Ne každý totiž může takovéto zkušené dispečery v jejich zodpovědné činnosti zastoupit. Zaučit nového zaměstnance tak, aby zvládl rozdělování tras a zásilek v rámci systému, trvá poměrně dlouhou dobu. Nový nebo zastupující dispečer se musí také naučit znát celou oblast přepravy, parametry vozidel a současnou dopravní situaci.

Používáním takového programu by došlo k úspoře ujetých kilometrů, dále k eliminaci potřebného počtu vozidel a především k výrazně lepšímu využití vozidel. V rámci automatizace třídění přepravních listů na jednotlivé směry by určitě došlo k úspoře času i pracovní síly.

### **3.9 Školení řidičů a personálu**

Celý náš život je založen na vzájemné komunikaci. Proto by bylo vhodné, aby všichni řidiči, kteří pracují pro EXPRES VAN, ať už se jedná o vlastní řidiče nebo řidiče dopravců, se kterými má společnost uzavřenou smlouvu, byli proškoleni pro správnou komunikaci se zákazníky. Absolvování kurzů o konverzaci se zákazníky, vstřícném a spisovném jednání při předávání zásilky by zcela jistě pozvedlo úroveň celé firmy a rozšířilo by se i do povědomí lidí. Existuje celá řada nabídek kurzů, které vedou ke zlepšení komunikačních vlastností zaměstnanců. Účastníci kurzů získají potřebné komunikační dovednosti při profesním kontaktu vně i uvnitř firmy, především zlepšením komunikace verbální, neverbální a svého komunikačního stylu. Také mnoho kurzů nabízí školení, jak řešit případné konflikty se zákazníky.

Správná komunikace napomáhá ke zvýšení hodnoty společnosti, což by mělo i firmu EXPRES VAN motivovat k proškolení svých zaměstnanců a zvýšení tak celkové úrovně této



firmy. Každý zákazník ocení vstřícnou komunikaci s personálem firmy, u které si něco objedná a kontakt s ochotným personálem může přispět k dalšímu obchodnímu vztahu. Naopak jednání s neochotnými zaměstnanci může zákazníky natolik odradit, že si už nadále budou vybírat pouze z konkurenčních společností.

### **3.10 Jednotné ustrojení řidičů**

Další krok, který by podle mého názoru výrazně zlepšil pohled zákazníků na společnost EXPRES VAN, by bylo zavedení jednotného ustrojení řidičů. Každý řidič přichází denně do kontaktu se zákazníky, kteří hodnotí nejen chování řidičů, ale zároveň i sledují jejich vizáž. Mnoho konkurentů již tuto taktiku využívá. Jejich přehled je možné vidět v tabulce č. 4. Každá společnost se snaží barevně sladit oblečení řidičů a zaměstnanců se svým logem, které je na oblečení také umístěno. Kromě oblečení má většina společností do stejné barvy upravena i vozidla. Tato celková jednotnost působí velmi dobře na každého zákazníka a zároveň se i vrývá lidem do paměti. Další výhodou je výrazná barva či vhodně zvolená kombinace barev, která je zapamatována mnohem snadněji. V tabulce č. 7 můžeme vidět, jaké barvy jsou typické pro jednotlivé konkurenční společnosti. Např. s oranžovou barvou si zcela jistě spojí většina lidí společnost TNT, jejíž logo je též oranžové. Kombinaci oranžové a bílé barvy, spolu s logem, můžeme vidět i na vozidlech firmy TNT. Zaměstnanci včetně řidičů nosí černé kalhoty. Trika, mikiny a bundy mají vyrobeny v kombinaci bílé, oranžové a černé barvy. Na oblečení mívají své logo umístěno nejčastěji na rukávech. Mezi další společnosti, které jsou známé sjednocením barev loga s vozidly a oblečením řidičů patří například DHL, DPD a PPL. Společnost DHL má žluto-červené: logo, dopravní prostředky i oblečení zaměstnanců. Jelikož se jedná o mezinárodní společnost, můžeme vidět tuto kombinaci barev nejen na automobilech společnosti, ale i na jejich letadlech. Pro společnost DPD je typická černá a červená barva, PPL je již dobře známé modrou barvou a kombinací modré, žluté a červené barvy se vyznačuje společnost Geis.

Pro společnost EXPRES VAN by bylo jistě výhodné investovat do jednotného ustrojení. Především by bylo vhodné sjednotit oblečení všech řidičů, kteří vozí zásilky společnosti. Podle mého názoru by měli mít řidiči tmavě modré kalhoty. Trika, mikiny a bundy by mohly být vyrobeny v červené barvě. Konkrétní společnost by vyrobila určitý počet oděvů v požadované kombinaci barev a zároveň by na ně umístila i logo společnosti. Na trika by bylo vhodné umístit logo na náprsní kapsičku a rukáv. U mikin a bund si myslím, že by bylo dobré umístit logo větším písmem na záda a menším na přední náprsní kapsu.

## ZÁVĚR

Firma EXPRES VAN s. r. o. je ryze česká společnost zabývající se zasílatelstvím, dopravou a logistikou. Při své činnosti spolupracuje s několika společnostmi, podnikajících ve stejném oboru, ale zároveň se střetává s řadou svých konkurentů. Za její přednosti lze považovat schopnost realizovat expresní přepravy. Ty je možné provádět především díky členství v přepravním systému FOFR, jehož je společnost členem. Tento systém sdružuje několik regionálních partnerů a díky jejich vzájemné spolupráci vytvářejí jednotlivé společnosti silné konkurenty pro ostatní podniky.

Jestliže má společnost zvýšit svoji konkurenceschopnost, musí realizovat určitá opatření. Při její činnosti je nutné zaměřovat se nejen na zákazníky, ale i na konkurenty. Podstatné je vědět, jaké služby konkurenti nabízejí. Právě tyto služby by mohli zákazníci u společnosti EXPRES VAN postrádat. Dále je důležité mít informace o tom, jakým způsobem ovlivňují konkurenti své zákazníky.

Pro zvýšení konkurenceschopnosti by se měla společnost EXPRES VAN zaměřit také na svoji propagaci. K jejímu zlepšení existuje několik metod. Je ovšem důležité zvolit vhodnou formu propagace. Ta pomůže oslovit zákazníky, kteří by měli o služby společnosti zájem. Společnost by měla dále provést modernizaci v určitých oblastech podniku. Také by měla pořídit některá nová zařízení. Ta by byla přínosem nejen pro společnost, ale ocenili by je i zákazníci.

Cílem této práce bylo navrhnout taková opatření, která pomohou společnosti EXPRES VAN zlepšit její postavení na trhu, získat více zákazníků a především zvýšit její konkurenceschopnost. Navrhovaná opatření vycházejí z analýzy současného stavu společnosti a analýzy nabízených služeb jejich konkurentů. Tato práce obsahuje několik návrhů, které by mohly být pro společnost velmi přínosné. Na některé opatření by musela společnost vynaložit větší finanční prostředky, naopak jiné návrhy nejsou tolik nákladné.

Určité návrhy by mohly nejen zvýšit konkurenceschopnost společnosti, ale i usnadnit činnosti některých zaměstnanců. Mezi ně patří pořízení platebních terminálů nebo snímačů čárových kódů. Návrh na pořízení automobilových navigací a programu na rozdělování tras by také mohl zkrátit čas jednotlivých činností, ale především by měl eliminovat počet ujetých kilometrů. Mezi navrhovaná opatření patří také jednotné ustrojení řidičů a jejich školení, jelikož je důležité, aby podnik na své zákazníky působil důvěryhodně a seriózně.

## POUŽITÁ LITERATURA

- [1] ČESKO. Nařízení vlády č. 469 ze dne 8. listopadu 2000, kterým se stanoví obsahové náplně jednotlivých živností. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2000, částka 133, s. 7239-7275. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: [www.komora.cz/download.aspx?dontparse=true&FileID=287](http://www.komora.cz/download.aspx?dontparse=true&FileID=287)
- [2] KAMPF, Rudolf, Václav CEMPÍREK a Rudolf KAMPF. *Zasílatelství*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2005. ISBN 80-719-4745-8.
- [3] ČESKO. Zákon č. 89 ze dne 3. 2. 2012 občanský zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2012, částka 33, s. 1026-1365. ISSN 1211-1244. Dostupné také z: <http://www.tzb-info.cz/pravni-predpisy/zakon-c-89-2012-sb-obcansky-zakonik>
- [4] DAVID, Petr a František ORAVA. *Zasílatelství*. Praha: České vysoké učení technické, 2008. ISBN 978-80-01-04035-5.
- [5] Dokumenty ke stažení: Všeobecné zasílatelské podmínky SSL. *Svaz spedice a logistiky České republiky: Association of forwarding and logistics of the Czech republic* [online]. 2009-2014 [cit. 2014-04-21]. Dostupné z: <http://www.sslczech.cz/>
- [6] Logistika. *Yonix: Clever Logistics* [online]. 2011 [cit. 2014-02-06]. Dostupné z: <http://logistika.yonix.cz/>
- [7] HÝBLOVÁ, Petra. *Logistika: pro kombinovanou formu studia*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2006. ISBN 80-719-4914-0.
- [8] BRAJEROVÁ, Helena a Hana DRAHOTSKÁ. *Makroekonomie a doprava*. Pardubice: Univerzita Pardubice, Dopravní fakulta Jana Pernera, 2001. ISBN 80-7194-376-2.
- [9] Komunikace se zákazníky. *Seriál Firemní web* [online]. 2007 [cit. 2014-04-21]. Dostupné z: <http://firemniweb.h1.cz/36-komunikace-zakazniky>
- [10] CEMPÍREK, Václav. *Technologie ložných a skladových operací*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2000. ISBN 80-719-4287-1.
- [11] Reverzní logistika. *Yonix: Clever Logistics* [online]. 2011 [cit. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://reverzni-logistika.yonix.cz/>

- [12] ŠIROKÝ, Jaromír. *Technologie dopravy*. 4. aktualiz. vyd. Pardubice: Institut Jana Pernera, 2011. ISBN 978-80-86530-78-9.
- [13] *Ministerstvo dopravy* [online]. 2006 [cit. 2014-02-25]. Dostupné z: <http://www.mdcr.cz/cs/default.htm>
- [14] Dřevěné palety. *Bery dřevovýroba* [online]. 2001-2013 [cit. 2014-02-25]. Dostupné z: <http://berydrevovyroba.cz/nabidka/drevene-palety/#std>
- [15] Typy dřevěných palet. *Pilous* [online]. 2011 [cit. 2014-02-25]. Dostupné z: <http://pilous-packaging.com/czech/informace/o-drevu/typy-drevenych-palet.html>
- [16] Konkurence. *Management Mania* [online]. 2011-2013 [cit. 2014-03-07]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/konkurence>
- [17] ŠVADLENKA, Libor a Barbora CHROMCOVÁ. *Marketing v poštovních službách*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2013. ISBN 978-80-7395-599-1.
- [18] *EXPRES VAN* [online]. 2012 [cit. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://www.expresvan.cz/>
- [19] *EXPRES VAN*. Interní informace. Dolní Roveň: Expres Van, 2014
- [20] *FOFR* [online]. 2010 [cit. 2014-02-10]. Dostupné z: <http://www.fofrcz.cz/>
- [21] *TOPTRANS* [online]. 2003-2014 [cit. 2014-03-27]. Dostupné z: [http://www.toptrans.cz/portal/page/portal/toptrans\\_www\\_cz](http://www.toptrans.cz/portal/page/portal/toptrans_www_cz)
- [22] *Geis: Global Logistics* [online]. 1999-2014 [cit. 2014-03-27]. Dostupné z: <http://www.geis-group.cz/cz>
- [23] *PPL* [online]. [cit. 2014-03-28]. Dostupné z: <http://ppl.cz/default.aspx>
- [24] *DHL* [online]. 2014 [cit. 2014-03-28]. Dostupné z: <http://www.dhl.cz/cs.html>
- [25] *TNT* [online]. 2011 [cit. 2014-03-28]. Dostupné z: [http://www.tnt.com/express/cs\\_cz/site/home.html](http://www.tnt.com/express/cs_cz/site/home.html)
- [26] *DPD* [online]. 2014 [cit. 2014-03-27]. Dostupné z: <http://www.dpd.com/cz>
- [27] *DB SCHENKER* [online]. 2010 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: <http://www.schenker.cz/log-cz-cz/start/>

- [28] *Gebrüder Weiss: Transport a Logistika* [online]. 2014 [cit. 2014-03-27]. Dostupné z: <http://www.gw-world.cz/>
- [29] *Raben* [online]. 2014 [cit. 2014-03-28]. Dostupné z: <http://www.raben-group.com/>
- [30] *Česká pošta* [online]. 2014 [cit. 2014-03-28]. Dostupné z: <http://www.ceskaposta.cz/index>
- [31] Platební terminál pro přijímání platebních karet. *ČSOB: Platební karty* [online]. 2014 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Firmy/Municipality-a-neziskove-organizace/Platebni-karty/Stranky/Platebni-terminal-pro-prijimani-platebnich-karet.aspx>
- [32] Platební terminál pro přijímání platebních karet. *ERA* [online]. 2014 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <https://www.erasvet.cz/pravnicke-osoby/platby-pro-obchodniky/stranky/platebni-terminal-pro-prijimani-platebnich-karet/popis-produktu.aspx>
- [33] Platební terminály. *GLOBIT CZ* [online]. 2014 [cit. 2014-05-26]. Dostupné z: <http://www.globit.cz/platebni-terminaly/78-mate-zajem-prijimat-platebni-karty/>
- [34] Snímače čárových kódů. *Kodys* [online]. 2009 [cit. 2014-04-16]. Dostupné z: <http://www.kodys.cz/produkty/snimace-carovych-kodu.html>
- [35] SEO analýza. *SEO nástroje* [online]. 2010 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://www.seonastroje.cz/analyza-seo>
- [36] Potisk reklamních předmětů. *PREDVO* [online]. 2014 [cit. 2014-05-20]. Dostupné z: <http://www.predvo.cz/cs/potisk/>
- [37] GPS navigace. *Cestovatel.cz* [online]. 2014 [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/serialy/gps-navigace/>
- [38] Americký NAVSTAR GPS. *Český kosmický portál* [online]. 2014 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.czechspaceportal.cz/3-sekce/gnss-systemy/gnss-mimo-evropu/americky-navstar-gps/>
- [39] *Heureka* [online]. 2000-2014 [cit. 2014-05-21]. Dostupné z: <http://www.heureka.cz/>

- [40] Garmin nüvi 2595T Lifetime. *Extra Hardware* [online]. 2007-2014  
[cit. 2014-05-22]. Dostupné z: <http://www.cnews.cz/clanky/garmin-nuvi-2595t-lifetime-s-radiovym-prijmem-minirecenze>

## SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Vozový park .....	31
Tabulka č. 2: Rozvoz zásilek pro středisko v Dolní Rovni .....	36
Tabulka č. 3: Svoz zásilek pro středisko v Dolní Rovni .....	40
Tabulka č. 4: Porovnání doplňkových služeb a vlivů působících na zákazníka .....	50
Tabulka č. 5: Porovnání nabízených internetových služeb .....	51
Tabulka č. 6: Ceny potisku reklamních předmětů .....	61
Tabulka č. 7: Barevné složení loga .....	63
Tabulka č. 8: Porovnání vybraných automobilových navigací značky TomTom .....	68
Tabulka č. 9: Porovnání vybraných automobilových navigací značky Garmin .....	69
Tabulka č. 10: Porovnání vybraných automobilových navigací značky Mio .....	70

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1: Logo společnosti .....	30
Obrázek č. 2: Vozový park.....	31
Obrázek č. 3: Vozidla s logem společnosti .....	32
Obrázek č. 4: Rozdělení skladu .....	34
Obrázek č. 5: Postup zabezpečení rozvozu .....	35
Obrázek č. 6: Rozvoz zásilek .....	37
Obrázek č. 7: Postup zabezpečení svozu.....	38
Obrázek č. 8: Svoz zásilek .....	41
Obrázek č. 9: Mapa pokrytí.....	43
Obrázek č. 10: Střediska systému FOFR .....	44
Obrázek č. 11: Moduly systému FOFR .....	45
Obrázek č. 12: Významné konkurenční společnosti a jejich loga.....	49
Obrázek č. 13: Přenosný platební terminál .....	54
Obrázek č. 14: Ruční snímač čárových kódů .....	55
Obrázek č. 15: Návrh na zlepšení webových stránek .....	57
Obrázek č. 16: Návrh na obrázek k logu společnosti.....	58
Obrázek č. 17: Návrh na finální logo společnosti.....	59
Obrázek č. 18: Návrh na umístění obrázkového loga na vozidla .....	62
Obrázek č. 19: Garmin Nüvi 2595T Lifetime .....	70
Obrázek č. 20: Zobrazení displeje .....	71



## SEZNAM ZKRATEK

ADR	Accord Dangereuses Route
CPM	Critical Path Method Metoda kritické cesty
ČR	Česká republika
ČSOB	Československá obchodní banka
EAN	European Article Number Evropské číslo artiklu
EDI	Electronic Data Interchange Elektronická výměna dat
EU	Evropská Unie
GPRS	General Packet Radio Service Univerzálna paketová rádiová služba
GPS	Global Positioning System Globální polohovací systém
PERT	Programm Evaluation Review Technique Hodnocení programu a techniky
RDS-TMC	Radio data system-Traffic Message Channel Rozhlasový přijímač datového systému – kanál dopravních hlášení
SEO	Search Engine Optimization Optimalizace pro vyhledávače
USB	Universal Serial Bus Univerzální sériová sběrnice

## **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha č. 1 Všeobecné obchodní podmínky přepravního systému FOFR



## Všeobecné obchodní podmínky přepravního systému FOFR

### 1. Definice zasilatelských služeb a základních používaných pojmů

a) Zasilatelské služby - představují souhrn činností, které poskytuje zasilatel příkazci při přepravě kusových a balíkových zásilek. Zasilatel provádí tyto činnosti vlastním jménem, na základě objednávek (zasilatelských příkazů) příkazce a na jeho účet. Vztahy mezi zasilatelem a příkazcem upravuje zasilatelská smlouva uzavřená podle § 601 až § 609 Obchodního zákoníku pro přepravu kusových a balíkových zásilek na území ČR a Slovenska. Tím, že příkazce podá zásilku k přepravě, zároveň vyslovuje souhlas s těmito VOP.

b) Sběrná služba - je název pro rychlou přepravu kusových a balíkových zásilek. Jejím základem je svoz zásilek od různých odesílatelů ve sběrné oblasti do přepravního depa, kde dochází ke konsolidaci zásilek a následné přepravě na centrální překladiště. Poté jsou zásilky kontrolovány, tříděny dle oblastí doručení a následně doručeny konkrétním příjemcům.

c) Zasilatel – je společnost poskytující zasilatelské služby pro přepravu kusových zásilek v rámci přepravního systému FOFR.

d) Příkazce – je osoba, se kterou má zasilatel uzavřenou zasilatelskou smlouvu.

e) Odesílatel – je osoba uvedená na zásilce jako odesílatel; pokud uvedená není, rozumí se, že odesílatelem je příkazce.

f) Příjemce nebo adresát – osoba, která je na zásilce uvedená jako příjemce zásilky.

g) Kusová zásilka – je zásilka, která splňuje parametry dle článku 3.1.1.

h) Balíková zásilka – je zásilka, která splňuje parametry dle článku 3.1.3.

i) Zasilatelský příkaz – rozumí se jím závazná objednávka, kterou vystavuje příkazce a předává ji zasilateli, a která obsahuje následující údaje: místo převzetí zásilky k přepravě, údaje o zásilce (počet kusů, obal, hmotnost, rozměry) a označení příjemce zásilky, adresy dodání a případného telefonního kontaktu na oprávněného příjemce.

j) Přepravní list - je jednotný tiskopis používaný v přepravním systému FOFR, jehož vyplněním a potvrzením se uzavírá přepravní smlouva, tj. smlouva o konkrétní činnosti v rámci zasilatelské smlouvy. Obsahuje údaje o příkazci, dopravci, zásilce a příjemci,

potvrzení o doručení zásilky příjemci; u dobírkové platby variabilní symbol a číslo účtu příjemce hotovosti.

k) Zásilka na dobírku - je taková zásilka, která je příjemci vydána oproti zaplacení hodnoty určené odesílatelem či příkazcem. Dobírkovou částku inkasuje pro příkazce osoba, která zásilku doručuje. Tuto částku pak zasílatel vyplatí příkazci na jeho účet.

Pojmy a definice používané v zasilatelských podmínkách mají stejný význam a jsou shodné s pojmy používanými v zasilatelské smlouvě a ceníku zasilatelských služeb.

## **2. Základní moduly přepravy v rámci přepravního systému FOFR**

Modul „F“ (fofr) – přeprava kusových zásilek je uskutečněna do 24 hodin,

Modul „C“ (economy) – přeprava kusových zásilek je uskutečněna do 96 hodin,

Modul „B“ (balíkovka) – přeprava balíkových zásilek, výhradně do 24 hodin,

Modul „S“ (Slovensko) – zásilky do Slovenské republiky do 48 hodin,

Dodací lhůta se počítá od 16:00 dne, kdy byla zásilka vyzvednuta, a týká se pouze pracovních dnů.

## **3. Zásilky přijímané k přepravě**

### **3.1 Specifikace zásilek pro přepravu v rámci ČR**

3.1.1 Kusová zásilka: hmotnost jednoho kusu nesmí překročit 1500 kg, celková hmotnost zásilky nesmí překročit 2000 kg, rozměry nesmějí být větší než: celková výška 2,2 m, šířka 2,0 m, délka 4,0 m, objem může být maximálně 13,3 m<sup>3</sup>, celková hmotnost jedné zásilky nesmí překročit 2t, nad 2001kg řešeno individuálně, počet kusů v jedné zásilce pro jednoho příjemce může být max. 10 kusů, přitom součet všech kusů dané zásilky musí splňovat limity podle bodů a-d, přepočítací koeficient pro objemovou hmotnost je 1cbm = 150 kg (pozn. u bílé techniky se přepočtový koeficient neuplatňuje).

3.1.2 Nadrozměrná kusová zásilka je zásilka, která v některém z bodů 1 - 5 překračuje povolené parametry kusové zásilky.

a) pro ruční manipulaci: maximální délka 6 metrů, maximální hmotnost 1 ks 75 kg, maximální počet kusů v zásilce 10 ks,

b) při mechanické manipulaci: maximální délka 6 metrů, maximální hmotnost 1 ks 300 kg, maximální počet kusů v zásilce 3 ks,

3.1.3 Balíková zásilka: délka zásilky max. 4 m, hmotnost zásilky max. 50 kg, objem zásilky do 0,34 m<sup>3</sup>.

### 3.2 Specifikace zásilek na Slovensko

3.2.1 Kusová zásilka určená pro přepravu na Slovensko v modulu „S“: max. hmotnost jednoho kusu nesmí překročit 1500 kg, rozměry nesmějí být větší než: celková výška 2 m, šířka 2 m, délka 4 m, objem může být maximálně 10m<sup>3</sup>, celková hmotnost jedné zásilky nesmí překročit 2000 kg, celkový přepočítací koeficient pro objemovou hmotnost je 1cbm = 200 kg.

3.2.2 Balíková zásilka určená pro přepravu na Slovensko v modulu „S“ : max. hmotnost jednoho kusu nesmí překročit 50 kg, max. délka jednoho kusu nesmí překročit 2,70 metru, maximální rozměry zásilky, tj. součet délky a obvodu zásilky může být max. 3,3 m.

## 4. Výluky z přepravy / přeprava nebezpečných látek (ADR)

4.1 Vyloučeny z přepravy jsou níže specifikované zásilky:

a) obsahující zboží, mající mimořádně vysokou cenu, jako jsou například drahé kovy a výrobky z nich, drahokamy, průmyslové diamanty, umělecké a starožitné předměty, sbírky, bankovky, mince, nepojištěné dokumenty mimořádné hodnoty, tvrdý alkohol, tabákové výrobky,

b) u kterých chybí potřebné údaje o odesílateli nebo příjemci,

c) obsahující zboží, které není chráněno nebo zabaleno způsobem odpovídajícím jeho hmotnosti, tvaru a charakteru,

d) obsahující zboží podléhající řízenému teplotnímu režimu, rostliny, lehce zkazitelné zboží,

e) obsahující živá zvířata,

f) obsahující lidské ostatky,

g) zbraně,

h) obsahující jiné věci, které jsou s ohledem na svůj charakter v obchodním odvětví zásilatelství považovány za nevhodné k obstarání přepravy a jsou z přepravy vylučovány,

i) z přeprav jsou vyloučeny veškeré nebezpečné věci, jejíž přeprava je podle Evropské dohody o mezinárodní silniční přepravě nebezpečných věcí (ADR) zakázána. Dále jsou z přepravy vyloučeny látky třídy 1. (vyjma 1.4S) a látky třídy 7.

#### 4.2 Přeprava nebezpečných látek v režimu ADR:

a) K přepravě do přepravního systému FOFR lze přijmout i nebezpečné zásilky podléhající režimu ADR, a to tehdy, pokud budou dodrženy všechna ustanovení vyhlášky ADR (pro přepravu nebezpečného zboží).

b) Při přepravě nebezpečné zásilky musí příkazce nahlásit zasílateli předem UN-číslo, oficiální pojmenování zásilky včetně technického popisu, třídu nebezpečnosti, obalovou skupinu nebezpečných věcí, u třídy 1 a 2 i klasifikační kód, konstrukční typ obalu, počet a značení kusů bezpečnostní značkou, množství nebezpečných věcí.

c) Pokud příkazce není schopen výše uvedené informace poskytnout, zásilka nesmí být přijata k přepravě do systému FOFR.

### 5. Předání zásilky a svoz zásilek

#### 5.1 Možnosti předání zásilky

a) Příkazce či odesílatel předá zásilku v místě přepravního depa zasílatele.

b) Zasílatel vyzvedne zásilku na základě místa odeslání uvedeného v zasílatelském příkaze, přičemž se může jednat o místo sídla příkazce či sídla jeho provozovny nebo jakoukoliv jinou adresu.

Příkazce objednává svoz zásilky telefonicky, faxem, e-mailem, prostřednictvím kontaktního formuláře, nebo přímým zadáním do přepravního systému (pokud má k dispozici PC-program) Zásilka bude přijata k přepravě následující pracovní den, po dohodě, je možné převzít zásilku i dříve.

#### 5.2 Svoz zásilek

a) Příkazce je povinen označit zásilku kompletní adresou příjemce, případně uvést telefonní číslo, a tyto údaje uvést na všechny kusy zásilky.

b) Objednávkou příkazce se rozumí zasílatelský příkaz, který má buďto písemnou formu a příkazce ho zasílá zasílateli faxem či e-mailem nebo se vytváří v programu, který zasílatel nainstaluje na PC příkazce podle dohody po podpisu zasílatelské smlouvy,

c) Zásílatel je povinen upozornit příkazce na to, pokud jeho údaje jsou zjevně nesprávné či neúplné, a příkazce je povinen potřebné údaje doplnit. Zásílatel může provést přepravu i bez těchto údajů, v případě, že bude co nejvíce chránit zájmy příkazce. V zásílatelském příkazu uvádí příkazce rovněž i hmotnost zásilky. Zásílatel má právo tuto hmotnost přezkontrolovat. Při vyúčtování ceny zásilky je směrodatná skutečná celková hmotnost zásilky, kterou zjistí zásílatel a na kterou zásílatel příkazce upozornil.

d) Příkazce musí podat zásilku k přepravě v takovém obalu, který odpovídá nárokům na přepravu a charakteru přepravované věci (přepravovaného zboží). K přepravě může být přijato zboží podléhající režimu ADR, a to podle podmínek výše uvedených.

e) Zásílatel je oprávněný po uvážení přepravit zásilku i mimo přepravní systém.

## **6. Doručení zásilky příjemci**

a) Místo dodání a předání zásilky je místo zadané příkazcem či odesílatelem v přepravním listu, v tomto smyslu se rozumí adresa příjemce. Zásilka se doručuje za první dveře provozovny příjemce. Zásilku si tato osoba může rovněž vyzvednout v přepravní kanceláři zásílatele.

b) Příjemce se prokazuje občanským průkazem či jiným dokladem prokazujícím totožnost, na přepravní list se píše příjmení přebírajícího, číslo OP či jiného dokladu a převzetí se potvrzuje podpisem přebírajícího, organizace také potvrdí přepravní list razítkem.

c) Příjemce přezkontroluje zásilku podle údajů uvedených v přepravním listu a vizuálně přezkontroluje, zda není porušený obal zásilky. Převzetí zásilky potvrdí do přepravního listu.

d) Za kontrolu údajů týkajících se vnitřního obsahu nebo kvality obsahu zásilky, o kterém se zásílatel nemá možnost přesvědčit, není zásílatel zodpovědný.

e) V případě zásilky na dobírku je nutnou podmínkou pro její doručení a předání také zaplacení dobírkové částky. Tuto dobírkovou částku vybírá řidič předávající zásilku.

f) Nelze-li zásilku doručit na první pokus, zásílatel zanechá příjemci na uvedené adrese doručení písemnou zprávu. V této zprávě uvede kontakt na sebe a informaci, že zásilka bude doručena po dohodě s příjemcem.

g) Pokud zásilku nelze doručit ani na druhý pokus, zásílatel se domluví s příkazcem a nabídne mu možnost uskladnění zásilky, učinění dalších pokusů o doručení, doručení jiné



osobě či na jinou adresu, vrácení zásilky příkazci. Cena úkonů za tyto činnosti se řídí ceníkem zasílatele. Doručení zásilky na jinou adresu může být zpoplatněno.

h) Uskladnění zásilky se provede na žádost příkazce, nejdéle po dobu 10 pracovních dnů. Během uskladnění zásilky může zasílatel uskutečnit pokusy zásilku doručit, nebo si ji v místě skladu může příjemce vyzvednout. Cena za uskladnění se řídí cenami zasílatele.

## **7. Pojištění zásilky, odpovědnost za škodu, reklamace**

a) Zasílatel je pro případ rizika poškození zásilky pojištěn do hodnoty 300.000 Kč na jednu zásilku. Pokud hodnota jedné zásilky přesahuje 300.000 Kč má příkazce možnost zásilku před provedením přepravy připojistit dle ceníku pojištění, který mu na vyžádání zasílatel zašle a toto připojištění zprostředkuje. V případě, že zásilka s hodnotou vyšší než 300.000 Kč nebude předem připojištěna, zasílatel ručí za škodu do výše 300.000 Kč.

b) Zasílatel odpovídá za skutečnou škodu na zásilce, kterou převzal k přepravě, a která vznikla při obstarávání přepravy, a to v případě, že ji nemohl odvrátit při vynaložení odborné péče. V žádném případě však neodpovídá příkazci ani třetím osobám za ušlý zisk ani jiné následné škody, které mohou v souvislosti s přepravou vzniknout. Dále neodpovídá za škodu zaviněnou příkazcem nebo příjemcem. Za škodu, která vznikla z důvodu nedostatečného obalu nebo povahy přepravované věci.

c) Příkazce je povinen poskytnout zasílateli správné údaje o obsahu zásilky a jeho povaze a odpovídá za škodu, která zasílateli nebo třetím osobám vznikne v důsledku porušení dle této povinnosti vyplývající ze zasílatelské smlouvy i těchto zasílatelských podmínek.

d) Oprávněný může reklamovat škodu vzniklou poškozením, zničením, částečnou nebo úplnou ztrátou přepravované zásilky. Oprávněným se rozumí ten, komu vznikla prokazatelně škoda. Reklamace musí uplatnit písemně u zasílatele, a to na přepravním depu kde byla zásilka předána k přepravě. Zápis o škodě musí splňovat náležitosti dle § 71 a násl. vyhl.133/64 Sb. Lhůty na uplatnění práv jsou dány Silničním přepravním řádem (vyhl.133/64 Sb.). V reklamaci musí oprávněný vymezit své požadavky a stručně je zdůvodnit. Musí připojit doklady opravňující jeho nárok a správnost požadované náhrady škody.

e) Příjemce provede při převzetí zásilky její kontrolu. Zejména neporušenost obalu, zjevné známky poškození. Pokud jsou při převzetí zjevné vady na zásilce, je povinností příjemce resp. příkazce tuto skutečnost neprodleně písemně oznámit zasílateli.

Povinností příjemce je zdokumentovat škodu a provést s řidičem písemný zápis o vzniklé škodě.

f) Příkazce je povinen oznámit skryté poškození zásilky zasílateli nejpozději do 3 pracovních dnů ode dne doručení zásilky a vyžádat si sepsání zápisu o škodě. Zápis o škodě musí splňovat náležitosti dle § 71 a násl. vyhlášky 133/64 Sb. Příkazce umožní zasílateli, aby se mohl přesvědčit o stavu poškození či částečné ztrátě zásilky. Příkazce je povinen umožnit ohledání zásilky také zástupci pojišťovny zasílatele. Zasílatel má právo zamítnout reklamaci v případě, že příkazce neposkytne dostatek důkazů o způsobené škodě na zásilce či její ztrátě.

g) Za nedodržení dodací lhůty vinou zasílatele má příkazce nárok na slevu z přepravného ve výši 10% a dále pak 10% za každý další den prodlení až do celkové výše přepravného.

## **8. Otevření a likvidace zásilky**

a) V případě, že zásilku nelze doručit ani ji nelze vrátit, je důvodné podezření, že obsahuje věc, která je považována za nebezpečnou; nebo věc, která nesmí být obsahem zásilky podle ustanovení těchto zasílatelských podmínek; je poškozený obal a obsah vytéká či je rozbitý, pak se zasílatel oprávněný zásilku otevřít. Po zjištění stavu zásilky se musí zásilka znovu uzavřít a barevně označit páskou místně příslušného depa.

b) Zasílatel je oprávněn zásilku likvidovat na základě předchozí dohody s příkazcem nebo v případě, že by zásilka ohrožovala zdraví osob.

c) Příkazce je povinen zaplatit zasílateli náklady na likvidaci a na případnou újmu, která by zasílateli v souvislosti s likvidací vznikla.

## **9. Ochrana osobních údajů**

Zasílatel nezpracovává žádné osobní údaje ve smyslu zákona č. 101/2002 Sb., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

## **10. Závěrečná ustanovení**

a) Zasílatel je povinen vykonávat svoji činnost s odbornou péčí a dbát, aby kvalitně, hospodárně a pečlivě uspokojil zájmy příkazce.

b) Zasílatel i příkazce si předají kontakty na příslušné osoby, které je budou v rámci zasílatelských služeb zastupovat.

c) Veškeré přepravní činnosti v rámci zasílatelské smlouvy se řídí platným právním řádem České republiky, a to především Občanským zákoníkem, Obchodním zákoníkem, vyhláškou Ministerstva dopravy č. 133/64 Sb. o silničním přepravním řádu ve znění změn a doplňků, Mezinárodní úmluvou o dodacích podmínkách v mezinárodní dopravě INCOTERMS.

Tyto zasílatelské podmínky platí od 1. Dubna 2010.

Zdroj: [20]