

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra práva



**Teze
diplomové práce**

Česká pošta v právní úpravě a praxi České republiky

Jana Chlupová

©2015 ČZU v Praze

Česká pošta v právní úpravě a praxi České republiky

Souhrn

Tato diplomová práce se zabývá legislativním prostředím v rámci České pošty s ohledem na možné páchaní trestné činnosti. Dělí se na dvě části. Teoretická část se zabývá vývojem legislativy poštovníctví a právními úpravami, které jdou směrem k zákazníkovi. Praktická část se zaměřuje na řešení reklamací v České poště v nynější úpravě a naznačuje možná řešení do budoucnosti.

Klíčová slova

Česká pošta, reklamace, náhradové řízení, poškozené zásilky, poštovní unie, poštovníctví, poštovní legislativa, poštovní tajemství, reklamace, podání zásilek

Úvod

Poštovníctví má magickou přitažlivost pro téměř každou oblast historických studií, je inspirací pro zapálené badatele. Zájem o dějiny pošty pramení také ze skutečnosti, že pošta často podněcovala, či se přímo podílela, na technickém pokroku lidstva i významných historických událostech. To je podstata pošty jako univerzálního komunikačního prostředku, který slouží pro dopravu zpráv i předmětů.

Potřeba výměny různorodých informací a zpráv se datuje hluboko do minulosti lidstva. První zprávy se šířily ústně, teprve později vznikaly psané dopisy. Tyto prvotní zprávy jsou pravděpodobně předchůdci organizované poštovní služby. Pošta sloužila především panovníkům a vládcům říší.

Česká pošta s. p. je státní podnik, který vznikl dne 1. 1. 1993 z Československé pošty, zaniklé v důsledku rozdělení republiky (Česká a Slovenská republika). Pošta již od svého počátku měla významné postavení na trhu doručování balíků a listovních

zásilek. Vzhledem k tomuto zaměření se také musela umět poprat se stížnostmi a řešením reklamací, protože zákazník je nedílnou součástí tohoto koloběhu.

Tato diplomová práce se zabývá problematikou současného řešení reklamací a náhradových řízení v rámci celého provozu České pošty, včetně rizik, která s touto činností souvisejí. Úniky výplatného, zaviněné poškození zásilek, nedbalost, to vše vede k reklamacím ze strany zákazníka a poté k řešení náhradových řízení. V práci jsou rovněž naznačena možná řešení, které by těmto únikům do budoucnosti mohla zamezit. Taktéž se tato práce snaží naznačit nová řešení pro celý systém zpracování reklamací v rámci České pošty.

Cíl práce

Cílem práce je zhodnotit stávající stav řešení reklamací a náhradových řízení, tyto poznatky analyzovat a navrhnout nové řešení, které by mělo zjednodušit zpracování reklamací a tím i zamezit páčání trestné činnosti.

Metodika práce

Diplomová práce je tematicky rozdělena do několika částí.

První část se podrobněji zabývá historií poštovníctví ve světě a na území České republiky.

V další části je provedena právní úprava podniku Česká pošta, s. p., včetně poštovního provozu. Třetí část se zabývá marketingovým mixem České pošty.

V praktické části se tato diplomová práce podrobně zabývá službami pro veřejnost, podáním zásilek, a při nedokonalém doručení následnými reklamacemi a náhradovými řízeními, jsou navrhována možná řešení, která by v budoucnu lépe pracovala se systémem reklamací v rámci celého provozu České pošty a znemožňovala by nepoctivým občanům a

pracovníkům České pošty v páchání trestné činnosti v souvislosti s reklamačním a náhradovým řízením.

Metodika řešené problematiky je založena na studiu a analýze odborných informačních zdrojů. Na základě případové studie formulují závěry diplomové práce. Součástí práce jsou i přílohy, které obsahují výchozí soubory dat.

Závěr a doporučení

Cílem diplomové práce bylo zhodnotit stávající stav řešení reklamací a náhradových řízení, tyto poznatky analyzovat a navrhnout nové řešení, které by mělo zjednodušit zpracování reklamací a tím i zamezit páchání trestné činnosti.

V teoretické části této práce byl vytvořen průřez historií světového a českého poštovníctví. Byly definovány právní normy, které jsou platné pro fungování České pošty v současné době. Marketingový mix České pošty naznačuje, jakým směrem se pošta ubírá ve své obchodní činnosti. Tento cíl byl naplněn.

Za účelem dosažení cíle diplomové práce byly shromážděny informace charakterizující jednotlivé druhy reklamací.

V zásadě lze říci, že systém reklamací a náhradových řízení v České poště je propracováno do nejmenších detailů. Nicméně časová náročnost, která je kladena na pracovníky pošty, je velká. Téměř všechny procesy, které na sebe v reklamačním řízení navazují, je třeba v současné době zpracovávat ručně s ohledem na citlivost údajů a dodržování právních norem, které se těchto řízení týkají a to včetně lhůt vyřízení. Toto má za následek obcházení některých předpisů a tím zvyšující se možnosti páchání trestné činnosti uvnitř podniku. Obecné podmínky, kterými jsou určeny pro veřejnost, mají velmi obecný charakter a též umožňují obcházení pravidel. Tato obecná rovina napomáhá nepoctivým spoluobčanům k nekalé činnosti.

Ze získaných poznatků je možné odvodit několik zásadnějších doporučení:

- Vnitřní předpisy pro reklamace jsou rozsáhlé, často se mění a v jednotlivých odstavcích jsou odkazy na další předpisy. Zpracování ucelené metodiky postupů, všech návazností a procesních lhůt spjaté s reklamacemi by výrazně pomohlo ke vzdělanosti pracovníků, kteří pracují s agendou reklamací.
- Vytvoření sborníku kazuistik sporných případů v reklamačním a náhradovém řízení. Do tohoto sborníku vložit též případy trestné činnosti páchanou zaměstnanci České pošty v souvislosti s reklamacemi a též případy trestné činnosti páchané zvenčí. Tento sborník by mohl být k nahlédnutí na intranetu České pošty pro pracovníky, kteří se na provozovnách touto problematikou zabývají.
- S výše uvedeným je i spjata doporučení častějších vnitropodnikových školení na téma řešení nestandardní situací při vyřizování reklamací, popřípadě exkurzí v dalších částech provozu (přeprava, doručování), pro doplnění znalostí reklamantů.
- Výraznou pomocí by bylo zpracování reklamací v informačním systému, který by obsáhl celou agendu reklamací všech druhů v rámci všech provozoven. Stávající poštovní systém APOST by měl být pouze přestupní stanicí (speciální kód, který ze stávajícího systému automaticky přejde do dalšího, na stejném principu pracuje i Czech Point) do nově zpracovaného systému agendy reklamací. Tento systém by mohli využívat všichni přidělení pracovníci, kteří zpracovávají reklamace na běžných provozovnách. Systém by sledoval všechny potřebné dokumenty, které jsou potřeba v průběhu reklamací shromažďovat, též by mohl upozorňovat na procesní lhůty, aby nebylo možné pochybit. Taktéž kontrolní činnost vedoucí provozoven i provozní inspekce by byla výrazně posílena.
- Rozhodně by pomohla i úprava poštovních podmínek ve věci balení zásilek, která by měla být pro potencionální zákazníky, taxativně vymezena. Nynější benevolentní úprava je pouze obecně konstatována a umožňuje zneužití některých nepoctivých občanů reklamačního řízení k vlastnímu obohacení.
- S výše uvedeným bodem též souvisí spolupráce s marketingovým oddělením, kdy by byla vhodná reklama v médiích, a to nejlépe v celorepublikových televizích.

Tato reklama by měla být vytvořena na bázi úsměvných spotů na pokračování, které jsou v dnešní době velmi populární – „Jak správně zabalit zásilku“.

Seznam použitých zdrojů

Publikace

ČTVRTNÍK, Pavel, GALUŠKA, Jan, TOŠNEROVÁ, Patricia. *Poštovníctví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku*, Liberec: Květa Vinklátová – Knihy555, 2008. 196 s. ISBN 978-80-86660-23-3

HESKOVÁ, Marie, a kol. *Category management*, Praha: GRADA, 2010, 184 s. ISBN 978-80-7259-049-0

JANEČKOVÁ, Lidmila, VASTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*, Praha: GRADA, 2001, 180 s. ISBN 80-716-999-50

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. *Marketing*, 6. Vydání, Praha: GRADA, 2003, 864 s. ISBN 978-80-247-0513-2

KOZEL, Roman, a kol. *Moderní marketingový výzkum*, 1. Vydání, Praha: GRADA, 2006, 277 s. ISBN 80-247-0966X

ŠPIRITOVÁ, Alexandra. *K dějinám poštovníctví v Čechách 1722- 1918 (1930)*. 1. Vydání, Praha: Národní archiv, 2007, 334 s. ISBN 978-80-86712-46-8

ŠVADLENKA, L. *Management v poštovních službách*, 1. Vydání, Pardubice: Univerzita Pardubice, 2006, 121 s. ISBN 80-7194-714-8

Internetové zdroje

Historie pošty [cit. 2015-12-28]: [http:// es.philatelist-club.com/clanek/historie-posty-15](http://es.philatelist-club.com/clanek/historie-posty-15)

LUKŠÍČEK, M. [cit. 2014-12-28]: <http://www.franzferdinand.cz/cz/rakousko-uhersko/>

<https://www.ceskaposta.cz/o-ceske-poste/vestniky-pravni-predpisy/akta-spu> [cit. 2015-01-02]

<https://www.ceskaposta.cz/o-ceske-poste/vestniky-pravni-predpisy/vestniky-zmeny-postovnich-podminek> [cit. 2015-01-02]

Ostatní zdroje

Česká pošta, s. p. *Organizační řád České pošty, s. p.* Praha, únor 2010, 4j.: ČP/14621/2010/GŘ, Aktualizován dle dodatku č. 1, čj.: ČP/35721/2010/GŘ ze dne 30. 4. 2010

Zákon č. 29/2000 Sb., o poštovních službách - § 16 Poštovní tajemství

Listina základních práv a svobod, čl. 13

LAUTERBORN, R.: New marketing litany: four Ps passé, C-words také over. Advertising age , 2009

dokument od firmy Median: Spokojenost s expresními službami, 2006

