Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera

Analýza cenové politiky na CZ expresním trhu a jejího vlivu na konkurenceschopnost jednotlivých hráčů

Petr Lukovský

Bakalářská práce

2010

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera
Akademický rok: **2009/2010**

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	**Petr LUKOVSKÝ**
Osobní číslo:	**D07680**
Studijní program:	**B3709 Dopravní technologie a spoje**
Studijní obor:	**Management, marketing a logistika ve spojích**
Název tématu:	**Analýza cenové politiky na CZ expresním trhu a jejího vlivu na konkurenceschopnost jednotlivých hráčů**
Zadávající katedra:	**Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky**

Zásady pro vypracování:

Úvod
1. Charakteristika expresního trhu ČR
2. Analýza stávající cenové politiky DHL
3. Analýza cenové politiky na expresním trhu ČR
4. Vyhodnocení provedených analýz a návrh na zlepšení cenové politiky DHL

Závěr

Rozsah grafických prací: **dle doporučení vedoucího**

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

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

dle pokynů vedoucího práce

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Libor Švadlenka, Ph.D.**
Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky

Datum zadání bakalářské práce: **30. listopadu 2009**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. května 2010**

prof. Ing. Bohumil Culek, CSc.
děkan

L.S.

prof. Ing. Vlastimil Melichar, CSc.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2009

Prohlašuji:

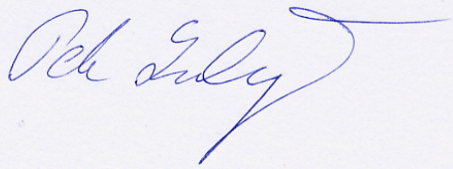
Tuto práci jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vplývající 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 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 6. 6. 2010

Petr Lukovský



Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval vedoucímu práce Ing. Liborovi Švadlenkovi, Ph.D., za odborné vedení, cenné rady a připomínky, které mi pomohly při zpracování bakalářské práce.

ANOTACE

Tato práce se zabývá analýzou cenové politiky expresích služeb na českém trhu a jejím vlivem na konkurenci. Nejdříve je zde obsažena charakteristika expresní služby na českém trhu. Dále je zde provedena analýza stávající politiky expresních služeb ve společnosti DHL. Na tuto analýzu navazuje porovnání cenové politiky společností TNT, UPS a FedEx. Podle provedených analýz je provedeno vyhodnocení a návrh na změny cenové politiky DHL.

KLÍČOVÁ SLOVA

expresní služba, trh, cenová politika, DHL, ceník

TITLE

The pricing policy analysis of express services in the Czech market and its influence on the competition

ANNOTATION

This thesis deals with the pricing policy analysis of express services in the Czech market and its influence on the competition. Its first part contains express service characteristics in the Czech market. Next part analyses hte current DHL company express service policy and compares the express service policy of TNT, UPS and FedEx companies. The evaluation is made on the basis of the analysis and certain proposals are presented for the change of the DHL pricing policy.

KEYWORDS

express service, market, pricing policy, DHL, price list

Obsah

Úvod **8**
1 Charakteristika expresního trhu ČR **10**
1.1 Logistický řetězec 12
1.2 Vymezení pojmu služba 13
1.3 Expresní služba 14
2 Analýza stávající cenové politiky DHL **15**
2.1 DHL Express CZ s.r.o. 15
2.2 Služby DHL 17
2.2.1 Služba Same Day 18
2.2.2 Time Definite 19
2.2.3 Day Definite 20
2.2.4 Služba Domestic 20
2.2.5 Doplňkové služby 21
2.3 Cenová politika DHL 23
3 Analýza cenové politiky na expresním trhu ČR **28**
3.1 TNT 28
3.2 Služby TNT 29
3.2.1 Same day 29
3.2.2 Next day - následující pracovní den 30
3.2.3 Garanteed day 31
3.2.4 Doplňkové služby 31
3.3 UPS 32
3.4 Služby UPS 33
3.4.1 Mezinárodní doručení 33
3.4.2 Vnitrostátní doručení 35
3.4.3 Doplňkové služby 35
3.5 FedEx 36
3.6 Služby FedEx 37
3.6.1 Regionální služby EuroOne 37
3.6.2 Mezinárodní služby 38
3.6.3 Vnitrostátní služby 39
3.6.4 Doplňkové služby 39
3.7 Cenová politika 40
3.7.1 TNT 40
3.7.2 UPS 44
3.7.3 FedEx 46
4 Vyhodnocení provedených analýz a návrh na zlepšení cenové politiky DHL **48**
4.1 Palivový příplatek 53
4.2 Analýza expresního trhu v ČR 54
4.3 Vyhodnocení dotazníku 55
4.4 Návrhy na zlepšení 67
Závěr **69**
Použitá literatura **71**
Seznam obrázků **73**
Seznam tabulek **74**
Seznam zkratek **75**
Seznam příloh **76**

Úvod

Tématem této bakalářské práce je analýza cenové politiky na českém expresním trhu a její vliv na konkurenceschopnost jednotlivých subjektů působících na tomto trhu. Cílem této bakalářské práce je analyzovat a zhodnotit cenové politiky největších hráčů na českém expresním trhu jako jsou DHL, TNT, UPS a FedEx. A navrhnout opatření pro zvýšení konkurenceschopnosti DHL.

Ze všech rozhodnutí, která jsou v podniku realizována jsou ty cenová rozhodnutí zaručeně nejviditelnější, neboť mají přímý vliv na ziskovost firmy. Správné určení ceny může být pro podnik nejrychlejší způsob jak dosáhnout zisku naopak špatná cena může vše zkazit. Dalším důležitým krokem je nalezení rovnováhy mezi spokojeností zákazníka a finančním cílem firmy. Úspěšná cenotvorba spojuje náklady firmy s tržní poptávkou při snaze dosáhnout výhodného tržního postavení. Cenovou strategii lze shrnout do čtyř základních kategorií nákladová, poptávková, konkurenční a marketingová.

Sydney, Tokio, New York, Paříž nebo Praha. V každém koutě světa jsou na ulici žlutá, hnědá či oranžová auto, na kterých jsou důvěrně známá písmena. Jsou to auta mezinárodních společností, které se zabývají přepravou zásilek o váze od několika stovek gramů až po mnoho tun. Tyto společnosti nejsou na expresním trhu žádnými nováčky a působí zde již řadu let.

Expresní balíkové služby byly v historii vždy spojovány s národními poštovními operátory. Nebyly však schopny udržet krok s narůstajícími požadavky nezadržitelně se rozvíjejícího trhu. Proto se začaly rodit nové společnosti, které rychle využívaly nedostatků národních pošt a vytvářely nabídku služeb, která byla doslova šita zákazníkům na míru. Na českém trhu se služby expresních společností začaly objevovat od roku 1986 a velmi rychle se rozšiřovaly.

V roce 2001 byly čtyřmi největšími společnostmi (DHL, TNT, FedEx, UPS) vygenerovány tržby v celkové hodnotě 2 784 mil Kč, v roce 2005 to již bylo 5 287 mil Kč, což je nárůst o 47 %, a v roce 2008 to je už 8 809 mil Kč, to odpovídá nárůstu tržeb o dalších 40 %. Podle předběžných zpráv by tento stoupající trend měl pokračovat i v nejbližších letech.

Tyto společnosti nyní tvoří se svými službami většinový podíl na světovém trhu. Největší z nich je původně americká společnost a v současné době člen skupiny Deutsche Post DHL, kterou založili v San Francisku před více než 40 lety tři talentovaní podnikatelé

Adrian Dalsey, Larry Hillblom a Robert Lynn. Vytvořili tak zcela nové průmyslové odvětví, které se společně s firmou rozšiřovalo fenomenální rychlostí. Dnes DHL představuje globálního lídra na trhu mezinárodní expresní přepravy a logistiky.

1 Charakteristika expresního trhu ČR

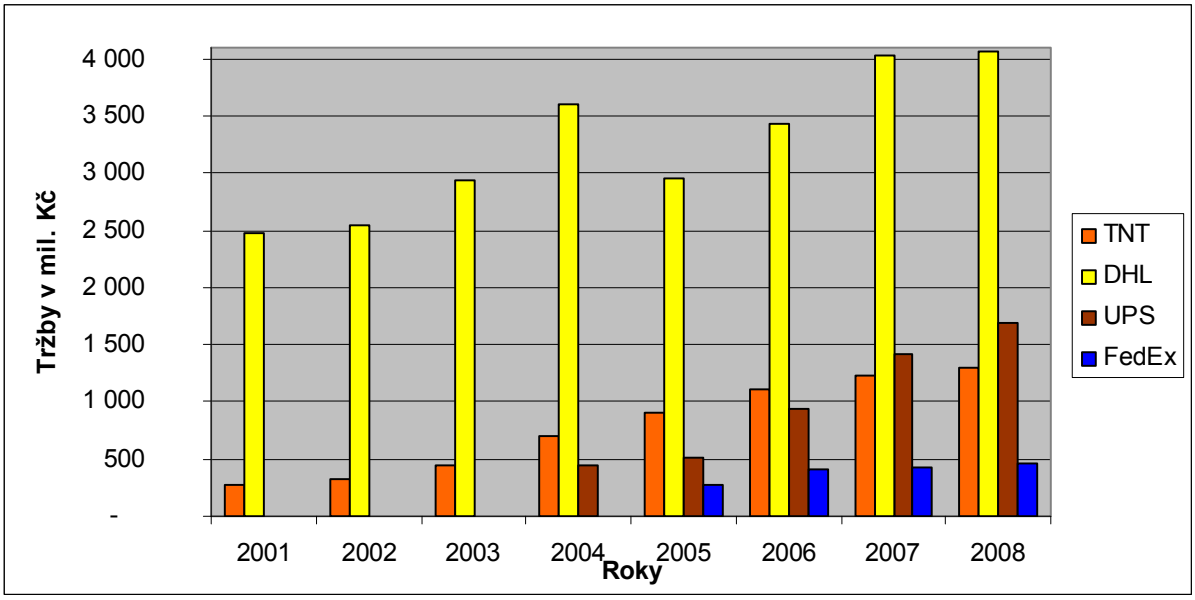
Expresní a kurýrní služby tvoří podle české legislativy zvláštní skupinu, která spadá do oblasti zasílatelských služeb. Zasílatelé poskytující expresní a kurýrní služby provádějí lukrativní a hospodárnou přepravu malých zásilek a většinou disponují výkonnými a rozsáhlými komunikačními kanály. Na českém trhu působí řada českých zasilatelských firem, které se vydaly touto cestou, a běžně zde operují nadnárodně podnikající společnosti, jež se soustřeďují na expresní přepravu malých zásilek.

V období totalitního zřízení toto odvětví služeb téměř neexistovalo. Zahraniční obchod mohl provádět pouze stát a ten takové služby neposkytoval. Ekonomika byla řízena centrálně, tudíž neexistovala konkurence. Rozvoj tohoto odvětví nastal až po roce 1989, kdy začaly vznikat soukromé podnikatelské subjekty, které mohly svobodně fungovat jak na vnitrostátním, tak mezinárodním poli. Zejména vznik svobodného zahraničního obchodu dal této oblasti zelenou.

Expresní služby jsou mladým segmentem trhu dopravy. Narozdíl od standardních služeb z dob poštovního monopolu vznikly na základě konkrétních požadavků zákazníků. Ti na trhu potřebovali subjekt se službami, který by jejich zásilky doručoval v co nejkratším čase i do vzdálených destinací s garancí včasného doručení, a který by zajistil i veškeré služby spojené s přepravou jako vyzvednutí zásilky, vyřízení celních formalit, atd.

Podle vyhledávacího serveru Seznam.cz je v současnosti na území ČR více než 200 firem registrovaných na serveru s názvem „kurýrní“, dále pak více než 60 firem se slovy „expresní přeprava“ ve svém názvu a více než 300 firem zabývajících se spedicí. Tato čísla jsou pouze orientační, ale i tak z nich lze usoudit, že na velikost České republiky jde o oblast trhu s vysokou konkurencí. Zvyšující se zájem o expresní služby dokazují i rostoucí tržby z těchto služeb na následujícím grafu největších poskytovatelů na expresním trhu ČR.

Obrázek č. 1: Tržby čtyř nejvýznamnějších poskytovatelů expresních služeb v ČR



Zdroj: www.justice.cz

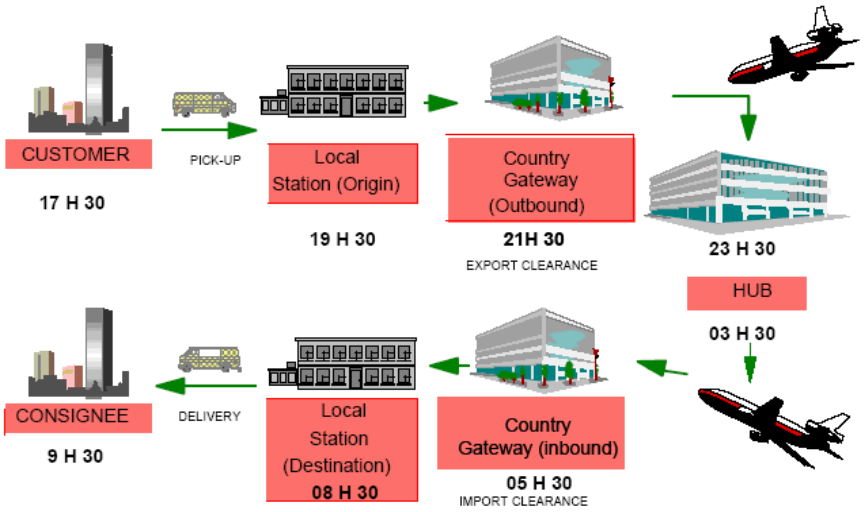
Expresní doručování se používá v několika formách obchodování. B2B (business to business) je označení pro obchodní vztahy mezi obchodními společnostmi, pro jejich potřeby, které neobsluhují konečné spotřebitele (distribuční řetězec). B2C (business to customer) je obchod zaměřený na prodej koncovému spotřebiteli (internetové maloobchody). B2C je v současné době rostoucí formou obchodu se stále velkým potenciálem. Zvyšuje se počet domácností připojených k internetu a počet internetových obchodů roste každým dnem. Třetí formou je C2C (customer to customer), což je další z rostoucích forem, opět díky internetu a především jeho aukčních tržišť (aukro, ebay).

Na českém expresním trhu jsou největší hráči společnosti TNT, UPS, FedEx, DHL a jeho partner PPL, které ovládají více než 60 % vnitrostátního trhu expresních služeb, u mezinárodních je to potom až 90 %. Stále sílícím soupeřem na českém trhu je Česká pošta se svou službou EMS (EXPRESS MAIL SERVICE). Nabídka služeb všech společností je velmi podobná, a to z důvodu jejich orientace na potřeby zákazníka.

1.1 Logistický řetězec

Expresní služba obvykle zahrnuje sběr, přepravu, třídění a doručení zásilky s průběžnou kontrolou celého procesu. Sběr zásilek je prováděn dvěma způsoby, jednak je možné odevzdat zásilku osobně na pobočce společnosti, druhá z možností je přivolání kurýra, který zásilku vyzvedne osobně. Poté jsou zásilky odvezeny do lokálního třídícího centra umístěních např. v Praze, Brně nebo jiných místech. Odtud jsou obvykle převezeny do větších třídících center, určených pro větší oblast (např. Evropa, Asie, atd.). Následně jsou zásilky přes noc přepraveny do cílové destinace, kde jsou po dalším roztřídění rozvezeny kurýry k příjemci. Po celou dobu přepravy zásilky jsou odesílány informace o stavu a pohybu zásilky. Zákazník tak má neustále přehled o pohybu zásilky. Tato služby je u expresních přepravců standardní a zákazník se k ní dostane prostřednictvím zákaznického čísla a internetového prohlížeče, případně mobilního telefonu. Jako příklad je uvedeno na obrázku č.2 logistický řetězec firmy DHL.

Obrázek č. 2: Logistický řetězec firmy DHL



Zdroj: DHL

1.2 Vymezení pojmu služba

Jak již napovídá část samotného názvu této práce „expresní služby“, pohybujeme se v oblasti terciálního sektoru ekonomiky, tedy v oblasti poskytování služeb. Výstižně pojem služba definovala dvojice amerických autorů, pánů Kotlera a Armstronga:

„Služba je jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkce služby může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem.“[1]

Vlastnosti služby:

- nehmotnost
- neoddělitelnost
- heterogenita
- zničitelnost
- nemožnost vlastnictví

Nehmotnost

Služba je nehmotná, nelze ji zhodnotit žádným fyzickým smyslem, nelze ji osahat, nelze si ji prohlédnou a ani předem vyzkoušet. Některé z prvků, které představují kvalitu služby jako spolehlivost, důvěryhodnost, jistota lze ověřit až při nákupu či spotřebě služby. Výsledkem je větší nejistota zákazníků při poskytování služeb. Zákazník má tedy ztížený výběr mezi konkurenčními službami.

Neoddělitelnost

Zákazník je v mnoha případech spoluproducentem služby nebo se jí přímo zúčastňuje. Producent služby a zákazník se musejí setkat v místě a čase, zákazník nemusí být přítomen po celou dobu poskytování služby. I v případě, že je producent služby nahrazen strojem, dochází k interakci zákazník – producent.

[1] KOTLER, P. *Moderní marketing* Přel. Mgr. Jana Langerová, Ing. Vladimír Novotný, 1. vyd. Praha: Grada publishing, 2007.

Heterogenita

Znamená, že zákazník nemusí vždy obdržet totožnou kvalitu poskytnuté služby, a to třeba i u jedné a té samé firmy. U služeb nelze provádět kontrolu kvality před jejím dokončením. Díky heterogenitě služeb je vstup na trh služeb lehčí a je zde mnohem více konkurentů, protože je zde mnohem nižší patentová ochrana a nižší potřeba kapitálu.

Zničitelnost

Je způsobena právě její nehmotností, nelze ji skladovat, znovu prodat nebo dokonce vrátit (pro danou chvíli je služba zničena). Neznamená to však, že službu nelze reklamovat, v mnoha případech lze požadovat výměnu služby za kvalitnější. Poslední z vlastností služby je nemožnost vlastnictví, ta je propojena s její nehmotností a zničitelností. Znamená to, že když si zákazník zakoupí zboží, tak spolu se zbožím na něj přechází i vlastnická práva, v případě služby si zákazník kupuje pouze právo na poskytnutí služby.

Všechny tyto vlastnosti služeb vedou zákazníka k tomu, aby pečlivě vybíral službu k co nejlepšímu uspokojení své potřeby. Sektor služeb je oblast, ve které dochází velmi často k přímému kontaktu se zákazníkem. V oblasti expresních služeb je silná a tvrdá konkurence a motivací ke zdokonalování služeb je především přání zákazníka.

1.3 Expresní služba

Rychlost a pohodlí

Expresní (rychlý, spěšný). Už podle tohoto slova je zřejmé, že se jedná o služby u kterých jde o čas. Rychle vytřídění a expedice. Noční provozy a lety. Ranní rozvoz. Nonstop asistence. Zpracování informací v reálném čase. To všechno zaručuje, že zásilka poslaná například odpoledne z Brna bude příštího rána položena na stůl zákazníka v New Yorku. Právě režim „od dveří ke dveřím“ nebo „ze stolu na stůl“ je to co odlišuje expresní a poštovní služby.

Tím dalším je přidaná hodnota služby. Původním posláním společnosti DHL, bylo rychlé celní odbavení nákladních lodí připlouvajících do přístavů, které spočívalo ve vyslání pracovníka s potřebnou dokumentací do přístavu, ve chvíli kdy loď připlula tak mohla neprodleně vyložit svůj náklad. Od té doby se doplňkové služby značně rozrostly. DHL nyní poskytuje například. Nedělní doručení, pojištění zásilek, přepravu nebezpečného zboží, uskladnění fakturace. Všechny tyto služby usnadňují odesílání zásilek.

2 Analýza stávající cenové politiky DHL

V následující části jsem se zaměřil na představení sopečnosti DHL Express CZ a na služby, které poskytuje na českém trhu. Chtěl bych se v ní věnovat cenotvorbě a to jak pro retailového zákazníka, tak pro firmy s dlouhodobou smluvní dohodou. Dále bych se chtěl věnovat výpočtu a stanovení palivového příplatku a na konci této části i doplňkovým službám.

2.1 DHL Express CZ s.r.o.

Jedna z největších přepravních společností na světě, která se orientuje převážně na mezinárodní přepravu, ale nabízí také expresní přepravu přizpůsobenou domácím podmínkám.

Na území České republiky působí společnost od roku 1986, kdy jako první v bývalém Československu začala poskytovat expresní kurýrní služby pomocí místního dopravce. V roce 1991 byla založena první pobočka v Praze. Roku 2003 se sloučila DHL International se společností DANZAS. Výsledkem spojení byl vznik divize DHL Express s.r.o. Tím začal proces restrukturalizace společnosti za účelem harmonizace produktů a služeb pro maximální uspokojení potřeb zákazníka na českém trhu. Roku 2005 získala DHL 100% podíl ve společnosti PPL (Professional Parcel Logistic), což posílilo pozici DHL na vnitrostátním trhu v oblasti balíkových služeb.

Historie DHL

Společnost DHL byla založena v San Franciscu roku 1969 třemi perspektivními podnikateli Adrianem Dalsey, Larrym Hilblomem a Robertem Lynnem. Nejdříve zajišťovali přepravu průvodních lodních dokumentů osobním letadlem ze San Francisca do Honolulu. V následujících letech tato společnost rostla fzpůsobem. Roku 1971 expandovala se svým portfoliem expresních služeb na Dálný východ a do Pacifiku, o rok později začala působit na trhu v Japonsku, Singapuru a Austrálii. Roku 1976 se začala prosazovat i na trhu v Latinské Americe a Africe. Do této doby se společnost zabývala výhradně přepravou dokumentů, až v roce 1979 DHL zahájila i expresní přepravu balíčků. V osmdesátých letech se stala prvním poskytovatelem služeb air-express pokrývající státy východní Evropy. Ještě v témže roce začala spolupracovat s Čínskou lidovou republikou a v městech Cincinnati a Brusselu otevřela

první mezinárodní distribuční centra (HUB), kterými za noc projde přes 330 000 zásilek. Významným mezníkem pro společnost je rok 1998, kdy se stala akcionářem DHL společnost Deutsche Post. Od 1. ledna 2002 je Deutsche Post World Net většinovým akcionářem DHL (od konce roku 2002 vlastnila 100% všech akcií). Roku 2003 změnila DHL své korporátní barvy z červené a bílé na žlutou a červenou, v dubnu stejného roku započala vizuální transformace všech firemních aut, obalového materiálu a budov. Dále v roce 2003 koupila DHL společnost Airborne Express. O rok později bylo v Praze otevřeno nové IT středisko, které nahradilo IT středisko v Londýně a zároveň se DHL stala novou značkou pro mezinárodní zásilky Deutsche Post. Společnost DHL se také věnuje charitativním akcím, výzkumům na podporu vývoje a inovace logistických činností. Pro tyto účely bylo otevřeno v roce 2007 inovační centrum nedaleko Bonnu. Důležitým mezníkem pro inovaci, rozvoj a podporu služeb byl rok 2007, kdy DHL otevřela evropskou leteckou centrálu v německém Lipsku na letišti v Halle. V dnešní době působí DHL ve více než 220 zemích světa, zaměstnává přes 300 000 lidí a působí v letecké, pozemní i námořní dopravě. DHL je součástí skupiny Deutsche Post DHL. Tržby skupiny dosáhly v roce 2009 více jak 46 miliard euro.

DIVIZE DHL EXPRESS:

DHL Express je divize DHL nabízející přepravní řešení expresní letecké přepravy zásilek do více než 220 zemí světa včetně služeb pro vyzvednutí a doručení prioritních zásilek v nejkratším možném termínu doplněné expresními přepravami kusových a balíkových zásilek v České republice. Široká nabídka přepravních řešení umožňuje nastavit si cenu a doručení přesně podle potřeb a možností.

DIVIZE DHL FREIGHT

Divize DHL Freight nabízí komplexní řešení pro mezinárodní i vnitrostátní přepravu, celovozové přepravy i pro konsolidaci kusových zásilek v Evropě. Transportní řešení z domu do domu pokrývají celou Českou republiku a Evropu. DHL Freight kromě toho zajišťuje rychlé celní odbavení, poradenství, outsourcing a skladování.

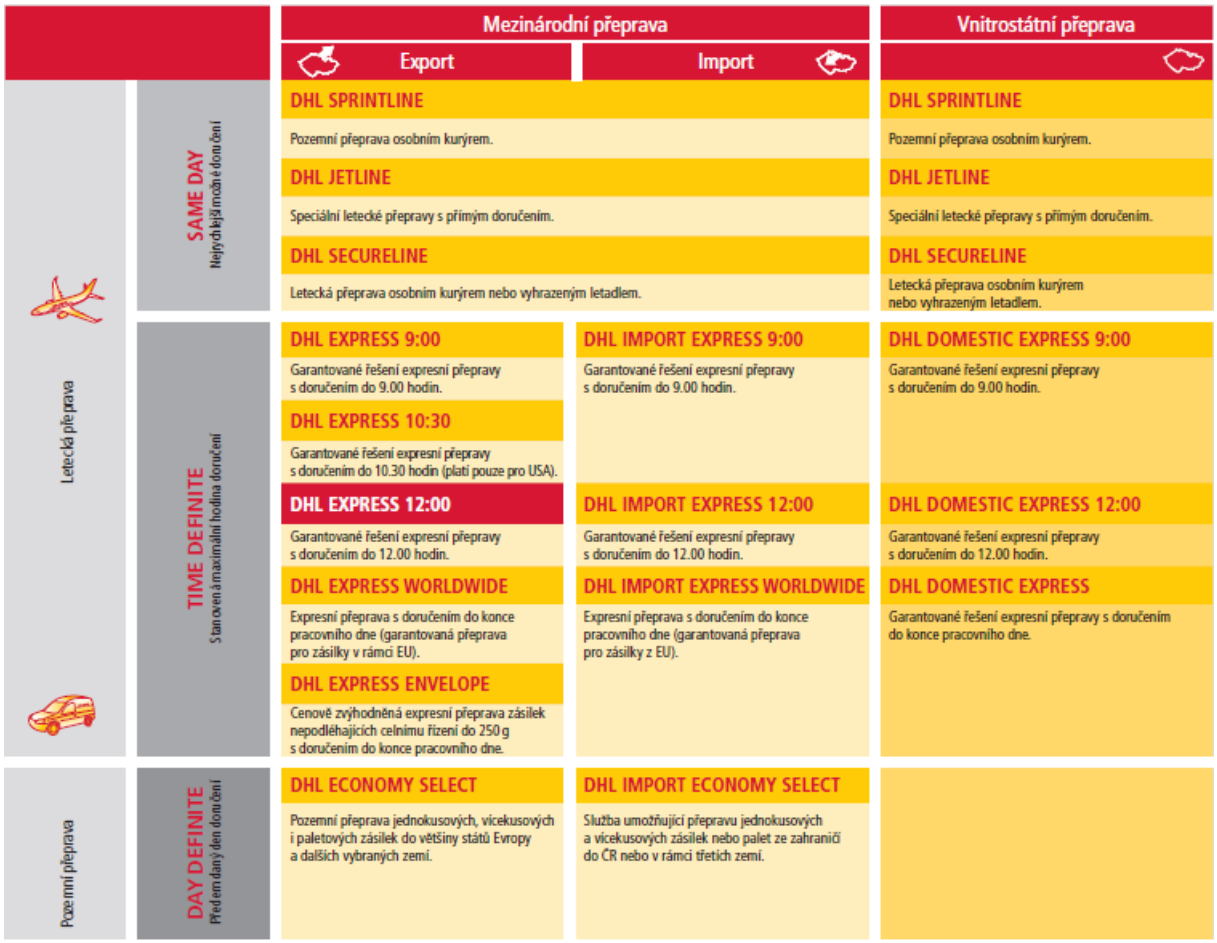
Obrázek č. 3: DHL v číslech

DHL Express (Czech Republic) s.r.o.	
počet zaměstnanců:	více než 1 400
počet obsluhovaných zemí:	více než 220
počet letadel:	2
počet poboček:	54, z toho 7 v Praze
počet automobilů:	381
počet call center:	2
počet gateway:	3
počet obsluhovaných obcí v rámci ČR:	více než 9 000

Zdroj: DHL

2.2 Služby DHL

Obrázek č. 4: Přehled nabízených služeb DHL



Zdroj: DHL

2.2.1 Služba Same Day

Služba Same Day nabízí vyzvednutí a doručení zásilek v nejkratším možném termínu. Služba je určena především pro časově citlivé zásilky, jejichž doručení je pro zákazníka prioritou. Při přepravě urgentních zásilek je DHL schopné připravit návrh řešení přesně pro danou situaci.

DHL JETLINE

Služba přepravy nejbližším leteckým spojem a doručení ze stolu na stůl do jakéhokoliv místa určení s cílem doručení v co nejkratším čase.

Základní charakteristiky DHL JETLINE jsou:

- nejrychlejší způsob doručení v předem dohodnutých termínech,
- individuální přístup ke každé zakázce,
- okamžité vyzvednutí zásilky speciálně vyškolenými zaměstnanci DHL,
- osobní dohled nad zásilkami po celou dobu přepravy,
- cena služby stanovená před realizací zakázky.

DHL SPRINTLINE

Je přeprava uskutečňována po pozemních komunikacích za dohledu kurýra uskutečněná v nejkratším možném čase.

Základní charakteristiky DHL SPRINTLINE jsou:

- nejrychlejší způsob doručení v předem dohodnutých termínech,
- individuální přístup ke každé zakázce,
- okamžité vyzvednutí zásilky speciálně vyškolenými zaměstnanci DHL,
- osobní dohled nad zásilkami po celou dobu přepravy,
- cena služby stanovená před realizací zakázky.

DHL SECURELINE

Je letecká přeprava za osobního dohledu zkušeného kurýra nebo speciálně vyhrazeným letadlem. Doručení je uskutečněno v co nejkratším možném čase.

Základní charakteristiky DHL SECURELINE jsou:

- kurýr na palubě letadla či pronajaté letadlo v závislosti na typu zásilky,
- nejrychlejší způsob doručení v předem dohodnutých termínech,
- individuální přístup ke každé zakázce,
- okamžité vyzvednutí zásilky speciálně vyškolenými zaměstnanci DHL,
- osobní dohled nad zásilkami po celou dobu přepravy,
- cena služby stanovená před realizací zakázky.

2.2.2 Time Definite

Pro mezinárodní přepravu zásilek ze stolu na stůl do určitého času nebo do konce následujícího pracovního. Globální služba zajišťovaná lokálními týmy poskytuje rychlé doručení s možností sledování zásilek po celou dobu přepravy. V případě zásilek směřujících z a do EU jsou standardně poskytovány také celní služby.

DHL EXPRESS WORLDWIDE

Worldwide je mezinárodní exportní služba, která přepraví zásilku s časem doručení do konce pracovního dne do více než 220 zemí světa.

Základní charakteristiky DHL EXPRESS WORLDWIDE jsou:

- garance vrácení 100% přepravného pro zásilky v rámci EU,
- přeprava zásilek o hmotností větší než 250 kg,
- pružný systém objednání a vyzvednutí zásilky v tentýž den,
- hladký clení průběh zásilek zkušenými deklaranty.

DHL EXPRESS ENVELOPE

Je mezinárodní služba pro doručování dokumentů za zvýhodněnou cenu. Služba je vymezena hmotnostním limitem 200g. Obalové materiály včetně obálky Easy Pack, jsou zahrnuty v ceně služby.

Základní charakteristiky DHL EXPRESS ENVELOPE jsou:

- v rámci EU přepravujeme dokumenty i zboží,
- snadná a bezpečná přeprava důležitých dokumentů,
- pružný systém objednání a vyzvednutí zásilky v tentýž den,
- obálka je zahrnuta v ceně služby.

DHL EXPRESS EASY

Zjednodušené odesílání zásilek typu Time Definite v síti partnerských recepcí DHL.

Základní charakteristiky DHL EXPRESS EASY jsou:

- doručení do konce pracovního dne,
- k dispozici pouze na partnerských recepcích DHL SERVICE POINT,
- snadno použitelné balení na zásilky od 500g do 25kg,
- možnost platit pouze hotově.

2.2.3 Day Definite

Služba Day Definit je mezinárodní přepravu ode dveří ke dveřím s doručením do určitého dne pro méně urgentní a těžší zásilky.

DHL ECONOMY SELECT

Tato služba je určena pro pozemní přepravu kusových, vícekusových, či paletových zásilky s doručením do určitého dne.

Základní charakteristiky DHL ECONOMY SELECT jsou:

- potřeby přepravy méně urgentních a většinou těžších zásilek,
- nákladově efektivní a spolehlivá služba,
- vyzvednutí a doručení zásilek po celém území Evropy,
- vyzvednutí zásilky ten samý den při objednání do 8.00 hodin.

2.2.4 Služba Domestic

Služba Domestic je vnitrostátní expresní přeprava v rámci ČR s různými možnostmi doručování. Od urgentního doručení tentýž den po garantované doručení časově kritických zásilek následující den či doručení méně urgentních zásilek do určitého dne.

DHL JETLINE

Stejné podmínky jako u mezinárodní přepravy.

DHL SPRINTLINE

Stejné podmínky jako u mezinárodní přepravy.

DHL SECURELINE

Stejné podmínky jako u mezinárodní přepravy.

DHL SAME DAY

Dodávka ze stolu na stůl s garantovaným doručením zásilek v den vyzvednutí.

- nejrychlejší způsob doručení v předem dohodnutých termínech,
- individuální přístup ke každé zakázce,
- okamžité vyzvednutí zásilky speciálně vyškolenými zaměstnanci DHL,
- osobní dohled nad zásilkami po celou dobu přepravy,
- cena služby stanovená před realizací zakázky.

TIME DEFINITE

Pro přepravu zásilek ze stolu na stůl do určitého času nebo do konce následujícího pracovního dne. Globální služba zajišťovaná lokálními týmy poskytuje rychle doručení s možností sledování zásilek po celou dobu přepravy.

DHL DOMESTIC EXPRESS 9:00

Stejné podmínky jako u mezinárodní přepravy.

DHL DOMESTIC EXPRESS 12:00

Stejné podmínky jako u mezinárodní přepravy.

DHL DOMESTIC EXPRESS 18:00

Vnitrostátní služba, přepravy zásilky do vybraných oblastí ČR následující pracovní den vždy s časem doručení do konce pracovního dne.

- garance vrácení 100% přepravného,
- přeprava zásilek o hmotnostní větší než 250 kg,
- pružný systém objednání a vyzvednutí zásilky v tentýž den.

DHL DOMESTIC EXPRESS4YOU

Zjednodušené odesílání zásilek typu Time Definite v síti partnerských recepcí DHL Service Points.

Základní charakteristiky DHL DOMESTIC EXPRESS4YOU jsou:

- doručení do konce pracovního dne,
- k dispozici pouze na partnerských recepcích DHL Service Points,
- snadno použitelné balení na zásilky od 500g do 25kg,
- možnost platit pouze hotově.

2.2.5 Doplňkové služby

Pojištění

Společnost DHL Express nabízí svým zákazníkům finanční ochranu před veškerými riziky fyzické ztráty či poškození zásilky, které mohou způsobit externí vlivy, a to nad rámec své běžné odpovědnosti.

Obalové materiály

DHL Express nabízí zákazníkům standardní obalové materiály opatřené logem DHL, například obálky, malé krabice, krabice na víno a plastovou obálku – tzv. flyer, a to

pro přepravu typu Time Definite zcela zdarma. Zákazníci si mohou vybrat také z placených standardních obalových materiálů označených logem DHL, například z větších krabic a trojúhelníkových tubusů ideálních pro posílání těžšího zboží. DHL Express nabízí obalové materiály přizpůsobené potřebám různých odvětví, například termoobaly pro diagnostické vzorky. V případě požadavku jsou ve většině zemí k dispozici i zásoby suchého ledu.

Příprava zásilky

DHL Express zajistí přípravu nákladového listu, přípravu obsahu zásilky, označování štítky a přípravu dokumentace.

Nebezpečné zboží

V případě expresních zásilek s určitým typem nebezpečného zboží je DHL Express certifikovaným přepravcem v souladu s předpisy IATA a ADR

Nestandardní vyzvednutí a doručení

DHL Express nabízí několik možností vyzvednutí a doručení zásilek v případech, kdy pracovní doba je příliš krátká. Ať jde o čas mimo běžnou pracovní dobu, o víkendy, svátky, vyzvednutí v odlehlé oblasti či doručení do odlehlé oblasti.

Oznámení o doručení

DHL Express může zaslat faxem, e-mailem, prostřednictvím SMS oznámení o doručení či doručení telefonicky oznámit.

Doklad o doručení

DHL Express může zajistit kopii podpisu příjemce jako důkazu o doručení zásilky. Doklad o doručení zásilky se odesílá faxem nebo e-mailem zpět odesílateli a je ideální volbou pro zákazníky, kteří nemají přístup k Internetu.

Pokus o opakované doručení

Pokud na adrese uvedené na nákladovém listu není příjemce zastižen, je zásilka opětovně doručována tak dlouho, dokud nebude úspěšně předána.

Přeprava do odlehlých oblastí

Díky rozsáhlé síti je možné dosáhnout na zákazníky a dodavatele i v příhraničních oblastech či v nesnadno přístupných lokalitách.

Vlastní odběr (Hold for Pick up)

Někdy je snazší, když si zákazník vyzvedne zásilku sám na pobočce DHL Express, než se pokoušet doručit zásilku na nejistou adresu. Stačí v době objednávky požádat o tuto službu a zaměstnanci zákaznického servisu v místě určení uvědomí příjemce, že je zásilka připravena k vyzvednutí.

GoGreen

GOGREEN je přírodně šetrná přepravní služba, která je dostupná zákazníkům se zákaznickým číslem. Její součástí je výpočet CO^2 pro každou zásilku, neutralizace emisí CO^2 prostřednictvím nástroje DHL Carbon Management a výroční potvrzení o neutralizaci CO^2 vydané certifikovaným ústavem.

Uskladnění

DHL Express zajistí bezplatné uskladnění až do 7 kalendářních dnů.

2.3 Cenová politika DHL

U společnosti DHL se zákazníci a tvorba ceny za služby rozdělují do 4 základních kategorií multichannel and direkt, tele sale, field sale a key account.

Multichannel and direkt

Tento kategorie zákazníků je někdy označována jako First time. Zahrnuje jak běžné privátní osoby, tak firmy které využívají služeb dopravců jen zřídka. Tito zákazníci jsou obsluhování především emailovou poštou. V této kategorii nejsou poskytovány žádné slevy (Full tarif).

Tvorba konečné ceny pro multichannel and direkt zákazníka u DHL není nijak složitá. Zákazník má k dispozici přehledný ceník podle služby pro kterou se rozhodne. Jednotlivé ceníky se od sebe liší v závislosti na rychlosti dodání, čím rychlejší je přeprava, tím vyšší je cena. Ceník je rozdělen podle hmotnosti a zón (cílové destinace). Ceny jsou v sazebníku uváděny bez DPH a dalších poplatků. Následným krokem je proto připočítání palivového příplatku, který se stanový podle toho zda jde zásilka leteckou nebo pozemní cestou. K této ceně jsou připočítány další položky podle přání zákazníka, například pojištění, doručení v sobotu, nebezpečné zboží a jiné.

Tele sale

Jak již napovídá název jedná se o formu obsluhování zákazníků prostřednictvím telefonu, kdy jeden zaměstnanec DHL obsluhuje až 500 zákazníků. Mezi firmou DHL je v tomto případě uzavřena smlouva. Slevy jsou určovány individuálně na základě obratu podniku 10 až 100 tisíc Kč za měsíc, při stanovení ceny se vychází ze základního tarifu.

Field sale

Tato kategorie zahrnuje firmy s obratem nad 100 tisíc Kč za měsíc a osobní kontakt zaměstnance DHL tzv. obchodního zástupce, který obsluhuje kolem 20 zákazníků. V tomto případě se stanovuje procento slevy podle hmotnosti odeslaných zásilek za určenou dobu.

Nestandardní slevy:

Firmy v této kategorii se mohou s DHL dohodnout na tzv. Speciál tarifu, kdy je procento slevy vyšší než u základu Field sale. Tento způsob zahrnuje důkladné prověření firmy, jako např. zásilkový obrat, obrat firmy, analýzu konkurence v oblasti, atd. Nestandardní slevu navrhuje obchodní zástupce a předkládá ji ke schválení (3. stupňový systém, 1. přímý nadřízený, 2. sale manager, 3. Pricing and Yield Manager.)

Key account

Jsou klíčoví klienti s velikostí obratu nad 500 tisíc Kč. Obchodní zástupci mají obsluhují méně než 5 zákazníků a jsou znalci v oboru podnikání dané firmy. Ceny jsou za služby stanoveny individuálně podle obratu, počtu zásilek, konkurence, atd.

Obrázek č. 5: Ceník DHL Full tarif

DHL EXPRESS 9:00

ZÁKLADNÍ PŘEHLED CEN/EXPORT:

	Váha (kg)	Zóna 0	Zóna 1	Zóna 2	Zóna 3
Doc, Domestic	0,5	820	2185	2215	2400
	1	830	2745	2940	3305
	1,5	855	3025	3335	3765
	2	880	3305	3730	4225
	2,5	905	3585	4125	4685
	3	935	3810	4465	5110
	3,5	965	4035	4805	5535
	4	995	4260	5145	5960

Zdroj: DHL

Pokud jde zásilka leteckou cestou musí být u zásilky spočítána tzv. objemová hmotnost, která je vypočítána podle rozměrů zásilky. Cena za přepravu je vypočítána podle údaje s vyšší hodnotou.

Pro firmy i běžného uživatele je na internetových stránkách DHL vtvořena velmi přehledná a jednoduchá aplikace, ve které je možné si nastavit požadavky na přepravu, zjistit případnou cenu a následně službu i objednat. Stačí pouze zadat počáteční, cílové místa, rozměry a hmotnost. Během několika vteřin následně aplikace vypočítá cenu.

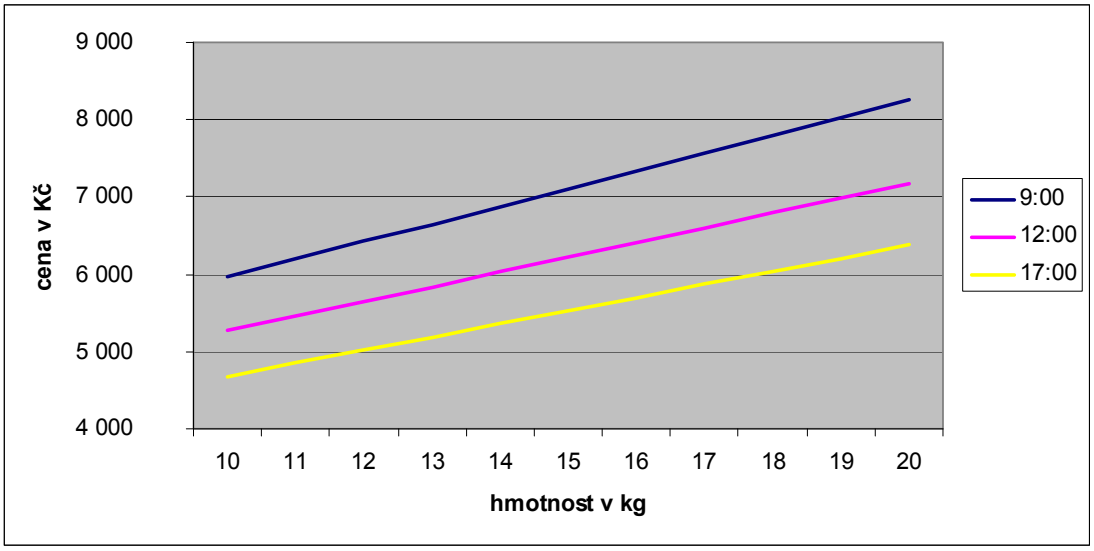
Obrázek č. 6: Internetová aplikace DHL

Zdroj: DHL

Pro názornost jak se od sebe liší jednotlivé ceny za přepravu, jsou v tomto grafu znázorněny tři služby z kategorie (Time definite) s doručením v ranních hodinách, odpoledních hodinách a do konce pracovního dne. Tarifní zóna byla zvolena pro nejbližší sousedy (Rakousko,Slovensko, atd.) Pro lepší přehlednost je zde znázorněna pouze hmotnost od 10 do 20 kilogramů, ale i tak je velmi dobře patrné jak se od sebe jednotlivé služby liší

a jaký je jejich následný vývoj.

Obrázek č. 7: Vývoj cen služeb Time Definite DHL



Zdroj: DHL

Splatnost

Faktura za služby je vystavena 7 dnů po odeslání zásilky. Doba splatnosti je u DHL standardně stanovena na 14 pracovních dnů nebo podle dohody do 30 dnů. V ojedinělých případech může být u klientů z kategorie key account stanovena doba vyšší než 30 dnů.

Palivový příplatek

Výše palivového příplatku se odvozuje z průměrných cen kerosenu/leteckého benzinu na Rotterdamské burze (Rotterdam ARA) za měsíc. Ceny jsou uvedeny v USD centech za US galon. Palivový příplatek se udává v procentech a stanovuje se na každý měsíc.

Obrázek č. 8: Tabulka pro výpočet paliv. příplatku

Od	Do	Výše příplatku
$ 0,60		0,00%
$ 0,60	$ 0,64	0,50%
$ 0,64	$ 0,68	1,00%
$ 0,68	$ 0,72	1,50%
$ 0,72	$ 0,76	2,00%
$ 0,76	$ 0,80	2,50%
$ 0,80	$ 0,84	3,00%
$ 0,84	$ 0,88	3,50%

Zdroj: DHL

Palivový příplatek je v současné době (červen) stanoven pro leteckou přepravu na 13,5%.

U společnosti DHL byl v roce 2004 zaveden palivový příplatek i pro silniční přepravu. Příplatek platí pro vnitrostátní i mezinárodní silniční přepravní služby a určuje se z průměrné ceny ropy včetně cla a daní. Výše palivového příplatku se stanoví na základě průměrné ceny paliva za poslední týden předminulého měsíce (tedy palivový příplatek v květnu se stanoví z průměrné ceny paliva v posledním týdnu měsíce března).

Palivový příplatek je v současné době (červen) stanoven pro silniční přepravu na 5%.

Pojištění zásilek

Služba pojištění zásilek u společnosti DHL, zajišťuje společnost AIG, splňuje obecné požadavky na krytí ztráty či poškození zboží při přepravě. Pojištění je účinné od momentu, kdy společnost DHL Express přebírá kontrolu nad zásilkou, kterou má v držení, až do doby jejího doručení. Pojištění je sjednáno proti fyzické ztrátě či poškození zboží. Výše pojištění se vypočítává podle udané hodnoty zboží (deklarovaná hodnota) při odesílání.

Tabulka č. 1: Pojištění zásilek DHL

služba	výpočet	min.	max.
vnitrostátní	1,% z hodnoty	300 Kč	1 250 000 Kč
mezinárodní	1% z hodnoty	300 Kč	1 250 000 Kč

Zdroj: DHL

3 Analýza cenové politiky na expresním trhu ČR

V této části bych rád představil přední konkurenty v expresních službách na českém trhu, a to především TNT, UPS a FedEx. Chtěl bych se v ní věnovat cenotvorbě, a to jak pro běžného zákazníka tak pro firmy s dlouhodobou smluvní dohodou. Dále bych se chtěl věnovat výpočtu a stanovení palivového příplatku a na konci této části i doplňkovým službám.

3.1 TNT

Je celosvětově uznávaným specialistou v oblasti expresní přepravy, logistiky a poštovních služeb působícím ve více než 200 zemích světa s více než 43 000 zaměstnanci. Zákazníkům garantuje, že jejich zásilky doručí včas a v pořádku. Za tímto účelem provozuje integrovanou leteckou a silniční síť. Používá nejnovější technologie, které zajišťují spolehlivost služeb a současně umožňuje poskytovat zákazníkům skutečně aktuální informace o průběhu přepravy jejich zásilek.

Historie TNT

Společnost TNT byla založena roku 1946 v Austrálii. Zakladatelem byl Ken Thomas, který začal svou činnost s jedním automobilem. Během půl století se jeho společnost stala globálním podnikem s celosvětovou působností. V roce 1992 začala TNT poskytovat mezinárodní expresní služby do Evropy pomocí divize TNT Express Europe. V roce 1996 proběhla integrace TNT a PTT Post (později TPG Post). 27. dubna 1998 zahájila TNT provoz nového evropského třídícího centra v Lutychu (Belgie). V tomto centru byly tři třídící systémy: pro dokumenty, pozemní a letecké kontejnery. Centrum bylo schopno zpracovat až 1 000 tun nákladu s možností rozšířit kapacitu pro budoucí růst přepravovaného nákladu. TGP se rychle rozpínala po celém světě. Roku 2002 zahájila TPG spolupráci s OSN v rámci potravinového programu, jehož cílem bylo pomáhat v boji proti hladu. Tím se stala největším firemním sponzorem této humanitární akce. V témže roce vytvořila TPG joint-venture se skandinávskou společností DFDS Transport Logistic prostřednictvím své divize TNT Logistic. Toto spojení udělalo z TNT vedoucího logistického hráče v severském regionu. Úspěšným rokem pro TPG byl rok 2004. Otevřela novou pobočku v Šanghaji, odkoupila 20,7 milionů svých akcií od Nizozemské vlády, založila vlastní Univerzitu atd. Od 14. ledna 2005

začala TPG působit globálně pod značkou TNT ve všech svých činnostech, což zvýšilo povědomí o společnosti v celosvětovém měřítku. Téhož roku získala španělskou domácí distribuční společnost TG +. V roce 2005 oznámila novou strategii, a to tzv. Strategii sítě. Ta zahrnovala řadu iniciativ, které vytříbily strategické zaměření společnosti na klíčové činnosti jako jsou poštovní služby, expresní služby a Freight Management. Klíčovou činností v rámci nové strategie bylo prodání logistických podniků, zpětný odkup akcií až do výše 1 miliardy € a zaměření své strategie na síťová odvětví. 23. srpna 2006 TNT oznámila, že podepsala smlouvu o prodeji své divize logistiky. Celková hodnota transakce byla 1 480 milionů €. Tyto skutečnosti však neovlivnily rozpínání společnosti. Roku 2006 bylo také dokončeno přejmenování všech částí společnosti, a to přejmenováním Royal TPG Post na Royal TNT Post. Roku 2006 TNT prodává i TNT Freight, tato transakce měla hodnotu 460 milionů €. Všechny tyto skutečnosti jsou důkazem toho, že TNT je jednou z nejrychleji se rozvíjejících společností na světových trzích. Má jasný cíl, být nejlepší na trzích poštovních služeb a snahu působit ve většině zemích Evropy a východní Asie. V České republice má společnost TNT pobočky v Praze, Brně, Ostravě a Hradci Králové.

3.2 Služby TNT

3.2.1 Same day

Této službě se společnost TNT věnuje spíše okrajově, podobně jako společnost DHL. Je určena pro urgentní zásilky, které mají být doručeny v den podání. Zahrnuje vyzvednutí zásilky do 60 minut od podání objednávky, potvrzení o doručení, celní odbavení, možnost pojištění. Narozdíl od ostatních společností, TNT nemá pro zásilky v režimu Same day žádná omezení velikosti či hmotnosti.

- vyzvednutí do 60 minut od objednávky,
- potvrzení doručení,
- celní odbavení,
- žádná omezení velikosti nebo hmotnosti,
- možnost pojištění pro všechny typy zásilek,

3.2.2 Next day - následující pracovní den

Služba Next day zajišťuje vyzvednutí zásilky ve stejný den před koncem pracovní doby a doručení následující (nebo nejdříve možný) pracovní den, zákazník si u této služby může vybrat garantovaný čas doručení:

9:00 Express

Základní charakteristiky služby 9:00 Express jsou:

- garantované doručení do 9:00 následujícího pracovního dne,
- doručení do velkých měst a hlavních obchodních zón ve více než 50 zemích,
- jeden kus maximální hmotnost do 30 kg, celková hmotnost zásilky do 210 kg.

10:00 Express

Základní charakteristiky služby 10:00 Express jsou:

- garantované doručení do 10:00 následujícího pracovního dne,
- doručení do velkých měst a hlavních obchodních zón ve více než 50 zemích,
- jeden kus maximální hmotnost do 30 kg, celková hmotnost zásilky do 210 kg.

12:00 Expres

Základní charakteristiky služby 12:00 Express jsou:

- garantované doručení před polednem následujícího pracovního dne,
- doručení do velkých měst a hlavních obchodních zón ve více než 75 zemích,
- jeden kus maximální hmotnost do 70 kg, celková hmotnost zásilky do 500 kg.

Express

Základní charakteristiky služby Express jsou:

- garantované doručení v rámci následujícího pracovního dne,
- volitelná služba přednostní odbavení (zahrnuje přednostní odbavení zásilky a prioritní doručení příjemci), doručení do více než 200 zemí,
- jeden kus maximální hmotnost do 70 kg, celková hmotnost zásilky do 500 kg,

3.2.3 Garanteed day

Pro méně urgentní balíky a náklady jsou dostupné služby Economy services. Doručení obvykle ve specifický den v rozmezí od 2 do 5 pracovních dnů.

12:00 Economy Express

Základní charakteristiky služby 12:00 Economy Express jsou:

- doručení před polednem v určený pracovní den v rámci tranzitního času,
- doručení do velkých měst a hlavních obchodních zón v 25 evropských zemích,
- zásilky do 500 kg.

Economy Express

Základní charakteristiky služby Economy Express jsou:

- doručení v předem určený den v rozmezí 2-5 pracovních dnů,
- volitelná služba přednostní odbavení (zahrnuje přednostní odbavení zásilky a prioritní doručení příjemci),
- doručení do velkých měst a hlavních obchodních zón ve více než 200 zemích,
- možnost zasílání zásilky od 70 kg po Evropě a do 500 kg po celém světě.

3.2.4 Doplňkové služby

Pojištění,

Které chrání zásilky proti ztrátě či jinému poškození.

Vyzvednutí a doručení zásilky mimo pracovní dny

Přednostní odbavení,

Což je doplňková služba pro zásilky zasílané v režimu Express a Economy Express servis. Zásilka je označena jako „Prioritní", čímž se jí dostane přednostního zacházení pří průchodu přepravní sítí.

Obaly,

TNT poskytuje zákazníkům širokou škálu obalových materiálů (roury, sáčky, krabice pro zásilky 2, 5, 8 a 12 kg atd.).

Shipping Tools

Jsou nástroje pro posílání zásilek. Zajišťují sledování zásilek z webových stránek v rámci speciálního softwaru, který si může zákazník nainstalovat přímo do svého počítače nebo prostřednictvím mobilního telefonu (kdy zákazník pošle sms ve speciálním tvaru a společnost odpoví smskou obsahující polohu zásilky). Aplikace také umožňují stanovení ceny za přepravu.

3.3 UPS

UPS je společnost s 97-letou tradicí, jejíž technologická historie sahá od jízdního kola po Internet. Dnes, s ročním obratem 27,1 mld. USD, představuje největší expresní doručovací a zásilkovou službu na světě. České zastoupení UPS má celkem devět poboček po celém území.

Historie UPS

V roce 1907 byla v Americe velká poptávka po soukromých kurýrních a přepravních službách. Pro splnění této poptávky si 19letý podnikatel James E. ("Jim") Casey zapůjčil 100 USD od přítele a založil společnost American Messenger Company ve městě Seattle, Washington. V odpovědi na telefonní hovory přijímané ve sklepním ústředí kurýrní firmy posílali poslíčci vzkazy, doručovali balíčky, přenášeli vyrozumění, zásilky, zavazadla a podnosy s jídlem z různých restaurací. Většinu dodávek doručovali pěšky a pro delší trasy využívali kolo. V té době bylo k dispozici jenom málo automobilů a obchodní domy používaly pro doručování svého zboží koně a vozy. Bylo to šest let před vytvořením systému americké poštovní služby - United States Parcel Post. Mladá společnost se zaměřovala na doručování zásilek pro maloobchodní prodejny, protože rozvíjející se automobilismus a telefonní síť znamenala snížení obejmu práce pro kurýrní služby. Společnost pro některé dodávky začala používat motocykly. Asi na dva roky společnost získala největšího klienta - United States Post Office, pro kterého doručovala všechny speciální poštovní zásilky, které do Seattlu dorazily. V roce 1930 společnost UPS rozšířila svůj dosah na východní pobřeží, když začala se sdružováním zásilek z několika velkých obchodních domů v New Yorku a Newarku ve státě New Jersey. Trendy let 40. a 50. však žádaly, aby UPS znovu definovala své principy. Během 2. světové války ovlivnil nedostatek paliva a gumy chování obchodů a vedl je k tomu, aby opustily doručovací služby a podporovaly své zákazníky v tom, aby si nákupy vozili domů sami. Bez ohledu na to však UPS i nadále rostla. Zatímco jedna část zápasila o rozšíření přístupu k pozemním trasám, další část se snažila o získání přístupu do vzduchu. V roce 1929 se UPS stala první přepravní službou, která poskytovala leteckou přepravu prostřednictvím soukromých leteckých linek. Nedostatek objemu (způsobený částečně celosvětovou hospodářskou krizí) přispěl k ukončení této služby ještě ten samý rok. V roce 1953 UPS obnovila leteckou přepravu, přičemž nabízela službu doručení do dvou dnů ve velkých městech na východním a západním pobřeží. Poptávka po leteckém doručování zásilek

se zvýšila v 80. letech a federální uvolnění pravidel pro letecké přepravce vytvořilo pro společnost UPS nové příležitosti. Avšak deregulace rovněž přivodila změnu, protože vedla k redukci letů a opuštění některých tras. Aby bylo možné zajistit spolehlivost, společnost začala vytvářet vlastní flotilu proudových letadel. V roce 1993 doručila 11,5 miliónu balíků a dokumentů každý den více než jednomu miliónu pravidelných zákazníků. Díky takovému ohromnému objemu musela vyvinout technologii na udržení své efektivity, zachování konkurenčních cen a poskytování nových služeb zákazníkům. Technologie v UPS pokrývá skutečně velký rozsah, od malých ručních zařízení až po speciálně navržená vozidla pro dopravu zásilek a globální počítačové a komunikační systémy.

3.4 Služby UPS

3.4.1 Mezinárodní doručení

Společnost UPS nabízí časově (hodina a den) zaručenou službu globálního doručování po světě, podle místa určení vaší zásilky.

UPS Express Plus

Tato služba je určena k doručování urgentních zásilek s dobou doručení do 9:00 hodin následující den po dni podání.

Základní charakteristiky služby UPS Express Plus jsou:

- doručení následující den do 9:00 do většiny zemí v Evropě,
- doručení druhý pracovní den do 9:00 na většinu komerčních adres v USA, do velkých obchodních oblastí v Kanadě a do většiny obchodních oblastí v Asii,
- datumově zaručené doručení do 9:00 dopoledne do ostatních míst určení po celém světě,
- doručení do cca 30 zemí a teritorií.

UPS Express

Služba UPS Express je určena pro zásilky, které mají být doručeny následující den do 12:00 hodin. V 70 % zemí EU včetně Lichtenštejnska, Norska a Švýcarska je garantovaná doba doručení od 10:30 do 12:00 hodin následující pracovní den. V USA a v důležitých oblastech Kanady je garantovaný čas dodání do 10:30 u 75 % zásilek, do 12:00 hodin u 90 % zásilek.

Základní charakteristiky služby UPS Express jsou:

- doručení následující den do 10:30 nebo 12:00 dopoledne na většinu obchodních adres v Evropě,
- doručení 2. pracovní den do 10:30 nebo 12:00 dopoledne na většinu adres v USA a do velkých obchodních oblastí v Kanadě,
- doručení následující den do konce dne na všechny ostatní adresy v USA a Kanadě,
- datumově zaručené dodání do 2 až 3 pracovních dnů již do 10:30 nebo do 12:00 ve vybraných oblastech Asie,
- doručení do více než 45 zemí.

UPS Express Saver

Jde o celosvětovou službu, která je dostupná ve více než 200 zemích světa, jde o cenově zvýhodněnou alternativu UPS Express. doručení následující pracovní den během dne do téměř všech evropských obchodních center.

Základní charakteristiky služby UPS Express Saver jsou:

- doručení druhý pracovní den ke konci dne na většinu adres v USA a do většiny velkých obchodních center v Kanadě,
- doručení během dne do dvou nebo tří pracovních dní do zemí v Asii,
- datumově zaručené dodání během dne do ostatních zemí celého světa,
- více než 215 zemí a teritorií.

UPS Expedited

Tato služba se zabývá doručováním zásilek v předem stanovených časech mimo území Evropy s garantovanou dobou doručení 1–5 pracovních dnů.

Službu v případě méně urgentních zásilek do míst určení mimo Evropu.

Základní charakteristiky služby UPS Expedited jsou:

- plánované datumově zaručené,
- ideální možnost pro méně časově náročné zásilky,
- služba od dveří ke dveřím s celním odbavením,

UPS Standard

Služba je zaměřená na doručování zásilek v předem stanoveném čase všude v Evropě. Garantuje dodání během 1 až 5 pracovních dnů. Hmotnostní limit je posunut na100 kg.
Služba pro případ méně urgentních zásilek do míst určení v Evropě.
Základní charakteristiky služby UPS Standard jsou:

- plánované datumově zaručené dodání do pěti dnů po celé Evropě závisí na místě původu a určení,
- více než 30 zemí a teritorií v Evropě.

3.4.2 Vnitrostátní doručení

UPS nabízí doručení garantované v přesný čas a v určitý den podle místa určení. Pro vnitrostátní doručení UPS nabízí služby **UPS Express Plus** pro doručení další den do 9:00 ráno do Prahy z většiny obchodních oblastí. **UPS Express** pro doručení následující den do 12:00 v poledne do většiny obchodních oblastí v zemi a služba **UPS Express Saver** doručení ke konci následujícího pracovního dne na každou adresu v zemi.
Pro všechny tyto služby je charakteristické:

- doručení se zárukou vrácení peněz,
- bezplatná balení UPS.

3.4.3 Doplňkové služby

UPS Internet Shipping

Služba umožňuje zpracování přepravní dokumentace, sledování přepravy on-line a vytisknutí veškeré potřebné celní dokumentace.

UPS CampusShip

Tato služba poskytuje stejné výhody jako služba UPS Internet Shipping, ale navíc má možnost centralizované kontroly.

UPS WorldShip

Program zajišťující zorganizování efektivní přepravy a sledování balíků, automaticky vytváří veškerou nutnou přepravní dokumentaci a předává informace společnosti UPS.

Nástroje UPS OnLine

Zahrnují UPS Rates and Service Selection, jenž umožňuje online porovnávání ceny, vybírání přepravní služby a UPS Tracking, který zprostředkovává zákazníkům nejaktuálnější informace o pohybu jejich zásilky (sledování zásilek je možné pomocní webových stránek společnosti nebo pomocí sms).

Potvrzení o doručení

Služba je určena pro zákazníky, kteří nemají přístup k internetu, pro tuto skupinu klientů UPS poskytuje potvrzení o doručení zásilky na požádání faxem nebo poštou.

UPS OnLine™ Tracking Tool

Zajišťuje sledování zásilek i ve vlastních informačních systémech zákaznické společnosti.

Služba s doručením v sobotu

Společnost UPS nabízí sobotní doručení zásilek do vybraných míst prostřednictvím služby UPS Express.

3.5 FedEx

Federal Express Corporation ("FedEx Express") je světově největší expresní přepravní společností. Díky vysoké výkonnosti v letecké přepravě a rozsáhlé letecké i pozemní infrastruktuře dokáže FedEx Express během 1 nebo 2 pracovních dnů propojit trhy, na kterých se realizuje až 90% světových ekonomických aktivit. V České republice již od roku 1992 poskytuje služby FedEx v licencovaném zastoupení společnost Inspekta a.s., prostřednictvím které je obsluhováno území celé České republiky. S pomocí napojení na přepravní síť FedEx a moderních technologií sledování pohybu zásilek získávají zákazníci výhody rychlé přepravy "door-to-door" včetně navazujících služeb vysoké kvality.

Historie FedEx

V červnu 1971 Frederick W. Smith zakládá společnost FedEx (Federal Express). Centrálou společnosti byl zvolen Memphis, jako původní geografické centrum cílových trhů, kam byly dodávány malé zásilky. V noci z 12. na 13. března 1971 byla poprvé vyzkoušena expresní přeprava. Bylo přepraveno pouze 6 zásilek v rámci sítě, která zahrnovala pouze

11 měst mezi Dallasem v Texasu a Cincinati v Ohiu. 17. dubna 1973 proběhlo oficiální zahájení činnosti. V roce 1975 zahájil mezinárodní přepravu. Doposud byly přepravovány zásilky jenom v rámci Spojených států. V roce 1979 byla zřízena první mezinárodní divize ve Švýcarsku. V roce 1984 je zahájena činnost v Evropě a na Dálném východě, rok na to jsou podepsány smlouvy se smluvními přepravci po celém světě. V roce 1986 FedEx začíná provozovat trans-atlantickou přepravu, zdokonalení řízení a kontroly zásilek přepravovaných v rámci Anglie, Skotska, Walesu a Severního Irska. Rok na to (1987) bylo otevřeno 17 nových poboček v Evropě, Kanadě, Japonsku, Karibské oblasti a Mexiku. V listopadu 1988 FedEx poprvé přepravil 1.000.000 zásilek za jediný den a byl jmenován oficiálním expresním přepravcem pro Olympijské hry v Calgary. V devadesátých letech bylo zahájeno přímé letecké spojení mezi klíčovými evropskými a asijskými městy. Došlo k rozšíření obsluhovaného teritoria na 170 zemí. Byla vytvořena globální servisní síť GSP (Global Service Participants).

3.6 Služby FedEx

3.6.1 Regionální služby EuroOne

FedEx Europe First

FedEx představil významná zlepšení svých služeb, aby pomohl uspokojit potřeby rychlého a spolehlivého spojení v rámci kontinentu. Od 27. září 1999 FedEx nabízí vylepšené doručování do následujícího pracovního dne mezi stovkami evropských měst, s možností pozdějšího vyzvedávání zásilek (16:30-17:30 v Praze), a zkrácené časy doručení. Přeprava do následujícího pracovního dne je dostupná mezi vybranými městy Velké Británie, Německa, Španělska, Francie, Belgie, Irska, Itálie, Nizozemí, Portugalska, Dánska, Norska, Finska, Švédska, Rakouska a z nejvýznamnějších měst Izraele.

FedEx International Priority (Evropa)

Tato služba má stejné charakteristiky jako služba FedEx Europe First krom toho, že z České republiky je možné pomocí této služby posílat zásilky pouze do Belgie, Francie, Irska, Itálie, Německa, Nizozemska, Španělska, Švýcarska a Velké Británie. Další odlišností je, že na doručení má společnosti celý následující den, není zda garance dopoledního doručení jako u služby FedEx Europe First.

3.6.2 Mezinárodní služby

FedEx provozuje největší letku vysoko kapacitních letadel, jejichž prostřednictvím doručuje hodnotné expresní zásilky do 214 zemí celého světa. Pro dopravu dokumentů i zboží podléhajícího clu může doručovat "od domu k domu" včetně proclení.

FedEx International Priority

Služba garantuje doručení do 10:30 následující pracovní den v USA. Do Kanady, Mexika a hlavních měst západní Evropy do 12:00 následujícího pracovního dne. Do Asie, Latinské Ameriky a Afriky garantuje doručení do 2 až 4 dnů. Včasné expresní služby " od domu k domu" s celním odbavením pro dokumenty a zboží podléhající clu do hmotnosti 68 kg.

Základní charakteristiky služby FedEx International Priority jsou:

- doručení do USA, Kanady a Mexika do 10:30 hod. následujícího pracovního dne,
- doručení do většiny měst západní Evropy následující den,
- efektivní a rychlý systém celního odbavení,
- obalové materiály a software pro zasílání zdarma,
- sledování zásilek po celém světě v reálném čase.

FedEx vylepšil své mezinárodní expresní letecké dopravní služby, takže nyní obsluhuje více světových trhů. Zajišťuje celní odbavení pro přepravu hodnotných nákladů s deklarovanou hodnotou až 100 000 dolarů do většiny destinací.

FedEx International Freight Services

Jde o specializovanou službu pro expresní přepravu těžkých a objemných zásilek s předem daným časem doručení a se zajištěním celního odbavení. Tato služba je pro veškeré zásilky do celého světa o hmotnosti v rozmezí od 68 kg do 1 000 kg na balík. FedEx International Priority Freight pokrývá hlavní regiony celého světa. Je k dispozici pro více než 130 zemí a území na celém světě.

FedEx 10 kg and 25 kg Boxes

Služba je určena pro balíky vážící 10 kg a 25 kg, které jsou přepravované v obalech společnosti FedEx s rozměry: pro 10 kg jsou 41*33*25 cm, pro 25 kg činí 51*43*33 cm. Přepravní časy a lokality doručení má FedEx Box stejné jako služba FedEx International Priority,

3.6.3 Vnitrostátní služby

Společnost Fedex neposkytuje žádnou službu pro vnitrostátní doručování.

3.6.4 Doplňkové služby

Obaly

Společnost poskytuje svým zákazníků obaly zdarma, obalový materiál lze objednat na webových stránkách společnosti.

On-line sledování zásilek

Na webových stránkách pomocí zákaznického čísla, sms, e-mailu nebo na osobním počítači za pomocí speciálního softwaru, který je zdarma.

Pojištění

U některých zásilek až do výše 100 000 USD.

Potvrzení o doručení

Bezproblémové proclení

3.7 Cenová politika

3.7.1 TNT

Retail zákazník

U společnosti TNT, každý ze zákazníků automaticky získá základní ceník, v němž jsou uvedeny ceny za služby. Cena se stanovuje podle hmotnosti zásilky a podle místa doručení. Jako dalším kritériem je rychlost doručení, která je stanovena zákazníkem. Na výběr má z několika kategorii stanovené časem doručení (Next day), kdy je zásilka doručena příštího dne v garantovaných časech (9:00, 10:00, 12:00 a do konce pracovního dne) anebo dnem doručení (Garanteed day) kdy je termín doručení 2 až 5 dnů. Místa doručení jsou v ceníku rozděleny do několika zón, v případě TNT se jedná o pět zón, do kterých je rozděleno 228 destinací z celého světa. Ceny v tomto ceníku jsou základní a není v nich započítáno DPH ani jiné příplatky.

Obrázek č. 9: Ceník TNT

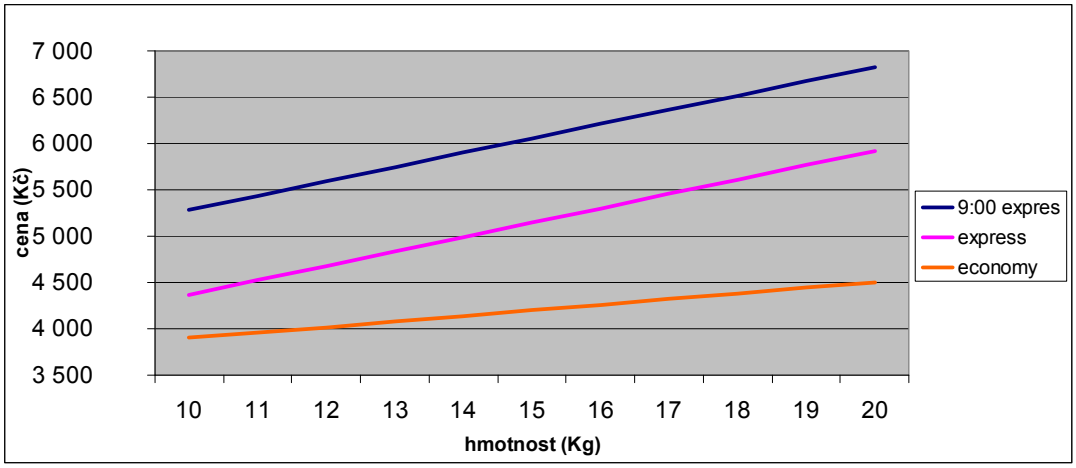
express

váha v kg	zóna 1	zóna 2	zóna 3	zóna 4	zóna 5
0.50	1265	1315	1825	2125	2385
1.00	1765	1995	2415	2845	3255
1.50	1980	2295	2779	3300	3827
2.00	2195	2595	3143	3755	4399
2.50	2410	2895	3507	4210	4971
3.00	2598	3150	3819	4620	5512

Zdroj: TNT

Ceníky pro jednotlivé časy doručení se liší svou cenou. Čím je rychlost dodání kratší, tím je cena za službu vyšší. V následujícím grafu jsem uvedl příklad tří služeb. První dvě jsou z kategorie (Next day), tedy doručení následující pracovní den do 9 hodin ráno a do konce pracovního dne (obvykle do 18. hodiny). Třetí služba je z kategorie (Garanteed day) garantovaný čas dodání, s obvyklou dodací lhůtou v rozmezí 2 až 5 pracovních dnů. Ceny jsou v grafu uvedeny pouze pro oblast od 10 do 20 kilogramů. Z uvedeného příkladu je velmi patrné jak se liší ceny za jednotlivé služby a jak se jejich ceny dále vyvíjí. Příklad cen je uveden pro mezinárodní zásilky, tarifní zónu jedna (tzn. Německo, Polsko, Rakousko, Slovensko, Maďarsko)

Obrázek č. 10: Porovnání vývoje cen služeb 9:00 express, express a economy společnosti TNT



Zdroj: TNT

Smluvní zákazník

Ceníky pro firmy jsou odvozené od základního, který platí pro běžné uživatele. Výše slevy, kterou TNT svým smluvním zákazníkům poskytuje, sahá až do výše 80 %. Jak vysokou slevu nakonec zákazník získá, je velmi individuální a nelze ji určit pouze za pomoci tabulek. Odvíjí se od množství posílaných zásilek za měsíc, ale velkou roli hraje i síla konkurenčních poskytovatelů v daném regionu.

Pro příklad: Firma, která posílá pět zásilek za měsíc získá od TNT slevu ve výši 30%. Jiná firma, která posílá také pět zásilek za měsíc získá od TNT slevu 50 %, v tomto případě společnost TNT zvýšila svou slevu, protože musela reagovat na konkurenční nabídky pro tuto firmu. Další z důkazů, že vzájemná konkurence snižuje cenu pro zákazníka.

Tím kdo navrhuje a schvaluje cenovou nabídku pro firmy jsou obchodní zástupci v terénu nebo v kancelářích (tzv. Indoor Sales). Tito zástupci společnosti TNT jsou odpovědni za výši poskytnuté slevy, ale také za plnění dohodnutých podmínek. V případě, že se jedná o dohodu se slevou vyšší než 55 % je nutné, aby cenovou nabídku odsouhlasilo vedení společnosti.

Většina dohod, které TNT uzavře se svými zákazníky jsou velice individuální a tvoří se podle charakteru a potřeb dané firmy, která může mít upravení ceník pouze pro určitou destinaci (např. USA), přičemž pro ostatní destinace platí ten základní.

TNT má jako jediná na českém tru ceník, který je přímo úměrný odesílaným zásilkám. Podle toho kolik firma pošle zásilek za měsíc takovou dostane slevu.

Obrázek č. 11: Procento slevy TNT

Počet zásilek za měsíc	Procento slevy
1	10%
2	20%
3-5	30%
6-10	40%
11-20	50%
> 20	55%

Zdroj: TNT

Zákazníci TNT nejsou vázání žádnou smlouvou, pokud ji ovšem oni sami nevyžadují. Společnost je se zákazníkem dohodnuta na cenách za předem určený objem zásilek, pokud je firma nesplňuje je cena za služby navrácena na základní úroveň.

Splatnost

Základní formou placení za službu je hotovostní, a to přímo na pobočce při předání zásilky a nebo kurýrovi, který zásilku přebírá. Další formou placení za službu, využívané především firmami je prostřednictvím faktury, a to v papírové nebo elektronické podobě. Společnost TNT v současné době dává přednost elektronické formě, a to z důvodu její rychlosti, kdy je faktura zákazníkovi doručena do emailové schránky během několika minut, druhým důvodem je její cena, která je v tomto případě nulová. Další nespornou výhodou je její zálohovaní v systému, a to na obou stranách. Společnost TNT se snaží o vytlačení papírové formy faktury a proto ji také od ledna roku 2010 zpoplatnila.

Doba splatnosti je standardně nastavena na 14 dnů, ale je možné nastavit její splatnost na 21, 30 nebo 60 dnů. Opět záleží na dohodě s obchodním zástupcem a na platební morálce firmy.

Palivové příplatky

Palivový příplatek je nedílnou součástí každé ceny za službu a je připočítáván u každého zákazníka. Pro Českou republiku je palivový příplatek vypočítáván stejně jako pro jiné evropské země. Je založen na indexu a jeho cena se odvíjí od ceny ropy Brent na Londýnské burze. Palivový příplatek je aktualizován každý měsíc na základě zaokrouhleného průměru ceny za barel surové nafty, kterou zveřejňuje Ministerstvo pro energetiku USA. TNT začala počítat s palivovým příplatkem od roku 2005. Palivový příplatek je stejný pro všechny služby.

Obrázek č. 12: Výpočet palivového příplatku TNT

TNT Express Europe		
Brent Crude Spot Price US$/ Barrel (London)		Fuel Surcharge
From	To	
0.00	21.00	0.0%
21.01	22.20	0.5%
22.21	23.40	1.0%
23.41	24.60	1.5%
24.61	25.80	2.0%
25.81	27.00	2.5%
27.01	28.20	3.0%
28.21	29.40	3.5%
29.41	30.60	4.0%

Zdroj: TNT

V současné době (červen 2010) je palivový příplatek TNT stanoven na 17,5%.

Doplňkové služby

Dalším prvkem, který zvyšuje cenu služby jsou tzv. doplňkové služby. Nejčastěji používanou službou je pojištění zásilek, které se vypočítává z deklarované hodnoty posílaného zboží. Cena se u stanovuje rozdílně pro vnitrostátní a mezinárodní zásilky.

Tabulka č. 2: Pojištění zásilek TNT

služba	výpočet	min.	max.
vnitrostátní	0,5% z hodnoty	100 Kč	700 000 Kč
mezinárodní	1% z hodnoty	300 Kč	25000

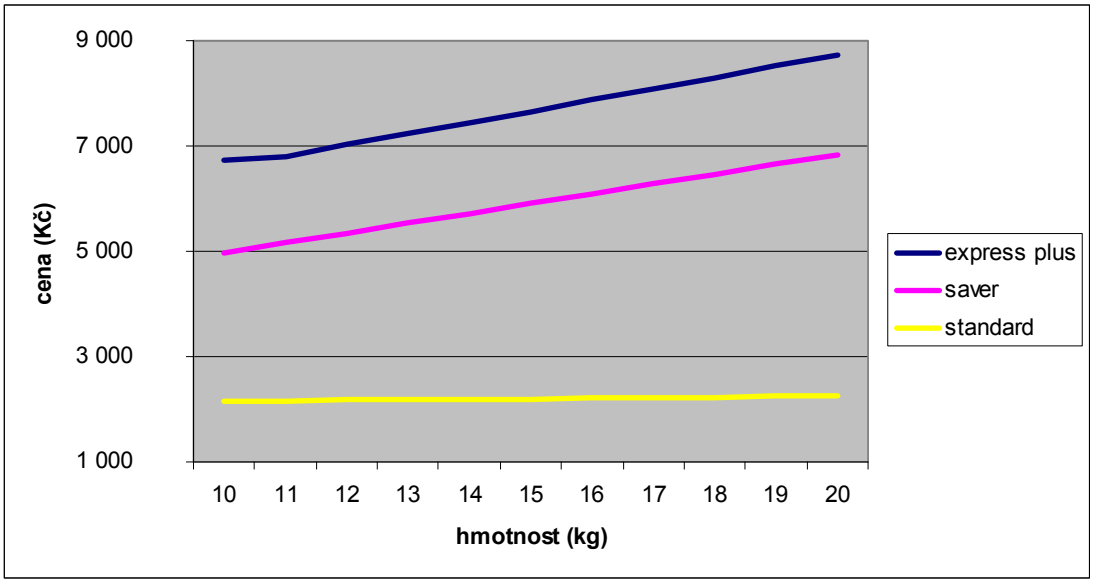
Zdroj: TNT

3.7.2 UPS

Retail zákazník

U společnosti UPS se ceny za služby pro běžného uživatele stanovují velmi podobně jako u všech ostatních expresních společností v ČR. Vypočítávají se ze základního ceníku, který je sestavován speciálně pro Českou republiku marketingovým týmem v Bruselu. Cena je opět stanovena podle hmotnosti, místa doručení a rychlosti doručení. Pro názornost jsem opět uvedl příklad tří služeb velmi podobných jako u TNT. Express Plus je služba doručení do druhého dne do 9:00 ráno, služba Express Saver je taktéž doručení do druhého dne, ale do konce pracovní doby. Služba Standard je doručení do 2 až 5 dnů. Tarifní zóna je shodná s příkladem TNT.

Obrázek č. 13: Porovnání vývoje cen služeb expres plus, saver a standard společnosti UPS



Zdroj: ceník UPS

Objemová hmotnost

U společnosti UPS se vypočítává tzv. objemová hmotnost. Jedná se o hmotnost, která je vypočítána podle rozměrů zásilky. Objemová hmotnost byla zavedena z důvodů omezené nosnosti letadel i silničních vozidel. Jako výsledná hmotnost se započítává tak, která je vyšší. Tedy pokud je skutečná hmotnost zásilky 70kg a objemová hmotnost 73kg, bude do výpočtu ceny započítána hmotnost 73kg.

Smluvní zákazník

Stejně jako u ostatních přepravců jsou smlouvy se stálými zákazníky sjednávány velmi individuálně. Podle počtu odeslaných zásilek a podle vlivu konkurence v určené oblasti. Sjednávání podmínek u UPS mají v kompetenci zástupci společnosti a v této činnosti mají zcela volnou ruku. Je pouze na jejich schopnostech a úsudku jaké podmínky s firmou domluví. K tomto rozhodování mají k ruce speciální program vytvořený v excelu, který jim napomáhá s rozhodováním. Jeden ze zástupců UPS mi řekl: „taková volnost rozhodování je plus, ale zároveň i mínus, protože za každou smlouvu ručíme hlavou".

Splatnost

Na pobočkách UPS lze platit v hotovosti nebo platební kartou. U firem je splatnost individuální podle předem dojednaných podmínek. Smluvní dohody se u UPS uzavírají standardně na dobu jednoho roku. Většinou na přání zákazníka, který každý rok vyhlašuje nové výběrové řízení.

Palivové příplatky

Palivový příplatek UPS je dvojího druhu. Jeden je sestavován pro leteckou (expresní) dopravu, který je odvozen od ceny leteckého paliva na Rotterdamské burze. Druhý je pro silniční přepravu a pro služby (standard), tedy pro služby s menší naléhavostí doručení.

Obrázek č. 14: Palivový příplatek UPS

Cena paliva pro proudové motory na rotterdamské burze (ARA) ($/galon)			Cena motorové nafty (EUR/1000 litrů)		
Alespoň:	Ale méně než:	Příplatek:	Alespoň:	Ale méně než:	Příplatek:
$0	$0.56	0.00%	0	760	0.00%
$0.56	$0.60	0.50%	760	800	0.50%
$0.60	$0.64	1.00%	800	840	1.00%
$0.64	$0.68	1.50%	840	880	1.50%
$0.68	$0.72	2.00%	880	920	2.00%
$0.72	$0.76	2.50%	920	960	2.50%
$0.76	$0.80	3.00%	960	1,000	3.00%
$0.80	$0.84	3.50%	1,000	1,040	3.50%

Zdroj: UPS

Palivový příplatek pro expresní služby je stanoven na 13% a pro standardní služby na 5%.

Doplňkové služby

Pojištění zásilek provádí UPS prostřednictvím třetí strany a je vypočítáváno standardním způsobem. Poplatek je jak pro vnitrostátní tak pro mezinárodní přepravu určen jako 1 % z uvedené hodnoty zboží tzv. deklarovaná hodnota zásilky.

Tabulka č. 3: Pojištění zásilek UPS

služba	výpočet	min.	max.
vnitrostátní	1% z hodnoty	118 Kč	90 000 Kč
mezinárodní	1% z hodnoty	118 Kč	90 000 Kč

Zdroj: UPS

3.7.3 FedEx

Retail zákazník

Cenová politika u společnosti FedEx je trochu odlišná od ostatních poskytovatelů. Fedex má pro Retailového zákazníka pouze dva ceníky, které se navzájem liší pouze hmotnostmi. International Priority je služba poskytovaná do 68kg hmotnosti zásilky. International Priority Freight je služba s hmotností zásilky nad 68kg. Už podle názvu „Priority" je zřejmé že FedEx doručuje své zásilky v co nejrychlejším možném čase. Dodací lhůty jsou následně odlišné podle vzdálenosti cílové destinace. Evropa 9:00, USA 10:30, Afriky 2-4 dny, atd. Další odlišností od konkurence je, že zákazník, který odevzdá svou zásilku přímo na pobočce FedEx dostane slevu 92 Kč.

Obrázek č. 15: Ceník FedEx

HMOTNOST (KG)	ZÓNA R	ZÓNA S	ZÓNA T	ZÓNA U	ZÓNA V
	Kč	Kč	Kč	Kč	Kč
CENY PŘI POUŽITÍ JINÝCH OBALOVÝCH MATERIÁLŮ					
0,5	1 767,00	1 843,00	2 335,00	2 320,00	2 719,00
1	2 012,00	2 143,00	2 805,00	2 748,00	3 092,00
1,5	2 257,00	2 443,00	3 275,00	3 176,00	3 465,00
2	2 502,00	2 743,00	3 745,00	3 604,00	3 838,00
2,5	2 747,00	3 043,00	4 215,00	4 032,00	4 211,00

Zdroj: FedEx

Smluvní zákazník

Sjednávání smluvních závazků s firmami, které chtějí využívat služeb FedEx mají na starosti obchodní zástupci, ovšem veškeré nabídky posílají na schválení marketingovému oddělení , které rozhodne o výši slevy. Ta je určena podle množství zásilek, cílové destinaci, hmotnosti a v neposlední řadě podle vlivu konkurence.

Palivové příplatky

FedEx přijal novou metodu výpočtu palivového příplatku pro služby FedEx Express, založenou na cenách paliva zveřejňovaných měsíčně úřadem pro energetiku USA. FedEx metodu palivových příplatků využívá nejdéle ze všech ostatních přepravců a to od roku 2002.

Procenta palivového příplatku pro FedEx Express v Evropě, na Středním východě, v Indii a Africe se upravují měsíčně na základě průměrných cen za galon kerosenového paliva na Rotterdamské burze.

Palivový příplatek je nyní stanoven v červen roku 2010 na 13,5%.

Doplňkové služby

Pojištění zásilek je vypočítáváno podle deklarované hodnoty zboží uvedené zákazníkem. Za každých 2740 Kč deklarované hodnoty je stanoven poplatek 29 Kč.

Tabulka č. 4: Pojištění zásilek FedEx

služba	výpočet	min.	max.
vnitrostátní	1,05% z hodnoty	29 Kč	
mezinárodní	1,05% z hodnoty	29 Kč	

Zdroj: FedEx

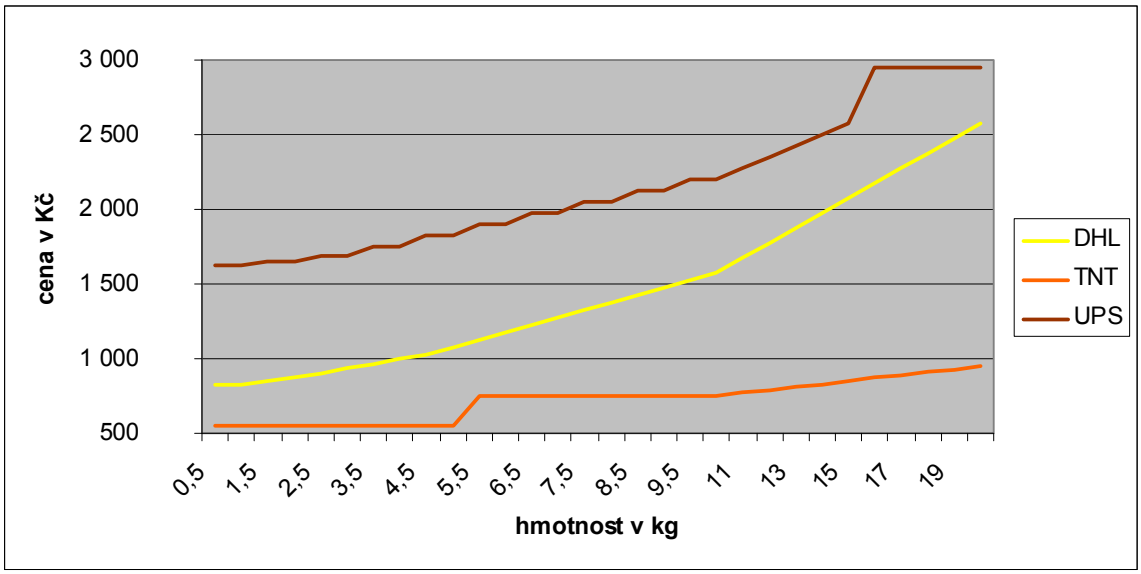
4 Vyhodnocení provedených analýz a návrh na zlepšení cenové politiky DHL

Retail zákazník

Tedy takový zákazník, který posílá zásilku jen několikrát do roka nebo si sem tam něco objedná z internetu a nechá si to dovézt až domu. Pro takového zákazníka je cenotvorba u všech společností na expresním trhu velmi podobná. Všechny mají ceníky sestávající se z řad hmotností a sloupců destinací. Ceníky stejných služeb se od sebe někdy cenově velmi liší, ale průběh a vývoj cen je u všech konkurentů velmi podobný.

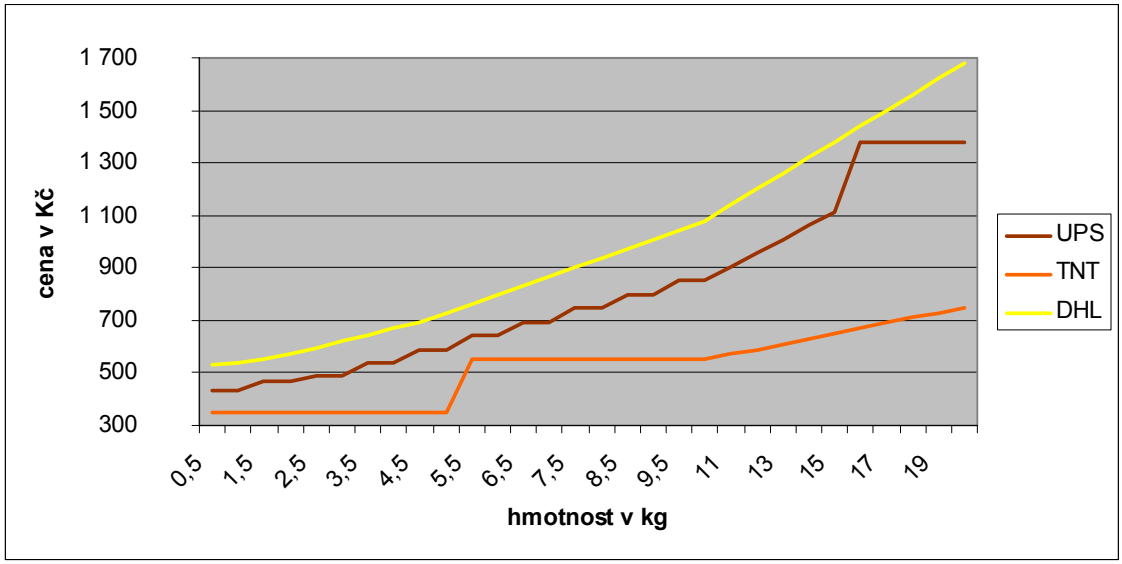
Provedl jsem porovnání ceníků společností DHL, TNT, UPS a FedEx ve třech případech. V prvním případě jde o porovnání cen a pozice konkurentů v rámci vnitrostátní přepravy. Na Obrázek č. 16 je porovnání služby s raním doručením do 9:00. Společnost FedEx vnitrostátní služby neposkytuje.

Obrázek č. 16: Porovnání cen TNT, UPS, DHL pro vnitrostátní doručení do 9:00



Zdroj: ceník DHL, UPS TNT

Obrázek č. 17: Porovnání cen TNT, UPS, DHL pro vnitrostátní doručení do konce pracovního dne



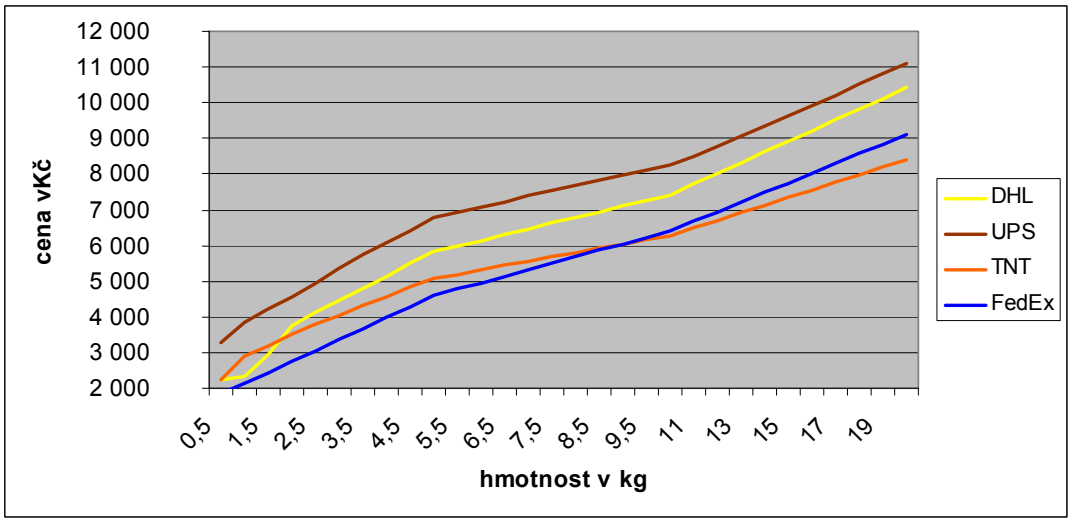
Zdroj: ceník DHL, UPS TNT

Z obou grafů je velmi dobře patrné, že pro vnitrostátní přepravu, má nejlepší cenovou nabídku TNT. UPS se ukázala jako nejdražší v případě doručení do 9 hodin naopak DHL je nejdražší při doručení do konce pracovního dne .

V grafech je použito rozmezí hmotnosti zásilek do 20 kilogramů. Toto rozmezí bylo použito jednak z důvodu přehlednosti, ale především po předběžném vyhodnocení dotazníku expresních služeb, který byl proveden u firem v oblasti Jihomoravského kraje. Z tohoto dotazníku vyplynulo, že většina zásilek, které firmy odesílají, mají hmotnost právě do 20 kg.

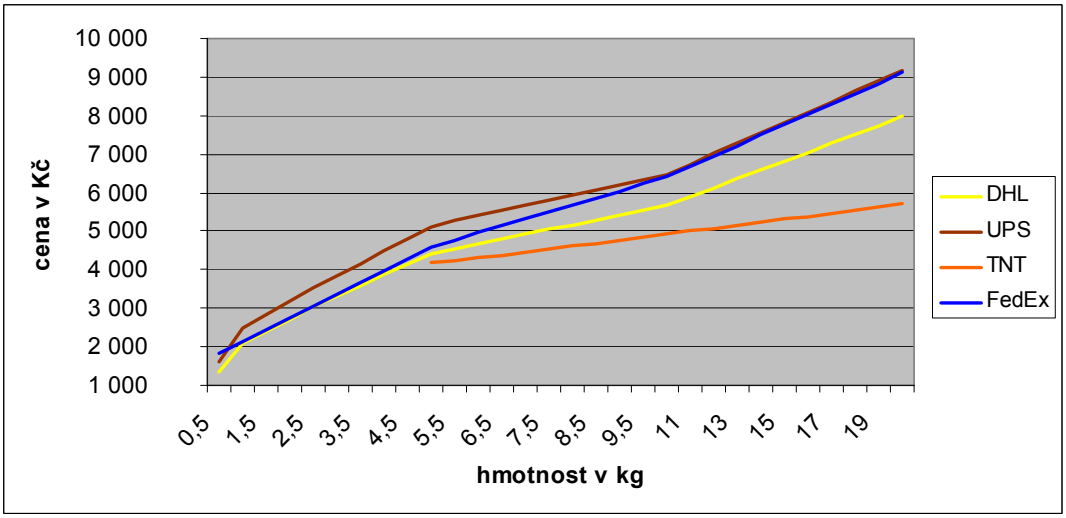
Pro druhý případ doručení bylo zvoleno mezinárodní doručení do oblasti EU, a to konkrétně do Francie (tato zóna je pro jižní a západní Evropu). Jako doručovací časy byly zvoleny. Nejrychlejší doručení následujícího pracovního dne do 9:00. Doručení do konce následujícího pracovního dne (obvykle časy do 17:00 nebo 18:00). Doručení v rozmezí 2 až 5 pracovních dnů.

Obrázek č. 18: Porovnání cen TNT, UPS, DHL, FedEx pro mezinárodní doručení do 9:00



Zdroj: ceník DHL, UPS TNT, FedEx

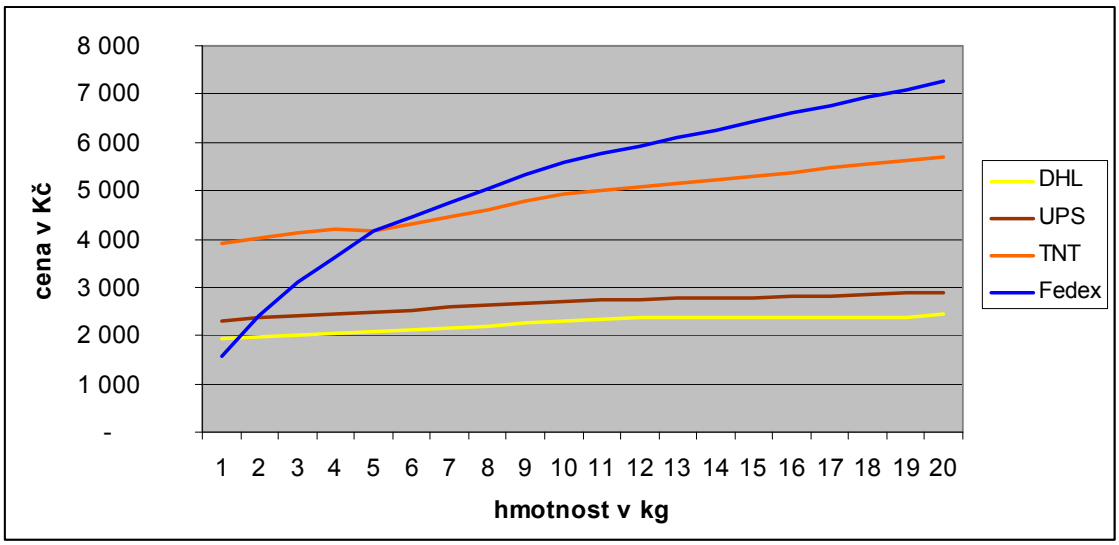
Obrázek č. 19: Porovnání cen TNT, UPS, DHL, FedEx pro mezinárodní doručení do konce pracovního dne



Zdroj: ceník DHL, UPS TNT, FedEx

I tentokrát se TNT ukazuje jako velmi silný konkurent v raním doručení, ovšem pouze pro hmotnosti nad 10 kilogramů. Do této hranice je nejlepším poskytovatelem FedEx. UPS je i tentokrát nejdražší. DHL zaujímá místo ve středu cenových nabídek.

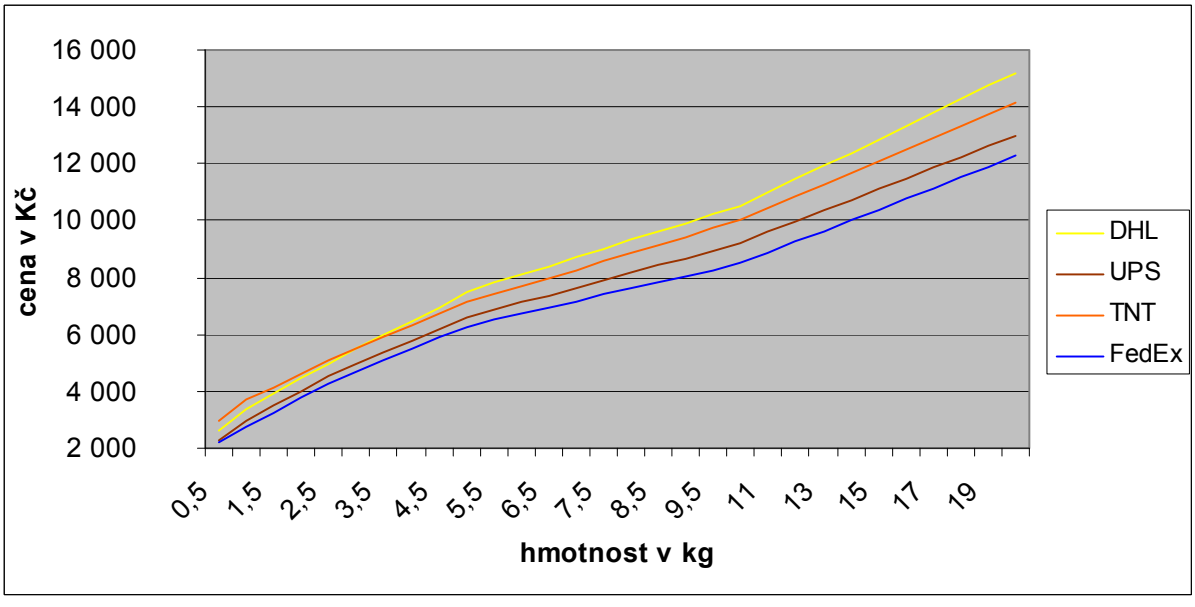
Obrázek č. 20: Porovnání cen TNT, UPS, DHL, FedEx pro mezinárodní doručení do 2 až 5 dnů



Zdroj: ceník DHL, UPS TNT, FedEx

Pro třetí případ jsem zvolil USA, destinaci ze které pocházejí DHL, UPS i FedEx na tuto destinaci se specializují a proto by jejich nabídka měla být tentokrát nižší než v případě TNT. Jako doručovací čas jsem tentokrát zvolil pouze čas 10:30 jako standardní doručovací čas do USA. Bohužel TNT ve svých službách čas 10:30 standardně nemá proto jsem zvolil 10:00. v Případě společnosti FedEx je zvolena služba FedEx International Priority

Obrázek č. 21: Porovnání cen TNT, UPS, DHL, FedEx pro mezinárodní doručení do 10:30



Zdroj: ceník DHL, UPS TNT, FedEx

Z grafu je patrné, které společnosti mají na americkém trhu největší podíl. FedEx a UPS mají jednoznačně nejlepší ceny co se týká doručení do USA. Případ TNT je mírně zkreslen (10:00). DHL je v tomto případě nejdražším poskytovatelem expresních služeb do USA. Veškeré ceny v grafech jsou uváděny bez DPH, palivových a jiných příplatků. Z tohoto může být pořadí konkurentů při konečné ceně odlišné. Tyto případy měli porovnat pouze základní ceníky stanovené pro ČR.

Smluvní zákazník

Konečná cena pro smluvního zákazníka vychází ze základního ceníku služby. Stanovení výše poskytnuté slevy je u firem velmi individuální a stanovuje se především na základně obratu zásilek, četnosti posílání zásilek, hmotnosti zásilek nebo konkurenčních nabídek v dané oblasti ve které se firma nachází. Každá ze společností má vypracovaný systém na základě dlouholetých zkušeností v oboru. Cenová politika je jedním z jejich nejstřeženějších tajemství a dostat se k podrobnějším údajům je téměř nemožné.

DHL – má svou politiku slev rozdělenou do čtyř kategorií podle tržního obratu firmy, čím vyšší obrat tím vyšší sleva. Při poskytování vyšších slev jsou návrhy podrobovány tří stupňové kontrole.

TNT – sází spíše na malé a střední podniky, kdy je sleva poskytována např. již od jedné zásilky měsíčně. V případě nižších slev TNT nepožaduje uzavření smlouvy, ale v případě neplacení je cena okamžitě navrácena na plný tarif, nebo jsou zásilky placeny v hotovosti kurýrovi.

UPS – jejich slevová politika je velmi individuální na základně mnoha faktorů. Veškeré návrhy slev jsou prováděny obchodním zástupcem, který má v této oblasti volnou ruku, avšak také za ně ručí.

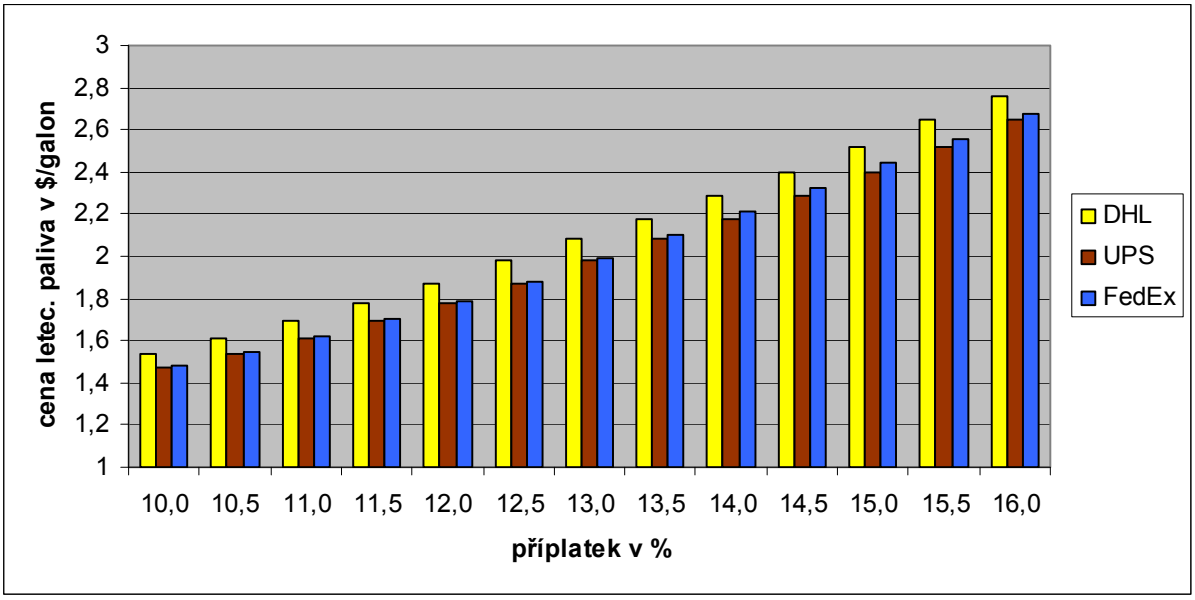
FedEx – je společnost, která u nás neposkytuje vnitrostátní přepravu. Jejich slevová politika je podobná UPS s tím rozdílem, že veškeré návrhy s předkládají finančnímu oddělení.

Palivový příplatek

Palivový příplatek je nejčastěji měnící se složkou při určování konečné ceny. Jeho hodnota se mnění každý měsíc v závislosti na obchodování s ropou nebo naftou ať už na Rotterdamské či Londýnské burze. Každá společnost si jeho procento stanovuje po svém, i to v jaké výši a k jaké službě ho připočítá.

Vytvořil jsem graf, který znázorňuje jak vysoká musí být cena leteckého palivy, aby společnost zavedla daný příplatek. Jsou v něm zařazeny pouze společnosti, které se řídí podle Rotterdamské burzy. V případě UPS stačí, aby cena paliva byla pod 2,4 $ za galon, aby zavedli 15% palivový příplatek, kdežto DHL zavede stejný příplatek až při 2,5 $ za galon.

Obrázek č. 22: Srovnání paliv. příplatků DHL, UPS, FedEx

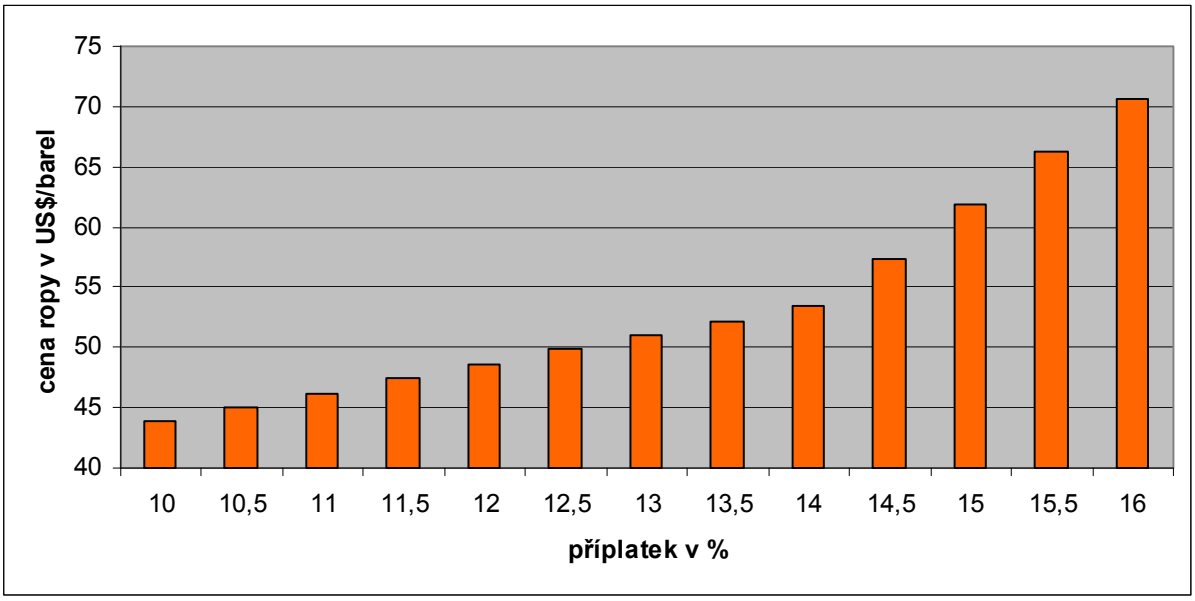


Zdroj: DHL, UPS, FedEx

V případě TNT je palivový příplatek pro evropské fakturující země založen na indexu a jeho cena se odvíjí od ceny ropy Brent na Londýnské burze. Palivový příplatek je měsíčně aktualizován na základě zaokrouhleného průměru ceny za barel surové nafty, kterou zveřejňuje Ministerstvo pro energetiku USA na stránkách.

Na obrázku č. 23 je možné vidět jak vysoká musí být cena ropy, aby TNT zavedla příslušný palivový příplatek

Obrázek č. 23: Stanovení palivového příplatku TNT



Zdroj: DHL, UPS, FedEx

4.1 Analýza expresního trhu v ČR

Jako techniku sběru dat jsem zvolil metodu dotazování (dotazník). Dotazování bylo provedeno za pomoci internetové aplikace pro vytváření anket (dostupné na adrese www.vyplnto.cz) rozesílání proběhlo formou emailové pošty. Ve srovnání s běžnou formou poštovní ankety přinesla emailová forma tyto výhody:

- snadné hledání kontaktů,
- poměrně vysoká návratnost dotazníků,
- minimální náklady na sběr informací,
- urychlení procesu dotazování.

Samotný dotazník je koncipován v souladu s obecnými pravidly tvorby dotazníku, tj. respektovat logický sled otázek, volit pouze takové otázky, které přispívají k cílům průzkumu, používat přímé a nezaujaté formulace otázek, klasifikační údaje na závěr dotazníku atd.

Respondenti byli získáváni v oblasti jihomoravského kraje, byly to firmy využívající ke svému podnikání expresních služeb, nezávisle na oblasti podnikání. Z padesáti oslovených firem jich dvacet odmítlo spolupráci, což představuje 60 % návratnost.

4.2 Vyhodnocení dotazníku

Cílem otázek dotazníku bylo zjistit stav využívání expresních služeb. Konkrétně bylo cílem zjistit jakých společností nabízejících expresní služby zákazníci využívají, jak často těchto služeb využívají, hmotnosti zásilek, cílové destinace zásilek a preferované formy dohod.

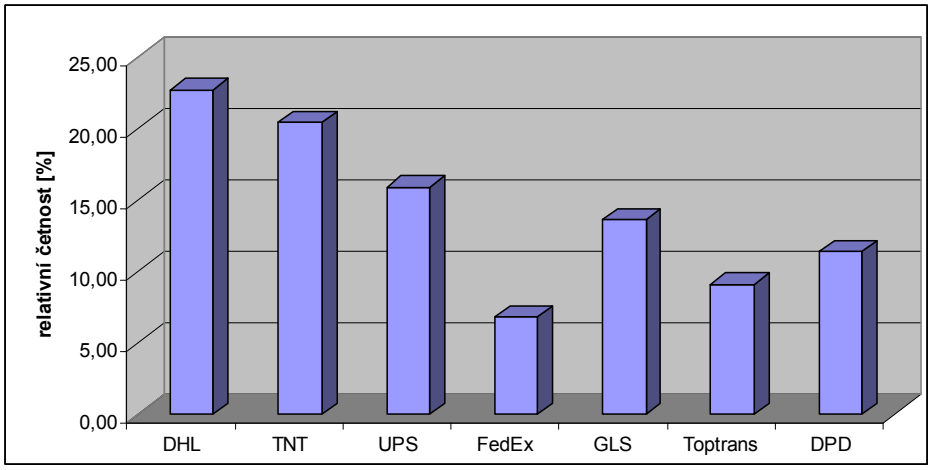
Otázka č.1- Jaké využíváte expresní dopravce?

Tabulka č. 5: Využívání služeb dopravců

	četnost	relativní četnost [%]	absolutní kumulat. četnost	relativní kumulat. četnost [%]
DHL	10	22,73	10	22,73
TNT	9	20,45	19	43,18
UPS	7	15,91	26	59,09
FedEx	3	6,82	29	65,91
GLS	6	13,64	35	79,55
Toptrans	4	9,09	39	88,64
DPD	5	11,36	44	100,00
∑	44	100,00		

V první otázce respondenti odpovídali podle toho jakého dopravce využívají nebo v minulosti využili. V tomto případě bylo možné označit vícero odpovědí. Celkový počet respondentů byl 30 a počet odpovědí 44. Nejvíce odpovědí 10 (22,73 %) bylo u společnosti DHL. Druhou nejvyšší hodnotu má TNT 9 (20,45 %) Nejméně je podle respondentů využívána společnosti FedEx 3 (6,82 %), tento výsledek je pravděpodobně způsoben neposkytováním vnitrostátní přepravy společností FedEx.

Obrázek č. 24: Využívání služeb dopravců



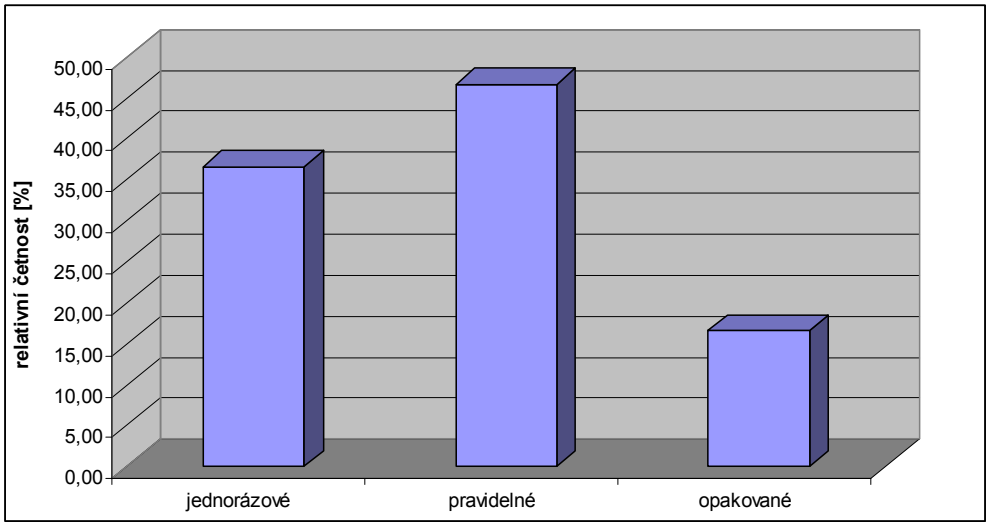
Otázka č.2- Jak často využíváte služeb expresních dopravců?

Tabulka č. 6: Četnost využívání služeb expresních dopravců

	četnost	relativní četnost [%]	absolutní kumulat. četnost	relativní kumulat. četnost [%]
jednorázově (méně než 3x měsíčně)	11	36,67	11	36,67
pravidelně (min 10 krát měsíčně)	14	46,67	25	83,33
opakovaně (min 4 krát měsíčně)	5	16,67	30	100,00
∑	30	100,00		

Z tabulky č. 2 je zřejmé, že pravidelně expresní služby využívá 14 (46,67 %) respondentů. Zbývajících 53,33 % je rozděleno mezi firmy, které příliš těchto služeb nevyužívají 11 (36,67 %) a ty které služeb využívají přeci jen častěji 5 (16,67 %).

Obrázek č. 25: Četnost využívání služeb expresních dopravců



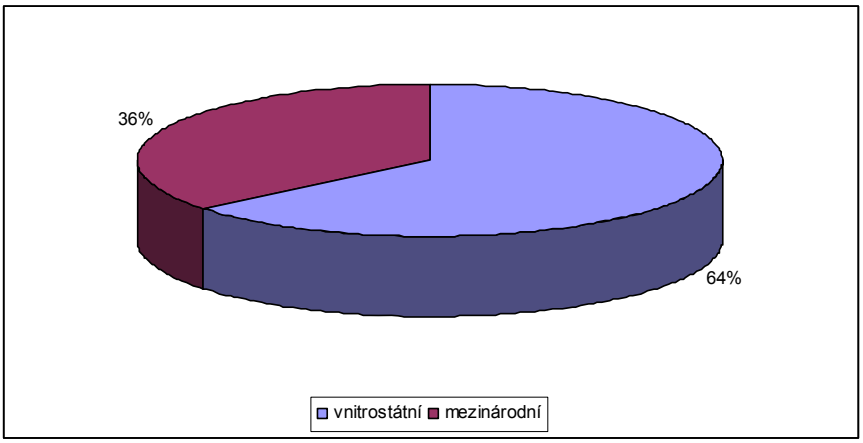
Otázka č.3 – Kam směřují Vaše zásilky posílané expresními dopravci?

Tabulka č. 7: Cíl zásilek

	četnost	relativní četnost [%]
do ČR	27	64,29
do zahraničí	15	35,71
∑	42	100,00

Vnitrostátní přepravu jako nejvyužívanější formu přepravy zaškrtlo v dotazníku 27 firem z celkového počtu 30 firem. Mezinárodní přepravu využívá 15 z celkového počtu dotazovaných respondentů.

Obrázek č. 26: Cíl zásilek



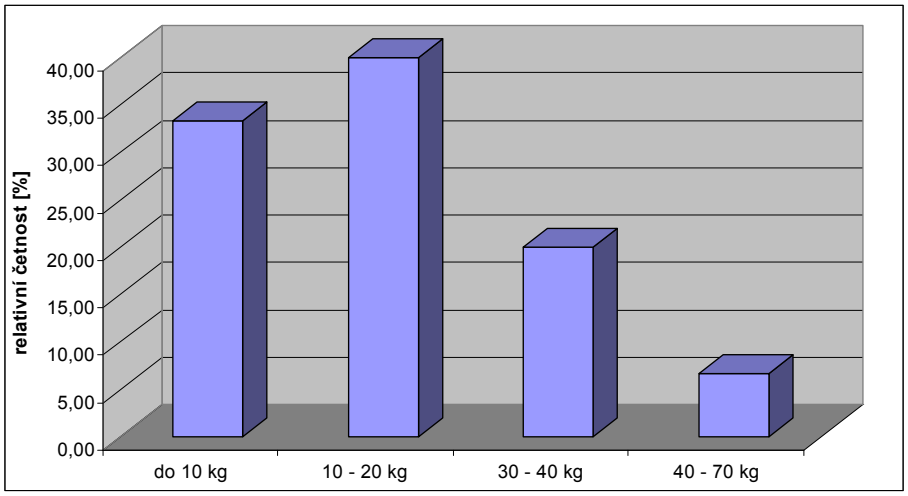
Otázka č.4 - Jaká je průměrná hmotnost Vašich zásilek?

Tabulka č. 8: Hmotnost zásilek

	četnost	relativní četnost [%]	absolutní kumulat. četnost	relativní kumulat. četnost [%]
do 10 kg	10	33,33	10	33,33
10 - 20 kg	12	40,00	22	73,33
30 - 40 kg	6	20,00	28	93,33
40 - 70 kg	2	6,67	30	100,00
∑	30	100,00		

Podle odpovědí na tuto otázku je zřejmé, že respondenti nejčastěji posílají zásilky do 10 kg (43,33 %).

Obrázek č. 27: Hmotnost zásilek



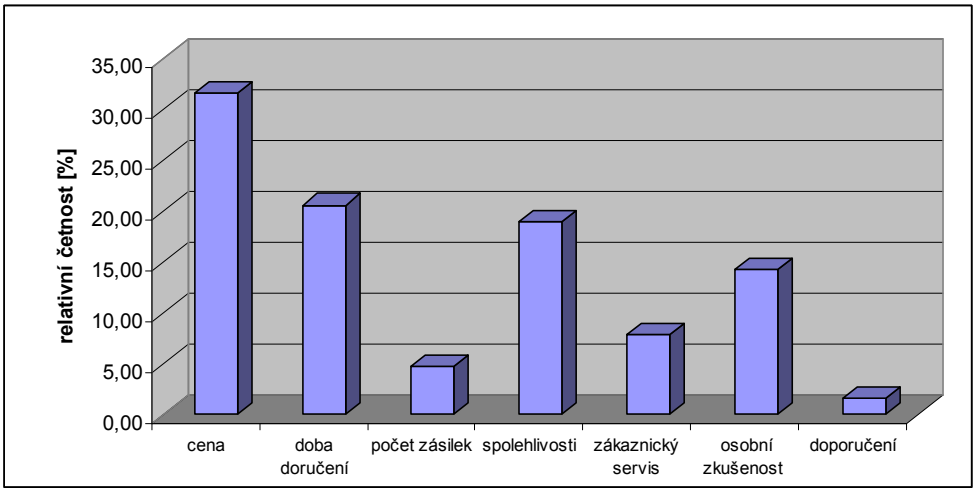
Otázka č.5 - Podle čeho si vybíráte dopravce

Tabulka č. 9: Výběr dopravce

	četnost	relativní četnost [%]	absolutní kumulat. četnost	relativní kumulat. četnost [%]
cena	20	31,75	20	31,75
doba doručení	13	20,63	33	52,38
počet zásilek	3	4,76	36	57,14
spolehlivosti	12	19,05	48	76,19
zákaznický servis	5	7,94	53	84,13
osobní zkušenost	9	14,29	62	98,41
doporučení	1	1,59	63	100,00
∑	63	100,00		

Podle oslovených respondentů je nejdůležitějším kritériem pro zvolení dopravce cena 20 (31,75 %), což není žádným překvapením, neboť cena za přepravu představuje položku v nákladech a ty se každá rozumná firma snaží minimalizovat. Druhým nejdůležitějším je doba doručení 13 (20,63 %). Jako nejméně důležitým kritériem se ukázalo být doporučení a ním by se řídila při výběru dopravce pouze jeden z všech dotazovaných respondentů.

Obrázek č. 28: Výběr dopravce



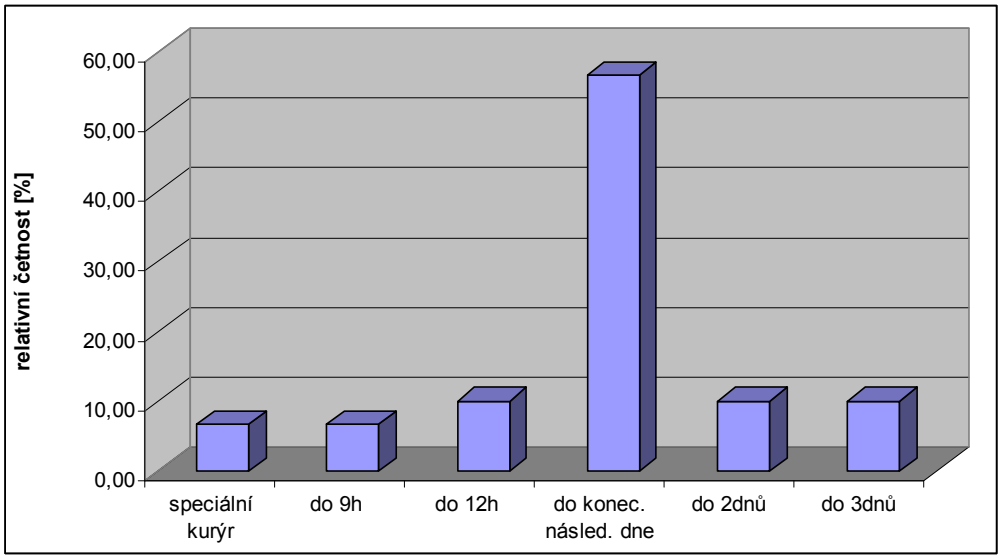
Otázka č.6 - Jaký typ služby s ohledem na rychlost využíváte nejčastěji?

Tabulka č. 10: Druh expresní služby

	četnost	relativní četnost [%]	absolutní kumulat. četnost	relativní kumulat. četnost [%]
speciální kurýr (okamžité řešení)	2	6,67	2	6,67
do 9h následující pracovní den	2	6,67	4	13,33
do 12h následující pracovní den	3	10,00	7	23,33
do konce následujícího pracovního dne	17	56,67	24	80,00
do 2dnů (od objednání přepravy)	3	10,00	27	90,00
do 3dnů (od objednání přepravy)	3	10,00	30	100,00
∑	30	100,00		

Jako naprosto nejdůležitější se zdá být pro respondenty doručení do konce následujícího pracovního dne (56,67 %). Okamžité a speciální řešení využívají pouze dva respondenti z celkového počtu. Ostatní doručení v režimu Time Definite do 9:00 a 12:00 se ukázalo být stejně využívané jako režim Day Definite do 2 – 3 dnů od objednání přepravy.

Obrázek č. 29: Druh expresní služby



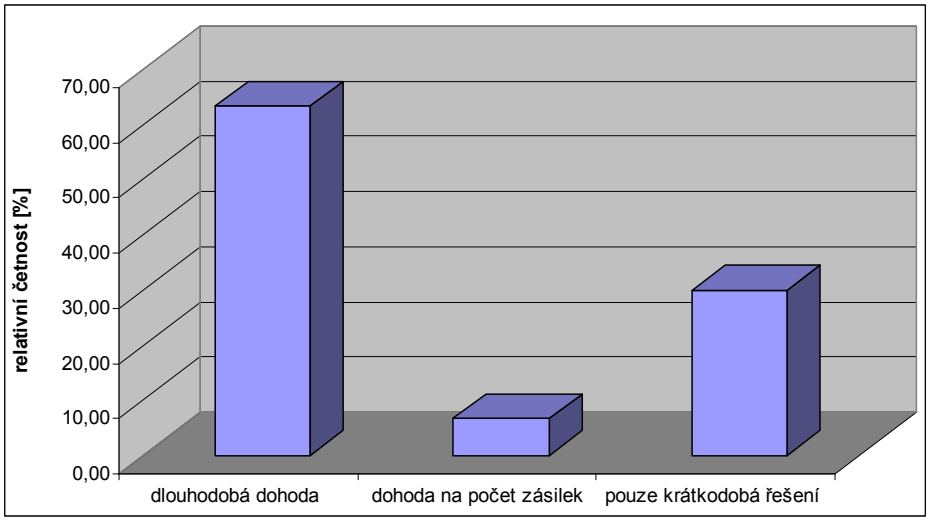
Otázka č.7 - Jaký máte obchodní vztah s dopravcem?

Tabulka č. 11: Obchodní vztah s dopravcem

	četnost	relativní četnost [%]	absolutní kumulat. četnost	relativní kumulat. četnost [%]
dlouhodobá dohoda	19	63,33	19	63,33
dohoda na počet zásilek	2	6,67	21	70,00
pouze krátkodobá řešení	9	30,00	30	100,00
∑	30	100,00		

Dlouhodobá smluvní dohoda je mezi respondenty a dopravcem nejrozšířenější formou vztahu 19 (63,33 %). Zpravidla to bývají formy vztahu s nějakým druhem zvýhodnění, např. sleva z ceny za přepravu na základě přepraveného objemu zboží za určité časové období. Sedm respondentů uvedlo, že nemají s dopravce žádný vztah, tito obchodníci pravděpodobně nevyužívají expresních služeb příliš často a cena se u nic vypočítává podle základního ceníku dopravce.

Obrázek č. 30: Obchodní vztah s dopravcem



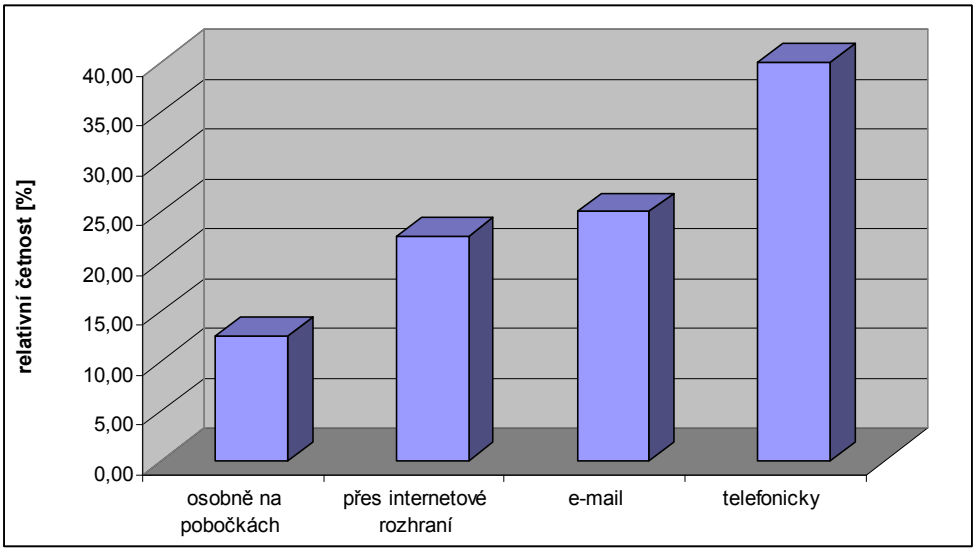
Otázka č.8 - Jakým způsobem provádíte objednávku přepravy?

Tabulka č. 12: Způsob objednání služby

	četnost	relativní četnost [%]	absolutní kumulat. četnost	relativní kumulat. četnost [%]
osobně na pobočkách	5	12,50	5	12,50
přes internetové rozhraní	9	22,50	14	35,00
e-mail	10	25,00	24	60,00
telefonicky	16	40,00	40	100,00
∑	40	100,00		

Telefonická objednávka stále přetrvává jako nejčastější způsob objednání služby, a to nejen v expresních službách. Její výhoda je v rychlosti, jednoduchosti a dostupnosti. Objednávka přes internetové rozhraní je oblíbená pro svou možnost propočítání jednotlivých variant přepravy. Osobní objednávka na pobočkách je dle očekávání nejméně využívána, neboť se u ní projevují další náklady, ať už v podobě času nebo spotřebě pohonných hmot při cestě na pobočku.

Obrázek č. 31: Způsob objednání služby



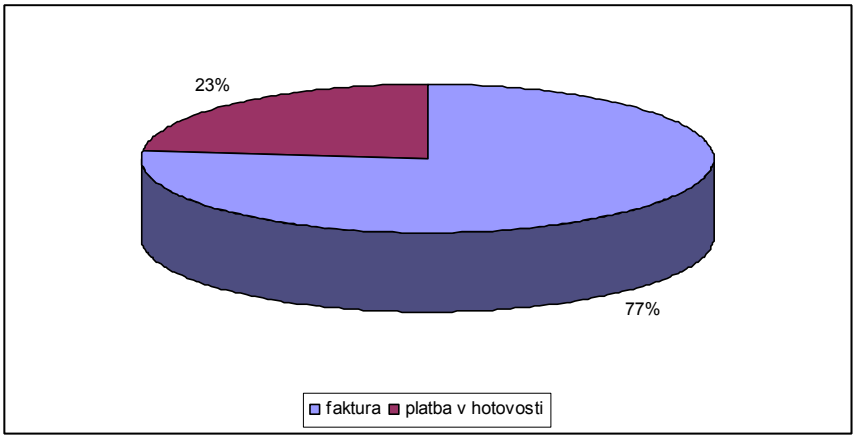
Otázka č.9 - Jaký je Váš nejčastější způsob platby?

Tabulka č. 13: Způsob platby

	četnost	relativní četnost [%]
faktura	23	76,67
platba v hotovosti	7	23,33
∑	30	100,00

Způsob platby v hotovosti je dnes prováděn většinou na pobočkách dopravce nebo přímo u kurýra, tento způsob platby za službu je uplatňován u firem, které o to požádají nebo mají špatnou platební morálku a dopravce se tak chrání proti neplatičům.

Obrázek č. 32: Způsob platby



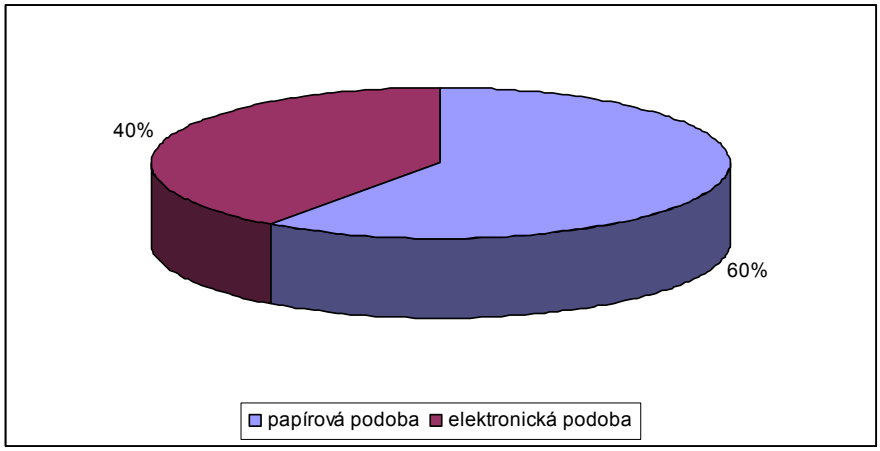
Otázka č.10 – Využíváte elektronickou nebo papírovou verzi faktury?

Tabulka č. 14: Druh faktury

	četnost	relativní četnost [%]
papírová verze	18	60,00
elektronická verze	12	40,00
∑	30	100,00

Papírová faktura se stále drží jako nejčastějším vyjádřením pohledávky za provedenou službu 18 (60 %). Výhodou elektronické verze je její rychlost, podstatně nižší náklady a zálohování v systému jak na straně odesílatele, tak i příjemce.

Obrázek č. 33: Druh faktury



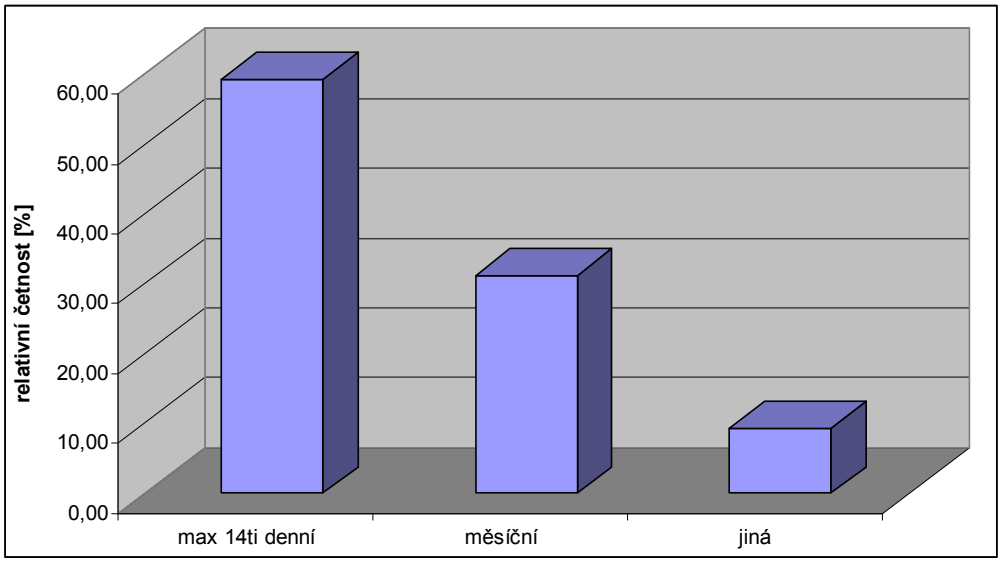
Otázka č.11 – Jaká je doba splatnosti Vámi obdržené faktury?

Tabulka č. 15: Doba splatnosti faktury

	četnost	relativní četnost [%]	absolutní kumulat. četnost	relativní kumulat. četnost [%]
max 14-ti denní	19	59,38	19	59,38
měsíční	10	31,25	29	90,63
jiná	3	9,38	32	100,00
∑	32	100,00		

Splatnost pohledávky do 14-ti dnů 19 (59,38 %) je zcela standardní dobou u všech expresních dopravců u nás, stejně tak jako 30-ti denní splatnost 10 (31,25 %). Jiné doby splatnosti záleží na dohodě mezi zákazníkem a dopravcem.

Obrázek č. 34: Doba splatnosti



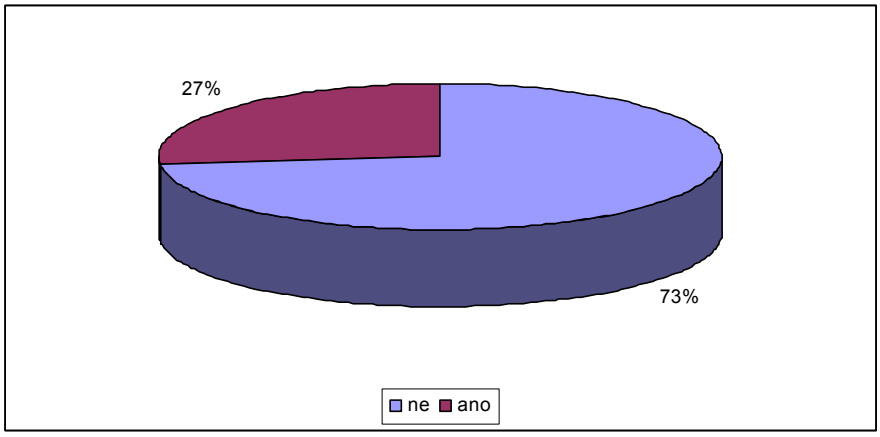
Otázka č.12 - Sledujete změny palivových příplatků?

Tabulka č. 16: Sledování vývoje palivového příplatku

	četnost	relativní četnost [%]
ne	22	73,33
ano	8	26,67
∑	30	100,00

Palivový příplatek je součástí konečné ceny za službu u některých společností již od roku 2002 jako reakce na měnící se ceny pohonných hmot. Hodnota palivového příplatku je stanovena na každý měsíc podle ceny ropy nebo leteckého paliva. Většina respondentů 22 (73,33 %) si však tohoto příplatku buď nevšímá nebo mu nepřikládá zvláštní důležitost.

Obrázek č. 35: Sledování vývoje palivového příplatku

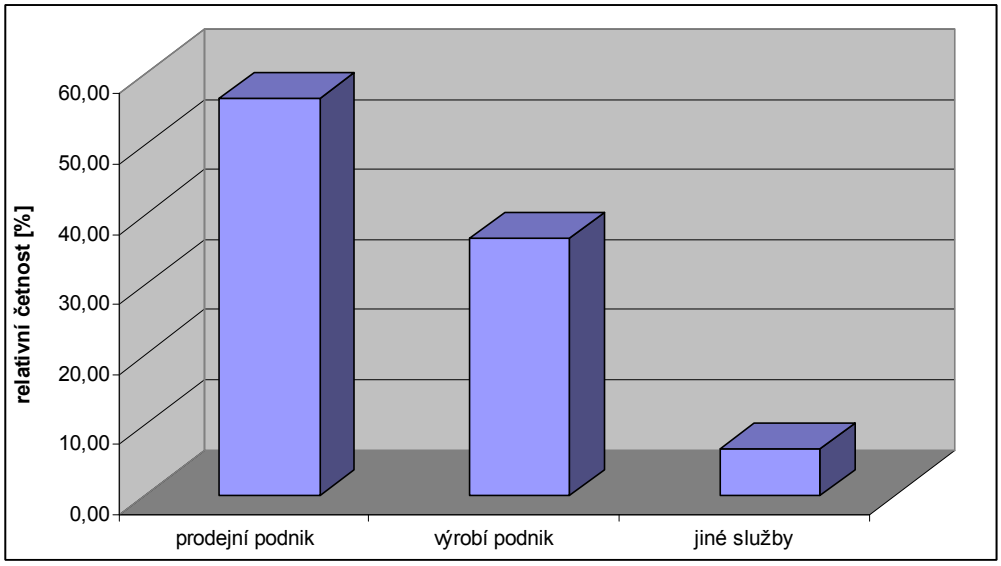


Otázka č.13 – Jakého typu je Váš podnik?

Tabulka č. 17: Oblast podnikání

	četnost	relativní četnost [%]	absolutní kumulat. četnost	relativní kumulat. četnost [%]
prodejní podnik	17	56,67	17	56,67
výrobní podnik	11	36,67	28	93,33
jiné služby	2	6,67	30	100,00
∑	30	100,00		

Obrázek č. 36: Typ podniku

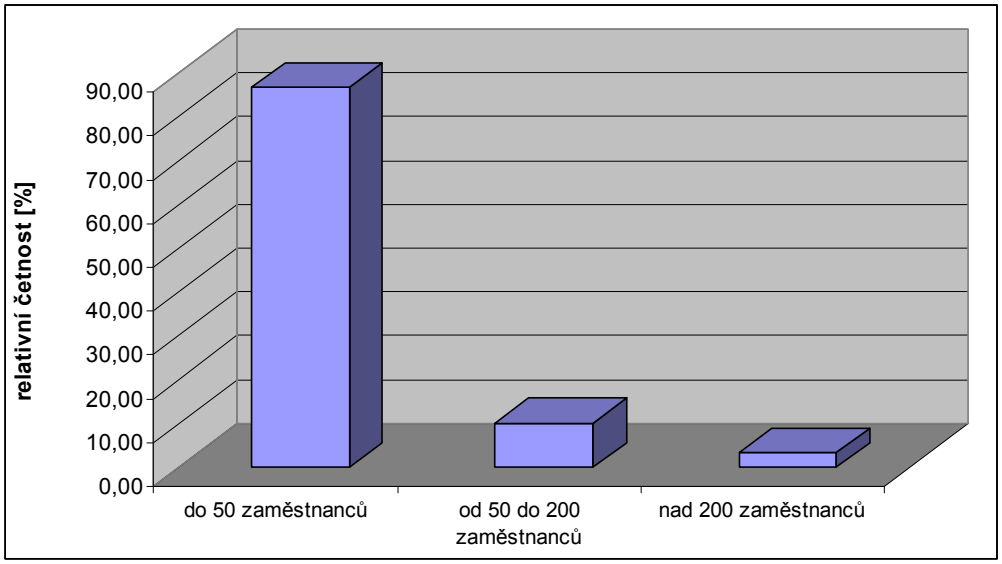


Otázka č.14 – Kolik zaměstnanců má Váš podnik?

Tabulka č. 18: Počet zaměstnanců

	četnost	relativní četnost [%]	absolutní kumulat. četnost	relativní kumulat. četnost [%]
do 50 zaměstnanců	26	86,67	26	86,67
od 50 do 200 zaměstnanců	3	10,00	29	96,67
nad 200 zaměstnanců	1	3,33	30	100,00
∑	30	100,00		

Obrázek č. 37: Počet zaměstnanců



4.3 Návrhy na zlepšení

Společnost DHL působí na poli expresního doručování zásilek více než 40 let. Za tuto dobu se stala lídrem na mezinárodním expresním trhu. Během těchto let si vypracovala efektivní cenovou politiku, kterou zdokonaluje podle neustále měnícího se trhu a požadavků milionů zákazníků. Ve svých službách má zkušené experty z oblasti managementu i marketingu a je tedy velmi obtížné navrhnout jakákoliv zlepšení v oblasti cenové politiky.

4.3.1 Jednotný palivový příplatek

V současné době (červen 2010) má DHL dva palivové příplatky. První se stanovuje pro službu Time Definite (doručení následujícího dne do 9:00, 12:00 a do konce pracovního dne), na základě ceny za letecké palivo na Rotterdamské burze a jeho aktuální hodnota je 13,5 %. Druhý se stanovuje pro službu Day Definite (doručení 2 až 5 dnů). Vypočítává se na základě průměrné spotřebitelské ceny motorové nafty a jeho aktuální hodnota je 5 % (červen), toto platí pro mezinárodní přepravu. Ve vnitrostátní přepravě Domestic je veškerá přeprava uskutečňována po pozemních komunikacích, proto se vychází z palivového příplatku Day Definite. Avšak ve vnitrostátní přepravě ve skutečnosti služba Day Definite není standardně poskytována (viz. Obrázek č. 4: Přehled nabízených služeb DHL). Jednoduše řečeno, palivový příplatek je stanoven podle Day Definite, ale služby jsou poskytovány v rámci Time Definite. Tento rozdíl je u DHL vyřešen připočítáním 2,5 % k příplatku Day Definite.

Navrhuji společnosti DHL sjednocení palivových příplatků Time Definite, Day Definite a Domestic do jednoho společného pro všechny služby. Tento příplatek by byl vypočítáván podle ceny barelu surové nafty, kterou zveřejňuje Ministerstvo pro energetiku USA.

Podle výsledků ankety v ČR je podíl vnitrostátní přepravy 64,3 %. Na základě tohoto výsledku odhaduji, že případné sjednocení příplatku by mělo DHL přinést zisk.

Zvýšením palivového příplatku u vnitrostátní přepravy o 6 % dojde logicky i ke zvýšení ceny za přepravu. Otázkou zůstává, zdali takovéto navýšení ceny, nepřiměje zákazníky k odchodu ke konkurenci.

Podle mého názoru, přesto, že je dle výsledků ankety cena z 31 % nejdůležitějším kritériem při rozhodování o výběru dopravce, je 6-ti procentní zvýšení ceny příliš malé na to, aby přimělo zákazníky k hromadnému přesunu ke konkurenci. Nakonec spolehlivost, zákaznický servis a dobré zkušenosti (dohromady 41 %), by měly převážit nad touto formou zdražení.

4.3.2 Zpoplatnění papírové formy faktury

Podle výsledků ankety využívá papírovou formu faktury 60 % dotazovaných firem. Přitom výhody elektronické fakturace jsou zřejmé jíž na první pohled.

Rychlost – e-faktura je zákazníkovi doručena několik málo sekund po jejím vytvoření a odeslání.

Záloha – e-faktura je uložena v IT systémech zákazníka i DHL, a to už samotným odesláním (snadné dohledání, zálohování a uchovávání).

Náklady – Náklady jsou oproti papírové faktuře téměř nulové.

Ekologie – e-faktura je šetrná k životnímu prostředí.

Navrhuji tedy zpoplatnění papírové formy faktury, což by přimělo zákazníky přejít na elektronickou podobu. Bohužel jsou stále firmy, které na formu elektronické faktury přejít nemohou (např. z procesních důvodů, kdy jejich účtárna není připravena na příjem faktury emailem). Z tohoto by papírová forma faktury neměla být zrušena.

Přínosem většího využití elektronické faktury pro DHL bude snížení finančních i časových nákladů. V případě papírové formy faktury budou náklady spojené s vystavením a doručením vykompenzovány jejím zpoplatněním.

Závěr

Trh expresních služeb není omezen regulací jak je tomu například u poštovních služeb. Společnosti poskytující expresní služby se pohybují v plně konkurenčním prostředí a je tedy na jejich schopnostech, zdali se se svou službou na trhu udrží. Služby poskytované expresními dopravci na českém trhu jsou si velmi podobné, avšak DHL má přece jen tuto škálu služeb pestřejší než konkurence. Obsahuje doručení v rámci Same Day jako okamžitá řešení. Time Definite s doručením následujícího pracovního dne od 9:00, až do konce pracovní doby a Day Definite s doručením v rozmezí od 2 do 5 dnů včetně doplňkových služeb. DHL své služby poskytuje jak pro mezinárodní, tak i vnitrostátní doručení.

Cena za službu je jednou z nejdůležitějších kritérií pro zákazníka při volbě poskytovatele. Z provedených analýz základní cenové nabídky předních poskytovatelů expresních služeb na českém trhu vyplívá, že DHL je v mnoha případech v kategorii těch dražších nabídek. Mezi nejlevnější patří v kategorii doručení do konce pracovního dne, tedy v kategorii služeb, které jsou zákazníky nejvyužívanější. V doručení od 2 do 5 dnů je DHL zdaleka nejlevnějším poskytovatelem.

Zjištění, že DHL je ve většině služeb tím dražším z poskytovatelů není žádným překvapením, DHL se nesnaží konkurovat svým protihráčům cenou, ale kvalitou nabízených služeb, rychlostí, dostupností, spolehlivostí, flexibilitou a velkým výběrem doplňkových služeb. Přesto, že je cena podle provedeného výzkumu s 31 % nejpřesvědčivějším kritériem pro zvolení služby a dopravce, v DHL věří, ve spokojeného zákazník, který si rád připlatí za kvalitní službu.

Cílem této bakalářské práce bylo navrhnout změny cenové politiky pro DHL a přispět tak ke zkvalitnění poskytovaných služeb. Tento cíl byl v práci splněn. Bylo navrženo sjednocení palivových příplatků pro všechny služby a zpoplatnění papírové formy faktury za poskytnuté služby. Toto sjednocení příplatků by mělo přinést snazší výpočet, který by se prováděl podle cen surové ropy. Dále by měla zvýšením tohoto příplatku vzniknout dostatečná rezerva v případě prudkého nárůstu cen ropy. V neposlední řadě by zvýšením zisků mohla DHL zkvalitnit své služby a zvýšit poskytované slevy pro získání nových zákazníků. Druhým návrhem bylo zpoplatnění papírové formy faktury s účelem přesvědčit klienty k přechodu na elektronickou podobu, jež má řadu výhod. Výsledkem tohoto návrhu by mělo být snížení nákladů, a to jak časových tak finančních.

Bohužel, oba návrhy mají za následek zdražení služeb, ale domnívám se, že DHL řídící se i nadále „heslem dražší, avšak kvalitnější“, nezaznamená u žádné z těchto změn větší odliv zákazníků.

Použitá literatura

[1] *DHL Czech Republic* [online]. 2010 [cit. 2010-5-4]. Dostupný z WWW: <http://www.dhl.cz/publish/cz/cz/services/exp_services/same_day.high.html>.

[2] *DHL Czech Republic* [online]. 2010 [cit. 2010-5-7]. Dostupný z WWW: <http://www.dhl.cz/cs/express/exportni_sluzby/export_time_definite.html>.

[3] *DHL Czech Republic* [online]. 2010 [cit. 2010-5-12]. Dostupný z WWW: <http://www.dhl.cz/cs/express/sluzba_domestic.html>.

[4] *DHL Czech Republic* [online]. 2010 [cit. 2010-5-13]. Dostupný z WWW: <http://www.dhl.cz/cs/express/doplnkove_sluzby.html>.

[5] *TNT Express* [online]. 2010 [cit. 2010-5-15]. Dostupný z WWW: < http://www.tnt.com/express/cs_cz/site/home/services.html >

[6] *TNT Express* [online]. 2010 [cit. 2010-5-19]. Dostupný z WWW: <http://www.tnt.com/express/cs_cz/site/home/shipping_tools/surcharges.html>.

[7] *UPS* [online]. 2010 [cit. 2010-5-19]. Dostupný z WWW: <http://www.ups.com/content/cz/cs/shipping/time/service/shipping/index.html?WBPM_lid=/homepage/ct1.html_mod_qlk>.

[8] *UPS* [online]. 2010 [cit. 2010-5-11]. Dostupný z WWW: <http://www.ups.com/content/cz/cs/shipping/cost/zones/fuel_surcharge.html?srch_pos=1&srch_phr=palivov%C3%BD>.

[9] *FedEx* [online]. 2010 [cit. 2010-5-19]. Dostupný z WWW: <http://www.fedex.com/cz/ >.

[10] *FedEx* [online]. 2010 [cit. 2010-5-12]. Dostupný z WWW: <http://www.fedex.com/cz/services/>.

[11] *Justice,cz* [online].Ministerstvo spravedlnosti, 2009 [cit. 2010-05-11]. Justice cz. Dostupné z WWW: <http://portal.justice.cz/justice2/uvod/uvod.aspx>.

[12] HOMOLA, Pavel. *Analýza kurýrních služeb v České republice: bakalářská práce*. [online] Zlín: Univeruita Tomáše Bati ve Zlíně, [cit. 2010-03-01] Dostupný na WWW:<https://www.stag.utb.cz/apps/stag/dipfile/index.php?download_this_unauthorized=1793>.

[13] ŠVADLENKA, Libor. *Marketing v poštovních službách*. 2. přeprac. vyd. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2006. ISBN 80-7194-839.

[14] JANEČKOVÁ, Lidmila; VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-86031-13-6.

[15] ŠVADLENKA, Libor. *Dokumentární platby v rámci ČSOB a.s. vhodné pro podnikatelskou: diplomová práce*. Pardubice: Univerzita Pardubice, DFJP, 2001. 83 s., 25 příl.

Seznam obrázků

strana

Obrázek č. 1: Tržby čtyř nejvýznamnějších poskytovatelů expresních služeb v ČR 11
Obrázek č. 2: Logistický řetězec firmy DHL 12
Obrázek č. 3: DHL v číslech 17
Obrázek č. 4: Přehled nabízených služeb DHL 17
Obrázek č. 5: Ceník DHL Full tarif 25
Obrázek č. 6: Internetová aplikace DHL 25
Obrázek č. 7: Vývoj cen služeb Time Definite DHL 26
Obrázek č. 8: Tabulka pro výpočet paliv. příplatku 27
Obrázek č. 9: Ceník TNT 40
Obrázek č. 10: Porovnání vývoje cen služeb 9:00 express, express a economy společnosti TNT 41
Obrázek č. 11: Procento slevy TNT 42
Obrázek č. 12: Výpočet palivového příplatku TNT 43
Obrázek č. 13: Porovnání vývoje cen služeb expres plus, saver a standard společnosti UPS . 44
Obrázek č. 14: Palivový příplatek UPS 45
Obrázek č. 15: Ceník FedEx 46
Obrázek č. 16: Porovnání cen TNT, UPS, DHL pro vnitrostátní doručení do 9:00 48
Obrázek č. 17: Porovnání cen TNT, UPS, DHL pro vnitrostátní doručení do konce pracovního dne 49
Obrázek č. 18: Porovnání cen TNT, UPS, DHL, FedEx pro mezinárodní doručení do 9:00 .. 50
Obrázek č. 19: Porovnání cen TNT, UPS, DHL, FedEx pro mezinárodní doručení do konce pracovního dne 50
Obrázek č. 20: Porovnání cen TNT, UPS, DHL, FedEx pro mezinárodní doručení do 2 až 5 dnů 51
Obrázek č. 21: Porovnání cen TNT, UPS, DHL, FedEx pro mezinárodní doručení do 10:30 51
Obrázek č. 22: Srovnání paliv. příplatků DHL, UPS, FedEx 53
Obrázek č. 23: Stanovení palivového příplatku TNT 54
Obrázek č. 24: Využívání služeb dopravců 56
Obrázek č. 25: Četnost využívání služeb expresních dopravců 56
Obrázek č. 26: Cíl zásilek 57
Obrázek č. 27: Hmotnost zásilek 58
Obrázek č. 28: Výběr dopravce 59
Obrázek č. 29: Druh expresní služby 60
Obrázek č. 30: Obchodní vztah s dopravcem 61
Obrázek č. 31: Způsob objednání služby 62
Obrázek č. 32: Způsob platby 62
Obrázek č. 33: Druh faktury 63
Obrázek č. 34: Doba splatnosti 64
Obrázek č. 35: Sledování vývoje palivového příplatku 65
Obrázek č. 36: Typ podniku 65
Obrázek č. 37: Počet zaměstnanců 66

Seznam tabulek

strana

Tabulka č. 1: Pojištění zásilek DHL 27
Tabulka č. 2: Pojištění zásilek TNT 43
Tabulka č. 3: Pojištění zásilek UPS 46
Tabulka č. 4: Pojištění zásilek FedEx 47
Tabulka č. 5: Využívání služeb dopravců 55
Tabulka č. 6: Četnost využívání služeb expresních dopravců 56
Tabulka č. 7: Cíl zásilek 57
Tabulka č. 8: Hmotnost zásilek 57
Tabulka č. 9: Výběr dopravce 58
Tabulka č. 10: Druh expresní služby 59
Tabulka č. 11: Obchodní vztah s dopravcem 60
Tabulka č. 12: Způsob objednání služby 61
Tabulka č. 13: Způsob platby 62
Tabulka č. 14: Druh faktury 63
Tabulka č. 15: Doba splatnosti faktury 63
Tabulka č. 16: Sledování vývoje palivového příplatku 64
Tabulka č. 17: Oblast podnikání 65
Tabulka č. 18: Počet zaměstnanců 66

Seznam zkratek

B2B	Business to business
B2C	Business to customer
C2C	Customer to customer
DHL	Dalsey, Hillblom, Lynn
TNT	Thomas Nationwide Transport
UPS	United Parcel Service
FedEx	Federal Express
EU	Evropská unie

Seznam příloh

Příloha č.1 Dotazník expresních služeb

Dotazník expresních služeb

1. *Jaké využíváte expresní dopravce?*
   - □ DHL
   - □ TNT
   - □ UPS
   - □ Fed-Ex
   - □ Jiné……

2. *Jak často využíváte služeb expresních dopravců?*
   - □ pravidelně (min 10 krát měsíčně)
   - □ opakovaně (min 4 krát měsíčně)
   - □ jednorázově (méně než 3x měsíčně)

3. *Kam směřují Vaše zásilky posílané expresními dopravci?*
   - □ vnitrostátní
   - □ mezinárodní

4. *Jaká je průměrná hmotnost Vašich zásilek?*
   - □ do 10kg
   - □ do 20kg
   - □ do 30kg
   - □ do 40kg
   - □ do 70kg
   - □ nad 70kg

5. *Podle čeho si vybíráte dopravce?*
   - □ ceny
   - □ spolehlivosti
   - □ doby doručení
   - □ počtu zásilek
   - □ úrovně zákaznického servisu
   - □ osobní zkušenosti
   - □ doporučení

6. *Jaký typ služby s ohledem na rychlost využíváte nejčastěji?*
   - □ speciální kurýr (okamžité řešení)
   - □ do 9h následující pracovní den
   - □ do 12h následující pracovní den
   - □ do konce následujícího pracovního dne
   - □ do 2dnů (od objednání přepravy)
   - □ do 3dnů (od objednání přepravy)

7. *Jaký máte obchodní vztah s dopravcem?*
   - □ žádný
   - □ pouze krátkodobá řešení
   - □ dlouhodobá dohoda (zvýhodněná nabídka od přepravce)
   - □ dohoda na počet zásilek

8. *Jakým způsobem provádíte objednávku přepravy?*
   - □ přes internetové rozhraní
   - □ e-mail
   - □ telefonicky
   - □ fax
   - □ osobně na pobočkách

9. *Jaký je Váš nejčastější způsob platby?*
   - □ platba v hotovosti
   - □ faktura

10. *Využíváte elektronickou nebo papírovou verzi faktury?*
    - □ papírová podoba
    - □ elektronická podoba

11. *Jaká je doba splatnosti Vámi obdržené faktury?*
    - □ max do 14ti denní
    - □ měsíční
    - □ jiná……

12. *Sledujete změny palivových příplatků*
    - □ ano
    - □ ne

13. *Jakého typu je Váš podnik?*
    - □ výrobní podnik
    - □ obchodní podnik
    - □ podnik poskytující jiné služby (stravování, ubytování, atd.)

14. *Kolik zaměstnanců má Váš podnik?*
    - □ do 50 zaměstnanců
    - □ do 51 - 200 zaměstnanců
    - □ nad 200 zaměstnanců