

Kurýři doručují i neobvyklé zásilky

Celosvětový ekonomický útlum je téma, které se probral a stále probírá ze všech možných úhlů, a proto již na leckoho působí ospalým dojmem. Pořád však ovlivňuje naše životy, a to i pozitivním směrem. Na jednu stranu se rozpravidla debata o tom, do jaké míry je podstatou našeho světa ekonomický růst, na druhou stranu právě tento útlum dotlačí mnohé k tomu, aby vyvíjeli a inovovali. Ani oblast kurýrních služeb není výjimkou. Došlo zde k poklesu poptávky a, byť je to trh poměrně malý, firmy musely začít přemýšlet, co s tím.

Zatímco balíkové služby se zaměřují na převoz balíků převážně do hmotnosti 50kg a expresní služby se v zásadě zabývají hromadným převozem různých typů zásilek přes třídicí centra, kurýrní služby nabízejí přímou a okamžitou přepravu jakékoli zásilky z domu do domu nebo z ruky do ruky. Balíkové a expresní služby využívají různé typy dopravy a soustředí se spíše na vnitrostátní meziměstskou přepravu a mezistátní přepravu. Naproti tomu kurýrní služby využívají až na výjimku dopravu silniční a jsou ve své podstatě zaměřené na urbánní prostředí, i když vnitrostátní a mezistátní převoz nabízejí také. Pro kurýrní službu je charakteristická vyšší rychlosť přepravy, a tím i cena za kilometr, a dále také značná flexibilita při naložení, převozu i doručení zásilky.

ZMĚNY PO EKONOMICKÉM ÚTLUMU

Během globálního ekonomického útlumu došlo na trhu kurýrní přepravy k poklesu poptávky, která se v poslední době začíná pomalu obracet vzhůru. „Velká část firem si po roce 2009 najímala vlastní zaměstnance na pozice kurýrů, aby je interně využívala na doručování zásilek. Dnes se trend znovu mění a firmy se vracejí ke kurýrním službám, které jsou mobilnější, operativnější, odpadá starost o vozový park a podobně. V posledním roce navíc přibylo více fyzických osob (takzvaně „z ulice“), které si objednávají naše služby pravidelně a preferují platbu v hotovosti. Také je znát, že firmy více sledují ceny, vyúčtování, slevy, akce, tarify atd.,“ říká jednatel společnosti Airway Miroslav Dušek.

Perspektivní oblast podle Martiny Vaculíkové z firmy Messenger je rozvážka zboží z internetových obchodů, které zaznamenávají každoročně nárůst klientely: „Kvůli ekonomickému útlumu se u nás změnila struktura přepravovaných zásilek. Zaznamenali jsme snížení poptávky po standardních kurýrních službách po Praze. Naopak se ale mění chování na trhu B2C. Lidé dnes raději díky ceně zboží nakupují na internetu a pro kurýrní služby se tak otevírají nové možnosti.“

Některé firmy se podle svého vyjádření s ekonomickým útlumem vyrovnaly bez problémů, finanční problémy je však ovlivňují druhotně. „Vzhledem k tomu, že naše společnost zněkolikanásobila obrat právě v roce 2008/2009, kdy se náš provoz stabilizoval, nezaznamenali jsme žádné zásadní komplikace spojené s ekonomickou recesí. Co se ovšem změnilo, je platební morálka některých zákazníků a také agresivnější útok na zákazníky od naší konkurence. Špatná platební morálka bohužel přetrvává dodnes,“ tvrdí Petr

Potoček, jednatel společnosti Racek kurýr. „Poptávka po našich službách přímo odráží celkový stav ekonomiky; pokud se produkce našich klientů zmenší, zmenší se i počet zásilek. Nám se i přes pokles zásilek od stávajících klientů podařilo navázat spolupráci s novými a zaznamenali jsme růst,“ říká Jan Tomášek z obchodního oddělení společnosti Mesík servis.

MOŽNOSTI PŘEPRAVY

V Česku fungují kurýrní firmy především v Praze a okolí, ale i v dalších větších městech, například v Brně, Ostravě, Olomouci nebo Liberci. V Praze existuje podle odhadu kolem tříctí takových společností, z nichž většina zaměstnává maximálně několik desítek kurýrů, kteří jezdí v dodávkách, pick-upech, osobních autech, na motorkách, kolej nebo chodí pěšky a využívají i hromadnou dopravu. Největší a zřejmě i nejstarší českou firmou, která poskytuje kurýrní služby, je pražský Messenger založený v roce 1991, jenž má pobočky ve čtyřech městech republiky. Dále existuje mnoho individuálních kurýrů, kteří si nasmlouvali několik málo firem. Většina kurýrní přepravy tedy u nás probíhá v rámci metropole nebo v jejím okolí, kde v posledních 20 letech vystouplo nespočet skladových areálů.

Pokud kurýrní firma nabízí doručení zásilky do vzdálenějšího města následující den za cenu v řádu stovek korun, většinou spolupracuje s některou ze společností zaměřených na balíkovou nebo expresní službu. Okamžitá přeprava po republice pak je nesrovnatelně dražší – skládá se z paušálu a pohyblivé částky 10 až 15 Kč/km tam i zpět, podle velikosti přepravovaného předmětu. Po městě se cena za standardní přepravu do 2 až 2,5 h rovněž skládá z paušálu (50 až 100 Kč, více za pick-up a dodávku) a pohyblivé částky podle počtu vzdušných kilometrů (10 až 20 Kč). Za rychlejší doručení se připlácí – do 1 h od objednání se cena navýší většinou o 50% a některé firmy nabízejí i doručení do půl hodiny, kdy cena stoupne ještě více. Vedle toho existují ještě příplatky například za čekání nebo manipulaci se zásilkou, pokud zásilka přesahuje určitou hmotnost nebo rozlohy, při vybrání dobrík nebo za oznamení o doručení, tzv. call back.

Vedle příplatků nabízejí kurýrní firmy i různé formy slev – při hromadném objednání, pro nejfrekventovanější trasy, podle velikosti měsíčních obratů nebo v závislosti na individuálně nastavených podmínkách. Nejnižší ceny za převoz po centru začínají obvykle na 50 Kč, tzv. economy zásilky se doručují do 4 h nebo do druhého dne a stojí kolem

100 Kč. Nejvyšší ceny jsou za převoz dodávkou a pohybují se ve stovkách korun, ale průměrná cena za kurýrní službu bývá kolem 150 až 170 Kč.

Kurýrní firmy nepotřebují třídicí centrum nebo sklad, a tak provozují většinou pouze dispečinky, kde je vedle vedení a administrativních pracovníků několik telefonistek a dispečeři. Telefonistky zadávají údaje o zásilkách do systému a dispečeři je nabízejí přes vysílací stanici kurýrů, kteří se o zásilky hlásí přes vysílačky podle své polohy a požadovaného přepravního prostředku.

NADSTANDARDNÍ SLUŽBY

Kurýrní firmy nabízejí vedle klasického rychlého doručení i řadu nadstandardních služeb, mezi které patří například doručení přesně na čas, doručování po samostatné domluvě s příjemcem, doručení na dobríku a odvoz peněz zpět do obchodu, případně přeposlání převodem nebo dovoz květin.

Některé firmy našly volný pracovní prostor v oblasti poskytování kurýrních služeb interním potřebám podniků. „Nabízíme například vnitropodnikovou poštu. Tuto službu nejčastěji využívají státní instituce a banky. Znamená to do 14:00 stáhnout zásilky z poboček a doručit je na centrálu. Doručování na čas do vlastních rukou se pak hojně využívá u dražších a interních zásilek,“ popisuje Daniel Trčka, jednatel společnosti Airway, a dodává: „Ve vánočním a valentýnském čase se hodně využívá balení, kdy pro klienta připravíme zásilky na míru od nákupu dárků, zkompletování, označení adres, až po distribuci.“

„V oblasti kurýrních služeb dochází ke změnám ve formě komunikace mezi poskytovatelem a zákazníkem. Většina firem nabízí on-line objednávání, které se prosazuje velmi pozvolna, nebo možnost elektronické správy dat. „Poskytujeme on-line objednání zásilek spojené s kompletním zákaznickým systémem, který dává zákazníkovi všechny potřebné informace, jako je čas doručení, přebírající osoba nebo cena,“ říká Petr Potoček, jednatel společnosti Racek kurýr.

„Náš on-line systém klientů umožňuje kompletní správu zásilek a faktur s možností zcela podrobného rozpisu cen, dále pak zobrazování a filtrování historie všech zásilek a možnost i zpětné označovat už proběhlé zásilky interní identifikací klienta, což se hodí například pro pozdější dohledání nákladů k jednotlivým zákazkám,“ sdělil Jan Tomášek z obchodního oddělení Mesík servis.

Messenger spolupracuje s některými kulturními institucemi a prodejnami vstupenek a zajišťuje doručení listků domů nebo do za-

městnání. „Nabízíme také službu vyzvednutí a zaplacení zásilky a poté doručení rovnou k adresátovi. Tuto službu lidé využívají, například pokud chtějí vyzvednout a zaplatit volně prodejně léky v lékárně, jízdenku na vlak, autobus apod. Kromě standardních zásilek si u nás mohou klienti také objednat službu Fastfood – objednání a doručení občerstvení z několika pražských restaurací až domů nebo do zaměstnání. To zákazníci využívají především pro firemní porady a školení,“ sdělila Martina Vaculíková z marketingového oddělení společnosti.

Kurýrní firmy mívaly standardně sjednané pojistění, většinou do výše 20 až 50 tis. Kč, za předpokladu, že obsah zásilek splňuje obchodní podmínky. V naprosté většině případů je balík zabalen již před příchodem přepravce, který nemá tušení o jeho obsahu. Podle potřeb klienta lze pak sjednat ještě nadstandardní pojistění, které se však promítne do ceny přepravy.

TECHNICKÉ NOVINKY

Společnosti poskytující kurýrní služby se snaží postupovat se současným trendem a zavádět další technické novinky z oblasti IT. „V rámci interní modernizace jsme kurýry

ternetové obchody, ale i velké firmy si pro objednání zásilky nemusí volat na dispečink nebo objednávat přes naše webové stránky. Spolupracujeme s nimi formou automatického importu objednávek z jejich programu přímo do našeho. Import je založený na datové větě.“

ZVLÁŠTNÍ POŽADAVKY

Charakteristickým rysem a velkou předností kurýrních služeb je vysoká míra flexibility; firmy se umí přizpůsobit mnoha požadavkům klienta. Jedná se nejčastěji o anonymní doručení zásilky, doručení na zvláštní místo, ve zvláštní čas nebo má zásilka extrémní rozměry. Stává se také, že zákazník potřebuje změnit adresáta v průběhu doručování nebo zásilku vrátit zpátky, protože zjistí, že potřebuje něco předělat, ale i například něco k zásilce dokoupit. Existují i případy, že si zákazník zapomene pas a zjistí to až na letišti těsně před odletem na dovolenou, nebo si zabouchne dvere, nechá klíče uvnitř a chce přivézt jiné. Vozí se i zdravotnický nebo biologický materiál na operace, jezdí se do ordinací pro recepty, které doktoři často nechtejí vydat apod.

Jednou se také stalo, že si zákazník objednal vyzvednutí a doručení na stejně adresu. Kurýr přijel před kancelářskou budovu, kde čekal pán s květinou a chtěl ji pouze doručit do druhého patra. Nedávno jsme také doručovali upečenou bábovku do psychiatrické kliniky do Bohnic. Jiná zákaznice chtěla za přepravu dokonce platit zlatými šperky, které měl kurýr udat v zastavárně a peníze za zlato si nechat,“ vypráví o zájtcích kurýr Martina Vaculíková z Messengeru.

Ne všechny požadavky zákazníků jsou však splnitelné. Převoz větší zásilky v nejrychlejším režimu do půl hodiny bývá v době dopravní špičky, před Vánocemi nebo za špatného počasí technicky nemožný. Důvodem k odmítnutí převozu může být i nevhodně zabalená nebo špinavá zásilka, extrémní nadváha balíku či prostě nesplnění obchodních podmínek o bezpečnosti a zákonných úpravách převozu. Zejména v období Vánoc, kdy firmy posílají mnoha svým klientům dárky, můžou být některé kurýrní společnosti přehlcené. Pak se stává, že se prodlužují standardní časy doručení, nebo musí zákazník zkusit konkurenci. V posledních letech se však situace před Vánocemi značně uklidnila, protože korporátní klientela začala na posílaní vánočních dárků klientům výrazně šetřit a dnes již převažují elektronická „pěefka“ nebo dopisy posílané poštou.

DALŠÍ VÝVOJ

Většina kurýrních firem neočekává v nejbližší budoucnosti výrazné zlepšení poptávky. Pokud se ekonomika nenastartuje a objednatelé nebudou mít vlastní nové zakázky, nelze očekávat, že by se trh kurýrních služeb výrazně rozrážbal. Firmy ale hledají nové možnosti. „Očekáváme stagnaci na pražském trhu, naopak se nám každým dnem otevírají nové obchodní příležitosti v rámci celé ČR,“ říká Martina Vaculíková. Některé firmy si slibují hodně od nárustu internetového obchodování. „Mnoho firem v současnosti spouští e-shopy se svými produkty a kurýrní služba je v dnešní době tou nejrychlejší volbou jejich dopravy ke klientovi,“ myslí si Miroslav Dušek.

Většina zákazníků internetových obchodů ovšem tento typ nakupování preferuje hlavně kvůli nízké ceně a zboží si často vyzvedává v kamenných pobočkách či výdejnách. Tento způsob bude podle odborníků spíše narůstat. Zbytek volí poštu nebo balíkovou službu. Navíc internetové zboží často putuje z města do města a zde nemohou kurýrní firmy soupeřit. Okamžitý převoz zboží z e-shopů dosud využívá mizivé procento obchodníků. Zatím se tedy zdá, že internetové obchody zůstanou spíše vedlejším zákazníkem kurýrních firem, pokud ty nenajdou na poli e-commerce, které se bude dále rychle rozvíjet, nějaký jiný způsob uplatnění. Ve velkém se mohou s tímto trendem svézt spíše společnosti nabízející balíkové a expresní služby. (lg)

FOTO: ARCHIV



Po Praze jezdí na kole, včetně nákladního – cargo bike, několik desítek kurýrů

vybavili GSM navigacemi, které jsou on-line napojeny na dispečink. Díky tomu se nemusejí tak často hlásit a systém sleduje jejich trasu. Na základě toho se již přidělují zásilky automaticky,“ říká Miroslav Dušek. „Zprovoznili jsme pro naše zákazníky mobilní verzi našeho on-line systému přizpůsobenou pro práci na menších displejích mobilních telefonů a tabletů,“ popisuje Jan Tomášek.

Martina Vaculíková o technických novinkách ve firmě říká: „Dle potřeby vylepšujeme mobilní aplikaci pro kurýry, tracking (sledování zásilek) je tak pro klienty stále detailnější. Dnes už nevidíme v reálném čase pouze to, komu a v kolik hodin byla zásilka doručena, ale v době předání vidíme i čas a jméno osoby u vyzvednutí. Nejen in-

Záleží hlavně na ochotě, smyslu pro humor a někdy i důstojnosti kurýra. Stává se, že má za úkol přednést při předání květin báseň či přelézt plot, aby se dostal do zahrady, kde jsou ukryté klíče od domu, což zaznamenali u kurýrní služby Sprinter. Pro mnohé jsou právě tyto situace tím správným kořením pracovního dne. „Vezli jsme například živé čínské prasátko do tomboly nebo mobil do Španělska na dovolenou. Klient si ho totiž zapomněl doma...，“ popisuje Daniel Trčka z Airway. Podobný zážitek mají i ve firmě Mesík servis: „Doručovali jsme do Chorvatska náhradní klíče od auta, které tam náš klient ztratil,“ říká Jan Tomášek.

„Před Vánoci jsme například doručovali vánoční stromeček přímo ke klientovi domů.