

Analýza cen přepravy kusových zásilek firmy Geis a jejich srovnání s cenami konkurence

Roman Jurča

Bakalářská práce
2014



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Roman Jurča**
Osobní číslo: **M110195**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Finanční řízení podniku**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Analýza cen přepravy kusových zásilek firmy Geis a jejich srovnání s cenami konkurence**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- **Prostudujte odbornou literaturu týkající logistiky přepravy kusových zásilek a problematice kalkulací a stanovení cen**

II. Praktická část

- **Charakterizujte společnost Geis**
- **Charakterizujte konkurenční prostředí v oboru přepravy kusových zásilek**
- **Porovnejte cenové nabídky firmy s konkurencí a provedte kalkulaci na přepravu kusových zásilek ve společnosti Geis**
- **Navrhněte možnosti na zvýšení konkurenceschopnosti společnosti**

Závěr

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

ČECHOVÁ, Alena. Manažerské účetnictví. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Brno: Computer Press, 2011, vi, 194 s. ISBN 978-80-251-2831-2.

KRÁL, Bohumil. Manažerské účetnictví. 3., dopl. a aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2010, 660 s. ISBN 978-80-7261-217-8.

MANGAN, John. Global logistics and supply chain management. 2nd ed. Chichester: John Wiley & Sons, 2012, xix, 421 s. ISBN 978-1-119-99884-6.

NOVÁK, Radek. Převážní, zásilkové a logistické služby. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, 391 s., [13] s. obr. příl. ISBN 978-80-7357-735-3.

NOVÁK, Radek. Nákladní doprava a zásilkovství. 2., přeprac. vyd. Praha: ASPI, 2005, 412 s., [20] s. barev. obr. příl. ISBN 80-7357-086-6.

PERNICA, Petr. Logistika (supply chain management) pro 21. století. Vyd. 1. Praha: Radix, 2005, 569 s. ISBN 8086031594.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Jana Šilhánová

Vyšší odborná škola ekonomická

Datum zadání bakalářské práce:

14. března 2014

Termín odevzdání bakalářské práce:

25. dubna 2014

Ve Zlíně dne 11. dubna 2014



Mgr. Pavel Hýl

zast. děkanka



Bc. Ing. Šárka Vránová, Ph.D.

zast. ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému;
- na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

.....

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Cílem bakalářské práce je analýza cen přepravy ve firmě Geis, jejich kalkulace a následné porovnání s konkurencí na trhu přepravy kusových zásilek. Teoretická část je orientována na problematiku týkající se přepravy, zasílatelství, kalkulací a členění nákladů. Praktická část obsahuje představení firmy Geis, jejich služeb a konkurenční společnosti na trhu. Dále je zpracována analýza cen přepravy firmy Geis, jejich kalkulace a porovnání s cenami konkurence, které vede k samotné analýze konkurenceschopnosti firmy na trhu zasílatelských společností. V závěru této práce jsou navržena doporučení a možnosti na zlepšení a zvýšení konkurenceschopnosti na základě zpracované analýzy.

Klíčová slova: Přeprava, Kalkulace, Ceny, Analýza, Konkurenceschopnost, Kusová zásilka

ABSTRACT

The aim of the bachelor thesis is the analyses of prices of transportation in Geis Company, their calculation and subsequent comparism with competitors on the unit shipments market. The theoretical part is focused on the issues of transportation, dispatch services, calculation and breakdown of costs. The practical part includes the Geis Company performance, its services and competitive companies on the market. Then there are the analyses of prices of transportation of Geis Company, calculation of the prices and comparism with the competitors' prices that leads to the analyses of the competitiveness of the company on the forwarding companies market. Finally there are suggested some advice and possibilities of improvement and increase of competitiveness on the basis of proceeded analyses.

Keywords: Transportation, Calculation, Prices, Analyses, Competitiveness, Unit shipments

"Nikdo nerozdává tak tvrdý rány jako život. Ale nejde o to, jak inkasuješ, tady jde o to, kolik ran uneseš, a přesto se znovu zvedneš, kolik ran dokážeš přijmout a nezastaví Tě! Jenom tak se vítězí!" Sylvester Stallone – Rocky Balboa.

Chtěl bych poděkovat vedoucí mé bakalářské práce za rady a informace nezbytně nutné k samotnému vypracování a panu Mihalíkovi, vedoucímu zlínské pobočky Geis, za spolupráci a poskytnutí informací, dat a potřebných doporučení.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 DRUHY DOPRAVY	13
1.1 VYBAVENOST ÚZEMÍ ČESKÉ REPUBLIKY DOPRAVNÍ INFRASTRUKTUROU.....	13
1.2 ŽELEZNIČNÍ DOPRAVA	13
1.3 SILNIČNÍ DOPRAVA	13
1.4 LETECKÁ DOPRAVA	14
1.5 VNITROZEMSKÁ VODNÍ DOPRAVA	14
2 ZASÍLATELSKÉ SLUŽBY	15
2.1 LOGISTIKA.....	15
2.2 KURÝRNÍ SLUŽBY	15
2.3 SMLOUVA O PŘEPRAVĚ VĚCI.....	15
2.4 OBSAH A PLATNOST PŘEPRAVNÍCH SMLUV	16
2.5 PŘEPRAVNÍ DOKLADY	17
2.6 POSTAVENÍ ZASÍLATELE V PŘEPRAVNÍCH VZTAZÍCH.....	18
2.7 ZASÍLATELSKÁ SMLOUVA.....	19
3 ČLENĚNÍ NÁKLADŮ	20
3.1 VÝZNAM A STRUKTURA ČLENĚNÍ NÁKLADŮ	20
3.2 DRUHOVÉ ČLENĚNÍ NÁKLADŮ	20
3.3 ÚČELOVÉ ČLENĚNÍ NÁKLADŮ	20
3.4 KALKULAČNÍ ČLENĚNÍ NÁKLADŮ	21
3.4.1 Přímé a nepřímé náklady.....	21
3.4.2 Variabilní náklady	22
3.4.3 Fixní náklady	22
4 KALKULACE	23
4.1 PŘEDMĚT KALKULACE.....	23
4.2 PŘIŘAZOVÁNÍ NÁKLADŮ PŘEDMĚTU KALKULACE.....	24
4.3 ALOKACE NÁKLADŮ	25
4.4 ROZVRHOVÁ ZÁKLADNA	25
4.5 STRUKTURA NÁKLADŮ	26
4.6 KALKULACE CENY	28
II PRAKTICKÁ ČÁST	30
5 PROFIL SPOLEČNOSTI GEIS	31
5.1 O SPOLEČNOSTI	31
5.1.1 Skupina GEIS v číslech.....	32
5.2 SLUŽBY FIRMY GEIS	33
5.2.1 Balíkové přepravy	33
5.2.2 Nabídka společnosti Geis	33
5.2.3 V ceně přepravy.....	34
5.2.4 Služby balíkové přepravy	34
5.2.5 Paletové přepravy	35

5.2.6	Maximální rozměry a hmotnosti	35
5.2.7	Základní nabídka	35
5.2.8	Celovozové přepravy.....	36
5.2.9	Logistika.....	36
6	CENOVÉ NABÍDKY SPOLEČNOSTI GEIS.....	37
6.1	KALKULACE CENÍKU VNITROSTÁTNÍ BALÍKOVÉ PŘEPRAVY	38
6.2	KALKULAČKA PRO VÝPOČET CENY	38
7	ANALÝZA KONKURENCESCHOPNOSTI SPOLEČNOSTI GEIS.....	39
7.1	KONKURENČNÍ PROSTŘEDÍ SPOLEČNOSTI GEIS.....	39
7.1.1	PPL CZ spol. s r.o.	39
7.1.2	DPD - Direct Parcel Distribution CZ s.r.o	40
7.1.3	Toptrans, spol. s r.o.	40
7.1.4	DHL Express spol. s r.o.....	40
7.1.5	TNT Express Worldwide, spol. s r.o.	40
7.2	SROVNÁNÍ CENOVÝCH NABÍDEK A SLUŽEB S KONKURENCÍ.....	41
7.2.1	Vnitrostátní přeprava.....	41
7.2.2	Mezinárodní přeprava.....	42
7.2.3	Export kusových zásilek.....	43
7.2.4	Import kusových zásilek.....	48
7.2.5	Přepravní čas - dodací lhůta	52
7.2.6	Doplňkové služby k přepravě.....	55
7.2.7	Pobočky (depa) společností na území České republiky	56
8	VYHODNOCENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI SPOLEČNOSTI GEIS V PŘEPRAVĚ KUSOVÝCH ZÁSILEK	59
8.1	VYHODNOCENÍ CENOVÝCH NABÍDEK PRO PŘEPRAVU	59
8.1.1	Vnitrostátní přeprava.....	59
8.1.2	Mezinárodní přeprava.....	59
8.2	VYHODNOCENÍ DOBY PŘEPRAVY VE DNECH	61
8.3	VYHODNOCENÍ DOSTUPNOSTI SPOLEČNOSTÍ.....	62
8.4	VYHODNOCENÍ POJIŠTĚNÍ KUSOVÝCH ZÁSILEK V MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVĚ	63
8.5	VYHODNOCENÍ ANALÝZY KONKURENCESCHOPNOSTI.....	64
9	NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI SPOLEČNOSTI GEIS	65
9.1	PŘEPRAVNÍ ČASY	65
9.2	CENA POJIŠTĚNÍ	66
9.3	PUBLICITA	66
9.4	CENOVÉ NABÍDKY – HOLANDSKO	67
9.5	PREZENTACE A ÚROVEŇ	68
	ZÁVĚR	70
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	72
	SEZNAM OBRÁZKŮ	74
	SEZNAM TABULEK.....	75
	SEZNAM GRAFŮ	76

ÚVOD

Tématem bakalářské práce je Analýza cen přepravy kusových zásilek firmy Geis a jejich srovnání s cenami konkurence. Firma Geis má významné postavení na trhu zasílatelských společností a její význam neustále roste, díky čemuž se dostává do popředí konkurenčních bojů a hlavním cílem společnosti je dosažení co nejvyšší konkurenceschopnosti.

Konkurence na trhu v oboru zasílatelských služeb je v současné době velmi široká. Souvisí to především s rozvojem a stále se rozšiřujícím a populárnějším internetovým prodejem, kdy tyto menší a střední firmy využívají pro doručení svého zboží zasílatelské služby, s čímž souvisí jejich vysoké požadavky na cenu, kvalitu přepravy a doplňkové služby poskytované přepravci.

Cílem bakalářské práce je analýza konkurenceschopnosti firmy Geis na trhu zasílatelských společností. Kalkulace cen firmy a provedení analýzy konkurenceschopnosti v porovnání s konkurencí na trhu, jejich cenami a službami které poskytují. Cílem je na základě provedené analýzy nalezení slabých míst firmy a navržení určitých opatření pro zlepšení a tím zvýšení konkurenceschopnosti na trhu.

Teoretická část bakalářské práce je věnována nejprve druhům dopravy, které firma Geis v rámci své činnosti využívá, s důrazem na dopravu silniční, která je využívána v přepravě kusových zásilek. Dále zasílatelským službám a náležitostem a dokladům které jsou potřeba k realizaci objednávky a uskutečnění transportu dané kusové zásilky. Dalším tématem teoretické části je členění nákladů. Význam a struktura, druhové, účelové a kalkulační členění nákladů a také jejich rozdělení na přímé a nepřímé a variabilní a fixní náklady. Poslední kapitola teoretické části se věnuje kalkulacím.

Praktická část bakalářské práce se v úvodu věnuje samotné společnosti Geis. Jejím představení, službám, které poskytuje a všemu spojenému s přepravou a její realizací. Další kapitolou praktické části jsou ceny firmy a jejich kalkulace a složení se všemi náležitostmi, které ke skladbě této ceny patří. Na základě těchto cen je zpracována analýza konkurenceschopnosti společnosti na trhu zasílatelství s vybranými firmami, které se nachází v popředí tohoto odvětví. Firmy byly vybrány na základě jejich tržního podílu a konzultace s předním logistikem firmy Geis. Vybrány byly společnosti DPD, DHL, TNT, PPL a TOPTRANS. Analýza je zpracována na základě poptávky v daných firmách a jejich následnému cenovému srovnání s nabídkou konkurence pomocí tabulek a grafů a také v rámci srovnání doplňkových služeb, které jsou poskytovány k přepravě a tvoří je hlavně

nabídka pojištění, sledování zásilek, možnosti dobírky a jiných drobných doplňkových služeb s přepravou spojenými.

Výsledkem analýzy je nalezení slabých míst společnosti a návrhy na zvýšení konkurenceschopnosti a postavení na trhu.

I TEORETICKÁ ČÁST

1 DRUHY DOPRAVY

Podnikání v oblasti dopravy, lze nazvat jako činnost, k zajištění procesu přemístění osob nebo věcí, kdy doprava může být provozována buď veřejně, nebo neveřejně. Veřejná doprava je taková, kterou provozuje dopravce za účelem uspokojování přepravních potřeb podle předem stanovených přepravních podmínek. Neveřejná doprava je provozovaná dopravcem k uspokojování individuálních potřeb zákazníka podle předem stanovených smluvních podmínek a je realizována na veřejné dopravní síti.

1.1 Vybavenost území České republiky dopravní infrastrukturou

Stav dopravní infrastruktury na území České republiky je kvantitativně vzato vyjma vodních cest uspokojivý, jak uvádí Pernica (2004, s. 1451). Kvalitativně vzato vyžaduje intenzivní rozvoj. S ohledem na síťovou a železniční infrastrukturu, je třeba zajistit kapacitní, kvalitní mezinárodní propojení s ohledem na potřeby exportu, importu tranzitu, na druhé straně je třeba nákladově přijatelným způsobem zachovat územní dostupnost sítě pro přepravce.

Dopravní infrastruktura má stěžejní význam pro časovou dostupnost a spolehlivost při dopravní obsluze a celém fungování logistických řetězců. Kvalita možného napojení je jedním z nejdůležitějších kritérií při vyhledávání lokalit vhodných pro umístění logistického centra.

1.2 Železniční doprava

Podmínky provozování drážní dopravy jsou stanoveny zákonem o drahách. Provozovat drážní dopravu na dráze celostátní nebo drahách regionálních může právnická nebo fyzická osoba, která je zapsaná v obchodním rejstříku.

1.3 Silniční doprava

Podnikání v oblasti silniční dopravy patří do živnosti koncesované. K provozování nákladní silniční dopravy pro cizí potřeby musí mít dopravce koncesi, pokud je provozování silniční dopravy živností, nebo povolení od dopravního úřadu v ostatních případech. Vstupem České republiky do Evropské unie je přístup na trh v mezinárodní silniční dopravě na území států Evropské unie zajištěn prostřednictvím euro-licence.

Kyncl ve své knize uvádí (2001, s. 155), že postavení silniční dopravy v logistických systémech je dáno několika faktory. Silniční doprava má nejbližší k odesílateli i příjemci zásilek. Je poměrně flexibilní, což znamená, že se přizpůsobí konkrétním požadavkům na přepravní podmínky a jejich případných změn. V případě nutnosti může také v určitém rozsahu nahradit jiný druh dopravy. Silniční doprava proto zajišťuje ve většině případů počáteční a závěrečné části přepravy, zatímco střední části, a to většinou na větší přepravní vzdálenosti zajišťuje železniční a vnitrozemská vodní doprava, nebo námořní či letecká doprava.

1.4 Letecká doprava

Do letecké dopravy patří převážně doprava osob, zvířat, zavazadel, věcí a pošty letadly za úplatu. Obchodní leteckou přepravu lze provozovat pouze na základě licence, kterou vydává Úřad pro civilní letectví. Konkrétně firma GEIS tyto služby realizuje prostřednictvím dceřiné společnosti Geis CZ Air + Sea s.r.o.

1.5 Vnitrozemská vodní doprava

K provozování tohoto druhu dopravy musí žadatel nejprve složit zkoušku odborné způsobilosti a poté vydá Plavební úřad osvědčení o odborné způsobilosti k provozování vodní dopravy pro cizí potřeby. Poté v případě splnění všech náležitostí rozhodne živnostenský úřad na základě žádosti o udělení koncese, ve stanovisku uvede Plavební úřad. Tyto služby firma GEIS provozuje také v rámci své dceřiné společnosti, obdobně jako u letecké dopravy prostřednictvím dceřiné společnosti Geis CZ Air + Sea s.r.o. Jedná se převážně o kontejnerovou přepravu.

2 ZASÍLATELSKÉ SLUŽBY

2.1 Logistika

Logistika je proces zpracování, plánování, provádění a řízení postupů pro účinnou a efektivní přepravu a skladování zboží, včetně služeb a souvisejících informací z místa původu, do místa spotřeby, za účelem na základě přání a požadavků zákazníka. Tato definice zahrnuje příchozí, odchozí, vnitřní a vnější logistické pohyby. Logistika zahrnuje zajištění správného produktu, správným způsobem, ve správném množství a ve správné kvalitě na správném místě, ve správný čas a správnému zákazníkovi za správnou cenu. (Mangan, 2012, s. 9)

2.2 Kurýrní služby

Do oboru logistiky a to konkrétně zasílatelských služeb patří tzv. balíčkové či expresní služby. Provozovatelé působící v této oblasti zpravidla mají k dispozici nevykonnějšími a nejrozsáhlejšími komunikačními systémy, operují v multimodálních přepravách a využívají řadu dopravců, které si najímají. Jedná se o zvláštní druhy vzájemně se prolínajících zasílatelských služeb – prováděných však zpravidla formou vlastního vstupu – mezi nimiž neexistují přesně stanovené hranice. Co se týče samotných kurýrních služeb – jedná se o přepravní služby zasílatelské povahy zabývající se přepravou, resp. sběrem, zasíláním a doručováním malých kusových zásilek. Zasílání je většinou lidí známo pod pojmem zaslání „z domu do domu“ (někdy také „z ruky do ruky“ či „ze stolu na stůl“) s tím, že jejich doba dodání je zpravidla určena maximální časovou hranicí danou na základě vzdálenostního pásma, jednotlivou firmou. Zásilky přepravované kurýrními službami představují kusové zásilky, jejichž přeprava má zpravidla některá omezení. Jedná se o omezení váhy a rozměrů, ale někdy i jejich obsahu a to zejména nebezpečných, tekutých nebo sypkých látek. (Novák, 2005, s. 321),

2.3 Smlouva o přepravě věci

Podle národního, i mezinárodního práva se provádění přepravy uskutečňuje na základě smlouvy o přepravě věci – pro kterou se ovšem v praxi většinou používá termín přepravní smlouva.

„Smlouva o přepravě věci je v legislativě ČR řešena v obchodním zákoníku č. 513/91 Sb., ve znění pozdějších předpisů, a to v dílu XIV, 610-629.“ (Novák, 2012, s. 158)

Novák (2012, s. 158) uvádí, že základem přepravní smlouvy je závazek dopravce, že přepraví odesílateli za odměnu jeho zásilku z místa odeslání do místa určení. Tento závazek představuje tedy reálné (fyzické) provedení (realizaci) přemístění zásilky v čase a prostoru stanoveném odesílatelem. V přepravní smlouvě se obvykle nachází tyto subjekty: dopravce, odesílatel a příjemce. U dopravce se jedná nejčastěji o tzv. skutečného dopravce, tj. dopravce, který osobně provádí přepravu. Dopravce ale může dopravu svěřit i dalšímu dopravci. Další dopravce se ovšem také stává skutečným dopravcem, který však provádí jen část přepravy a většinou nemá přímý vztah k odesílateli, ale je smluvně vázán na dopravce který mu část této přepravy svěřil. Skutečný dopravce je tedy v konečném důsledku tím, který sám fyzicky přepravuje zásilku.

Přepravní smlouva je vztah, ve kterém figuruje dopravce a odesílatel. Odesílatelem je osoba, která svěří zásilku dopravci a pověří ho jejím přepravením, čímž předává na přepravce odpovědnost za její řádné naložení, poskytuje potřebné dispozice a hradí dopravci přepravné. Přepravce, pro něhož je přepravovaná zásilka určena, je v přepravní smlouvě příjemcem, ovšem příjemcem zboží může být i zasílatel. V takových případech však musí zasílatel vystupovat vůči dopravci jako účastník přepravní smlouvy, a proto musí být jako příjemce uveden v nákladním listu.

Závěrem této problematiky je potřeba zmínit, jak uvádí Novák (2012, s. 160) další dva subjekty, které zde vystupují. Jedná se o vlastníka zboží, který má nezadatelné právo vykonávat svá vlastnická práva ve vztahu k přepravě zásilky, která ovšem nejsou předmětem přepravní smlouvy. Dalším subjektem je oprávněný, který je ten, kdo může disponovat s přepravovanou zásilkou podle práva vzniklého na základě přepravní smlouvy.

2.4 Obsah a platnost přepravních smluv

V obchodní praxi má vymezení vzniku přepravní smlouvy zcela zásadní význam. Je zde potřeba přesně rozlišovat dva pojmy a to platnost a účinnost smlouvy. Platnost přepravní smlouvy vzniká jejím podpisem smluvními stranami. Účinnost smlouvy nabývá zpravidla ode dne uvedeného v této smlouvě nebo jde-li například o smlouvu rámcovou, nabývá účinnosti potvrzením první objednávky dopravcem. K nabytí účinnosti může dojít i konkludentně, tedy nejčastěji fyzickým převzetím zásilky dopravcem a to potvrzením nákladního listu a odeslání kopie odesílateli. Nabytím účinnosti se stávají všechna ustanovení v přepravní smlouvě závaznými pro obě strany. Základní povinností pro dopravce je realizace přepravy s řádnou péčí a ve

sjednaných lhůtách. Dopravce je povinen vyhovět i proveditelným dodatečným příkazům odesílatele pozměňujícím přepravní smlouvu a to na základě dispozičního práva přepravce k přepravované zásilce. Možnost využití je však pouze do té doby, než je zásilka předána příjemci. Dopravce odpovídá za škody vzniklé na přepravované zásilce od jejího převzetí od odesílatele až do jejího vydání příjemci, ale neodpovídá za škody, které byly způsobeny jednáním odesílatele či příjemce, vadou nebo zvláštní povahou zásilky, špatným obalem, nebo okolností, která nebyla předvídatelná. Není-li stanoveno jinak, pak ve vnitrostátní přepravě platí, že při ztrátě nebo zničení zásilky hradí dopravce její běžnou cenu (burzovní cenu). Při částečné ztrátě nebo poškození zásilky hradí dopravce částku, o kterou byla zásilka skutečně znehodnocena. (Novák, 2012, s. 160-161)

2.5 Přepravní doklady

Nejvýznamnějším a nejdůležitějším přepravním dokladem je nákladní list, který je nerozšířenějším důkazem o existenci přepravní smlouvy. Přepravní smlouva ovšem nemusí mít nutně písemnou smlouvu. O nákladním listu v této souvislosti a v praxi platí, že pokud má určité nedostatky nebo je například ztracen, nemusí být dotčená jeho existence nebo platnost přepravní smlouvy.

Jak píše Novák (2012, s. 162-163), přepravní doklady zpravidla obsahují tři skupiny údajů: obligatorní (povinné), fakultativní a dovolené. Chybí-li v přepravním dokladu některý z obligatorních údajů, může jeho absence způsobit i neplatnost takového dokladu. Mezi obligatorní údaje patří: místo a den vystavení přepravního dokladu, označení odesílatele, označení příjemce zboží, zásilky, jejího obsahu a hmotnosti, seznam připojených listin (např. pro celní odbavení). Fakultativními údaji jsou např.: tzv. zvláštní zájem na dodání, výše přepravného, které uhradil odesílatel, označení přepravní cesty, způsob celního projednání, souhlas odesílatele s tím, že příjemce je oprávněn pozměnit přepravní smlouvu. Dalším významným dokladem je také náložní list, který se ovšem svým obsahem od nákladního listu podstatně liší. Objektivně se nákladní i náložní list podobají a i co do svého obsahu jsou si blízké. Základními společnými vlastnostmi obou těchto přepravních dokladů je, že jsou dokladem o uzavření přepravní smlouvy a po jejich řádném vyplnění a potvrzení smluvními stranami i dokladem o převzetí k přepravě. Nákladní list může vystavovat jak odesílatel (přepravce), tak i dopravce. Dopravce na něm potvrdí, že převzal zásilku k přepravě. Tím se nákladní list stává důkazní listinou o uzavřené přepravní smlouvě. Nákladní list obvykle mívá několik originálů. Jeden z nich patří odesílateli, další

pak doprovázejí náklad s tím, že jeden je předán spolu s nákladem příjemci a další si dopravce nechá. Náložní list vystavuje dopravce na základě dohody stran na jméno či na řad určité osoby nebo na doručitele. Náložní list je na rozdíl od nákladního listu cenný, a je to obchodovatelný papír. Představuje nárok na vydání přepravované zásilky dopravcem. Dopravce vydá přepravované zboží pouze oprávněné osobě, tj. tomu, kdo mu předloží originál náložního listu. Na náložním listu se poté potvrdí, že byla zásilka přijata.

2.6 Postavení zasílatele v přepravních vztazích

Existují případy, kdy zasílatel uzavírá přepravní smlouvu vlastním jménem, a pak v ní vystupuje jako odesílatel. V těchto případech se zasílatel stává také plátcem přepravného. Zasílatel je jako plátcem přepravného povinen veškeré vynaložené přepravné řádně prokázat a uskutečněné platby doložit. Zasílatel má nárok pouze na úhradu tzv. účelně vynaložených nákladů, které mu příkazce musí zaplatit. Jedná se o nutně a užitečně vynaložené náklady vzniklé v souvislosti s plněním činností vyplývajících ze zajišťování přepravních služeb v zájmu zboží, tedy v zájmu samotného příkazce.

Jak uvádí autor (Novák, 2012, s. 263) pokud zasílatel neuzavírá smlouvu vlastním jménem ale pod jménem dopravce, potom vystupuje jako „mandantář“ v rámci mandátní smlouvy. V legislativě ČR ovšem tento vztah neodpovídá vztahu zasílatel-příkazce, protože ten vychází z podstaty komisionářské smlouvy. Pokud není v rozporu s obsahem zasílatelské smlouvy nebo nezakáže-li to příkazce nejpozději do zahájení přepravy, může ji zasílatel realizovat sám. V takovém případě se jedná o právo vlastního vstupu provedení přepravy zasílatele, kdy zasílatel odpovídá za provedení přepravy ve smyslu přepravní smlouvy, jako dopravce. V případě, že zasílatel fyzicky přejímá zásilku, které zajišťuje přepravu, ale sám ji fyzicky nepřepravuje, odpovídá za ni jako skladovatel (podle ustanovení smlouvy o skladování uvedené v obchodním zákoníku).

Vývoj na trhu logistických řetězců probíhá a probíhal za silných konkurenčních tlaků, ale i silících požadavků na komplexní přepravní služby ze strany zákazníků. Zasílatelské firmy jsou tak stavěny před rozhodnutí, která mají pro jejich budoucnost a prosperitu zcela zásadní význam. Spočívá to ve značně rozdílných variantách představujících několik zcela odlišných forem zasílatelských služeb, které se v rámci tržního vývoje neustále mění. Často sílí také tlak na převzetí odpovědnosti zasílatele i za provádění přepravních služeb, a to i tam, kde zasílatel tyto služby sám neprovádí.

2.7 Zasílatelská smlouva

V praxi platí, že pokud předá příkazce přepravu k obstarání zasílateli, nejedná se o přepravní smlouvu, ale o smlouvu zasílatelskou. Zasílatel se tím zavazuje příkazci, že mu vlastním jménem na jeho účet obstará přepravu věcí a příkazce se zavazuje zaplatit odměnu. Základem a podstatou zasílatelské smlouvy je, že zasílatel je zodpovědný za obstarání přepravy a nikoliv za provedení přepravy (za ni odpovídá dopravce, který bývá v logistických firmách smluvně zavázán). Obchodní zákoník ČR obsahuje základní charakteristiky zasílatelské smlouvy. V obchodním zákoníku jsou uvedeny její závazné náležitosti, problematika právních vztahů zasílatele a příkazce, základní finanční vztahy apod.

Novák (2012, s. 266-267) uvádí, že zasílatelská smlouva nemusí mít písemnou formu, příkazce může například zasílateli vydat písemný tzv. zasílatelský příkaz, na jehož základě je zasílatel pověřen obstarat přepravu. Zasílatel je povinen vynaložit veškerou odbornou péči a sjednat způsob přepravy odpovídající požadavkům příkazce a charakteru zásilky. Zasílatel může podle zasílatelské smlouvy také provádět tzv. zasílatelskou dobírku, tj. přebírat od příjemce smluvené finanční částky. Zasílatel je dále povinen sdělit příkazci zprávu o škodě hrozící zásilce a to okamžitě jak se o této hrozbě dozví, jinak odpovídá za škodu, kterou porušením této povinnosti způsobil. Použije-li zasílatel k přepravě dalšího zasílatele, je zodpovědný za přepravu jako by ji vykonával sám. Zasílatel má k zajištění svých nároků vůči příkazci zástavní právo k zásilce, jejíž přepravu obstarává. Je-li zasílatel shledán odpovědným za škodu vzniklou při obstarávání přepravy zásilky, je povinen hradit nejen skutečnou škodu, ale i případný ušlý zisk. Prokázat škodu a vznik škody včetně její konkrétní výše je povinen příkazce.

3 ČLENĚNÍ NÁKLADŮ

3.1 Význam a struktura členění nákladů

Předpokladem účinného řízení nákladů je jejich podrobnější rozčlenění do stejnorodých skupin. Existuje mnoho způsobů, jak náklady členit a je třeba si uvědomit, že členění jakýchkoliv jevů musí být vyvoláno účelovou potřebou – vztahem k řešení určitých otázek a rozhodnutí. (Král, 2010, s. 68-69)

3.2 Druhové členění nákladů

Pro nákladové druhy jsou charakteristické tři základní vlastnosti:

- **prvotní:** stávají se předmětem zobrazení hned při jejich vstupu do podniku
- **externí:** vznikají spotřebou materiálu, subdodávek, prací či služeb jiných subjektů
- **jednoduché:** z hlediska jejich podrobnějšího členění v podniku

(Fibírová, 2007, s. 100)

Jako výchozí členění nákladových druhů se většinou používá členění na:

- spotřebu materiálu a energie,
- spotřebu a použití externích prací a služeb,
- mzdové a ostatní osobní náklady,
- odpisy nehmotných a hmotných dlouhodobých aktiv,
- finanční náklady.

(Fibírová, 2007, s. 100-101)

3.3 Účelové členění nákladů

Král (2010, s. 72) uvádí, že jednou z nejdůležitějších úloh jsou úlohy zajišťující řízení hospodárnosti vynaložených nákladů. Informačním východiskem je zjistit, zda se náklady v podniku překračují nebo šetří. Základem je účelové členění nákladů. Účelový vztah nákladů lze charakterizovat na různé úrovni podrobnosti. V praktických řešeních, pokud stanovujeme nákladový úkol pro jednotlivé položky nebo skupiny, probíhá strukturalizace v několika úrovních. V první se náklady rozčlení do několika širokých okruhů různých výrobních činností a činností pomocných a obslužných. Dále se pak podrobněji rozčlení podle jednotlivých aktivit nebo operací.

3.4 Kalkulační členění nákladů

Kalkulační členění je zvláštním typem účelového členění nákladů. Jinak je ovšem provedení těchto úloh reálnými informacemi jedním z nejsložitějších v rámci členění nákladů vůbec. Jejich složitost plyne z toho, že podnikatelský proces je většinou složitým systémem sériově i paralelně řazených procesů s určitým množstvím bezprostředních, ale i s výrazně širším množstvím zprostředkovaných vazeb ke konkrétnímu výkonu. Předběžné stanovení či následná skutečnost určité proporce nákladů těchto činností na určitý výkon je pak většinou spíše abstrakcí a záležitostí modelového zjednodušení, které neodráží realitu v celé své šířce. Je třeba mít na vědomí účel přiřazení nákladů konkrétnímu výkonu, tj. rozhodovací problém, který je třeba pomocí tohoto přiřazení řešit. Je jasné, že například jiný objem nákladů, resp. jiný postup pro jejich rozdělení na vyráběný sortiment bude použit pro určení výchozích cen výrobků, jiný pro kontrolu hospodárnosti a další v krátkodobém rozhodnutí, zda jeden z výrobků půjde prodat za dočasně sníženou cenu. Král (2010, s. 76)

3.4.1 Přímé a nepřímé náklady

Král (2010, s. 76-77) uvádí, že z pohledu příčinných vazeb nákladů k výkonu, který je objemově, druhově a jakostně přesně vymezen (k tzv. kalkulační jednici), a z pohledu praktických početně technických možností, jak přiřadit náklady konkrétnímu výkonu, lze určit dvě základní skupiny nákladů

- přímé náklady, které jsou spjaty s konkrétním druhem výkonu
- nepřímé náklady, které nejsou spjaty s jedním druhem výkonu a zajišťují průběh podnikatelského procesu v širších souvislostech

Je tedy zřejmé, že do první skupiny patří téměř veškeré jednicové náklady. Tyto náklady jsou vyvolány nejen konkrétním druhem výkonu, ale přímo jeho jednotkou. Kromě jednicových nákladů se pak k výkonu přiřazují i náklady, které se uskutečňují v souvislosti s prováděním pouze tohoto druhu výkonu a jejichž podíl na jednici určitého druhu lze zjistit pomocí prostého dělení. Příkladem takového nákladu může být náklad na výzkum, vývoj a technickou přípravu výroby konkrétního výrobku, odpis časové licence na výrobu a prodej výrobku na náklad na jeho reklamu. Většina režijních nákladů je však většinou společná více druhům výkonů. Při řešení takových rozhodovacích úloh je však třeba i tyto

náklady určit k dané jednotce výkonu. Tyto náklady se pak přičítají nepřímou pomocí zvolených veličin. (Král, 2010, s. 76-77)

3.4.2 Variabilní náklady

Nejdůležitější a v praxi nejnázne kvantifikovatelnou část variabilních nákladů tvoří náklady proporcionální. Jak uvádí Král (2010, s. 79-80), při řízení těchto nákladů je předpoklad, že jsou vyvolané jednotkou výkonu; náklady připadající na tuto jednotku jsou tedy konstantní a jejich celkový objem roste přímo zároveň s počtem výkonů. Příkladem proporcionálních nákladů jsou všechny náklady jednicové a také ta část režie, která je ovlivněna stupněm využití kapacity (např. část nákladů na opravy automobilů, vyvolaná ujetými kilometry).

3.4.3 Fixní náklady

„Fixní náklady jsou náklady, které se nemění v určitém rozsahu prováděných výkonů nebo aktivit podniku (útvary). Jde zpravidla o tzv. kapacitní náklady, vyvolané potřebou zajištění podmínek pro efektivní průběh reprodukčního (podnikatelského) procesu. Z hlediska jejich ovlivnitelnosti v případě zřetelného poklesu ve využití kapacity se rozlišují dvě skupiny fixních nákladů:

- Pro první skupinu je charakteristické, že se vynakládá často ještě před zahájením podnikatelského procesu, kdy je třeba např. pořídit budovu, strojní zařízení, informační systém či realizovat jiné investiční rozhodnutí. Podstatnou charakteristikou, důležitou pro řízení hospodárnosti těchto tzv. umrtvených (utopených) fixních nákladů (Sunk Fixed Costs), je pak fakt, že jejich celkovou výši již nelze ovlivnit v průběhu podnikatelského procesu ani zásadním omezením jeho intenzity. Jedinou možností jejich snížení je opačně působící (zvrtné) investiční rozhodnutí (např. prodej strojního zařízení). Příkladem těchto nákladů jsou odpisy fixních aktiv. Důležitou jevovou formou těchto nákladů je z hlediska potřeb jejich kvalifikace např. v kalkulacích a rozpočtech relativně vzdálený časový úsek mezi výdajem, nutným k pořízení příslušné majetkové složky, a jejím projevem v časově vyjádřených nákladech.
- Také skupina fixních nákladů vzniká v důsledku zajištění kapacitních podmínek podnikatelského procesu. Nejsou však bezprostředně spojeny s investičním rozhodnutím, ale s využitím vytvořené kapacity; proto lze při zřetelném snížení kapacity omezit.“ (Král, 2010, s. 81-82)

4 KALKULACE

Jak uvádí autor (Král, 2010, s. 124) kalkulací se obecně rozumí zjištění nebo stanovení nákladů, marže, zisku, ceny nebo jiné hodnotové veličiny na výrobek, práci nebo službu, na činnost nebo operaci, kterou je potřeba v souvislosti s jejich uskutečňováním provést. Pojem kalkulace se užívá ve třech základních pojmech:

- jako činnost vedoucí ke zjištění či stanovení nákladů na výkon,
- jako výsledek této činnosti,
- jako vydělitelná část informačního systému podniku, sice tvořící součást manažerského účetnictví, ale také nezastupitelná informačním obsahem a metodou jeho získání.

Nejčastější metodou využívanou u kalkulací jsou propočty, orientované na zjištění nebo stanovení nákladů na konkrétní výrobek, práci nebo službu, které jsou předmětem prodeje zákazníkům. Metodou kalkulace se rozumí způsob stanovení předpokládané výše, konkrétně následného zjištění skutečné výše hodnotové veličiny na konkrétní výkon. (Král, 2010, s. 124)

Obecně je závislá na:

- vymezení předmětu kalkulace,
- způsobu přiřazování nákladů předmětu kalkulace,
- struktuře nákladů, ve které se zjišťují nebo stanovují náklady na kalkulační jednici.

(Král, 2010, s. 124)

4.1 Předmět kalkulace

Předmětem kalkulace mohou být všechny druhy dílčích i finálních výkonů, které podnik vyrábí nebo provádí. Král uvádí (2010, s. 126), že tato obecná zásada se v praxi často používá s ohledem na rozsah prováděného sortimentu, složitost podnikatelského procesu i samotného využití kalkulací v řízení. Ve většině podniků se širokým sortimentem podobných výrobků, které se provádějí stejnou technologií, se tak kalkulují náklady pouze nejdůležitějších druhů výkonů nebo jejich skupin. Se vzrůstající úrovní automatizace je ovšem v jiných podnicích zřejmé tendence k rozšiřování rozsahu kalkulovaných výkonů. Jedním z těchto přístupů, aplikovaných u finálních výkonů, jsou tzv. zákaznický orientované kalkulace, v nichž je předmět kalkulace vymezen nejen druhem výkonu, ale i odběratelem, jemuž je zakázka určena. Novým přístupem je také snaha konkretizovat

náklady a jiné hodnotové veličiny ve vztahu k výkonům prodávaným v různých teritoriích nebo tržních segmentech. Předmět kalkulace je dán jak kalkulační jednicí, tak kalkulovaným množstvím. Kalkulační jednicí se rozumí konkrétní výkon, vymezený měrnou jednotkou a druhem, na který se stanovují nebo zjišťují náklady. Kalkulované množství zahrnuje určité množství kalkulačních jednic, pro něž se určují nebo zjišťují celkové náklady. Jeho určení je významné především z hlediska vymezení průměrného podílu fixních nákladů, které patří na kalkulační jednici. Tyto náklady sice konkrétně nesouvisí s kalkulační jednicí a často ani s konkrétním množstvím určitého druhu prováděného výkonu, pro řešení některých rozhodovacích úloh ovšem musíme tyto náklady kalkulační jednici přiřadit.

4.2 Přiřazování nákladů předmětu kalkulace

Přiřazování nákladů předmětu kalkulace byl spjat s členěním nákladů na přímé a nepřímé. V reakci na měnící se tržní prostředí však toto členění ustupuje a ve struktuře kalkulovaných nákladů dominují členění jiná:

- podle způsobu stanovení nákladového úkolu (jednicové a režijní),
- podle jejich závislosti na objemu výkonů (variabilní a fixní),
- podle toho, zda jejich výše bude ovlivněna konkrétním rozhodnutím o předmětu kalkulace (relevantní a irelevantní). (Král, 2010, s. 127)

Pokud řešené úlohy vyžadují vyjádřit úroveň variabilní režie nebo průměrnou výši fixní režie na kalkulační jednici, pak se k řešení používají zpravidla složitější a méně přesné metody. Jedná se zejména o tyto metody:

a) kalkulace dělením:

- prostá,
- s poměrovými (ekvivalenčními) čísly,

b) kalkulace přírážková:

- sumační,
- diferencovaná.

Podle autora (Král, 2010, s. 128), je znakem prvních skupin metod skutečnost, že přiřazují náklady ve vztahu k množství různě vyjádřených kalkulačních jednic. Přírážkové metody využívají pro přičítání nákladů výkonům hodnotově nebo naturálně vyjádřené rozvrhové základy. Společné pro obě skupiny by měla být snaha přiřazovat co největší část

společných nákladů na základě co neuššího příčinného vztahu mezi náklady a výkony. Kalkulace prostým dělením se aplikuje v případech, kdy předmětem přiřazení jsou náklady vyvolané pouze jedním druhem výkonu, nebo různými druhy, které jsou na přiřazované náklady v zásadě stejně náročné. Kalkulace prostým dělením se aplikuje zejména v případech, kdy předmětem přiřazení jsou náklady vyvolané jedním druhem výkonu, nebo různými druhy, které jsou na přiřazované náklady v zásadě stejně náročné. Kalkulace dělením s poměrovými čísly přiřazuje společné náklady výkonům na základě jejich příčinného vztahu k přepočtené jednotce. Přírážková metoda využívá pro přiřazování společných nepřímých nákladů výkonům hodnotově nebo naturálně vyjádřené rozvrhové základny. Uplatňuje se v sumační a diferencované variantě.

4.3 Alokace nákladů

Hlavním cílem alokace nákladů je poskytnout informace o těch nákladech, které jsou pro určité rozhodnutí podstatné. Nejdůležitější zásada, zní tedy velice jednoduše: neexistuje správný nebo špatný způsob přiřazení nákladu k příslušnému výkonu. Každý způsob alokace musí dodržovat nejen vztah nákladů k objektu, ale hlavně rozhodovací úlohu, která bude na základě přiřazení řešena.

Lze rozlišit tři různé principy přiřazování nákladů výkonům. Jak uvádí Král (2010, s. 132-133) jedná se o princip příčinné souvislosti vzniku nákladů, princip únosnosti (reprodukce) nákladů a princip průměrování. Zde je potřeba zdůraznit, že principy nejsou rovnocenné. Informačně nejúčinnější je pouze uplatnění principu příčinné souvislosti, který vychází z úvahy, že každý výkon má být zatížen pouze takovými náklady, které vyvolal. Princip únosnosti nákladů se uplatňuje v reprodukčních úlohách a v úlohách spojených s obhajobou ceny. Princip průměrování, by se měl aplikovat až v případě, kdy nelze uplatnit princip příčinné souvislosti. Často se uplatňuje při výsledných kalkulacích. Lze jej však použít i v předběžných propočtech, a to v úlohách založených na znalosti plné nákladové náročnosti a na informacích o vázanosti ekonomických zdrojů v zásobách nedokončené výroby a výrobků.

4.4 Rozvrhová základna

Jak uvádí autorka (Čechová, 2011, s. 93), rozvrhová základna je veličina, pomocí níž jsou nepřímé náklady přiřazovány jednotce výkonu. Je to zvolený druh přímého nákladu, podle jehož podílu na jednotku výkonu jsou vypočítávány také podíly nepřímých nákladů

na jednotku výkonu. Takovýmto způsobem lze přiřazovat náklady až na kalkulační jednici – jeden výkon, jeden výrobek. Je zde důležité zvolit takovou rozvrhovou základnu, která má v případě, který řešíme největší vypovídající schopnost. Hledáme tedy v konkrétní rozhodovací úloze takovou rozvrhovou základnu, která je v přímé souvislosti jak s jednotkou výkonu, tak i s rozvrhovanými náklady.

4.5 Struktura nákladů

Struktura nákladů v kalkulaci je stanovena individuálně v každém podniku, nelze stanovit přesnou strukturu, která by platila pro všechny účetní jednotky. Jednotlivé položky nákladů jsou seskupeny v kalkulačním vzorci.

1.	Přímý materiál
2.	Přímé mzdy
3.	Ostatní přímé náklady
4.	Výrobní režie
	vlastní náklady výroby
5.	Zásobovací režie
6.	Správní režie
	vlastní náklady výkonu
7.	Odbytová režie
	úplné vlastní náklady výkonu
8.	Zisk
	prodejní cena (bez DPH)
9.	DPH
	prodejní cena s DPH

Zdroj: Vlastní

Tab. 1. Kalkulační vzorec

Kalkulační vzorec vyjadřuje strukturu, ze které se stanovují a zjišťují náklady výkonu. Protože kalkulace slouží pro řadu účelů a používají se při řadě evidenčních, nebo rozhodovacích úkolů, byla vyvinuta i řada kalkulačních vzorců. Zde je nutné zdůraznit, že nejde o univerzální řešení, a každý podnik si vytváří pro své použití tyto vzorce individuálně. (Landa, 2003, s. 359)

K základním typům kalkulačních vzorců patří:

- typový kalkulační vzorec
- retrogradní kalkulační vzorec
- kalkulační vzorec oddělující fixní a variabilní náklady
- dynamická kalkulace
- kalkulace se stupňovým rozvrstvením fixních nákladů

(Landa, 2003, s. 359)

Jak uvádí autorka (Čechová, 2011, s. 96), toto členění nemůže stačit jako kvalitní podklad pro rozhodování v manažerské účetnictví, neboť je nutné zpracovávat kalkulace se zřetelem na účel, pro nějž má být stanovena. Proto dnes již vytvářené kalkulační vzorce vyjadřují různý vztah nákladů k ceně, používají různé varianty strukturování nákladů ve vztahu k výkonům. V současné době jsou využívány kalkulace cenové a kalkulace nákladů, které jsou zásadně odlišné, jelikož jsou sestavovány k různým účelům a s jiným přístupem. Cenové kalkulace tvoří základ nabídky nebo jednání s odběrateli. Vychází z úrovně zisku, který je v podniku žádoucí pro jeho další rozvoj. Tato úroveň zisku je srovnávána s cenovými možnostmi v rámci konkurenčního prostředí. Tyto dvě informace se stávají výchozí pro odhad nákladů. Obvykle jsou tyto náklady vzdálené reálným nákladům dané aktivity, které by bylo nutno za určitých podmínek vynaložit. Kalkulační systém

Podle Čechové (2011, s. 97-98), lze kalkulace v řízení mnohostranně využít a to nejen jako kalkulaci konečných výkonů, ale i nedokončené výroby, polotovarů, jednotlivých činností a operací. V každé účetní jednotce jsou kalkulace zdrojem užitečných informací a lze je využít například jako:

- informace k rozhodování o optimálním složení sortimentu výroby či výkonů
- o tom, zda některé výrobky vyrobíme sami, nebo je raději nakoupíme
- zobrazení vztahu mezi odpovědnostními útvary
- jako nástroj řízení hospodárnosti variabilních nákladů výkonů
- jako nástroj ocenění zásob vlastní výroby
- k hodnocení různých variant cenových návrhů
- jako velmi důležitý podklad pro tvorbu plánů

(Čechová, 2011, s. 97-98)

Rozmanitost použití kalkulací k různým účelům, vede podnik k tomu, aby si vytvořil kalkulační systém, neboť nestačí pouze jedna kalkulace, ale musí se vytvářet kombinovaný systém kalkulací ve vztahu k účelu, kterému mají sloužit.

Jak dále píše Čechová (2011, s. 98), jednotlivé prvky kalkulačního systému se pak liší:

- tím, zda zobrazují úplné nebo pouze dílčí náklady,
- metodou určení nákladů jednotce výkonu,
- dobou sestavení a časovým využitím.

Stejným rozlišovacím znakem pak je to, slouží jako podklad:

- strategického rozhodování,
- preventivního a operativního řízení,
- následného ověřování průběhu procesů probíhajících v podniku.

Z tohoto pohledu můžeme kalkulace, které tvoří kalkulační systém, rozdělit na:

- kalkulace nákladů,
- kalkulace ceny.

Kalkulace nákladů se následně člení dle okamžiku sestavení na:

- předběžné,
- výsledné.

(Čechová, 2011, s. 98)

4.6 Kalkulace ceny

Relativně samostatnou oblast rozhodovacích úloh zajišťuje informacemi kalkulace ceny. Od kalkulace nákladů se liší výchozím přístupem: zatímco kalkulace nákladů odráží žádoucí či skutečný vznik nákladů, cenová kalkulace naopak zobrazuje toky zpětné návratnosti nákladů a zisku, uskutečněné ve formě výnosů. Tento odlišný přístup se projevuje také v obsahu kalkulace ceny z nákladů v jejich ekonomickém pojetí: obsahuje tedy také kalkulovaný zisk nebo jinou veličinu vyjadřující požadovanou úroveň zhodnocení ekonomických zdrojů, vložených do podnikání. (Král, 2010, s. 206)

Čechová (2011, s. 100) uvádí, že v tržním hospodářství se projevuje vliv podmínek trhu na cenu, a to se samozřejmě musí odrazit v cenových rozhodováních podniku. Ceny vznikají objektivně, a pokud chce podnik na trhu uskutečnit své výrobky, musí takto vznikající

ceny přijmout a přizpůsobit jim své hospodaření. Z této skutečnosti vyplývá, že při stanovení ceny podnik musí:

- vycházet z hranice, kterou stanoví odběratel, aby zajistil vlastní výnosnost,
- sestavit kalkulaci ceny vlastních výkonů tak, aby požadavku vyhověl,
- ale přitom uskutečnil své vlastní požadavky na udržení a rozvoj svého podnikání (plánovaný zisk).

II PRAKTICKÁ ČÁST

5 PROFIL SPOLEČNOSTI GEIS

5.1 O společnosti



Global Logistics

Zdroj: <http://www.geis-group.cz/cz>

[©1999–2014]

Obr. 1. Logo společnosti

Skupina Geis v České republice je součástí celosvětové logistické skupiny Geis Group se sídlem v německém Bad Neustadtu. Na českém trhu působí od roku 1991 a patří zde mezi přední poskytovatele komplexních přepravních a logistických služeb ve vysoké kvalitě. (Interní materiály Geis, 2010)

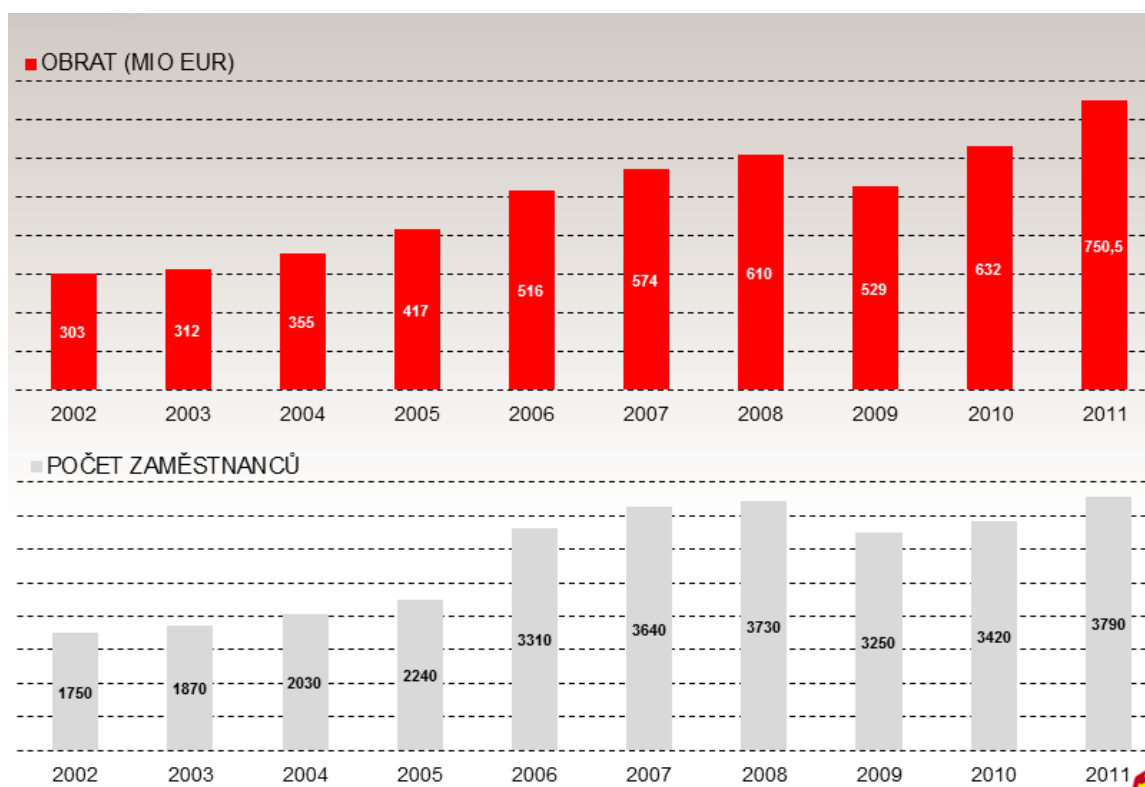
Každá z firem skupiny se zaměřuje na specializovaný segment – balíkovou logistiku (Geis Parcel CZ s.r.o.), systémové přepravy paletových a kusových zásilek, celozozové přepravy, logistiku (Geis CZ s.r.o.), letecké a námořní přepravy (Geis CZ Air + Sea s.r.o.). Využitím synergií ve skupině, ale i napojením na vlastní mezinárodní sítě, však dokáže za udržení nejvyšší kvality poskytnout veškeré služby „z jedné ruky“, od jednoduchých přepravních řešení až po speciální logistické projekty. (Interní materiály Geis, 2010)

5.1.1 Skupina GEIS v číslech

Počet zaměstnanců	3 790
Pobočky v Evropě	84
Pobočky partnerů v celosvětové síti	521
Počet zásilek	12,67 mio
Obrat (2011)	750,5 mio €
Skladovací plocha	480 000 m²

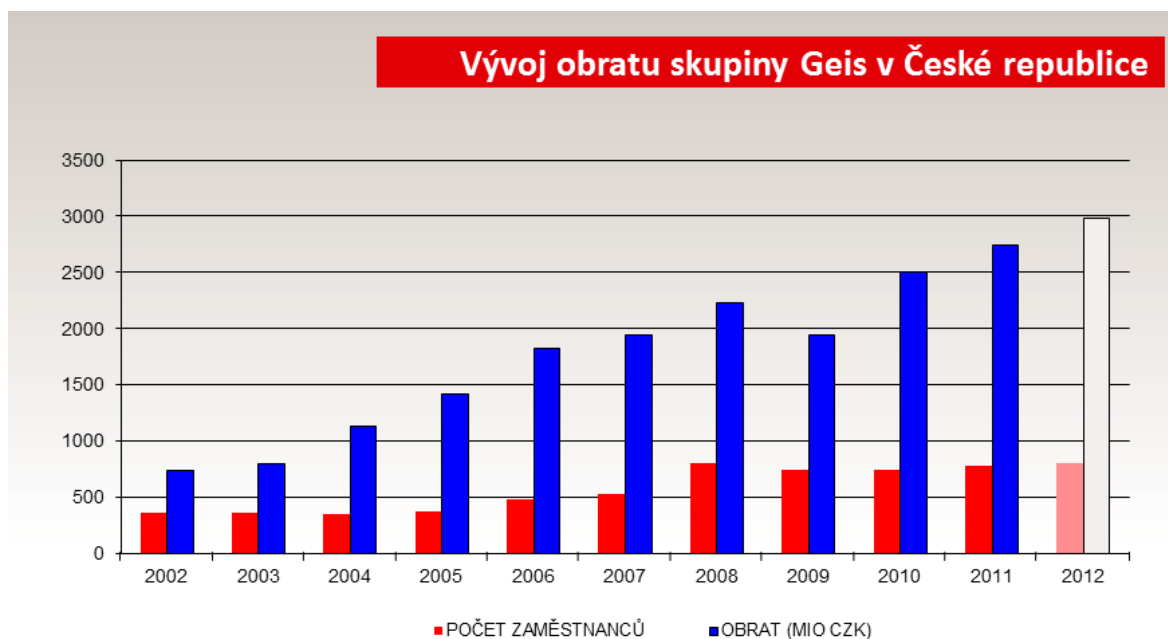
Zdroj: Interní materiály společnosti Geis

Obr. 2. Skupina Geis v číslech



Zdroj: Interní materiály společnosti Geis

Obr. 3. Obrat a počet zaměstnanců společnosti Geis v letech



Zdroj: Interní materiály společnosti Geis

Obr. 4. Vývoj obratu skupiny Geis v České republice

5.2 Služby firmy GEIS

5.2.1 Balíkové přepravy

Balíkovou logistiku zajišťuje společnost Geis Parcel CZ s.r.o. Na český trh vstoupila v roce 1994 pod obchodní značkou General Parcel Čechy a dnes patří k předním poskytovatelům balíkové logistiky na národní i mezinárodní úrovni. Činnost vlastních poboček (dep) a třídících center zaručuje společně s vlastní doručovací sítí, že Geis Parcel CZ je vždy na dosah svých zákazníků a může standardně poskytovat doručení následující pracovní den v celé České republice. Díky napojení na mezinárodní síť můžeme našim zákazníkům nabídnout expresní doručení zhruba do dalších 30 zemí Evropy a kurýrní doručení téměř do celého světa. (Interní materiály Geis, 2010)

5.2.2 Nabídka společnosti Geis

- na celém území ČR doručení následující pracovní den po dni převzetí zásilky k přepravě
- jednoduchou tarifní strukturu dle Vašich potřeb
- slevy přepravného při pravidelné spolupráci
- zákaznické statistiky

- software pro potisk adresních etiket s čárovým kódem
- velkozákaznické napojení při vyšších počtech přepravovaných zásilek, termotisk adresních etiket s čárovým kódem
- přepravy paletových zásilek, celovozové přepravy, logistika, skladování ve spolupráci se sesterskou společností Geis CZ (Interní materiály Geis, 2010)

5.2.3 V ceně přepravy

- vyzvedávání všech zásilek přímo u odesílatele
- dva pokusy o doručení
- ručení za každý balík až do 50.000,- Kč (Připojištění na vyšší hodnotu je možné po individuální dohodě)
- nepřetržité sledování přepravy zásilek pomocí scanování čárového kódu a počítačově podporovaný Tracking & Tracing – možnost sledování přepravy zásilky v reálném čase na internetu
- doklad o doručení každého balíku s podpisem a razítkem příjemce dostupný na internetových stránkách (Interní materiály Geis, 2010)

5.2.4 Služby balíkové přepravy

- Přepravy zásilek na dobírku: Zásilku doručíme na dobírku, vybrané peníze převedeme na účet odesílatele do pěti pracovních dní.
- Telefonické avízo: Příjemce budeme předem telefonicky informovat o době doručení Vaší zásilky. Domluvíme a upřesníme termín a místo doručení.
- Avízo o doručené zásilce: Informaci o doručení Vaší zásilky příjemci Vám zašleme ihned po doručení e-mailem nebo SMS.
- Avízo o problematické zásilce: Pokud se Vaši zásilku z objektivních příčin nepodařilo doručit, zašleme Vám ihned informaci e-mailem nebo SMS.
- Služba P.O.D. (doklad o doručení): V případě Vaší potřeby Vám automaticky zašleme potvrzený doručovací list s podpisem (případně i razítkem) příjemce na Váš email.
- SMS avízo příjemci: Příjemci zašleme informaci o tom, že odesílatel vyexpedoval jeho zásilku.
- Doručení do 12:00 hod.: Vaši zásilku doručíme následující pracovní den v dopoledních hodinách. Tato služba je zajišťována pouze na území s vybranými PSČ (seznam naleznete v kategorii "PSČ se servisem Doručení do 12,00 hod.").

- Garantované doručení: Vaši zásilku doručíme s garancí následující pracovní den. Při nedoručení zásilky v garantovaném čase (následující pracovní den) nebude účtováno přepravné. V ceně služby je automaticky zahrnuto AVIZO O DORUČENÍ / NEDORUČENÍ ZÁSILKY zdarma. (Interní materiály Geis, 2010)

5.2.5 Paletové přepravy

Základním produktem Geis CZ v této oblasti je systém vnitrostátní přepravy paletových a kusových zásilek na firemní (B2B) a soukromé (B2C) adresy. Je vhodný pro zásilky o celkové hmotnosti od 50 do 2500 kg a objemu 10m³ resp. 5 palet standardních rozměrů. V případě, že má Vaše zásilka větší parametry, bude pro Vás výhodnější využít našich dalších služeb, tzv. dokládek nebo celovozových přeprav. (Interní materiály Geis, 2010)

5.2.6 Maximální rozměry a hmotnosti

- zásilku může tvořit více kusů (colli)
- max. hmotnost zásilky 2.500 kg
- max. hmotnost jednoho kusu 1200 kg
- max. výška jednoho kusu je 220 cm
- max. objem celé zásilky 10 m³
- objemový přepočítání zásilek 1 m³ = 250 kg (Interní materiály Geis, 2010)

5.2.7 Základní nabídka

- vyzvednutí zásilky u odesílatele
- doručení zásilky v režimu 24 hodin v rámci celé ČR
- realizace přepravy moderními vozidly vybavenými hydraulickými čelami
- jednoduchá tarifní struktura dle Vašich potřeb
- systém T&T - nepřetržitě ON-LINE sledování Vaší
- ručení za každou zásilku do výše 500.000,-Kč v ceně
- expediční software pro tisk přepravních štítků a přenos dat do systému Geis
- přepravy na dobírku - COD (cash on delivery = dobírka)
- přepravy v režimu EXW - přepravu hradí příjemce
- telefonické avízo příjemci před doručením (Interní materiály Geis, 2010)

5.2.8 Celovozové přepravy

Díky kombinaci celovozové přepravy a sběrné služby vytváříme řešení šitá přímo na "míru" a to především s ohledem na minimalizaci přepravních nákladů a toků zboží. Výsledkem tohoto řešení pak může být např. služba cross-dock, kterou v rámci tohoto typu přeprav také nabízíme. Ať už se jedná o export nebo import realizujeme celovozové přepravy a doklázky do všech zemí Evropy a to jak vlastními vozidly, tak vozidly našich smluvních partnerů. (Interní materiály Geis, 2010)

5.2.9 Logistika

Firma disponuje vlastními a pronajatými skladovými prostory o celkové kapacitě skladové plochy přes 480 000m². Její distribuční centra jsou co nejbližší k zákazníkům. Logistické projekty Geis CZ jsou buď součástí existujících „multiproduktových“ provozů, nebo jako dedikovaná střediska v lokalitě dle potřeb zákazníka. (Interní materiály Geis, 2010)

6 CENOVÉ NABÍDKY SPOLEČNOSTI GEIS

Cenové nabídky společnosti Geis jsou rozděleny na několik odvětví. Jedná se o přepravu kusových zásilek (tzv. balíkové přepravy), paletové přepravy a celovozové přepravy. Ceníky jsou dále rozděleny na mezinárodní a vnitrostátní přepravu a na dopravu včetně připojištění. K cenám jsou dále připočítávány doplňkové služby, které jsou také oceněny na základě ceníků. Cena přepravy dané zásilky je ovšem tvořena v drtivé většině případů individuálně a záleží na několika faktorech poptávky.

Jedná se o následující faktory:

- **počet zásilek** – čím více zásilek, tím je cena pro odesílatele nižší
- **hmotnost zásilek** - max. hmotnost zásilky 50 kg, za každý započatý kilogram při přepravě kusové zásilky (balíku) je příplatek + 20 Kč
- **rozměry zásilek** - jeden kus = jedna zásilka, $2x \text{ výška} + 2x \text{ šířka} + \text{délka} < 3 \text{ m}$

Pro jednotlivé rozměry platí:

- o max. 80 cm šířka
- o max. 60 cm výška
- o max. 200 cm délka
- **STOP faktor** – počet zásilek na příjemce, to znamená, jak často dopravce (kurýr) zastaví vozidlo pro předání zásilky, jelikož dopravce je placen také za tzv. „stopky“, čím více jich absolvuje, tím vyšší jsou mzdové náklady, v případě více zásilek na jednu adresu se snižuje počet „stopek“ a tím i cena přepravy
- **povaha zásilky** – zásilka pro právnické osoby (firmy) nebo fyzické osoby (B2B a B2C)
- **dobírka** – kolik % zásilek z celkového počtu tvoří dobírky, za které je účtován příplatek k přepravnému
- **hodnota zásilky** - % reklamace, záleží na povaze zásilky, je rozdíl přepravovat například keramické vázy a ocelové tyče, riziko znehodnocení a rozbití zásilky
- **vzdálenost příjemce od depa**
- **celkový čas svozu zásilky od odesílatele**

K ceně přepravy, je dále připočítáváno mýtné, které tvoří 0,44 Kč za jeden kilogram a palivový příplatek, který se neustále mění a momentálně činí 7 procent. K ceně je pak také připočtena Daň z přidané hodnoty ve výši 21 procent.

6.1 Kalkulace ceníku vnitrostátní balíkové přepravy

Společnost Geis, v rámci vnitrostátní balíkové přepravy, přepravuje kusové zásilky na základě sestaveného ceníku.

Kalkulace na 1 kilogram přepravované kusové zásilky

Fixní náklady:

- náklad na hlavní běh – činnost depa: mzdy pracovníků, energie atd. = 23,-
- překladiště – cena za manipulaci se zásilkou na překladišti = 10,-

Fixní náklady celkem: = 33,-

Variabilní náklady:

- STOP faktor – cena za zastávku řidiče (předání příjemci) = 30,-
- rozvoz zásilky – cena za rozvoz zásilky = 10,-

Variabilní náklady celkem: = 40,-

Náklady celkem: = 74,-

Cena včetně zisku: = 80,-

V ceníku, nejsou započítávány palivové příplatky, mýtné a DPH.

Cena včetně palivového příplatku 7 % a mýtného 0,44,-/kg: = 87,-

Cena včetně DPH 21%: = 105,-

6.2 Kalkulačka pro výpočet ceny

1. Cena	80,-
2. Hmotnost	1 kg
3. Palivový příplatek - nyní 7%	5,6
4. Mýtné – nyní 0,44,-/kg	0,44
5. Dobírka – pokud ano (+35,-)	35,-
6. DPH - 21%	25,5
7. Součet s DPH celkem	147,-

7 ANALÝZA KONKURENCESCHOPNOSTI SPOLEČNOSTI GEIS

Mezi nejvýznamnější konkurenci v oblasti přepravy kusových zásilek patří firmy PPL, DPD, Toptrans, In Time, TNT, Fedex, UPS, Gebruder Weis, které budou níže charakterizovány. Konkurenční prostředí, ať už v regionu nebo v celostátním měřítku, je velmi široké a vytváří na společnosti velký tlak na kvalitu svých služeb, aby na konkurenčním trhu obstáli. Analýza konkurenceschopnosti je zaměřena na porovnání cenových nabídek v přepravě kusových zásilek. Ceníky společnosti v oblasti přepravy kusových zásilek jsou rozděleny dle váhy zásilky a vzdálenosti destinace, kam je odesílatelem určena. Cílem analýzy bude porovnání cenových nabídek a konečně zjištění pro jaké vzdálenosti a v jaké váhové kategorii je daná společnost cenově nejvhodnější. Dále bude důležité také porovnání služeb, které společnosti k přepravě poskytují a to například pojištění, doba dodání a jiné. Tyto služby mohou být rozhodující pro odběratele při výběru vhodného dopravce. Porovnání cenových nabídek bude prováděno na základě rozeslání poptávky do vybraných firem. Cílem analýzy bude navržení úsporných cenových opatření přepravy kusových zásilek společnosti GEIS a možností na zvýšení konkurenceschopnosti služeb.

7.1 Konkurenční prostředí společnosti GEIS

Jak bylo již výše zmiňováno, konkurenční prostředí v oblasti přepravy kusových zásilek, nebo tzv. kurýrních služeb je opravdu široké a velké. Takové prostředí nutí dané společnosti k neustálému zlepšování svých služeb. Cílem společnosti GEIS je být v popředí a na vrcholu trhu přepravy a svým zákazníkům a odběratelům neustále nabízet nejvyšší a prvotřídní služby za bezkonkurenční ceny.

7.1.1 PPL CZ spol. s r.o.

Společnost PPL CZ s.r.o. patří mezi nejvýznamnější expresní dopravce na českém trhu. Od svého založení se PPL specializovala na vnitrostátní balíkovou přepravu na firemní adresy. Portfolio přepravních služeb pak jako první rozšířila o balíkovou přepravu na soukromou adresu a vnitrostátní paletovou přepravu. V současnosti zajišťuje v rámci ČR přepravu zásilek až do 3.000 kg. Spolupráce s partnerskou společností DHL umožnila také rozšíření služeb o přepravu balíků do Evropy. (O nás: Představení společnosti, 2013)

7.1.2 DPD - Direct Parcel Distribution CZ s.r.o

Společnost DPD je součástí nadnárodní skupiny GeoPost, světového lídra na trhu zásilkových a expresních služeb, s denním objemem 2 miliony zásilek. Firma GeoPost je druhým největším poskytovatelem expresních a balíkových služeb v Evropě. Je plně vlastněnou dcerou francouzské národní pošty La Poste Group. DPD přepraví přes 2 miliony zásilek každý den prostřednictvím dokonale fungující mezinárodní sítě. Ve více než 40 zemích světa je k dispozici 500 dep, přes 22 000 zaměstnanců a 15 000 vozů pro 200 000 firemních zákazníků. (O společnosti: O DPD, 2013)

7.1.3 Toptrans, spol. s r.o.

TOPTRANS EU, a.s. patří v České republice a na Slovensku k nejvýznamnějším společnostem v oblasti poskytování expresní přepravy zásilek a logistických řešení. Historie společnosti TOPTRANS sahá do roku 1993, kdy zahájila svou činnost. Toptrans poskytuje služby v segmentu obchodních společností B2B (např. přepravy mezi výrobcem a velkoobchodem), obchodních společností a koncových klientů B2C (internetové obchody), tak i v segmentu domácností a konečných spotřebitelů C2C (např. aukční systémy). (O TOPTRANSU: TOPTRANS EU, a.s., 2014)

7.1.4 DHL Express spol. s r.o.

DHL pokrývá více než 220 zemí a teritorií na celém světě a je tím i nejglobálnější společností na světě. S více než 285.000 zaměstnanci nabízí téměř nekonečné množství logistických řešení. DHL je součástí předního světového poštovního a logistického koncernu, skládajícího se ze třech divizí: DHL Express, DHL Global Forwarding, Freight a DHL Supply Chain. (Profil společnosti: Důležitá fakta o DHL Česká republika, 2013)

7.1.5 TNT Express Worldwide, spol. s r.o.

TNT Express je jedním z předních světových dopravců expresních zásilek v oblasti B2B. Jejich posláním je zajišťovat doručení dokumentů, zásilek či nákladů bezpečně a včas po celém světě. Poskytují nejširší škálu expresních služeb s pevně stanoveným časem nebo dnem doručení ve 200 zemích. Jejich hlavním cílem je uspokojení potřeb vlastních zákazníků. (Profil TNT: Kdo jsme, 2011)

7.2 Srovnání cenových nabídek a služeb s konkurencí

V dané kapitole bude znázorněné cenové srovnání konkurenčních zasilatelských společností a služeb, které jsou poskytovány k přepravě. Srovnání vypracovávám na základě poptávky ve vybraných konkurenčních firmách, které byly v předchozí kapitole stručně představeny. Společnosti budou porovnávány ve třech odvětvích. První kategorií bude vnitrostátní přeprava balíku ve váze 10, 25 a 50 kilogramů. Druhou kategorií bude přeprava mezinárodní a to do tří vybraných zemí v rámci exportu i importu. Konkrétně se bude jednat o Německo, Holandsko a Francii. Třetí kategorií bude porovnání služeb, které firmy nabízejí k přepravě. Údaje budou srovnány do tabulek, pro přehledné srovnání, jak si dané firmy na konkurenčním trhu vedou.

7.2.1 Vnitrostátní přeprava

Pro vnitrostátní přepravu bylo zvoleno porovnání přepravy balíků ve váhové kategorii 15, 30 a 50 kilogramů. Přeprava probíhá vždy z Brna do Prahy, jelikož depa srovnávaných firem se ve všech případech nachází v těchto městech. Vzdálenost mezi těmito městy je 206 kilometrů. Depa se ovšem nacházejí ve většině případů na okrajích měst, v průmyslových oblastech a ne přímo v centru. Proto je používána pro srovnání vzdálenost 200 kilometrů.

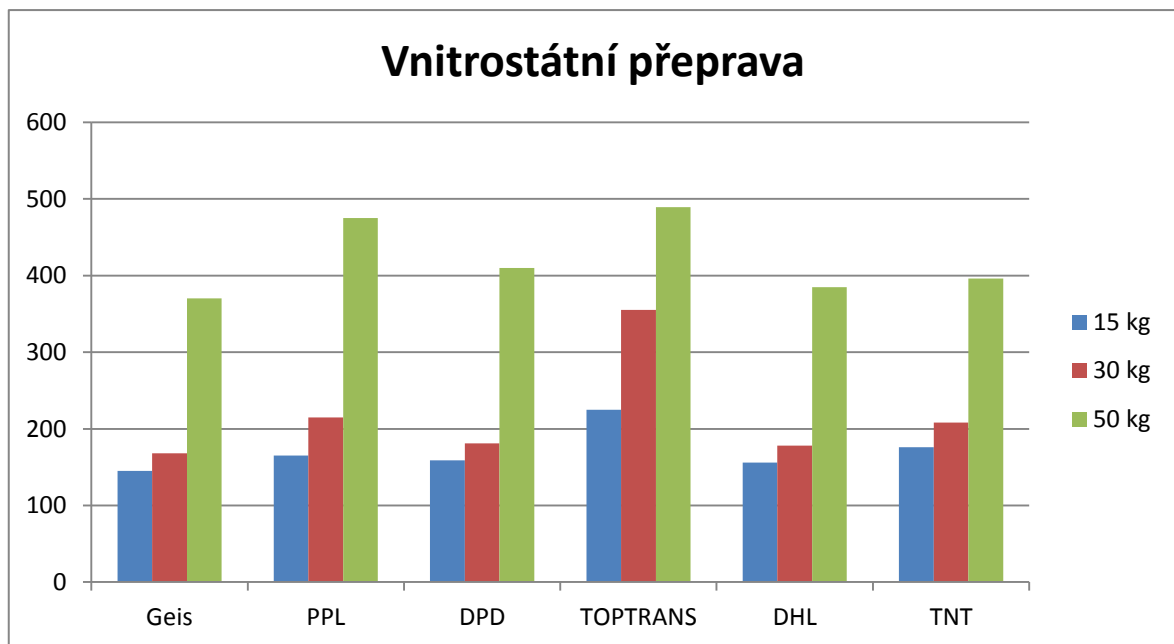
V tabulce je šest srovnávaných zasilatelských společností a tři kusové zásilky v různých váhových kategoriích. Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

	15 kg	30 kg	50 kg
Geis	145	168	370
PPL	165	215	475
DPD	159	181	410
TOPTRANS	225	355	489
DHL	156	178	385
TNT	176	208	396

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 2. Srovnání cen vnitrostátní přepravy

Vyhodnocení cenových nabídek společností - Vnitrostátní přeprava



Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Graf 1. Srovnání cen vnitrostátní přepravy

Z grafu vyplývá, že ve vnitrostátní přepravě kusových zásilek o váze 15 kilogramů má nejúspěšnější cenovou nabídku společnost Geis. Těsně za ní je nabídka společností DHL a DPD. Naopak nejhorší cenovou nabídku má společnost TOPTRANS.

Nejlepší cenovou nabídku při vnitrostátní přepravě kusové zásilky o váze 30 kilogramů má také společnost Geis. Těsně za ní jsou to opět společnosti DHL a DPD. Nejhorší cenová nabídka patří společnosti TOPTRANS.

U kusové zásilky o váze 50 kilogramů má nejúspěšnější cenovou nabídku opět společnost GEIS a nejdražší opět společnost TOPTRANS.

7.2.2 Mezinárodní přeprava

V mezinárodní přepravě budu porovnávat export balíků ve váhové kategorii 10, 25 a 50 kilogramů. Export bude srovnáván u výše vybraných konkurenčních společností a zboží bude vyváženo do zemí Evropské unie a to konkrétně Německo, Holandsko a Francie. U importu se bude jednat o stejné váhové kategorie, jen s tím rozdílem, že zboží bude z daných zemí dováženo do České republiky.

7.2.3 Export kusových zásilek

Export kusových zásilek ve společnosti Geis. Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

Geis	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	700	830	1150
Holandsko	720	860	1120
Francie	1140	1370	1850

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 3. Export kusových zásilek ve společnosti Geis

Export kusových zásilek ve společnosti PPL. Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

Společnost PPL v mezinárodní dopravě přepravuje kusové zásilky max. 30 kg.

PPL	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	750	915	X
Holandsko	1430	1900	X
Francie	1430	1900	X

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 4. Export kusových zásilek ve společnosti PPL

Export kusových zásilek ve společnosti DPD. Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

DPD	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	1176	1356	1653
Holandsko	1632	1872	2258
Francie	1632	1872	2258

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 5. Export kusových zásilek ve společnosti DPD

Export kusových zásilek ve společnosti TOPTRANS. Ceny uvedeny v Kč bez DPH.

Společnost TOPTRANS v mezinárodní dopravě přepravuje kusové zásilky max. 31,5 kg.

TOPTRANS	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	1068	1285	X
Holandsko	700	830	X
Francie	1623	1896	X

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 6. Export kusových zásilek ve společnosti TOPTRANS

Export kusových zásilek ve společnosti DHL. Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

DHL	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	1380	1482	1782
Holandsko	1515	1895	2095
Francie	1515	1895	2095

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 7. Export kusových zásilek ve společnosti DHL

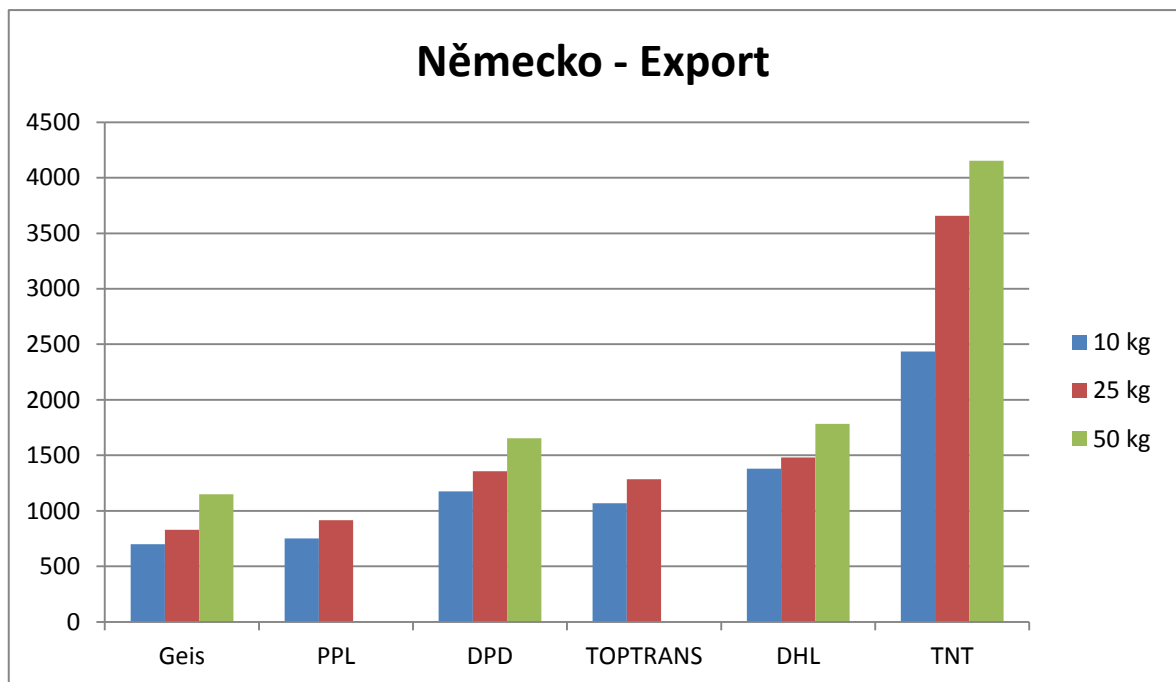
Export kusových zásilek ve společnosti TNT. Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

TNT	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	2435	3657	4152
Holandsko	2796	3157	3521
Francie	2835	3287	3654

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 8. Export kusových zásilek ve společnosti TNT

Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Export - Německo

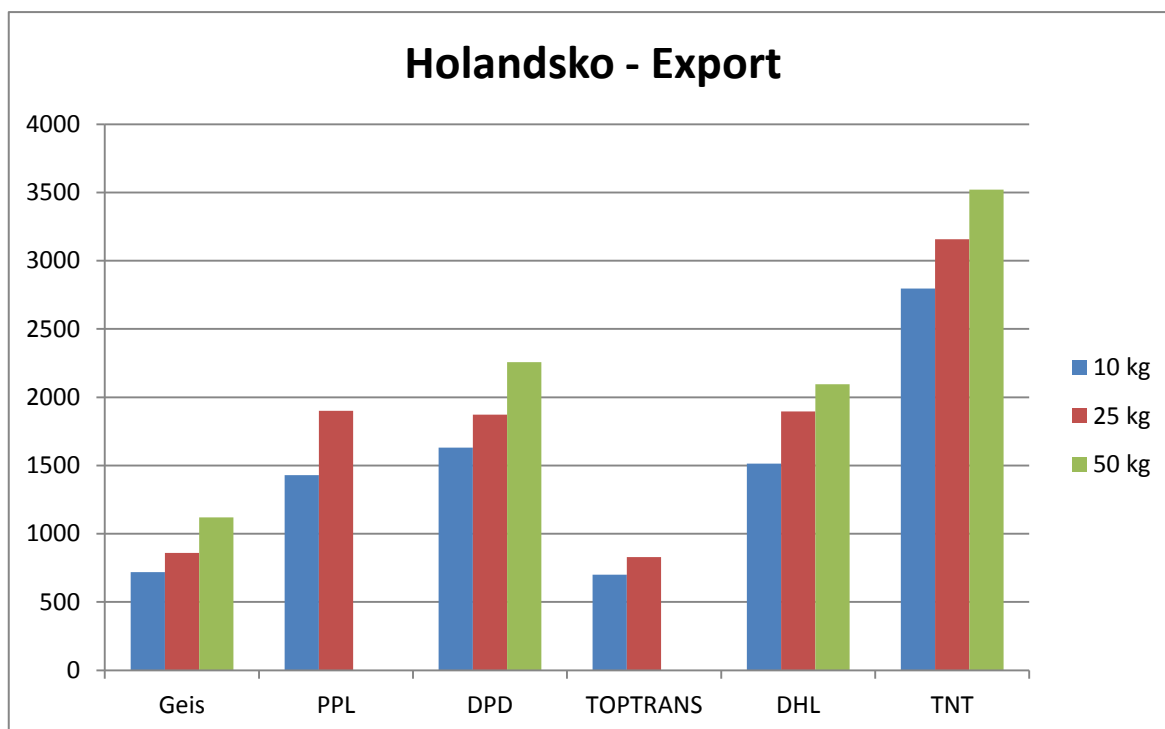


Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Graf 2. Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Export - Německo

Z grafu vyplývá, že nejlepší cenovou nabídku ve váhové kategorii 10 kilogramů nabízí společnost Geis. Pro kusové zásilky o váze 25 a 50 kilogramů má Geis také nejlepší cenovou nabídku. Společnosti PPL a TOPTRANS nepřevážují zásilky o hmotnosti vyšší jak 30 kilogramů.

Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Export – Holandsko

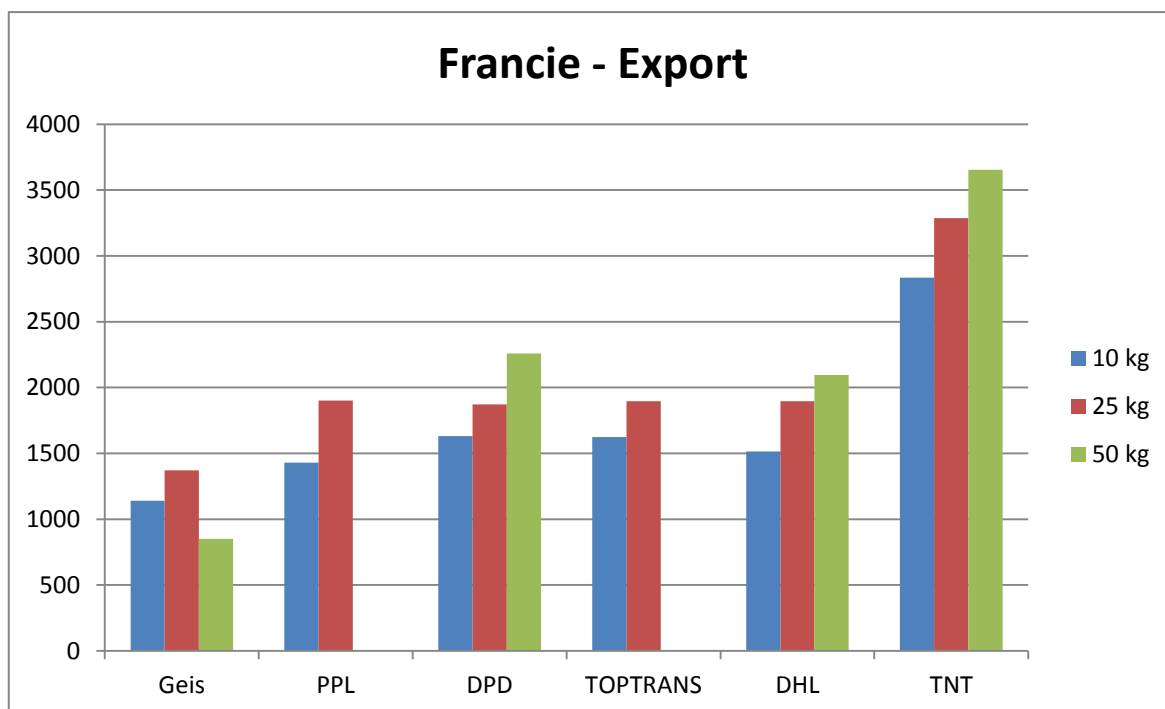


Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Graf 3. Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Export - Holandsko

Z grafu vyplývá, že nejlepší cenovou nabídku v rámci exportu do Holandska ve váhové kategorii 10 kilogramů nabízí společnost TOPTRANS, která má také nejlepší nabídku pro kusové zásilky o váze 25 kilogramů. Pro zásilky vážící 50 kilogramů má nejúspěšnější nabídku Geis. Společnosti TOPTRANS a PPL, opět nepřevážují zásilky, které překračují váhu 30 kilogramů. Společnost TNT oproti tomu nabízí poměrně vysokou cenovou nabídku pro daný export.

Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Export – Francie



Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Graf 4. Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Export - Francie

Z grafu vyplývá, že nejlepší cenovou nabídku v rámci exportu do Francie nabízí společnost Geis. Geis má nejlepší cenovou nabídku ve všech srovnávaných váhových kategoriích a proto nabízí nejlepší ceny pro export do Francie. Ostatní srovnávané společnosti nabízí poměrně podobné ceny, pouze společnost TNT má opět poměrně vysoké cenové nabídky. Společnosti PPL a TOPTRANS i v rámci exportu do Francie nenabízí přepravu kusových zásilek převyšujících váhu 30 kilogramů.

7.2.4 Import kusových zásilek

Import kusových zásilek ve společnosti Geis. Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

Geis	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	1000	1130	1450
Holandsko	1020	1160	1420
Francie	1440	1670	2150

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 9. Import kusových zásilek ve společnosti Geis

Import kusových zásilek ve společnosti PPL. Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

Společnost PPL v mezinárodní dopravě přepravuje kusové zásilky max. 30 kg.

PPL	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	1120	1460	X
Holandsko	1752	2256	X
Francie	1752	2256	X

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 10. Import kusových zásilek ve společnosti PPL

Import kusových zásilek ve společnosti DPD. Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

DPD	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	1272	1452	1563
Holandsko	1740	1980	2685
Francie	1740	1980	2685

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 11. Import kusových zásilek ve společnosti DPD

Import kusových zásilek ve společnosti TOPTRANS. Ceny uvedeny v Kč bez DPH.

Společnost TOPTRANS v mezinárodní dopravě přepravuje kusové zásilky max. 31,5 kg.

TOPTRANS	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	1468	1685	X
Holandsko	1985	2242	X
Francie	2023	2296	X

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 12. Import kusových zásilek ve společnosti TOPTRANS

Import kusových zásilek ve společnosti DHL. Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

DHL	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	1756	1896	2107
Holandsko	1816	2133	2388
Francie	1816	2133	2388

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 13. Import kusových zásilek ve společnosti DHL

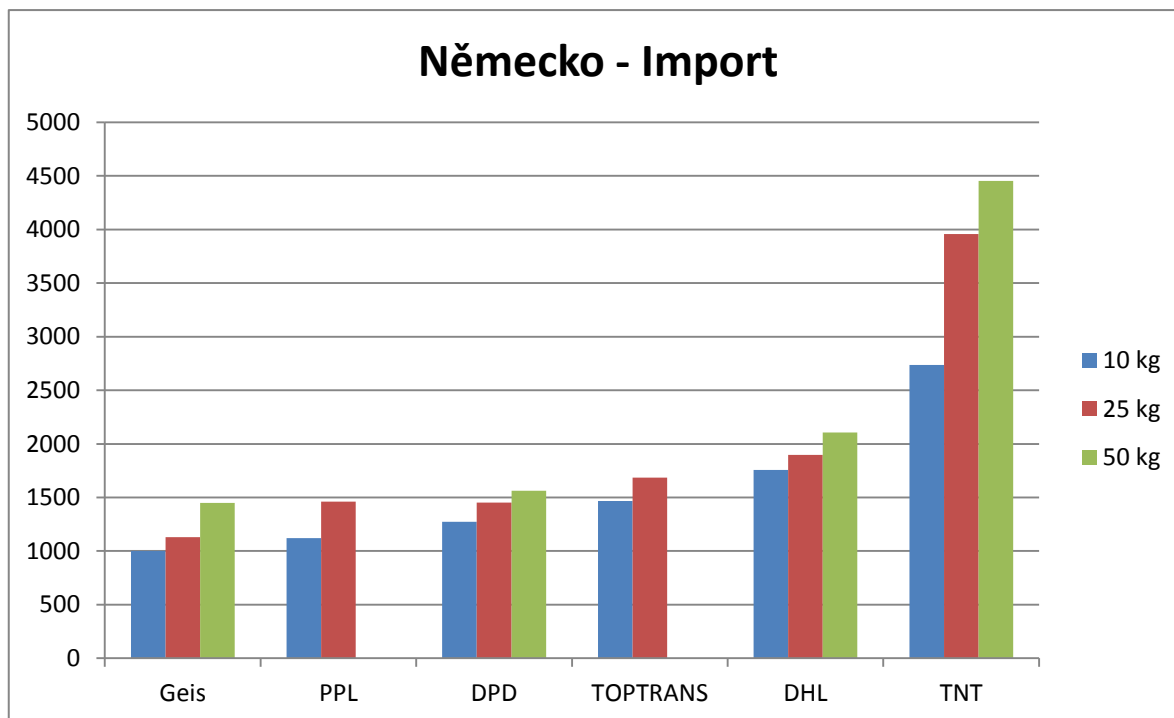
Import kusových zásilek ve společnosti TNT. Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

TNT	10 kg	25 kg	50 kg
Německo	2735	3957	4452
Holandsko	3096	3457	3821
Francie	3135	3587	3954

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 14. Import kusových zásilek ve společnosti TNT

Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Import – Německo

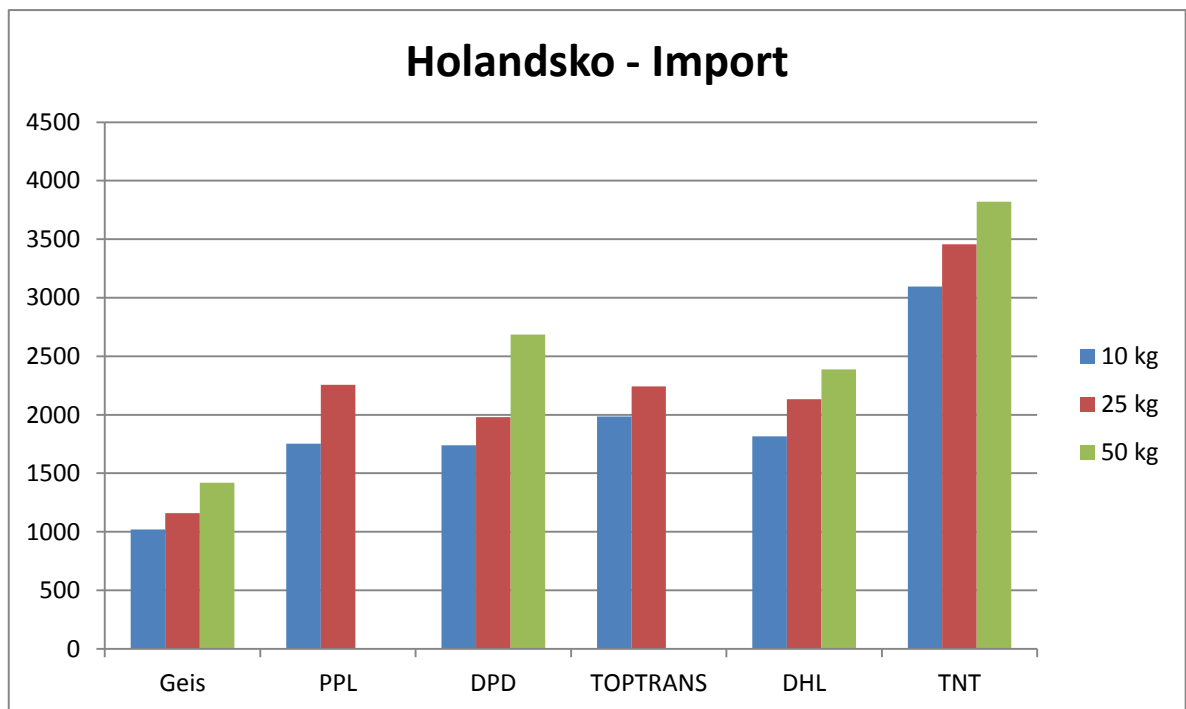


Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Graf 5. Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Import - Německo

Z grafu vyplývá, že nejlepší cenovou nabídku pro import z Německa nabízí společnost Geis a to ve všech srovnávaných váhových kategoriích. Za cenovou nabídkou společnosti Geis se umístila společnost PPL a DPD, ovšem společnost PPL v rámci importu přepraví kusovou zásilky o váze do 30 kilogramů. Nejhorší cenovou nabídku naopak nabízí společnost TNT.

Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Import – Holandsko

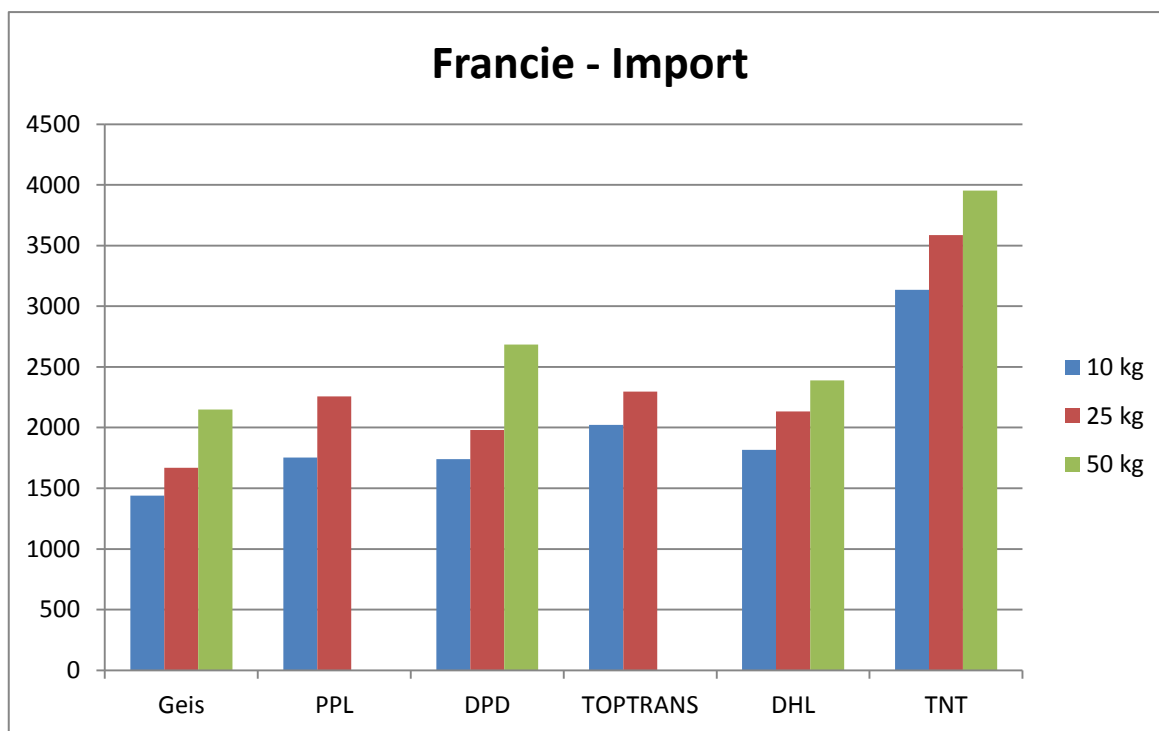


Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Graf 6. Vyhodnocení cenových nabídek pro Import - Holandsko

Z grafu vyplývá, že v rámci importu kusových zásilek z Holandska je v cenových nabídkách všech tří zvolených váhových kategorií nejúspěšnější společnost Geis. Na dalším místě je společnost DPD, naopak nejhorší cenovou nabídku má společnost TNT.

Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Import – Francie



Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Graf 7. Vyhodnocení cenových nabídek pro Import - Francie

Z grafu vyplývá, že nejlepší nabídku v rámci importu z Francie má nejúspěšnější cenové nabídky opět společnost Geis a to ve všech váhových kategoriích, které jsou v analýze zpracovávány. Na dalším místě v cenových nabídkách je společnost DPD. Nejhorší cenovou nabídku pro import z Francie má opět jako v ostatních srovnáních společnost TNT.

7.2.5 Přepravní čas - dodací lhůta

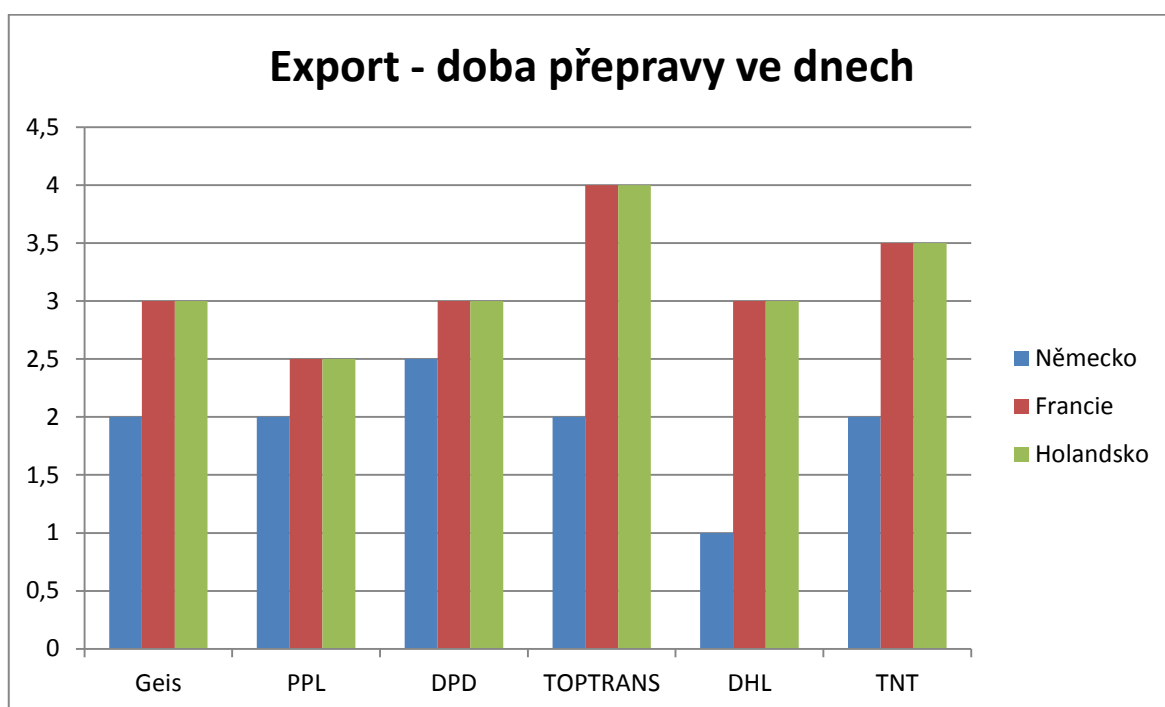
Přepravní čas je jednou z nejdůležitějších kritérií pro volbu vhodné zásilatelské společnosti. Společnosti se proto snaží přepravní čas co nejvíce zkrátit. V rámci analýzy je srovnáván základní uváděný čas pro přepravu, jelikož většina zásilatelských společností nabízí za příplatek také expresní dodání. V tabulkách jsou znázorněny přepravní doby zásilatelských společností do daných destinací ve dnech.

Export kusových zásilek ve dnech

Společnost	Německo	Francie	Holandsko
Geis	2	3	3
PPL	2	2-3	2-3
DPD	2-3	3	3
TOPTRANS	2	4	4
DHL	1	3	3
TNT	2	3-4	3-4

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Tab. 15. Export kusových zásilek společností ve dnech

Vyhodnocení doby přepravy kusových zásilek v rámci exportu ve dnech

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Graf 8. Vyhodnocení doby přepravy ve dnech - Export

Z grafu vyplývá, že pro přepravu kusové zásilky do Německa, má v rámci přepravní doby nejlepší nabídku společnost DHL, která dopraví zásilku za jeden pracovní den. Pro přepravu do Francie má nejlepší nabídku společnost PPL, která přepraví zásilku během

dvou až tří dnů. Pro přepravu kusové zásilky do Holandska, mají nejlepší nabídku společnosti Geis, DPD a DHL, které přepraví zásilku během tří pracovních dnů.

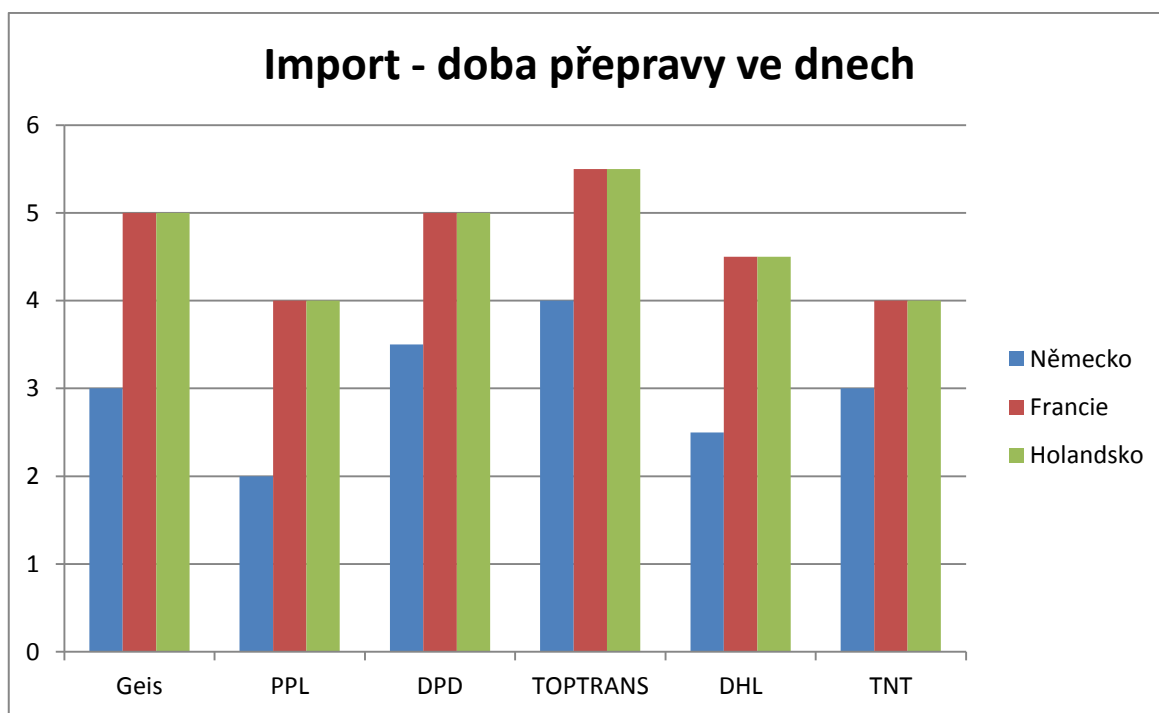
Import kusových zásilek ve dnech do jednotlivých zemí

Společnost	Německo	Francie	Holandsko
Geis	3	5	5
PPL	2	4	4
DPD	3-4	5	5
TOPTRANS	4	5-6	5-6
DHL	2-3	4-5	4-5
TNT	3	3-5	3-5

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Tab. 16. Import kusových zásilek společností ve dnech

Vyhodnocení doby přepravy kusových zásilek v rámci importu ve dnech



Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Graf 9. Vyhodnocení doby přepravy ve dnech - Import

Z grafu vyplývá, že nejúspěšnější nabídku v rámci doby přepravy pro import z Německa nabízí společnost PPL a to konkrétně dva dny. Druhou nejúspěšnější nabídku nabízí společnost DHL a to dva až tři dny.

Pro import kusové zásilky z Francie má nejkratší dobu přepravy a nejlepší nabídku společnost PPL a TNT a to 4 dny. Nejlepší nabídku pro import z Holandska nabízí společnost PPL a TNT, které importují kusovou zásilku během čtyř dnů.

7.2.6 Doplnkové služby k přepravě

Pojištění kusových zásilek v mezinárodní přepravě

Pro pojištění kusových zásilek v mezinárodní přepravě je zvolena fiktivní kusová zásilka v hodnotě 100 000,-. Pojištění počítají společnosti dle udané ceny balíku. Ceny jsou uvedeny na základě poptávky v daných firmách a jejich cenových nabídkách na pojištění.

Společnost	Německo	Francie	Holandsko
Geis	+ 230	+ 230	+230
PPL	+ 280	+ 280	+ 280
DPD	v ceně	v ceně	v ceně
TOPTRANS	+ 210	+ 210	+ 210
DHL	v ceně	v ceně	v ceně
TNT	+ 1800	+ 1800	+ 1800

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Tab. 17. Ceny pojištění kusových zásilek v mezinárodní přepravě

Nejlepší nabídku pojištění kusových zásilek nabízí společnosti DPD a DHL, které mají pojištění již zahrnuté v ceně odeslání kusové zásilky. Další nejlepší nabídku nabízí TOPTRANS a poté Geis. Naopak nejdražší pojištění nabízí společnost TNT.

Doplnkové služby

V současné konkurenci, která se nachází na trhu zasílatelských služeb je množství a co nejširší nabídka doplňkových služeb k přepravě kusových zásilek naprostou samozřejmostí. Mezi služby, které nabízí zasílatelské společnosti a dnes jsou již prakticky

naprostou samozřejmostí, patří SMS, popřípadě telefonické avízo o doručení zásilky, možnost sledování zásilky na internetových stránkách společnosti a zjištění kde se právě zásilka nachází, nebo tři pokusy na doručení zásilky příjemci, v případě jeho nezastižení. Další nabízenou službou, která patří do skladby všech analyzovaných společností, jsou služby za příplatek. Jsou to služby jako doručení do následujícího dne do 12 hodin nebo naopak doručení v určitou večerní hodinu. Mezi další takové služby patří doručení ze stolu na stůl nebo z kanceláře do kanceláře, které počítají i s asistencí dopravce a doručením zásilky do vyšších pater budov. Zásílatelské firmy nabízejí také víkendové doručení,

a to konkrétně v sobotních dopoledních hodinách.

Samostatnou kapitolou nabízených služeb jsou dobírky. Dobírky nabízejí všechny analyzované společnosti. Jedná se o odeslání zásilky příjemci, který po kontrole a převzetí zásilky zaplatí předem sjednanou částku dopravci, který ji následně prostřednictvím zásílatelské společnosti odešle na bankovní účet odesílatele zásilky. Cena za využití služby dobírky se u zásílatelských společností, které jsou analyzovány, se liší ve velmi drobných částkách a v poskytování těchto zmíněných doplňkových služeb jsou na prakticky stejné a velmi vysoké úrovni.

7.2.7 Pobočky (depa) společností na území České republiky

V následující kapitole se budu věnovat srovnání počtu poboček daných zásílatelských společností na území České republiky. Počet poboček hraje v rámci konkurenčního boje velmi důležitou roli a dostupnost společností pro zákazníky je velmi důležitá.

Společnost Geis má v České republice celkově 16 poboček, tzv. depa. Nachází se v Liberci, Praze, Modleticích, Ústí nad Labem, Karlových Varech, Ejpovicích, Českých Budějovicích, Hradci Králové, Jihlavě, Vysokém Mýtu, Mohelnici, Prostějově, Brně, Zlíně, Ostravě a ve Frenštátu.

Společnost PPL má v České republice celkově 14 poboček. Jedná se o depa v Praze (sever, východ a západ), Českých Budějovicích, Plzni, Teplicích, Hradci Králové, Brně, Ostravě, Slušovicích, Olomouci, Liberci, Humpolci a v Říčanech-Jažlovicích.

Společnost TNT má na území naší republiky depa celkově čtyři a to konkrétně v Praze, Brně, Ostravě a Hradci Králové. Společnost DHL sídlí na sedmi místech České republiky. Jedná se o Prahu, Jablonec nad Nisou, Brno, Ostravu, Zlín, Plzeň, Liberec.

Společnost TOPTRANS disponuje celkově 25 depy v České republice. Jedná se o pobočky v Praze, Kralupech nad Vltavou, Kolíně, Českých Budějovicích, Benešově, Chebu, Plzni, Berouně, Lovosicích, Liberci, Ústí nad Labem, Mladé Boleslavi, Pardubicích, Hradci Králové, Brně, Uherském Hradišti, Hodoníně, Třebíče, Svitavách, Jihlavě, Olomouci, Šumperku, Novém Jičíně a Ostravě.

Společnost DPD má poboček celkově 12. Nachází se v Ústí nad Labem, Modleticích, Hradci Králové, Ostravě, Brně, Plzni, Českých Budějovicích, Chodově, Velkých Přílepech, Pardubicích a v Jihlavě.



Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

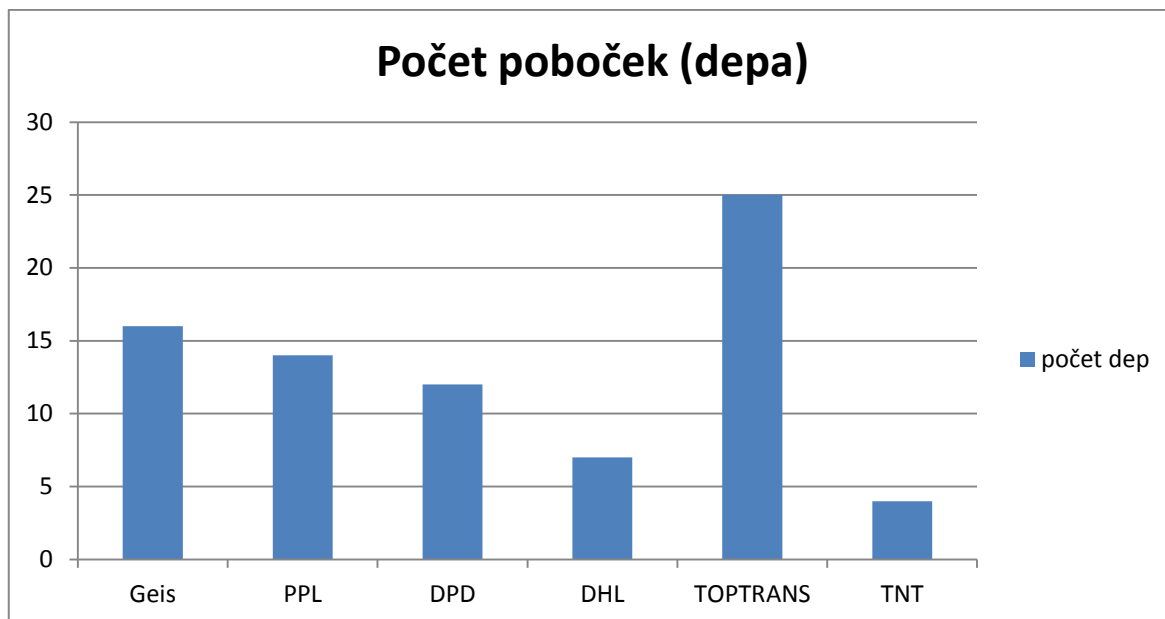
Obr. 5. Pobočky společnosti Geis na území České republiky

Počet poboček společností na území České republiky

Společnost	Geis	PPL	DPD	DHL	TNT	TOPTRANS
Počet dep	16	14	12	7	4	25

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 18. Počet poboček společností na území České republiky



Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Graf 10. Srovnání počtu poboček společností na území České republiky

Z grafu vyplývá, že nejlepší dostupnost v rámci poboček (dep) na našem území má společnost TOPTRANS, která disponuje celkově 25 depy a nabízí tak opravdu velmi širokou nabídku svých poboček pro své zákazníky. Na dalším místě se umístila firma Geis s 16 pobočkami a v těsném závěsu firmy PPL a DPD. Na posledních místech naopak společnosti DHL a TNT, které nabízejí opravdu nízký počet poboček.

8 VYHODNOCENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI SPOLEČNOSTI GEIS V PŘEPRAVĚ KUSOVÝCH ZÁSILEK

Na základě analýzy konkurenceschopnosti společnosti Geis na trhu zasílatelských společností bude v následující kapitole provedeno vyhodnocení konkurenceschopnosti v přepravě kusových zásilek. Mezi základní kritéria, která byla předmětem analýzy, a díky kterým bude získáno vyhodnocení konkurenceschopnosti, jsou:

- Cena vnitrostátní přepravy
- Cena mezinárodní přepravy:
 - o Export
 - o Import
- Doba přepravy ve dnech
 - o Export
 - o Import
- Cena pojištění
- Dostupnost poboček

8.1 Vyhodnocení cenových nabídek pro přepravu

8.1.1 Vnitrostátní přeprava

Nejúspěšnější cenovou nabídku pro vnitrostátní přepravu a to ve všech třech váhových kategoriích přepravovaných kusových zásilek měla společnost Geis. Jednalo se o váhové kategorie 15, 30 a 25 kilogramů. Druhou nejúspěšnější nabídku nabízí společnost DHL a na třetím místě poté společnost DPD.

8.1.2 Mezinárodní přeprava

Export – Německo

Nejúspěšnější cenovou nabídku pro Export kusových zásilek ve váhové kategorii 10, 25 a 50 kilogramů nabízí společnost Geis. Druhou nejvýhodnější nabídku ve váhové kategorii 10 a 25 kilogramů nabízí společnost PPL a balík o hmotnosti 50 kilogramů nám ve druhé nejlepší cenové nabídce přepraví společnost DPD. Na třetím místě cenových nabídek v rámci exportu do Německa je společnost TOPTRANS, a to konkrétně pro zásilky, o hmotnosti 10 a 25 kilogramů, a pro zásilku padesátikilovou pak společnost DPD.

Export – Holandsko

Nejvýhodnější cenovou nabídku pro přepravu kusových zásilek do Holandska o váze 10 a 25 kilogramů, nabízí společnost TOPTRANS. Nejlepší nabídku pro zásilku a váze 50 kilogramů, kterou společnost TOPTRANS už nepřepraví, nám nabízí společnost Geis. Druhá nejvýhodnější nabídka pro zásilky o váze 10 a 50 kilogramů je od společnosti Geis a pro kusovou zásilku vážící kilogramů 50, je to společnost DHL. Na třetím místě v nabídce pro Export do Holandska jsou společnosti PPL a DHL.

Export – Francie

Cenově nejvýhodnější přepravu kusových zásilek ve srovnávaných hmotnostních kategoriích v rámci exportu do Francie, nám nabízí společnost Geis. Druhou nejúspěšnější nabídku má ve váhové kategorii 10 kilogramů společnost PPL, ve váhové kategorii 25 kilogramů společnost DPD a pro balík o hmotnosti 50 kilogramů společnost DHL. Na třetím místě se umístila se svou cenovou nabídkou ve váhové kategorii 10 a 25 kilogramů společnost DHL a pro balík o váze 50 kilogramů společnost DPD.

Import – Německo

Nejúspěšnější cenovou nabídku pro import do Německa, ve všech třech srovnávaných váhových kategoriích nabízí společnost Geis. Druhou nejlepší cenovou nabídku pro přepravu kusové zásilky o hmotnosti 10 kilogramů nabízí společnost PPL, o hmotnosti 25 kilogramů společnost DPD a pro přepravu 50 kilogramové zásilky společnost DHL. Na třetím místě s cenovou nabídkou pro přepravu 10 a 50 kilogramové zásilky je společnost DPD a pro přepravu 25 kilogramové zásilky společnost PPL.

Import – Holandsko

Nejúspěšnější cenovou nabídku pro import do Holandska nabízí opět ve všech váhových kategoriích společnost Geis. Druhou nejúspěšnější nabídku pro přepravu zásilky o hmotnosti 10 a 25 kilogramů nabízí společnost DPD a pro přepravu 50 kilogramové zásilky společnost DHL. Na třetím místě jsou to cenové nabídky společnosti PPL.

Import – Francie

V rámci importu do Francie nabízí nejlepší cenovou nabídku pro všechny srovnávané váhové kategorie opět společnost Geis. Na druhém místě s cenovou nabídkou se nachází společnost DPD a to konkrétně pro kusové zásilky o hmotnosti 10 a 25 kilogramů. Druhou nejúspěšnější nabídku pro přepravu zásilky vážící 50 kilogramů nám nabízí společnost

DHL. Na třetím místě pro import zásilek z Francie o hmotnosti 10 kilogramů je společnost PPL, zásilky vážící 25 kilogramů společnost DHL a 50 kilogramové balíky společnost DPD.

Tabulka pro úspěšnost cenových nabídek

Za nejúspěšnější cenovou nabídku v oblasti přepravy kusových zásilek vnitrostátní/export/import a v rámci daného státu obdrží společnost tři body. Na druhém místě body dva, na místě třetím bod jeden a další místa jsou bez bodu.

Společnost	Úspěšnost cenových nabídek
Geis	20,0
PPL	4,5
DPD	7,5
TOPTRANS	5,5
DHL	4,5
TNT	0

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společnosti

Tab. 19. Úspěšnost cenových nabídek srovnávaných společností

V rámci analýzy úspěšnosti cenových nabídek vychází ze srovnávaných společností nejlépe Geis, který má největší počet bodů a nejvíce úspěšných cenových nabídek.

8.2 Vyhodnocení doby přepravy ve dnech

V rámci analýzy doby přepravy kusových zásilek byl srovnáván export a import zasílatelských společností do Německa, Holandska a Francie. Jedná se o velmi stěžejní bod, pro rozhodování zákazníků o výběru zasílatelské společnosti, kdy každý zákazník, který očekává určitou zásilku, ji chce mít v co nejkratším možném termínu dodanou.

Nejkratší dobu přepravy pro import do Německa nabízí společnost PPL. Pro import do Francie a Holandska jsou to společnosti PPL a TNT. Export kusových zásilek do Německa přepraví v nejkratším čase společnost DHL. Export do Francie a Holandska nám v nejkratším časovém termínu nabízí společnost PPL.

Vyhodnocení úspěšnosti nabídek doby přepravy

Společnost	Úspěšnost nabídek
Geis	7
PPL	17
DPD	6
TOPTRANS	2
DHL	13
TNT	9

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Tab. 20 Vyhodnocení úspěšnosti nabídek doby přepravy



Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Graf 11. Vyhodnocení úspěšnosti nabídek v době přepravy

8.3 Vyhodnocení dostupnosti společností

Vyhodnocení dostupnosti společností probíhalo na základě porovnání počtu poboček, zvaných také jako „depa“, které nabízí zasilatelské společnosti svým zákazníkům. Dostupnost a počet poboček, hraje velkou roli v konkurenčním boji, a proto nesmí chybět v dané analýze konkurenceschopnosti.

Nejvíce poboček pro své zákazníky nabízí společnost TOPTRANS, která vlastní celkově 25 poboček na území České republiky. Na druhém místě v rámci dostupnosti je společnost Geis a na třetím místě poté společnost PPL.

Vyhodnocení dostupnosti zákazníků – počet poboček

Společnost	Dostupnost zákazníků
Geis	2
PPL	1
DPD	0
TOPTRANS	3
DHL	0
TNT	0

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Tab. 21. Vyhodnocení dostupnosti zákazníků – počet poboček

8.4 Vyhodnocení pojištění kusových zásilek v mezinárodní přepravě

Vyhodnocení a srovnání pojištění poskytovaných pro mezinárodní přepravu kusových zásilek, vyznělo nejlépe pro společnosti DHL a DPD. Tyto společnosti se umístili v rámci pojištění nejlépe proto, jelikož pojištění kusové zásilky je již zahrnuto v ceně přepravy a zákazník tak nedoplácí vůbec nic. Všechny ostatní srovnávané společnosti poskytují pojištění za příplatek. Společnosti TOPTRANS, Geis a PPL se od sebe liší v ceně pojištění v řádech desítek korun. Naopak společnost TNT má pojištění zásilky velmi nákladné.

Společnost	Úspěšnost nabídky pojištění
Geis	1
PPL	2
DPD	5
TOPTRANS	1
DHL	5
TNT	0

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

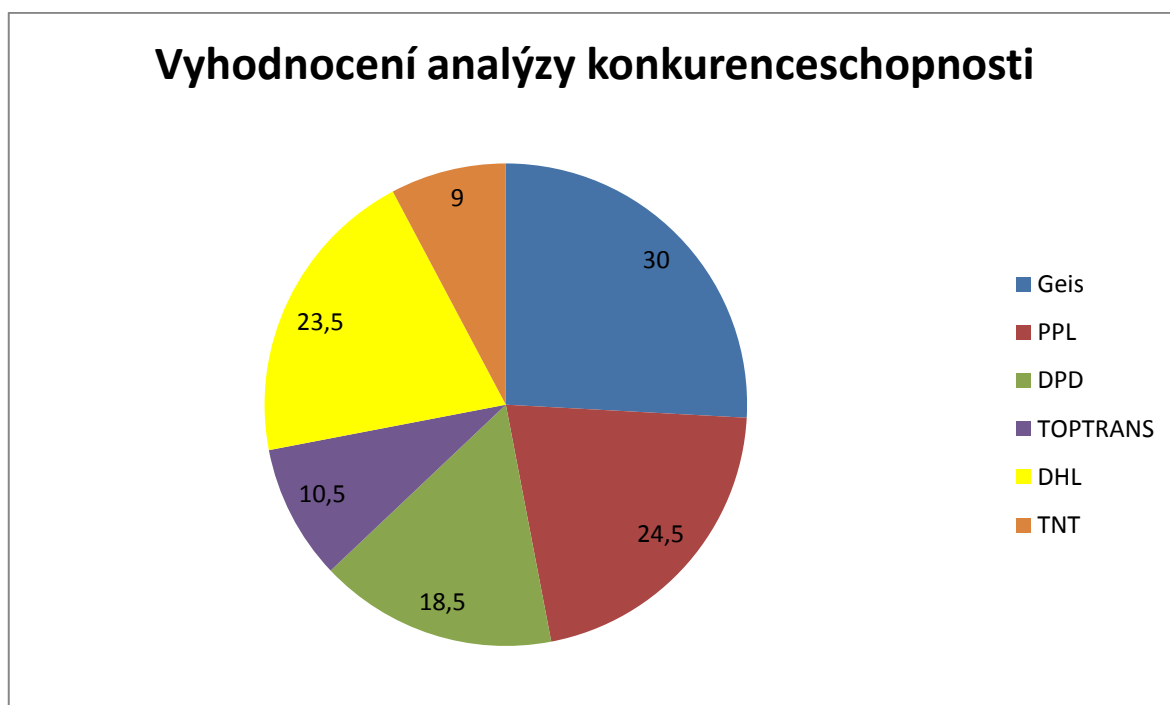
Tab. 22. Vyhodnocení nabídky pojištění kusových zásilek

8.5 Vyhodnocení analýzy konkurenceschopnosti

Společnost	Celkový počet bodů
Geis	30
PPL	24,5
DPD	18,5
TOPTRANS	10,5
DHL	23,5
TNT	9

Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Tab. 23. Vyhodnocení analýzy konkurenceschopnosti



Zdroj: Vlastní zpracování, Interní materiály společností

Graf 12. Vyhodnocení analýzy konkurenceschopnosti

Výsledek analýzy konkurenceschopnosti srovnávaných zasílatelských společností dopadl následovně:

Na prvním místě se umístila společnost Geis, s celkovým počtem 30 bodů. Na druhém místě poté společnost PPL s jednobodovým náskokem na společnost DHL. Na čtvrtém místě poté společnost DPD s celkovým počtem 18,5 bodů. Na pátém místě se umístila společnost TOPTRANS a na konečném posledním místě společnost TNT.

9 NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI SPOLEČNOSTI GEIS

Na základě provedené analýzy konkurenceschopnosti přepravy kusových zásilek společnosti Geis, budou v následující kapitole vytyčena slabá místa společnosti a navržena možná opatření pro zvýšení konkurenceschopnosti společnosti na trhu.

Společnost Geis, má velmi silnou stránku v rámci cen přepravy kusových zásilek. Na základě výsledků analýzy, neměla společnost Geis, prakticky žádnou konkurenci v oblasti cen a je to hlavní a nejsilnější stránka společnosti.

Slabá místa společnosti Geis

- Převážní časy
- Cena pojištění
- Publicita
- Cenové nabídky – Holandsko
- Prezentace a úroveň

9.1 Převážní časy

Ve vyhodnocení převážních časů, nezískala společnost Geis ani jednu úspěšnou nabídku. V dnešní době a ve vysokém konkurenčním boji, jsou převážní časy a rychlost služeb podstatným faktorem při rozhodování zákazníků. Aby byla zvýšená poptávka od zákazníků, je potřeba nabídnout zákazníkům kvalitnější služby a podmínky oproti konkurenci.

Zkrácení převážního času do Německa

Německo, je hlavním obchodním partnerem České republiky a největší procento českého exportu plyne do Německa. Již z tohoto hlediska je jisté, že největší poptávka po exportu zásilek je právě do této země. Proto je velmi důležité, nabídnout zákazníkům kvalitnější a expresnější služby oproti konkurenci a stát se jedním z předních logistických partnerů pro export firem do Německa. Doporučení je následující. Je potřeba zkrátit převážní čas ze dvou, na jeden den, jako je tomu v případě nabídky konkurenční společnosti DHL a nabídnout tak zákazníkům doručení zásilky do druhého dne od jejího převzetí do 12 hodin všedního, pracovního dne. Řešením je vysílání pravidelného každodenního, nočního transportu s doručení zásilek do 12 hodin a následným odpoledním rozvozem.

Přínosy pro společnost Geis

- Možnost získání nových zákazníků a navázání budoucí, širší spolupráce
- Zvýšení podvědomí o společnosti a o jejich službách
- Zvýšení poptávky po službách společnosti, zvýšení prodeje služeb, zisku a konkurenceschopnosti

9.2 Cena pojištění

V ceně pojištění jsou dominantní společnost DHL a DPD, které nepožadují za pojištění zásilky příplatek, ale naopak jej poskytují již v ceně za přepravu. Tyto společnosti mají ovšem o poznání vyšší ceny přepravy a po následném připočtení ceny za pojistku kusové zásilky například společnosti Geis, se dostávají prakticky na stejnou cenu. Společnost Geis, se ovšem snaží být na trhu zasílatelských společností bezkonkurenční v oblasti cen, nicméně na to doplácí v rámci poskytování služeb a jejich kvalitách. V této oblasti bych viděl jako možnou variantu a doporučení zvýšení cen, které by bylo i tak stále v rámci konkurence nejvýhodnější a zahrnutí do této vyšší ceny i pojistné k přepravě kusových zásilek, které je pro většinu zákazníků lákavé a pojistné zahrnuté v ceně přepravy zní velmi atraktivně a lákavě, i když skutečnost je mnohdy jiná.

Přínosy pro společnost Geis

- Získání nových zákazníků, především těch, z prodeje luxusního a velmi rizikového, rozbitného zboží, pro které je pojištění hlavní prioritou
- Rozšíření spolupráce se stávajícími zákazníky
- Zvýšení prodejnosti služeb přeprav kusových zásilek a zvýšení konkurenceschopnosti společnosti na trhu přepravě zásilek a služeb poskytovaných k přepravě

9.3 Publicita

Oblast publicity je zřejmě nejslabší stránkou společnosti Geis. Spousta potencionálních zákazníků a široké veřejnosti v podstatě netuší a neví o přítomnosti společnosti na našem trhu a už vůbec ne o odvětví, ve kterém společnost podniká, což se nedá říct o konkurenčních společnostech, které byly v analýze srovnávány a jsou téměř všechny široké veřejnosti známé. Pro je potřeba zavést opatření, díky kterým společnost vstoupí do podvědomí potencionálních zákazníků a z kterých plynou následující doporučení.

Reklamní kampaň

Jedním z možných řešení je reklamní kampaň. Umístění reklamních spotů do televize, rádií, nebo propagace v rámci billboardů, reklamy v tiskovinách nebo na internetových stránkách, které budou jasně a stručně informovat o službách společnosti a vstoupí do podvědomí potencionálních zákazníků.

Vozidla

Dalším možným řešením je polepení vozidel společnosti, které jsou každý den na našich komunikacích a dostávají se pod dohled velkého množství obyvatelstva. Jedná se o publicitu za takřka minimální náklady s velmi dlouhou dobou účinnosti. Ve společnosti Geis je tímto polepem opatřena nadpoloviční většina vozidel, ovšem stále se nejedná o podíl většinový a proto spousta zákazníků kterým je předávána zásilky ani netuší, že jim ji přivezla společnost Geis a nejsou schopni poté například identifikovat nebo doporučit služby, se kterými byly spokojeni, když netuší, kdo jim je vlastně poskytl.

Označení provozovny

Označení provozovny, pobočky neboli depa je také jedním z méně nákladných prostředků pro možnou publicitu společnosti. Náklady jsou spojeny s instalací a samotným reklamním prostředkem, nicméně se neplatí pronájem za reklamu a její účinnost může být velmi dlouhá. Zlínská pobočka společnosti v tomto ohledu poměrně zaostává a podstatná většina zákazníků má problém pobočku najít.

Přínosy pro společnost Geis

- Získání nových potencionálních zákazníků
- Zvýšení image společnosti
- Vstup do podvědomí široké veřejnosti o existenci společnosti na trhu
- Zvýšení prodeje služeb a konkurenceschopnosti na trhu přepravy kusových zásilek

9.4 Cenové nabídky – Holandsko

Společnost Geis je v rámci své cenové politiky téměř bezkonkurenční v porovnání s ostatními analyzovanými společnostmi. Ovšem základní prioritou společnosti je nabízet cenově nejvýhodnější nabídky na trhu. V rámci srovnání cenových nabídek, ovládla mezinárodní přepravu s Holandskem společnost TOPTRANS. Aby společnost Geis

dosáhla nejúspěšnější nabídky i pro Holandsko je potřeba provést určité opatření. Jako možné doporučení je nabídnutí stávajícím zákazníkům společnosti využívajících služeb přepravy v rámci Holandska slevu v určité procentuální výši, která by byla pobídkou k vyššímu využívání přepravy a získání nových zákazníků na základě doporučení těch stávajících.

Přínosy pro společnost Geis

- Ovládnutí cenové politiky na trhu přepravy kusových zásilek
- Získání nových potencionálních zákazníků
- Zvýšení poptávky po přepravě od stávajících zákazníků
- Zvýšení konkurenceschopnosti
- Posílení dobrého jména společnosti

9.5 Prezentace a úroveň

Prezentace a úroveň společnosti je jedním z důležitých faktorů v konkurenčním boji. U společnosti Geis, bych viděl nedostatky v této oblasti, na základě nižší cenové politiky, na kterou naopak doplácí zmiňované odvětví.

Pro zvýšení úrovně a prezentace společnosti plynou následující doporučení:

- obnovení vozového parku, kvalitnější a pokud možno stejnorodá vozidla v dobrém technickém stavu, která prezentují společnost, se stejným designem a pokud možno vždy v čistém a reprezentativním stavu
- zaměstnanci ve firemním oblečení, v pestrém, elegantním a reprezentativním stylu
- prezentace zaměstnanců, přesněji řidičů ve vztahu k příjemci zásilky, milé a příjemné vystupování, ochota

Výše zmíněná doporučení, jsou ovšem spojena s nemalými náklady. Jak již bylo zmiňováno, cílem společnosti je nabízet co nejpříznivější cenové nabídky v porovnání s konkurencí. Pro zvýšení prezentace, úrovně a kvality služeb, je ovšem potřeba najít řešení k získání finančních prostředků pro zvýšení úrovně dané problematiky. Jedním z řešení je právě zvýšení cenové hladiny přepravy kusových zásilek.

Přínosy pro společnost Geis

- Zvýšení prestiže a podvědomí u zákazníků
- Zvýšení poptávky po kvalitních službách na úrovni
- Zvýšení konkurenceschopnosti společnosti na trhu přepravy kusových zásilek
- Šíření dobrého jména společnosti
- Získání nových zákazníků na základě dobré pověsti společnosti

ZÁVĚR

Cílem práce byla analýza cen přepravy kusových zásilek společnosti Geis a jejich srovnání s cenami konkurence. V dnešní době je konkurence na trhu přepravy kusových zásilek a celkové logistiky velmi vysoká a neustále se stupňuje. Ceny přepravy a s ní spojené poskytované služby jsou hlavním faktorem při volbě zasílatele zákazníkem. Pro zasílatelské společnosti je proto velmi důležité poskytovat lepší ceny než konkurence a také poskytovat v širokém měřítku doplňkové služby nezbytné pro přepravu a uspokojení zákazníků včetně kvality služeb na odpovídající úrovni. Pro tvorbu ceny hrají podstatnou roli náklady a to jejich výše, se kterou je spojena tvorba co nejúspěšnější cenové nabídky.

V teoretické části byla zpracována problematika spojená se zasílatelskými společnostmi, rozdělením nákladů a tvorbě kalkulací pomocí odborných publikací. V praktické části byla představena společnost Geis s.r.o., její historie a služby, které nabízí. V další části byly představeny konkurenční společnosti, které byly v rámci analýzy konkurenceschopnosti srovnávány se společností Geis s.r.o. Dále byla provedena analýza cen, vytyčeny hlavní faktory, které souvisejí s tvorbou ceny a znázorněná kalkulace na výpočet ceny přepravy kusové zásilky. V další části byla práce zaměřena na samotnou analýzu konkurenceschopnosti a to v rámci porovnání cen přepravy daných společností, doby přepravy kusových zásilek, dostupnosti poboček a doplňkových služeb jako je pojištění při přepravě.

Na základě analýzy byly vytyčeny slabá místa společnosti a navržena možná doporučení pro zlepšení a z nich plynoucí přínosy. Mezi slabá místa patřila převážně doba přepravy společnosti v rámci exportu a importu kusových zásilek, dále cena pojištění a hlavně také publicita, vstup do podvědomí široké veřejnosti a potencionálních zákazníků a v neposlední řadě prezentace a zvýšení úrovně společnosti. Cenová nabídka společnosti Geis s.r.o. byla na velmi dobré úrovni a prakticky bezkonkurenční, ovšem pro splnění cíle společnosti, stát na prvním místě v úspěšnosti cenových nabídek, je potřeba nabídnout nejlepší cenu i pro přepravu zásilek do Holandska.

Na základě zjištění skutečností z analýzy, byla stanovena určitá doporučení. Pro dobu přepravy, ve které společnost Geis s.r.o. nenabídla ani jednu úspěšnou nabídku radikální snížení přepravních časů a to hlavně pro Německo, která je hlavním obchodním partnerem České republiky, a to doručení do druhého dne, díky zavedení noční transportní linky. Dalším bodem, byla cena pojištění, která je u předních společností součástí ceny, které jsou

ovšem vykoupeny samotnou výškou ceny přepravy. Společnost Geis s.r.o. nabízí ceny v porovnání s konkurencí na velmi příznivé úrovni, a proto i její nepatrné zvýšení, jejíž součástí by se následně stalo také pojištění přepravy kusové zásilky, by bylo na stále na bezkonkurenční úrovni a stává se jedním z možných řešení a doporučení. V oblasti cen, jak již bylo zmíněno, je společnost na velmi dobré úrovni. Ovšem pro splnění cíle, být v cenové politice naprosto bezkonkurenční, je potřeba nabídnou úspěšnější cenovou nabídku pro Holandsko. Možným řešením a doporučením je nabídka určité procentuální slevy pro stávající zákazníky a tím i nalákání nových zákazníků na základě doporučení. Dalším bodem je prezentace společnosti a její publicita. V dnešní době, jak již bylo zmíněno, je na trhu zasílatelských společností široká nabídka. Proto je důležitým faktorem, jisté odlišení od konkurence a vstup do podvědomí široké veřejnosti o přítomnosti a existenci společnosti na trhu a jí poskytovaných službách. Doporučením je publicita pomocí reklamních agentur a prezentace společnosti na vysoké úrovni, což se týká i projevu samotných doručovatelů.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. ČECHOVÁ, Alena. *Manažerské účetnictví.*, 2011. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Brno: Computer Press, vi, 194 s. ISBN 978-80-251-2831-2.
2. FIBÍROVÁ, Jana, Libuše ŠOLJAKOVÁ a Jaroslav WAGNER. *Nákladové a manažerské účetnictví*, 2007. Vyd. 1. Praha: ASPI, 430 s. ISBN 978-80-7357-299-0.
3. Geis: Global logistics, ©1999–2014. *Přeprava a skladová logistika* [online]. [cit. 2014-04-23]. Dostupné z: <http://www.geis-group.cz/cz>
4. Interní materiály společnosti Geis s.r.o., 2010. [Zlínsko].
5. KRÁL, Bohumil. *Manažerské účetnictví.*, 2010. 3., dopl. a aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 660 s. ISBN 978-80-7261-217-8.
6. KYNCL, Jan. *Podnikání v silniční dopravě*, 2001. 1. vyd. Praha: Grada, 169 s. ISBN 8071697435.
7. LANDA, Martin. *Účetnictví podniku: informační zdroj podnikatelských rozhodnutí*, 2006. 2. vyd. Praha: Eurolex Bohemiaa, 495 s. ISBN 80-86861-11-2.
8. MANGAN, John. *Global logistics and supply chain management*, 2012. 2nd ed. Chichester: John Wiley & Sons, xix, 421 s. ISBN 978-1-119-99884-6.
9. NOVÁK, Radek. *Přepavní, zasílatelské a logistické služby*, 2011. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 391 s., [13] s. obr. příl. ISBN 978-80-7357-735-3.
10. NOVÁK, Radek. *Nákladní doprava a zasílatelství*, 2005. 2., přeprac. vyd. Praha: ASPI, 412 s., [20] s. barev. obr. příl. ISBN 80-7357-086-6.
11. O nás: Představení společnosti, 2013. *PPL CZ spol. s r.o.* [online]. [cit. 2014-04-23]. Dostupné z: http://ppl.cz/main.aspx?cls=art&tre_id=45&art_id=1
12. O společnosti: O DPD, 2013. *DPD - Direct Parcel Distribution CZ s.r.o* [online]. [cit. 2014-04-23]. Dostupné z: http://www.dpd.com/cz/home/o_dpd/o_spolecnosti
13. O TOPTRANSU: TOPTRANS EU, a.s., 2014. *TOPTRANS EU, a.s.* [online]. [cit. 2014-04-23]. Dostupné z: http://www.toptrans.cz/portal/page/portal/toptrans_www_cz/o_toptrans
14. PERNICA, Petr. *Logistika (supply chain management) pro 21. století*, 2005. Vyd. 1. Praha: Radix, 569 s. ISBN 8086031594.

15. Profil společnosti: Důležitá fakta o DHL Česká republika, 2013. *DHL Express s.r.o.* [online]. [cit. 2014-04-23]. Dostupné z:http://www.dhl.cz/cs/country_profile.html

16. Profil TNT: Kdo jsme, 2011. *TNT Express* [online]. [cit. 2014-04-23]. Dostupné z:
http://www.tnt.com/express/cs_cz/site/home/about_us.html

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Logo společnosti.....	31
Obr. 3. Skupina Geis v číslech.....	32
Obr. 4. Obrat a počet zaměstnanců společnosti Geis v letech	32
Obr. 5. Vývoj obratu skupiny Geis v České republice	33
Obr. 6. Pobočky společnosti Geis na území České republiky	57

SEZNAM TABULEK

Tab. 1. Kalkulační vzorec	26
Tab. 2. Srovnání cen vnitrostátní přepravy	41
Tab. 3. Export kusových zásilek ve společnosti Geis	43
Tab. 4. Export kusových zásilek ve společnosti PPL	43
Tab. 5. Export kusových zásilek ve společnosti DPD	43
Tab. 6. Export kusových zásilek ve společnosti TOPTRANS	44
Tab. 7. Export kusových zásilek ve společnosti DHL	44
Tab. 8. Export kusových zásilek ve společnosti TNT	44
Tab. 9. Import kusových zásilek ve společnosti Geis	48
Tab. 10. Import kusových zásilek ve společnosti PPL	48
Tab. 11. Import kusových zásilek ve společnosti DPD	48
Tab. 12. Import kusových zásilek ve společnosti TOPTRANS	49
Tab. 13. Import kusových zásilek ve společnosti DHL	49
Tab. 14. Import kusových zásilek ve společnosti TNT	49
Tab. 15. Export kusových zásilek společností ve dnech.....	53
Tab. 16. Import kusových zásilek společností ve dnech.....	54
Tab. 17. Ceny pojištění kusových zásilek v mezinárodní dopravě.....	55
Tab. 18. Počet poboček společností na území České republiky	57
Tab. 19. Úspěšnost cenových nabídek srovnávaných společností.....	61
Tab. 20. Vyhodnocení úspěšnosti nabídek doby přepravy	62
Tab. 21. Vyhodnocení dostupnosti zákazníků – počet poboček.....	63
Tab. 22. Vyhodnocení nabídky pojištění kusových zásilek.....	63
Tab. 23. Vyhodnocení analýzy konkurenceschopnosti	64

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1. Srovnání cen vnitrostátní přepravy.....	42
Graf 2. Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Export - Německo.....	45
Graf 3. Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Export - Holandsko.....	46
Graf 4. Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Export - Francie	47
Graf 5. Vyhodnocení cenových nabídek společností pro Import - Německo.....	50
Graf 6. Vyhodnocení cenových nabídek pro Import - Holandsko.....	51
Graf 7. Vyhodnocení cenových nabídek pro Import - Francie	52
Graf 8. Vyhodnocení doby přepravy ve dnech - Export.....	53
Graf 9. Vyhodnocení doby přepravy ve dnech - Import.....	54
Graf 10. Srovnání počtu poboček společností na území České republiky.....	58
Graf 11. Vyhodnocení úspěšnosti nabídek v době přepravy	62
Graf 12. Vyhodnocení analýzy konkurenceschopnosti	64

