

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI**

Filozofická fakulta

**POŠTOVNICTVÍ – HISTORIE, SOUČASNOST A BUDOUCNOST**

Diplomová práce

2010

Martina Dalajková

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI**

Filozofická fakulta

**POŠTOVNICTVÍ – HISTORIE, SOUČASNOST A BUDOUCNOST**

Bakalářská diplomová práce

Studijní program: Francouzštinasezaměřenínaaplikovanouekonomii

Vedoucí práce: Doc. Ing. Jaromír Novák, CSc.

Autor: Martina Dalajková

**Olomouc 2010**

Univerzita Palackého v Olomouci  
Filozofická fakulta  
Akademický rok: 2009/2010

Studijní program: Filologie  
Forma: Prezenční  
Obor/komb.: Francouzština se zaměřením na aplikovanou ekonomii (APLEKF)

**Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta**

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
DALAJKOVÁ Martina	E.Beneš 941, Napsjedla	F07187

**TÉMA ČESKY:**

Poštovníctví - historie, současnost a budoucnost

**NÁZEV ANGLICKY:**

Postal service - history, present and future

**VEDOUcí PRÁCE:**

Doc. Ing. Jaromír Novák, CSc. - KAE

**ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:**

1. Historie poštovníctví a její odkaz
2. Současnost České pošty s.p. a jejích konkurentů
3. Budoucí vývoj České pošty s.p. a dalších poštovních subjektů

**SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:**

1. Čtrvtník, Pavel - Galuška, Jan - Tošnerová, Patricia; Poštovníctví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy 555, Liberec 2008
2. Ústava Světové poštovní unie; Vídeň 1964
3. Bělohávek, František - Košťan, Pavol - Šuler, Oldřich; Management; Computer Press, Brno 2006
4. Internetové zdroje

Podpis studenta: .....

Datum: .....

Podpis vedoucího práce: .....

Datum: .....

# UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

## Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma: „*Poštovníctví – historie, současnost a budoucnost*“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem v ní všechny použité podklady a literaturu.

VOlomouci dne..... ..

Podpis.....

## **Poděkování**

Natomtómíst ěbychrádapod ěkovalavedoucímusvépráce,Doc.Ing.JaromíruNová kovi,  
CSc.zajehotrp ělivévedení, časaodbornérady.

# OBSAH

ÚVOD.....	7
1 HISTORIE POŠTOVNICTVÍ.....	9
1.1 POČÁTKY POŠTOVNICTVÍ V ES V ĚTĚ.....	9
1.2 ZRODNOV OV ĚKĚEVROPSKÉ POŠTY .....	10
1.3 POŠTOVNICTVÍ V ĚSKÝCH ZEMÍCH.....	11
1.4 POŠTA OD ROKU 1722.....	11
1.5 POŠTA A JEJÍ KONKURENCE „BOJ O MONOPOL“ .....	12
1.6 TECHNICKÁ REVOLUCE V „POŠTOVNICTVÍ“.....	12
1.6.1 Poštovní známky.....	12
1.6.2 Telegraf a telefon.....	12
1.7 POŠTOVNICTVÍ PO VZNIKU SAMOSTATNĚHO ĚSKOSLOVENSKA.....	13
1.7.1 Ěskoslovenská pošta a její hospoda ření.....	14
1.7.2 Mechanizace provozu.....	15
1.8 ĚSKOSLOVENSKÁ POŠTA PODRUHĚ V ĚTOVĚ VÁLCE .....	15
1.9 HISTORIE POŠTOVNÍCH SLUŽEB .....	16
1.9.1 Listovní služby.....	16
1.9.2 Poštovní osobní přeprava.....	17
1.9.3 Balíkové služby.....	17
1.9.4 Telekomunikační služby.....	18
1.9.5 Peněžní služby.....	19
1.9.6 Poštovní spo řitelna.....	19
1.9.7 SIPO (soust ředění inkas plateb obyvatelstva).....	19
1.9.8 Další služby.....	20
2 POŠTOVNICTVÍ V SOU ĚASNOSTI.....	21
2.1 ĚSKÁ POŠTA „S .P“ .....	21
2.1.1 Charakteristika společnosti, předmět činnosti.....	21
2.1.2 Poštovní sí ť.....	22
2.1.3 Rušení a pobor ček.....	22
2.1.4 Zaměstnanci a mzdy.....	23
2.2 ĚSKÁ POŠTA JAKO STATNÍ PODNIK .....	24
2.2.1 Právní úprava.....	24
2.2.2 Orgány ĚP.....	25
2.3 HOSPODAŘENÍ ĚSKÉ POŠTY „S .P“ .....	25
2.4 ĚSKÁ POŠTA „S .P“ A NOVĚ TRENDY .....	27
2.5 MONOPOL ĚSKÉ POŠTY „S .P“ .....	28
2.6 KONKURENCE ĚSKÉ POŠTY „S .P“ .....	28
2.7 SLUŽBY ĚSKÉ POŠTY „S .P“ .....	31
2.7.1 Psaní-listovní zásilky.....	32
2.7.2 Balíky.....	34
2.7.3 Peněžní služby.....	35
2.7.4 Propagační a tiskové zásilky.....	36
2.7.5 Czech POINT.....	37
2.7.6 Datové schránky.....	37

2.7.7	Aliančnípartne ři.....	37
2.7.8	E-sluzby.....	38
2.7.9	Prodejnapoštách.....	40
2.7.10	Tiskakompletacezásilek.....	40
2.7.11	Službyvklientskézón ě.....	40
3	VÝSLEDKYDOTAZNÍKOVÉHOŠET ŘENÍ.....	41
3.1	SEGMENTAČNÍKRITÉRIA .....	41
3.2	VYUŽÍVÁNÍSLUŽEB ČESKÉPOŠTY.....	42
3.3	OBJEDNÁVÁNÍZEZÁSILKOVÝCHINTERNETOVÝCHOBCHOD Ů.....	44
3.4	SPOKOJENOSTS KVALITOUSLUŽEB ČESKÉPOŠTY .....	4 6
3.5	PROBLÉMYPRŮVYUŽÍVÁNÍSLUŽEB ČESKÉPOŠTY .....	4 8
3.6	INFORMOVANOSTKLIENT ŮO „NETRADIČNÍCH“SLUŽBÁCH ČESKÉPOŠTY .....	50
4	BUDOUCNOST ČESKÉPOŠTY,S.P.....	55
4.1	ČESKÁPOŠTAJAKOAKCIOVÁSPOLE ČNOST.....	55
4.2	PLÁNY ČESKÉPOŠTY ,S .P .DOBUDOUNOSTI .....	56
4.2.1	ČPajejíplánydobudounosti.....	57
4.2.2	Osobnízhodnoceníplán ů ČPdobudouna.....	57
4.3	OSOBNÍNÁVRHYNAMODERNIZACI ČESKÉPOŠTY ,S .P .V BUDOUCNOSTI.....	58
4.4	HOSPODAŘENÍ ČESKÉPOŠTYV BUDOUCNU.....	59
4.5	POŠTOVNÍSÍ Ť.....	60
4.6	ZAMĚSTNANCI.....	60
4.7	KONKURENCEAZTRÁTAMONOPOLU .....	61
4.8	BUDOUCNOSTSLUŽEB ČESKÉPOŠTY ,S .P .....	62
4.8.1	Listovnízásilky.....	62
4.8.2	Balíky.....	63
4.8.3	Peněžníslužby.....	63
4.8.4	Službyprove řejnousprávu.....	64
4.8.5	Aliančnípartne ři.....	64
4.8.6	E-sluzby.....	64
4.8.7	Novémožnosti Česképošty.....	65
	ZÁVĚR.....	66
	RESUMÉ.....	67
	SEZNAMTABULEK.....	68
	SEZNAMGRAF Ů.....	69
	SEZNAMP ŘÍLOH.....	70
	SEZNAMZKRATEK.....	71
	ANOTACE.....	72
	SEZNAMPRAMEN ŮAPOUŽITÉLITERATURY.....	73

## ÚVOD

Poštovníctví mělo po celou dobu svého vývoje nesmírně důležitou roli, a to už v oblasti politické, hospodářské anebo v oblasti státní správy. Toto postavení přetrvává až dodnes. Česká pošta, s.p. je největším poskytovatelem poštovních služeb na českém trhu a zároveň funguje jako kontaktní články mezi občany a státní správou.

Cílem mé bakalářské práce je zmapovat historii poštovníctví a poštovních služeb, současné postavení České pošty, s.p. a její služby, spokojenost státních zaměstnanců s těmito službami a předpokládaný budoucí vývoj poštovníctví v České republice.

Toto téma jsem zvolil proto, jelikož od roku 2008 pracuji pro Českou poštu, s.p. jako pracovník v řepážce na pobočce v Napajedlech, což mi umožňuje využít při zpracování tohoto tématu vlastní zkušenosti z praxe.

Práce je rozdělena do čtyř kapitol, a to „historie poštovníctví“, „poštovníctví v současnosti“, „vlastní dotazníkové šetření“ a „budoucnost České pošty, s.p.“

Historická část stručně popisuje vývoj poštovníctví ve světě, od počátků sahajících až ke starověkým civilizacím, po vznik moderního novověkého poštovníctví. Dále zachycuje situaci poštovníctví na území českých zemí přes stědoletí až po vznik České pošty, s.p. v roce 1993. Popsán je i vývoj poštovních služeb. V historické části jsem čerpal zejména z publikace autorů Pavel Čtvrtník, Jan Galuška a Patricia Tošnerová „*Poštovníctví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku*“ a dále z publikace od Alexandry Špiritové „*Kd ějiná poštovníctví v Čechách 1722-1918 (1930)*“.

V části „poštovníctví v současnosti“ analyzuji současný stav České pošty, s.p., její činnost, postavení na trhu, konkurenci a portfolio nabízených služeb. V této části jsem vycházel především z informací dostupných na internetových stránkách České pošty, s.p. a z jejích výročních zpráv.

V dotazníkovém šetření jsem se zaměřila zejména na míru využívání služeb ČPA a na spokojenost zákazníků s těmito službami. Dále jsem zjistila hloubku znalostí respondentů o vybraných produktech České pošty, s.p.

Část o budoucnosti pojednává zejména o nových výzvěch, kterým bude muset Česká pošta, s.p. v budoucnu čelit, a dále o inovacích, které Česká pošta, s.p. plánuje. Tyto inovace jsem na základě své praxe zhodnotila a přidala osobní návrhy na další potřebné změny. Zabývám se i možným vývojem vybraných produktů České pošty, s.p. V této části jsem vycházela zejména z osobních zkušeností a také z rozhovorů s bývalými



generálními řediteliisou časnougenerální ředitelkou Česképošty,s.p.,kteréjsoudostupné  
vmédiích.

Věřím, že tato bakalářská práce čtenáři přinese nové zajímavé informace o tak  
důležité organizaci, jakou Česká pošta, s.p. bezesporu je, a dále že by Česká pošta, s.p.  
mohla poskytnout několik námětů ke změnám, které by pomohly kepevnění jejího  
postavení a tržnímu květší spokojenosti zákazníků.

# 1 HISTORIE POŠTOVNICTVÍ

## 1.1 Počátky poštovníctví v České

V části „Historie poštovníctví“ jsem vycházel zejména z publikace autorů Pavel Čtvrtník, Pavel Galuška a Patricia Tošnerová „Poštovníctví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku“, nakladatelství Knihy555, Liberec 2008 a dílek knihy od Alexandry Špiritové „Kd'ě jiná poštovníctví v Čechách 1722-1918 (1930)“; vydal Národní archiv ve spolupráci s Poštovním muzeem v Praze; Praha 2007.

Počátky poštovníctví neodmyslitelně souvisí s vynálezem písma, které popisujeme Sumerům, kteří obývali jižní část Mezopotámie a datujeme jej do 4. tisíciletí př. n. l. Dalšími vyspělými starověkými civilizacemi v oblasti poštovníctví byly Egypt, Persie a Asýrie. Tyto státy ovládaly rozsáhlá území, ve kterých bylo nezbytné udržet jednotnou státní správu, tedy spojit okrajové oblasti s centrem, a právě proto tyto potřeby vznikaly ve starověkých státech první poselské služby, poštovní trasy a stanice.

Velice vyspělá poštovní organizace byla vytvořena v Římské říši za vlády císaře Augusta (29 př. n. l. – 14 n. l.). Tato organizace nazvaná „Cursus publicus“ se později stala inspirací pro novověkou poštu. Základem bylo vybudování husté sítě komunikací, které zajišťovaly pravidelné spojení Říma s jeho provinciemi. Na těchto komunikacích byla vytvořena síť poštovních stanic. Státní pošta byla instituce, která sloužila pouze pro potřebu státní správy.

Po rozpadu Západorímské říše roku 476 docházelo k postupnému úpadku poštovníctví. Jelikož naprostá většina obyvatelstva neznala písmo, zmizela i potřeba poštovníctví. Středověké poštovníctví bylo téměř výhradně úředního a církevního charakteru. „Charakteristickým rysem středověkých poselských služeb byla absence jednotného a státem organizovaného systému doručování zpráv. Vlastní stálé nebo příležitostné posly tak měly všechny významnější světské i církevní instituce včetně klášterů, měst, univerzit, obchodních spolků, cechů apod. Poselské služby prošly složitým historickým vývojem od příležitostných diplomatických poselstev raného středověku až po

*dobře organizovaná soukromá poselská zařízení, která svou činnost nepřestala vykonávat ani po vzniku státu z řízení pošty byla jí velkou konkurencí.“<sup>1</sup>*

## 1.2 Zrod novověké evropské pošty

Počátky novověké evropské pošty mají své kořeny v severní Itálii a souvisí se stále se zvyšující poptávkou po poštovních službách. Oblast severní Itálie se lišila od ostatních částí Evropy, jelikož se zde nevyvinul centralizovaný feudální stát, ale moc se zde soustřeďovala do rukou buržoazie. Vyspělá města si vytvořila své vlastní poselské instituce. Vzhledem k tomu, že sever Itálie je ohraničen Alpami, byla poselstva odkázána na pomoc místních obyvatel, kteří byli najímáni jako průvodci. Zhorských průvodců se postupem času stávali plnohodnotní poslové a začali se sdružovat do společenství, která byla většinou založena na rodinné vazbě.

Nejvýznamnějším takto působícím rodem byli Tassové (v poněkud změněné formě Taxisové, od 17. století Thurn-Taxisové), kteří založili poselskou společnost již ve 14. století. Jejich služeb využívala Benátská republika i papežský dvůr. Za počátek říšské pošty je považován rok 1457, kdy se působnost Tassů rozšířila i do zbytku Itálie a do Štýrska.

V čele Svaté říše římské národa německého stáli téměř vždy příslušníci rodu Habsburků. Taxisové proto tímto rodem navázal úzké spojení. Taxisové využili skutečnosti, že rakouská a španělská větve Habsburků dohromady ovládaly téměř celou Evropu, a vytvořili organizované poštovní spojení habsburských území od Neapolska až po Španělsko. Pro správu tak rozsáhlé říše bylo poštovní spojení jednotlivých částí nezbytné. Roku 1489 se Johann von Taxis stal generálním poštovním místem říšské pošty.

Taxisové zavedli pravidelné poštovní spoje. Použili k tomu jak síť stávajících poštovních stanic a silnic, tak i místní poselské cesty. Nové trasy a stanice byly zřizovány až podle možnosti přepravovaných zásilek a jejich frekvence.

Rozpad Svaté říše římské roku 1806 započal rozpad taxiského poštovníctví. Po sjednocení Německa přešlo veškeré poštovníctví do rukou pruského panovníka, čímž nadobro taxiská pošta skončila.

---

<sup>1</sup>citováno z: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia; Poštovníctví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy555, Liberec 2008, str. 14

### 1.3 Poštovníctví českých zemích

V českých zemích se poštovníctví výrazněji rozvíjelo až od 16. století, kdy bylo zřízeno spojení Praha– Vídeň kvůli urychlení volby Ferdinanda Habsburského na český trůn. Toto spojení zajišťovali Taxisové, kteří působili i na území rakouských dědičných zemí. V Praze byl zřízen úřad poštmistra, který byl přímo podřízen poštmistrovi vídeňskému.

Do tohoto úřadu nastoupil roku 1623 Jan Kryštof, svobodný pán Paar. Rod Paarů zastával tuto funkci až do roku 1722. Dvorský poštministr určoval výši peněz, která bude odváděna z vybraného poštovního, čehož Paarové využili k vlastnímu obohacení.

V 16. století zajišťovaly pravidelnou korespondenci pouze dvě poštovní tratě. Vedle trati Praha– Vídeň to byla trati vedoucí z Prahy do Plzně. V 17. století byla zřízena poštovní trať, která vedla z Prahy až do Norimberku.

### 1.4 Pošta od roku 1722

Přestože poštovníctví nebylo zcela soukromým vlastnictvím, byla prakticky v rukou dědičných poštmistrů Paarů. Pošta fungovala na zastaralých principech, byla neefektivní, služby nebyly dostatečné a téměř veškeré zisky skončily v pokladnici Paarů. Císař Karel VI. nechal připravit návrh na přechod pošty do státní správy, na který Jan Kryštof Paar přistoupil roku 1722. Nedošlo však ke státnímu, Paarsiponechal titul nejvyššího dvorského a dědičného poštmistra a menší podíl na zisku. K úplnému zveřejnění pošty došlo roku 1743, rodu Paarů zůstal pouze titul a osvobození od poštovního. Vliv na poštovníctví v monarchii měl všemrod Paarů až do roku 1813.

Hlavními důvody, proč došlo ke státnímu převzetí pošty, byla snaha státu o monopol státní pošty především v oblasti přepravy listovních zásilek a přepravy osob a zejména zisk z jejího provozu. Aby pošta byla podnikem ziskovým, musela stát podnikem moderním, tedy zaměřit své služby zejména na veřejnost. Pošta proto na konci 18. století zavedla nové kontrolní mechanismy pro listovní poštu i přepravu peněz, doporučený dopis, podací poštovní razítka atd.

K dosažení monopolu a zároveň spokojenosti obyvatelstva bylo nutné zkvalitnit a značně rozšířit síť poštovních tratí a stanic (roku 1790 bylo na území Čech a Moravy 94

stanic a 65 listovních sběrů). Toho pošta dosáhla až ke konci 19. století a monopol byl uzákoněn roku 1837 a týkal se přepravy zásilek osob.

## 1.5 Pošta a její konkurence, boj o monopol

Státní pošta musela celé 18. i 19. století čelit konkurenci, která snižovala její zisky, a stát se celou dobu více či méně úspěšně snažil o monopol pošty v oblasti listovních zásilek a přepravy osob. Největší konkurencí státní pošty byly soukromé poštovské instituce, podloušní poslové a formani. Monarchii unikaly zisky, proto roku 1722 posílila monopol právně. Nepoštovní přeprava zásilek byla povolena pouze v oblastech, kde státní pošta nepůsobila. K dalšímu oslabení konkurence došlo roku 1748, kdy byl vydán poštovský řád. Ten ještě více omezoval podloušné posly i formany. Města, vrchnost a církevní instituce měly navýběr mezi svým soukromým poštovním a státní poštou. Toto právo bylo omezeno roku 1753.

Monopol pošty postupem času sílil, i když konkurence nepodařilo vymýtit nikdy. Poštovní trasy se ustálily, rostly počet poštovních stanic a listovních sběrů. Na konci 19. století už byla poštovní síť hustá natolik, že poštovní stanice se nacházely téměř v každé vesnici. Tím se poštovní služby staly dostupnějšími.

## 1.6 Technická revoluce vs. poštovníctví

### 1.6.1 Poštovní známky

Výpočet poštovného byl velmi složitý a ceny poštovného často příliš vysoké. Dosud bylo poštovné počítáno pouze dle vzdálenosti. Roku 1837 přišel Brit Rowland Hill (1795-1879) s reformní myšlenkou – počítat poštovné dle váhy zásilky a jako prostředek používat poštovní známky. Nápad se uchytil jak v Británii, tak i ve světě a roku 1850 začalavýrobní země v rakouské monarchii.

### 1.6.2 Telegraf a telefon

Elektrotechnika se začala rozvíjet na konci 18. století a odtedy se vědci snažili použít elektrickou energii i v oblasti komunikace. První průmyslově vyráběný telegraf datujeme do roku 1837, jeho konstruktérem byl Samuel Finley Breese Morse. Během druhé poloviny 19. století se používání telegrafů rozšířilo i v monarchii a státní telegraf se stala věcí. Telegrafní stanice byly budovány především v sídlech poštovních

stanic. Roku 1854 profesor David Edward Hughes vynalezl tzv. typový telegraf. Text z tohoto přístroje tedy nebylo nutné ručně přepisovat. „V roce 1912 dostalo pražské Ředitelství pošt a telegrafů souhlas k vybudování síť tzv. typových telegrafů.“<sup>2</sup>

Telefon byl vynalezen v 19. století a znamenal skutečnou revoluci v komunikacích, byl to nejrychlejší a nejsnazší způsob získávání informací. Z počátku byl telefon v monarchii určen stejně jako telegraf pouze pro potřeby státu, brzy se však tento vynález rozšířil i mezi soukromníky a počet telefonních přístrojů neustále narůstal. Telefon byl znárodněn roku 1892.

## 1.7 Poštovníctví povznik samostatného Československa

Všechny právní normy upravující poštovníctví převzalo Československo od zaniklého Rakousko-Uherska. Poštovní správa roku 1918 připadla pod Ministerstvo pošt a telegrafů, zatímco v bývalém Rakousko-Uhersku spadala pošta pod Ministerstvo obchodu.

Svýznamným problémem se pošta setkávala stejně jako ostatní státní instituce v pohraničních oblastech, kde Češi a Slované tvořili minoritu. Ovládnutí československého jazyka bylo pro poštovní úředníky nezbytností, proto pošta svým zaměstnancům německé národnosti nabízela jazykové kurzy. To však situaci nevyřešilo a většina Němců z poštovníctví odešla.

Československá pošta spravovala po roce 1930 pět podnikových služeb:

1. *Poštovní poukázkovou ústřednu*
2. *Poštovní hospodářskou ústřednu*
3. *Telegrafní hospodářskou ústřednu*
4. *Státní dozorní škola poštovních cenin*
5. *Poštovní technický ústav*

Za první republiky bylo na území Československa šest poštovních ředitelství, a to v Praze, Brně, Opavě, Pardubicích, Bratislavě a Košicích, přičemž všechna ředitelství disponovala vlastní ústřednou a s výjimkou Pardubic poštovní úložnou a hlašovnou.

„Úhrnný počet poštovních úřadů se v meziválečném období pohyboval kolem 4500. Například v roce 1934 měla Československá pošta 4584 poštovních úřadů rozdělených

<sup>2</sup> citováno z: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia; Poštovníctví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy555, Liberec 2008, str. 89

podlepo čtusematizovanýchmístdot řít říd.Ztohopo čtum ělo123ú řadůpouze podací službu,3107zajiš ťovalotakételegrafnía2962itelefonníslužbu.P oštovenbylo838.“<sup>3</sup>

Problémem pro chod státní pošty byla absence nového poštovního zákona. Platný nadálež ůstával poštovní zákon z roku 1850. Nového poštovního zákona se pošta do čkala až podruhé sv ětovéválce.

*„Určité od činění tohoto legislativního nedostatku p řineslo vládní na řízení o používání pošty z 19. července 1936, které pom ěrně obšírn ě pojmenovávalo činnost pošty (včetně závazku dodržování listovního tajemství) a p řesně vymezovalo odpov ědnost a všechny její povinnosti, a také poštovní řád vydaný v roce 1937, který obsáhl všechny změny a novinky zavedené v poštovním provozu, leteckou poštu vyjímaje.“<sup>4</sup>*

Poštovní tarify byly publikovány v sazebnících zvlá šť pro listovní a balíkové služby.

### **1.7.1 Československá pošta a její hospoda ření**

V rámci snižování náklad ů ve řejné správě došlo k vyloučení rozpo čtu Československé pošty i jiných státních podnik ů z rozpo čtu státní administrativy, což bylo uzákoněno roku 1922.

*„Československá pošta se od 1. ledna 1925 stala samos tnatým ekonomickým subjektem hospoda řícím zcela na komer čním základ ě v prost ředí rozvinutého tržního hospodářství první Československé republiky.“<sup>5</sup>*

Odtétodobysipoštasamamuselavyd ělatnasvéprovoznínákladyainvestice.Ty měla financovat ze svého čistého zisku. Zakázáno bylo použití p ůjček a výt ěžků dlouhodobých ův ěrných operací.

Od roku 1919 do roku 1921 vykazovala Československá pošta ztrátu, která v prvním roce dosahovala výše 101,3 milion ů korun. Prvního zisku dosáhla Československá pošta až roku 1922 a od roku 1925 své hospodářské výsledky pošta vykazovala jako obchodní firma. Kladného hospodářského výsledku pošta dosáhla zejména zdražením poštovních služeb a telefonních poplatků.

<sup>3</sup> citováno z: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia; Poštovní služby v Čechách, na Morav ě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy 555, Liberec 2008, str. 91

<sup>4</sup> citováno z: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia; Poštovní služby v Čechách, na Morav ě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy 555, Liberec 2008, str. 124

<sup>5</sup> citováno z: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia; Poštovní služby v Čechách, na Morav ě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy 555, Liberec 2008, str. 116-117

### 1.7.2 Mechanizace provozu

Technický pokrok se nevyhne ani poštovníctví a tak hned od počátku Československé pošty jsou na poštovní řady zaváděny psací stroje. Dále pošta nakupovala do větších poboček sklonné pákové a sdružené váhy a orážecí stroje. Další usnadnění poštovního provozu znamenalo zavedení výplatních strojů, které jsou používány dodnes poštami i soukromými podavateli.

## 1.8 Československá pošta podruhé v čertovělce

Z Ministerstva pošt a telegrafů se po roce 1945 stalo Ministerstvo pošt a navázalo na svou činnost před válkou. Byly obnoveny jak podnikové služebny, tak i poštovní ředitelství.

Roku 1946 byl schválen nový poštovní zákon č. 222/1946 Sb.

Po převratu roku 1948 nastaly i v oblasti poštovníctví významné změny a resort pošt přešel pod Československou stranu socialistickou. Od roku 1949 docházelo i k reorganizaci poštovní správy, byly zřízeny krajské poštovní správy a krajské správy spojů a dále pak okreskové poštovní řady.

1. července 1949 byla Československá pošta znárodněna dle zákona č. 151/1949 Sb., čímž se stala pouhou součástí státní správy. Československá pošta byla řízena Ústředním ředitelstvím v Praze a Oblastním ředitelstvím v Bratislavě.

Kvůli politické situaci nastaly obrovské změny také v personální politice pošty. Byly propuštěny tisíce kvalifikovaných mužů, kteří museli přejít do výroby, a byli nahrazeni převážně ženami z domácnosti.

Třídění zásilek kladlo na zaměstnance pošty velké nároky na zeměpisné znalosti. Pro usnadnění a zrychlení řídicího procesu byla v 70. letech zavedena četná místa poštovní směrovací čísla. Tabule nezbytně pro automatizované strojní třídění listovních zásilek.



## 1.9 Historiepoštovníchslužeb

### 1.9.1 Listovníslužby

Listovní služby spolu s přepravou osob patřily historicky nejvýznamnějším službám pošty. Roku 1722 byly zavedeny poštovní poplatky za soukromou a následně i úřední korespondenci.

Jako reakce na stížnosti ohledně ztracených nebo ukradených zásilek začala pošta některé zásilky evidovat. Byly to zásilky posílané jako „cenné“ a zásilky zasílané doporučeně. Při přepravě i doručení těchto zásilek pošta věnovala zvláštní pozornost. Zvláštním druhem zásilek byly zásilky „speciální“, které roku 1857 nahradila služba „expresně“.

Novým druhem zásilek byly i dopisnice, tedy korespondenční lístky s předtištěnou známkou a pohlednice.

Mezi další listovní služby používané od 19. století řadíme lepecké zásilky, ukázky zboží, tiskoviny, sdružené zásilky a obchodní papíry. Listovní doporučené zásilky bylo možné zejména jako zásilky balíkové poslat i nadobírku.

Do roku 1920 nemáme o objemu zásilek přepravovaných státní poštou statistické údaje. Menší pokles počtu přepravovaných zásilek pošta zaznamenala zejména v období hospodářské krize, ovšem tento pokles nebyl v kategorii listovních zásilek nijak dramatický a poměrně rychle do konce přešel na stav před krizí.

**Tabulka 1: Množství přepravených listovních zásilek Československou poštou v období První republiky (v mil. ks)**

Rok	Zásilky podané do tuzemska	Zásilky podané do ciziny	Zásilky přeříšené z ciziny	Přepravené zásilky celkem
1920	631	59	72	762
1924				707
1934	861,3	36,1	52,2	949,6
1937				1089

Zdroj: vlastní zpracování dle Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia; Poštovnínictví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy 555, Liberec 2008

Největší množství listovních zásilek bylo přepraveno roku 1937, a to 1,089 mld. Pro srovnání, v roce 2008 bylo přepraveno pouze 651,09 mil. zásilek, což je oproti roku 1937 pokles o více než 40%. Nejvíce zásilek bylo přepravováno v rámci republiky.

**Tabulka 2: Množství doručených listovních zásilek po roce 1945**

Rok	Doručené listovní zásilky celkem (mil. ks)
1950	400
1960	632
1985	957

Zdroj: vlastní zpracování dle Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia; Poštovnínictví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Kniha 555, Liberec 2008

Od roku 1950 do roku 1985 počet doručených listovních zásilek postupně stoupal.

### 1.9.2 Poštovní osobní přeprava

Přeprava osob patřila v minulosti spolu se službami listovními k nejdůležitějším službám pošty. Před rozšířením železnic byly osoby dopravovány vozy taženými koňmi, popř. jinými zvířaty. Poštovní osobní přeprava byla na našem území oficiálně povolena až v 16. století. Od 17. století byla omezována především hraniční přeprava vzhledem k častému pašování zboží. Velkou konkurenci pro poštu představovali formani a později soukromé dostavníky. Od 18. století se poštovní přeprava osob stala službou, která byla realizována pravidelně dle jízdních řádů. Se vznikem a rozšířením železnic téměř zanikla i potřeba zákazníků využívat k přepravě služeb pošty. Dostavníková poštovní přeprava osob byla používána pouze v místech, kudy železnice nevedly. Dnes již poštovní přeprava osob neexistuje.

### 1.9.3 Balíkové služby

Přeprava balíků byla realizována vozy taženými koňmi, dostavníky a později vlaky. Do 16. století, kdy se pošta stala službou veřejnou, balíkové služby zajišťoval především konkurence státní pošty, především formani, kteří vlastnili větší vozy.

V 19. století byly nejrychlejší variantou balíky písné, které byly doručovány přímo adresátovi a expresní, které byly adresátovi pouze avizovány.

Za První republiky byla hmotnost balíků ustanovena na 25 kg, poroče byla snížena na 15 kg, dnes je možné zaslat balík do 30 kg. Zapsané balíčky bylo možné poslat na dobírku.

**Tabulka 3: Množství přepravených balíkových zásilek Československou poštou v období První republiky**

Rok	Přepravené balíkové zásilky celkem (mil. ks)
1920	26
1921	32
1927	32
1933-4	22

Zdroj: vlastní zpracování dle Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia; Poštovnínictví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Kniha 555, Liberec 2008

Největším množstvím přepravených balíků v Československé poště zaznamenalav letech 1921 a 1927, zatímco největší úpadek balíkové služby zažilyv letech 1933 a 1934.

#### 1.9.4 Telekomunikační služby

Telegrafní služba byla v Rakousko - Uhersku zahájena roku 1846. O tři roky později byly telegrafní služby zpřístupněny i pro soukromou korespondenci. Příchozí telegramy se pečely do obálek a byly doručovány úředními posly. Roku 1888 bylo v českých zemích podáno 1353088 telegramů dotuzemska, roku 1896 již bylo podáno o 63% telegramů více.

Od roku 1868 bylo možné telegrafické zasílání peněz prostřednictvím telegrafické poštovní poukázky.

Použití telegrafu začalo po roce 1945 rapidně klesat. 1. 4. 2010 oficiálně zanikla služba „telegram“.

Nejstarší telefonní ústřednabyly v Rakousko-Uhersku otevřenyaroku 1881 a měla kapacitu 154 lidí. Postupem času rostl jak počet soukromých majitelů telefonů, tak počet telefonních ústřednen. To znamenalo pozetátnění telefonuznačným říšením a dostátníkasy.

V období První republiky byla telefonní síť nadále rozšiřována. Roku 1936 bylo v Československu 203294 telefonních stanic a proběhlo 233946416 tuzemských hovorů.<sup>6</sup> První plošně telefonizovaný městem v Československu se stal Zlín.

### 1.9.5 Peněžní služby

Do roku 1850 bylo možné peníze posílat pouze v hotovosti jako součást listovní zásilky, což bylo pro odesílatele značně rizikové. Dalším problémem byl fakt, že během přepravy byly poslány peníze vyřazené z oběhu. Tento problém vyřešilo zavedení poštovní poukázky. Od roku 1875 bylo možné posílat peníze pomocí poukázky i mezinárodně. Od roku 1952 jsou používány tři nové typy poukázek, které se menšími změnami používají dodnes. Jedná se o poštovní poukázku typu „A“, „B“ a „C“.

### 1.9.6 Poštovní spořitelna

Poštovní spořitelna byla v Rakousko-Uhersku založena roku 1883 na vzor Velké Británie, kde byl zřízen peněžní spořitelní ústav, který využil hustší síť poštovních úřadů a začal je používat jako své filiálky. Samostatná československá Poštovní spořitelna byla založena necelý měsíc po vzniku Československé republiky. Poštovní spořitelna se zaměřovala zejména na drobné spořitelce, obvykle ze středních vrstev. Od roku 1950 byla činnost Poštovní spořitelny dočasně přerušena, jelikož téměř výhradním poskytovatelem bankovních služeb byla Československá státní banka.

Poštovní spořitelna poskytovala poměrně široké portfolio bankovních služeb, například vedení účtů (vkladní knížky), šeková a clearingová služba, žirové služby, spořitelní činnost, bankovní-obchodní činnost, úschov a správa soudních a správních depozit a po roce 1945 cestovní vkladní knížka.

### 1.9.7 SIPO (soustředění inkas plateb obyvatelstva)

Vznik SIPO roku 1964 byl snahou oslabení administrativy, jelikož do té doby byla pošta zahlcena poštovními poukázkami. „V principu se jednalo o tzv. obstaravatelskou službu, soustředující na jednom platebním dokladu platby občanů za bydlení, energie, vodu, rozhlas a televizi.“<sup>7</sup>

<sup>6</sup> údaj je vzat z: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia; Poštovnínictví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy555, Liberec 2008, str. 135

<sup>7</sup> citováno z: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia; Poštovnínictví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy555, Liberec 2008, str. 160

### 1.9.8 Další služby

„Na základě zvláštního ujednání mezi ministerstvem pošt a finanční správou v roce 1948 se poštovní úřady staly také sběrnými státní sázkové kancelářemi na výsledky sportovních utkání STASKA.“<sup>8</sup> Roku 1956 byla STASKA přejmenována na SAZKA.

Do roku 1946 měla pošta výhradní právo na dopravu periodické tiskoviny. Situace se ovšem změnila po roce 1948, kdy se tisk stal nástrojem politického režimu. Byla zřízena celostátní Poštovní roznáška novin (PRON), následně přejmenována na Poštovní novinovou službu (PNS). PNS měla dohled nad šířením veškeré tiskoviny, podléhaly jí veškeré prodejny tisku.

---

<sup>8</sup> citováno z: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia; Poštovní služby v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy555, Liberec 2008, str. 161

## 2 POŠTOVNICTVÍ V SOUČASNOSTI

### 2.1 Česká pošta, s.p.

#### 2.1.1 Charakteristika společnosti, předmět činnosti<sup>9</sup>

Česká pošta, s.p. (dále jen ČP) vznikla jako samostatný státní podnik 1.3.1993. Jejím zakladatelem bylo Ministerstvo hospodářství ČR. Do roku 2007 bylo zřizovatelem ČP Ministerstvo informatiky a jeho zánikem se provozovatelem ČP stalo Ministerstvo vnitra ČR. Regulátorem základních poštovních služeb je Český telekomunikační úřad.

Do roku 2007 měla ČP 7 odštěpných závodů. Roku 2008 došlo k významným změnám organizační struktury ČP a odštěpné závody byly zrušeny.

Vedení ČP je rozděleno na divize: poštovní provoz a logistika, finance a legislativa, správa majetku, obchod a marketing a divize korporátní služby a řízení zdrojů.

Nejvýznamnějším předmětem činnosti ČP je provoz poštovních služeb, přičemž ČP je držitelem licence dle zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách. Další službou poskytovanou ČP je SIPO (Soustředěné inkaso plateb obyvatelstva), hybridní a elektronické služby. Dále pak služby obstaravatelského charakteru, tedy služby důchodové a služby probankovní, pojišťovací, sázkové a loteriijní organizace.

ČP poskytuje služby občanům, soukromým firmám i České republice. ČP spolupracuje se státní správou, a to zejména provozem sítě Czech POINT (Český Podací Ověřovací Informační Národní Terminál) a provozem datových schránek pro Ministerstvo vnitra.

V současné době ČP své služby poskytuje pouze z 10% soukromým osobám, zbylých 90% tvoří firma.

Další činností ČP je výstavba, provoz a rozvoj sítě poboček na území České republiky a údržba a rozvoj prostředků poštovní přepravy, zejména automobilů.

ČP zajišťuje pro Ministerstvo informatiky České republiky kompletní agendu emisní politiky a realizaci emisního plánu poštovních známek. ČP prodává poštovní známky a poskytuje služby filatelistům.

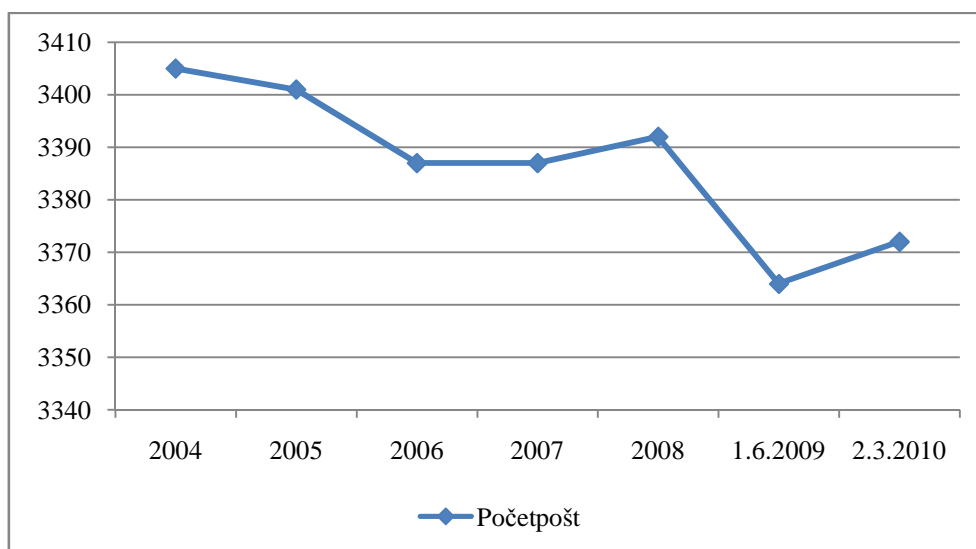
---

<sup>9</sup> výroční zpráva ČP 2005, 2008

## 2.1.2 Poštovní síť

Mezi koncové body poštovní sítě řadíme pošty, poštovny, dislokované přeprážky, pojiždné pošty, poštovní schránky, poštovní příhradky a doručovací ústředny. K 31.12.2008 připadalo na jedno obslužné místo ČP 3035 obyvatel, v roce 2004 to bylo 2882. Tento jev je výsledkem zejména nárůstu počtu obyvatel České republiky, v menší míře pak snižujícím se počtem pošt.

Graf1: Vývoj počtu pošt v letech 2004-2009



Zdroj: vlastní zpracování dle výročních zpráv ČP 2004-2008

Dle grafu je patrné, že počet pošt za poslední roky postupně klesá. Nejvýznamnějším poklesem počtu pošt došlo v letech 2008-2009.

## 2.1.3 Rušení poboček

Velké množství kamenných poboček ČP, zejména ve velmi malých obcích, jsou pro ČP velmi ztrátové, ročně ztráta čítá asi 32 mil. Kč. Pošta proto 1. 9. 2008 vydala seznam 178 poboček, které by měly být v budoucnu zrušeny. Plán prozatím nebyl uskutečněn, k 2.3.2010 byl počet poboček pouze o 20 menší než k 1.1.2009.

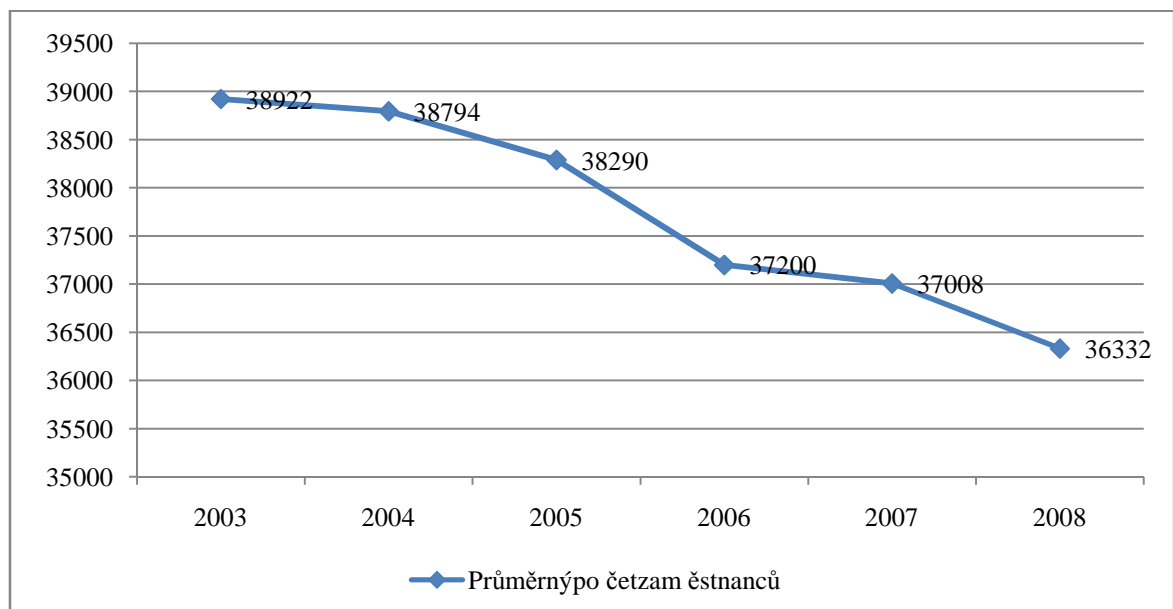
Zrušení kamenných poboček může být nahrazeno motorizovanými pobočkami, které budou objíždět obce dle stanoveného harmonogramu. Další možností je franšíza, což je systém, který funguje v mnoha zemích Evropy. Poštovní služby by zajišťoval jiný subjekt pod záštitou ČP. V případě menších obcí by to mohlo být například místní obchod.

Tyto možnosti by mohly být řešení dalším problému, který se velmi často stává terčem kritiky obyvatel menších obcí, a to nedostatečná otevřenost poboček ČP. Velmi malé pobočky jsou obvykle otevřeny pouze v dopoledních hodinách, tedy jejich služby jsou pro klienty, kteří jsou v tuto dobu zaměstnaní, nedostupné. Dle mého názoru by v případě franšiz anebo zavedení motorizovaných pošt bylo možné poštovní služby poskytovat střídatě v dopoledních a odpoledních hodinách, aniž by se zvýšily náklady na jejich provoz, tedy tyto služby by byly dostupné všem.

#### 2.1.4 Zaměstnanciamzdy

ČP je jedním z nejvýznamnějších zaměstnavatelů na českém trhu.

Graf 2: Průměrný počet zaměstnanců ČP v letech 2003-2008



Zdroj: vlastní zpracování dle výročních zpráv ČP 2004–2008

Z grafu je patrná tendence postupného snižování počtu zaměstnanců ČP, což je výsledkem optimalizace počtu pracovních míst a zvýšení efektivity práce. Ze šáhování počtu zaměstnanců je trend, který je patrný zejména v roce 2005 a vyvrcholil rokem 2008. V roce 2008 bylo s dostupným volným územím 1816 zaměstnanců.<sup>10</sup>

<sup>10</sup>Výroční zpráva ČP 2008



**Tabulka4: Vývoj průměrných měsíčních mezd zaměstnanců ČR v letech 2004-2008, porovnání průměrnou mzdou ČR**

Rok	Průměrná hrubá měsíční mzda zaměstnance ČR (v Kč)	Meziroční nárůst průměrných hrubých mezd zaměstnance ČR (v%)	Průměrná hrubá měsíční mzda v ČR (v Kč)
2004	14835	4,35	18041
2005	15563	4,91	18992
2006	16584	6,56	20219
2007	17452	5,23	21694
2008	20565	17,84	23542

Zdroj: vlastní zpracování dat z výročních zpráv ČR 2004–2008,

<<http://www.finance.cz/ekonomika/prace/mzda/>>

Stejně jako průměrná měsíční mzda zaměstnanců České republiky neustále zaostává za průměrnou mzdou zaměstnanců ČR. V žádném roce ale průměrná mzda zaměstnance ČR nedosáhla průměrných mezd v České republice. Postupný nárůst mezd je způsoben zejména snižujícím se podílem zaměstnanců a dále makroekonomickými faktory, jako je vývoj inflace a nárůst hrubého domácího produktu České republiky. Velký nárůst mezd v roce 2008 je dále způsoben realizovanou změnou zásad odměňování. Nejnižší mzdy mají zaměstnanci doručování nejvyšší zaměstnanci správy.

Základem pro výpočet mezd zaměstnanců ČR je systém typových pozic, při němž každá typová pozice je vytvořena na základě náročnosti práce, osobnostních předpokladů a nároků na kvalifikaci.

## 2.2 Česká pošta jako státní podnik

### 2.2.1 Právní úprava

ČP je státní podnik, upravovaný dle zákona č. 77/1997 Sb., o státním podniku. Dalšími právními předpisy upravující činnost ČP jsou <sup>11</sup>:

- zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník

<sup>11</sup><<http://www.cpost.cz/cz/o-ceske-poste/pravni-predpisy/pravni-predpisy-v-cr-id364/>>

- zákon č.513/1991Sb.,obchodnízákoník
- zákon č.29/2000Sb.,opoštovníchslužbách
- zákon č.137/2006Sb.,ove řejnýchzakázkách
- zákon č. 365/2000 Sb., o informa čních systémech ve řejné správy a o zm ěně některýchdalšíchzákon ů
- zákon č.101/2000Sb.,oochran ě osobníchúdaj ůaozm ěněněkterýchzákon ů
- zákon č.227/2000Sb.,oelektronickém podpisu
- zákon č. 300/2008 Sb., o elektronických ůkonech a autorizo vané konverzi dokumentů
- AktaSv ětovépoštovníunie

## 2.2.2 Orgány ČP<sup>12</sup>

Dle zákona č.77/1997Sb.,ostátním podniku, jsou orgány ČP generální ředitel a dozorčí rada.

Ředitel je jmenován a odvoláván ministrem vnitra a je statutárním orgánem ČP. Ředitel má v kompetenci upravovat organiza ční řád ČP, jmenovat a odvolávat svého zástupce. Generální ředitel rozhoduje o všech záležitostech ČP, vyjma těch, které jsou vyhrazeny Ministerstvu vnitra. Ředitel je povinen informovat dozor čí radu o skutečnostech, které si vyžádala a jsou v její působnosti.

Dozorčí rada ČP má 12 členů, z toho 1 předseda a 2 místop ředsedové. Třetina členů pochází z řad zaměstnanců podniku a zbývající dva členové jsou jmenováni Ministerstvem vnitra. Členy dozor čí rady senemohou stát ani generální ředitel, ani jeho zástupci. Dozor čí rada schvaluje zásadní otázky koncepce rozvoje ČP a nakládání majetku státu sv ěřeného do rukou ČP. Dozor čí rada projednává výro ční zprávu, ro ční finan ční plán atd. a je povinna upozornit Ministerstvo vnitra a ředitel na zjištěné nedostatky.

## 2.3 Hospodaření České pošty, s.p.

Na kone čnou podobu hospodá řského výsledku ČP (p řed zdan ěním) mají vliv následující výnosové a nákladové faktory <sup>13</sup>:

- tržby za prodej zboží

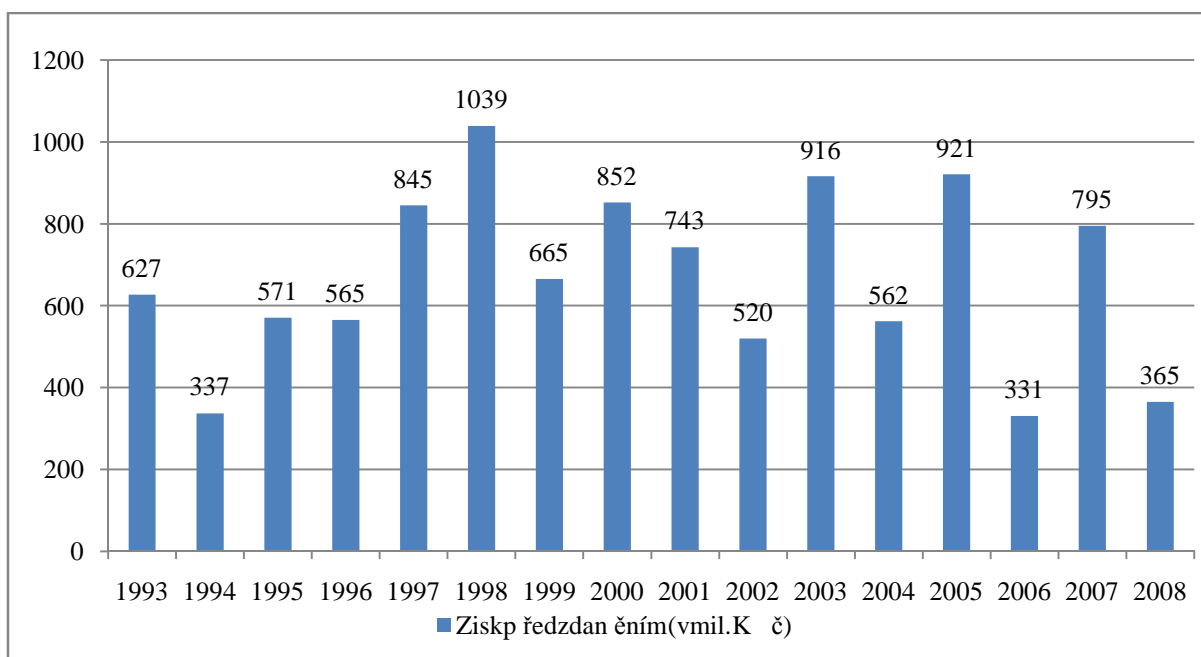
<sup>12</sup>zákon č.77/1997Sb.,ostátním podniku, <<http://www.cpost.cz/cz/o-ce ske-poste/profil/dozorci-rada-id359/>>

<sup>13</sup>Vyro ční zpráva ČP 2008 – výkaz zisk ů a ztrát

- výkony (tržby za prodej vlastních výrobků a služeb, atd.) a výkonová spotřeba
- osobní náklady (mzdové náklady, odměny členům orgánů, sociální náklady, atd.)
- daně a poplatky
- odpisy z dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku
- tržby za prodej dlouhodobého majetku a materiálu
- zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu
- změna stavu rezerva opravných položek v provozní oblasti
- ostatní provozní náklady a výnosy
- tržby za prodej cenných papírů a podílů
- prodané cenné papíry a podíly
- výnosy z dlouhodobého a krátkodobého finančního majetku
- výnosy z podílů v ovládaných a řízených osobách
- výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů
- výnosové a nákladové úroky
- ostatní finanční výnosy a náklady

Nejvýznamnější nákladovou položkou jsou osobní náklady a nejvýznamnější výnosovou položkou výkony, zejména tržby za prodej vlastních výrobků a služeb a dále obstaravatelská činnost.

**Graf 3: Zisk Českého poštovního úřadu v letech 1993-2008 před zdaněním (v mil. Kč)**



Zdroj: vlastní zpracování dle výročních zpráv ČP 2004–2008

Z grafu vyplývá, že za celou dobu své existence ČP vykazuje zisk. Výše zisku ČP v čase značně kolísá jak vzhledem k výše zmíněným faktorům, zejména vlivem kolísajících změn stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti, tržeb z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu, tržeb z prodeje cenných papírů a podílů atd., tak i vzhledem k makroekonomickým ukazatelům, jakými jsou hrubý domácí produkt České republiky, výše inflace a mezd, vývoj daňového systému a změny úrokových sazeb a měnových kurzů. Nejlepšího hospodářského výsledku dosáhla ČP v roce 1998, nejslabšího v roce 2006.

## 2.4 Česká pošta, s.p.a. nové trendy

Svět neustále prochází změnami. Nové technologie, nové způsoby komunikace, nové tendence v chování lidí ani nové požadavky lidí se nevyhnou nikomu znás. Pokud firma chce zůstat konkurenceschopnou, nezbyvá jí, než se těmto novým trendům přizpůsobit.

- *Česká pošta, s. p. v nákupních centrech* - Jedním z nejvýznamnějších trendů, kterým se ČP musela přizpůsobit, je stále se zvyšující koncentrace nákupů v nákupních centrech. ČP proto otevřela několik svých poboček právě tady. Na konci roku 2006 se v nákupních centrech po České republice nacházelo 14 poboček ČP. Tyto pobočky přizpůsobují svou provozní dobu provozní době nákupního centra. Na konci následujícího roku ČP provozovala v nákupních střediscích již 20 poboček a to sítě rozšířuje i v roce 2008.<sup>14</sup>
- *Rozvoj on-line a zásilkového obchodu* - Významným trendem moderní doby je i výrazný růst on-line a zásilkového obchodu. ČP je nejvíce využívánější dopravce on-line a zásilkových prodejů a aby si udržela svou pozici, uchovávala, navazuje s e-shopy spolupráci. Mezi firmami spolupracujícími s ČP patří například mall.cz, Baťa, Neckermann, Pony Club, patro.cz, parfums.cz, Fleur de Santé aj. Čím dál větší procento prodejů ale prostřednictvím svých produktů využívá služeb konkurence ČP.<sup>15</sup>
- *Snižování byrokracie* - Další trend, který ČP následuje, je snižování byrokracie a zjednodušování kontaktu občana se státní správou. ČP se proto stala

<sup>14</sup> výroční zpráva ČP 2006-2008

<sup>15</sup> <<http://www.cpost.cz/cz/o-ceske-poste/obchodni-partneri/zasilkov-e-obchody-eshopy/zasilkove-obchody-a-eshopy-id28388/>>

provozovatelem služby Ministerstva vnitra Czech POI NT (spuštěno 28.3.2007) a následně i Datových schránek (spuštěno 1.11.2009). Od svého spuštění se síť Czech POINTUirozsahslužebneustálerozšiřuje.<sup>16</sup>

- *Rozšiřování on-line služeb* - Globálním trendem, který se nevyhýbá ani ČP, je využívání on-line služeb. Klienti ČP mohou využít např. systém avizování zásilek a možnost platby formou SMS, SMS upozornění k datové schránce, nové služby hybridní pošty (hromadný podatel předává data ve elektronické podobě, ČP je následně tiskne a doručuje), registraci do systému IZIP (elektronická zdravotní karta pro klienty Všeobecné zdravotní pojišťovny) a výpisy z karty, on-line objednávání poštovních známek, atd.<sup>17</sup>
- *Internacionalizace a globalizace* - Jednotlivé země a kontinenty jsou stále více propojeny zejména díky novým informačním technologiím. Rozvíjí se mezinárodní obchod, firmy otevírají zahraniční pobočky, lidé častěji cestují do zahraničí. Itento trend ovlivňuje činnost ČP. ČP přepravuje čím dál více zásilek z nebo do zahraničí a ve stále větším objemu poskytuje i peněžní služby do zahraničí.

## 2.5 Monopol České pošty, s.p.

Poštovní trh v České republice je částečně zákonem deregulován. ČP je držitelem monopolu na zásilky ve vnitrostátním styku o maximální hmotnosti 50 g a maximální ceně 18 Kč dle nařízení vlády č. 512/2005 Sb., o stanovení rozsahu poštovního oprávnění (podle § 18 odst. 4 zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách a v souladu s právem Evropských společenství). S účinností od 1.11.2009 se monopol ČP vztahuje i na dodání peněžní částky poukázané poštovním poukazem. Všechny ostatní poštovní služby může provozovat i její konkurence.<sup>18</sup>

## 2.6 Konkurence České pošty, s.p.

ČP dnes provozuje svoji činnost v liberalizovaných tržních podmínkách svými konkoury listovních zásilek do hmotnosti 50 g nebo hodnoty 18 Kč. Až na tuto výjimku tedy ČP působí v plně konkurenčním prostředí. Přes stále rostoucí konkurenci si ČP udržuje velmi

<sup>16</sup> <<http://www.czechpoint.cz>, <<http://www.datoveschranky.info/>, výroční zpráva ČP 2008 >

<sup>17</sup> výroční zpráva ČP 2008, <[http://www.cpost.cz/assets/sluzby/tisk-a-kompletace/Hybridni\\_posta-03.pdf](http://www.cpost.cz/assets/sluzby/tisk-a-kompletace/Hybridni_posta-03.pdf)>

<sup>18</sup> nařízení vlády č. 512/2005 Sb., o stanovení rozsahu poštovního oprávnění

dobrou pozici a je nejsilnějším hráčem na poli logistiky. Její postavení je dáno celou řadou faktorů:

- *Tradice* – Česká pošta, s. p. vznikla již v roce 1993, ale tradice jejích přímých předchůdců sahá až do období Rakousko - Uherska. Tradice je velmi důležitým faktorem zejména pro konzervativní zákazníky pro starší generaci.
- *Legislativa* – Až do dnes má ČP monopol pouze na omezené listovní zásilky, v minulosti byl rozsah monopolu mnohem širší, vztahoval se například i na všechny zásilky obsahující písemnost a dříve také na noviny a časopisy. Tato skutečnost úzce souvisí s výše zmíněnou tradicí.<sup>19</sup>
- *Široké pokrytí* – Itatová výhoda ČP vychází z jejího historického vývoje. Již od konce 19. století se pobočka pošty nacházela v téměř každé vesnici. Široká síť poboček ČP přetrvává až dodnes. Žádný konkurent ČP není schopný v horizontu několika desetiletí dosáhnout takového pokrytí, jaké má ČP. Pokud doručovatel ČP nezastihne adresáta, zásilku uloží na místní poště. Pokud doručovatel konkurence nezastihne adresáta, zásilku musí doručovat znovu, dokud se mu ji doručit nepodaří, jelikož obvykle nedisponuje místní pobočkou.
- *Komplexnost služeb* – Rozsah služeb ČP je velice široký, což znamená další výhodu, a to pohodlí zákazníka. Zákazník může na jedné pobočce ČP vybavit několik záležitostí zároveň. Konkurence ČP se obvykle zaměřuje pouze na přepravu balíků, okrajově pak na nákladové a náročné hromadné podání. Konkurence nevyužívá možnosti například přepravovat doporučené dopisy, jelikož by to pro ni bylo ekonomicky nevýhodné a nebyla by schopna ČP cenově konkurovat.<sup>20</sup>
- *Cena* – I přesto, že ČP v posledních letech své služby několikrát zdražila, je stále jednou z nejlevnějších firem v oblasti poštovních služeb.
- *Nedostatečné povědomí veřejnosti o konkurenci ČP* – Velká část české veřejnosti má málo, nebo žádné informace o konkurenci ČP. To je dáno zejména nedostatečnou reklamou konkurentů.

---

<sup>19</sup><http://www.cpost.cz/cz/aktualne/tiskove-zpravy/vase-dopisy-budeme-dorucovat-nejmene-do-roku-2013-id397/>

<sup>20</sup><http://www.cpost.cz/cz/aktualne/tiskove-zpravy/vase-dopisy-budeme-dorucovat-nejmene-do-roku-2013-id397/>

- *Negativní „image“* – „vo číchve řejnosti–A čse ČPvšemimožnýmiprost ředkysnaží o „image“ moderní firmy, vo čích velké části ve řejnosti je vnímána jako zaostalá organizace s p řemírou administrativy a byrokracie. Tento fakt je o vlivněn i tím, že ČP je státní podnik. Státní podniky i orgány státní správy jsou v České republice vesměs vnímány negativně.
  - *„Nespolehlivost“* – Služby ČP jsou využívány oproti službám konkurence v mnohem větší rozsahu, tedy i chyby v provozu (dlouhá doba doručení, ztrácení zásilek, atd.) se objevují mnohem častěji. A dle statistik jsou služby ČP poměrně spolehlivé a jejich rychlost vysoká, ve řejnosti často ČP vnímá jako nespolehlivou firmu.
  - *Přísné poštovní podmínky* – Aby pracovník pošty převezl od podavatele zásilku, musí tato zásilka splňovat poměrně přísné parametry (tvar, rozměry, hmotnost, obal). Konkurence má zpravidla podmínky mnohem benevolentnější.
  - *Absence svozu* – Pro podání zásilky u ČP je nutné navštívit pobočku. Kurýrní služba ČP funguje pouze v rámci Prahy a zaplatak. Většina konkurenčních firem má svozu zásilek přímo v ceně.
- ČP není jedinou firmou, která nabízí poštovní služby. Její konkurence je poměrně široká a řadíme do ní například:
- *PPL CZ s.r.o. (Professional Parcel Logistic)* - PPL je asi nejznámějším konkurentem ČP na českém trhu. Nabízí široké spektrum expresních přepravních služeb. Na tuzemském trhu je hlavním konkurentem ČP. Roku 2006 se PPL stalo součástí skupiny Deutsche Post DHL a rozšířilo své služby i na mezinárodní přepravu zásilek. PPL provozuje 13 regionálních dep a 1 centrální přepravní centrum. Maximální hmotnost zásilek přepravovaných firmou PPL je 50 kg a pojištění do hodnoty 50000 Kč. PPL nabízí služby: Normální balík, PPL Soukromá a dres, PPL Express+, PPL Export (zahraniční přeprava) a PPL Sprint a Sprint+ (vnitrostátní paletová přeprava).<sup>21</sup>
  - *DHL Express, s.r.o. a DHL Logistic, s.r.o.* - DHL operuje na českém trhu již od roku 1986. DHL je expresní kurýrní společnost, zajišťující jak vnitrostátní, tak i mezinárodní přepravu. Mezi nabízené služby patří: Same Day (doručení ve stejný den jako podání), Day Definite (doručení vpevně stanoveném termínu), Time

<sup>21</sup><<http://www.ppl.cz>>

Definite (doručení do určitého času), vrámci mezinárodní přepravy DHL nabízí přepravu leteckou, námořní, silniční a železniční a jiné služby. <sup>22</sup>

- *České dráhy – ČDKurýr* - ČDKurýr zajišťuje expresní kurýrní přepravu zásilek prostřednictvím vlaků Českých drah mezi vybranými železničními stanicemi. Zásilku je třeba podat i vyzvednout na železniční stanici. Výhodou je zejména garantovaná doba dodání, při jejímž nedodržení o více než hodinu dostane odesílatel odškodnění. ČDKurýr přepravuje zásilky o maximální hmotnosti 15 kg a maximální ceně 50 000 Kč. ČDKurýr nabízí přepravu zásilek jako vrámci ČR, tak i na Slovensko (služba Interkurýr). <sup>23</sup>
- *TOPTRANS* - TOPTRANS je firma zajišťující expresní kusovou přepravu zásilek a balíků z firmy do firmy do 24 hodin. Kromě vnitrostátní přepravy nabízí TOPTRANS také přepravu zásilek na Slovensko, do Polska, Maďarska, Rakouska a Německa. Cena zásilky se odvíjí jako od hmotnosti, tak i od vzdálenosti. <sup>24</sup>
- *TNT express* - TNT express je jedním z největších světových dopravců expresních zásilek. Nabízí služby pro expresní doručení (same day delivery - doručení v stejný den jako podání, next day delivery - doručení den od podání, doručení v garantovaný den) a speciální služby. <sup>25</sup>
- *Ostatní kurýrní firmy* - Další kurýrními firmami působícími na českém trhu jsou například: Kurýrní služba Najbert, Blesk-Pražská kurýrní služba, RTR-transport a logistika, GlobalSped, Messenger, Váš Kurýr atd.

## 2.7 Služby České pošty, s.p.

ČP poskytuje široké portfolio povinných a nepovinných služeb. Povinné služby jsou ty, které jsou proveditelné a nezbytné. <sup>26</sup>

Firmám, podnikatelům a velkým korporacím ČP nabízí zvýhodněné tarify u některých služeb a také využití vlastního výplatního stroje.

---

<sup>22</sup> <<http://www.dhl.cz> >

<sup>23</sup> <<http://www.cd.cz/cs/kuryr/default.htm> >

<sup>24</sup> <<http://www.toptrans.cz>>

<sup>25</sup> <[http://www.tnt.com/express/cs\\_cz/site/home.html](http://www.tnt.com/express/cs_cz/site/home.html) >

<sup>26</sup> schéma povinných a nepovinných služeb ČP viz přílohy č. 10-12



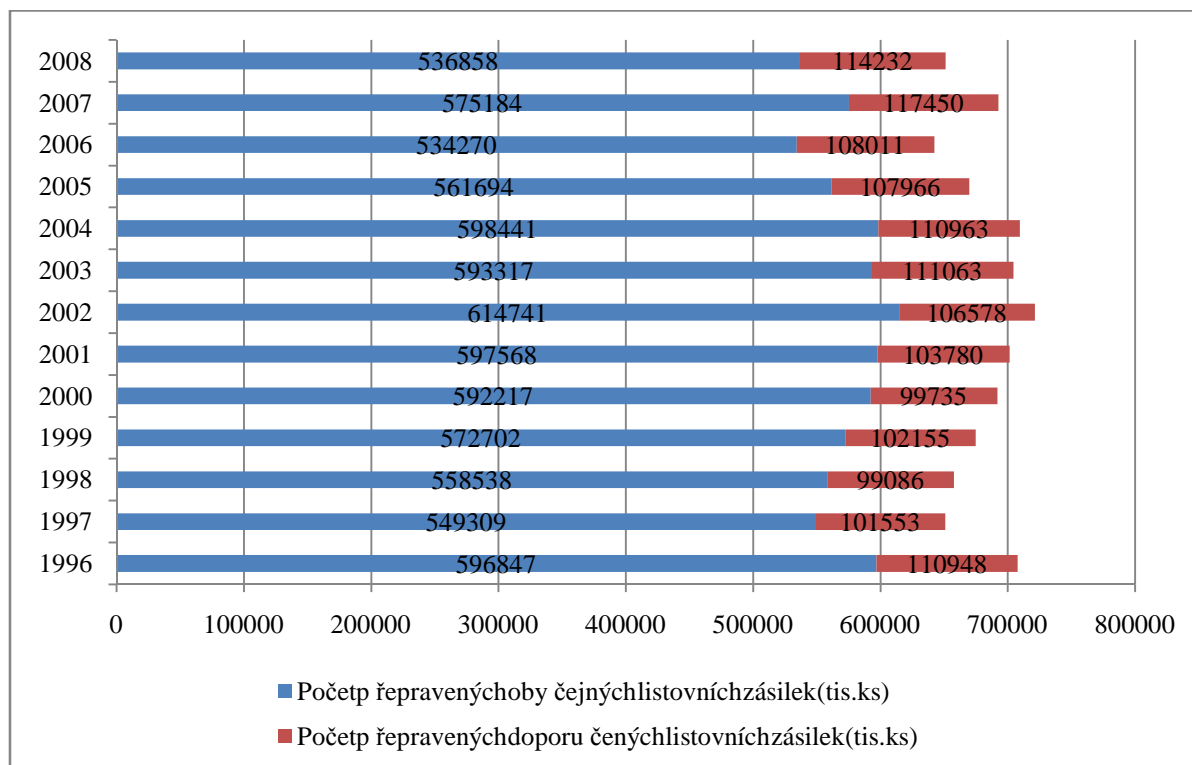
## 2.7.1 Psaní-listovní zásilky <sup>27</sup>

ČP nabízí podání listovní zásilky jak do ČR, tak i do zahraničí. V tuzemském i mezinárodním styku ČP nabízí služby: obyčejné a doporučené psaní, obyčejná a doporučená slepecká zásilka, cenné a obchodní psaní, Postfix a EMS. Výhradně v tuzemském styku ČP dále poskytuje služby: kurýrní služba (pouze Praha) a odpovědní zásilka, a výhradně v mezinárodním styku služby: obyčejný a doporučený tiskovinový pytel.

Obsah, rozměry, hmotnost a obal listovních zásilek nesmí být v rozporu s poštovními podmínkami.

Za ztrátu, úbytek nebo poškození obsahu obyčejné zásilky a obchodního psaní ČP neodpovídá. Za zásilky doporučené ČP ručí do výše 500 Kč.

**Graf 4: Počet přepravených obyčejných a doporučených listovních zásilek v letech 1996-2008**



Zdroj: vlastní zpracování dle <[http://www.ctu.cz/cs/download/statisticky\\_udaje/zakladni-sluzby\\_1996-2008.pdf](http://www.ctu.cz/cs/download/statisticky_udaje/zakladni-sluzby_1996-2008.pdf)>

<sup>27</sup> <<http://www.cpost.cz/cz/sluzby/psani/default.htm>, výroční zpráva ČP 2004-2008>

Objem přepravených listovních zásilek v posledních letech stagnuje, přestože se předpokládá jejich výrazný pokles vzhledem k rozvoji elektronické a mobilní komunikace. V delším časovém horizontu ovšem k velkému poklesu množství přepravených listovních zásilek dochází, například mezi lety 1937 a 2007 došlo k poklesu asi o 36%.

Růst objemu ČP v posledních letech zaznamenala zejména u produktů Obchodní psaní a Tisková zásilka. Tato skutečnost souvisí zejména s nárůstem komerčních reklamních nabídek na trhu.

ČP je povinná poskytovat své služby minimálně v takové kvalitě, jakou jí předepisuje Český telekomunikační úřad. Kvalitou je myšlena zejména doba přepravy poštovních zásilek.

**Tabulka 5: Doba doprav standardních psaní v letech 2004-2008**

Rok	Velikost vzorku sledovaných zásilek (ks)	Doba podání (dodání zásilky v %)	
		1.den	2.den
2004	30230	94,87	99,60
2005	30561	96,01	99,67
2006	30026	94,06	99,39
2007	30055	89,15	
2008	30820	90,6	98,88

Zdroj: vlastní zpracování levýroční zprávy ČP 2004-2008

Z tabulky je patrné, že doba přepravy zásilek se časem nezkracuje, pouze kolísá. Nejvyšší kvality bylo dosaženo v roce 2005, zatímco nejhorší v roce 2007.

Počet reklamací dodání poštovní zásilky nebo poukazu plynulem časem výrazně narůstá. Zatímco v roce 2005 bylo reklamováno dodání poštovní zásilky nebo poukazu pouze u 93 ks z milionu (z toho 55 reklamací bylo známo jako oprávněné), v roce 2008 bylo reklamováno již 162 ks z milionu (z toho 83 reklamací bylo známo jako oprávněné). To je nárůst o 74,2%.

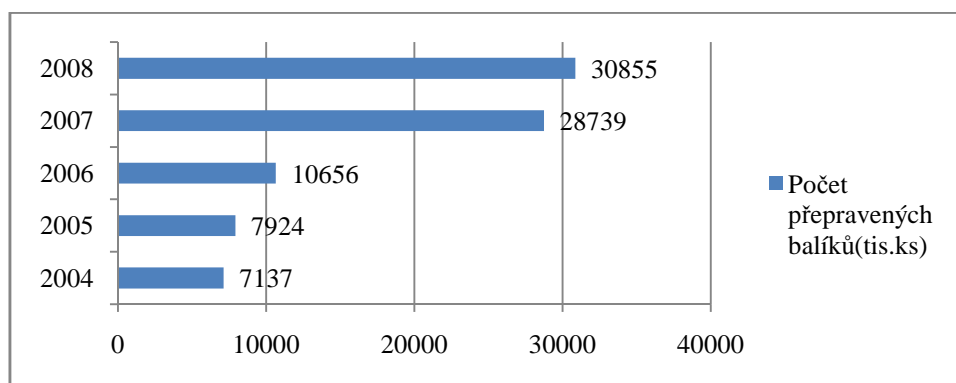
Počet zaznamenaných reklamací poškození nebo úbytku obsahu poštovní zásilky v čase mírně klesá, ale stoupá počet případů, kdy byly reklamace uznány. Zatímco v roce 2005 je reklama zaznamenána u 54 ks z milionu (z toho u 12 případů byla škoda skutečně nahrazena), v roce 2008 je reklamováno 48 ks z milionu (z toho u 24 případů byla škoda skutečně nahrazena).

## 2.7.2 Balíky

V rámci České republiky i do zahraničí lze podat následující druhy balíčků: cenný balíček, obchodní balíček EMS. Pouze v rámci tuzemské pošty nabízí ČP služby: obyčejný balíček, doporučený balíček, zásilkový balíček, kurýrní služba a odpovědní zásilky, v rámci mezinárodní pošty pak standardní balíček do zahraničí.

Za ztrátu, poškození nebo úbytek obsahu u cenných, doporučených a obchodních balíčků a EMS ČP ručí až do výše pojistění (udaná cena). U cenných balíčků až do výše 1 mil. Kč, u obchodních balíčků a EMS do výše 100 000 Kč, u zásilkových balíčků do výše 5000 Kč, u doporučených balíčků do výše 500 Kč, za obyčejný balíček ČP neručí.<sup>28</sup>

**Graf 5: Počet přepravených balíčků v letech 2004-2008**



Zdroj: vlastní zpracování dle [http://www.ctu.cz/cs/download/statisticky\\_udaje/zakladni-sluzby\\_1996-2008.pdf](http://www.ctu.cz/cs/download/statisticky_udaje/zakladni-sluzby_1996-2008.pdf)

Počet přepravených balíčků (zejména obchodních a zásilkových balíčků) v posledních letech zažívá nebývalý rozmach. V roce 2008 bylo oproti roku 2004 přepraveno o 332 % balíčků více. Tento trend je důsledkem zejména obrovského nárůstu nákupů zásilkových a on-line obchodů.

<sup>28</sup> <http://www.cpost.cz/cz/sluzby/baliky/default.htm>

**Tabulka 6: Porovnání cen ČP konkurence při podání balíku do ČR**

<u>Parametry zásilky :</u> hmotnost: 5kg rozměry (cm): 30x30x30 pojištění/hodnota: 5000K č trasa Olomouc-Praha (vzdálenost 285km) doručení následující den bez jiných služeb					
Dopravce	ČP	PPL	DHL	ČD- kurýr	TOPTRANS
Služba	Obchodní balík	Normální balík	DHL domestic economy select	-	-
Cena bez dobírky (v Kč)	91	108	393	180	176
Cena včetně doběrečného na účtu – poukázka A (v Kč č)	103	148	-	210	276

Zdroj: vlastní zpracování podle <<http://www.toptrans.cz>>, <<http://www.cd.cz>>, <<http://www.dhl.cz>>, <<http://www.ppl.cz>>, <<http://www.cpost.cz>>

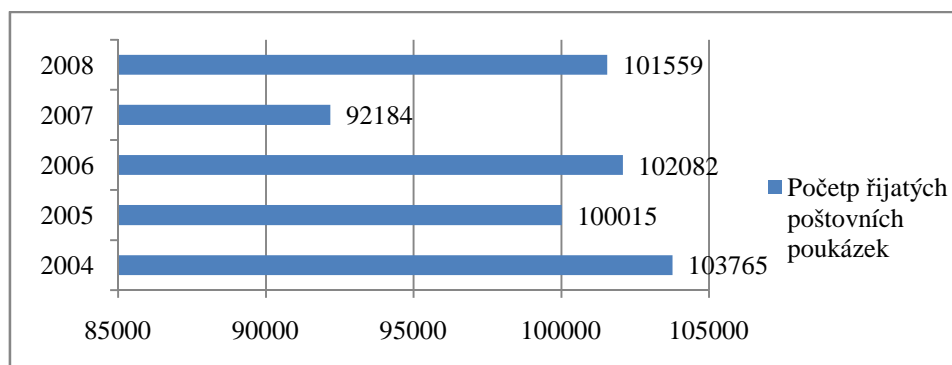
Z tabulky je patrné, že služby ČP jsou v porovnání s konkurencí nejlevnější variantou. Nejdražší službu nabízí firma DHL.

### 2.7.3 Peněžní služby

Jako nástroj tuzemského platebního styku ČP poskytuje služby: poštovní poukázka A, poukázka A – daňová složka, poukázka A – doklad V, poštovní poukázka B, C, Da

SIPO. Prop řevodpen ěžních částekdo zahrani ěílze využít služeb ĀP: poštovní poukázka Z/A, Z/C, WESTERN UNION a EUROGIRO. <sup>29</sup>

**Graf 6: Počet přijatých poštovních poukázek v letech 2004-2008**



Zdroj: vlastní zpracování dle <[http://www.ctu.cz/cs/download/statisticka\\_udaje/zakladni-sluzby\\_1996-2008.pdf](http://www.ctu.cz/cs/download/statisticka_udaje/zakladni-sluzby_1996-2008.pdf)>

Počet přijatých poštovních poukázek v posledních letech spíše kolísá. Skutečnost, že využívání těchto služeb neroste, lze připisovat zejména zvyšujícímu se objemu bezhotovostních plateb využívání internetového bankovníctví.

Novinkou mezi peněžními službami ĀP jsou tzv. Platby superCASH. „Placení za zboží či služby prostřednictvím platby superCash má výhody moderních elektronických plateb z pohledu rychlosti a bezpečnosti platby, avšak zachovává si tradiční způsob placení bez nutnosti používat platební kartu, mobilní telefon nebo elektronické bankovníctví.“ <sup>30</sup> Tato služba je zaměřena zejména na zákazníky a provozovatele internetových obchodů.

#### 2.7.4 Propagační a tiskové zásilky

ĀP nabízí služby Roznáška informačních a propagačních materiálů a Tisková zásilka. Využívání služby RIPM v posledních letech výrazně narůstá, zejména díky nárůstu komerčních reklamních nabídek na trhu. Tisková zásilka je služba poskytovaná vydavatelům. ĀP doručí jejich tiskovinu na adresy předplatitelů. <sup>31</sup>

<sup>29</sup> <<http://www.cpost.cz/cz/sluzby/penezni-sluzby/default.htm>>

<sup>30</sup> citováno z: <<http://www.cpost.cz/cz/sluzby/penezni-sluzby/cir/platba-supercash/platby-supercash-id29862/>>

<sup>31</sup> <<http://www.cpost.cz/cz/sluzby/reklamni-letaky/default.htm>>

### 2.7.5 CzechPOINT

Czech POINT vznikl za účelem zjednodušení vyřizování úředních záležitostí a je asistovaným místem výkonu veřejné správy. ČP nabízí v rámci Czech POINT služby: výpis z katastru nemovitostí, výpis z obchodního rejstříku, výpis z živnostenského rejstříku, výpis ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů, výpis z insolvenčního rejstříku, výpis z rejstříku trestů, výpis z bodového hodnocení řidičů, zproštění podání podle živnostenského zákona a registrů účastníků provozu modulu autovraků ISOH. Klient může tyto služby využít osobně na pobočce ČP anebo prostřednictvím automatického zasílání výpisů z informačních systémů ve veřejné správě nebo pomocí e-shopu (výpisy poštou). Zákazník může dále využít služeb: autorizovaná konverze dokumentů a ověřování listin a podpisů.

Kb řeznu 2010 poskytuje službu Czech POINT 922 poboček ČP.<sup>32</sup>

### 2.7.6 Datové schránky

Datová schránka je elektronické úložiště určené k doručování a provádění úkonů vůči orgánům ve veřejné moci. Datové schránky jsou řízovány a spravovány Ministerstvem vnitra. Pro právnické osoby je datová schránka povinná, pro živnostníky a ostatní občany je nepovinná. Datovou schránku lze získat na pobočkách snabízenou službou Czech POINT. Zde může klient požádat i o nové přihlašovací údaje, zneplatnění přístupových údajů a zneplnění datové schránky.

Datové schránky upravuje zákon č. 300/2008 Sb., o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů, zákon č. 301/2008 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s přijetím zákona o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů, a dále zákon č. 7/2009 Sb., kterým se mění zákon č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony.<sup>33</sup>

### 2.7.7 Alianční partneri

ČP prostředkovává službu svých aliančních partnerů, kterými jsou<sup>34</sup>:

- *Poštovní spořitelna a. s.* – Běžné bankovní produkty Poštovní spořitelny mohou klienti využít na více než 3300 pobočkách ČP. Mezi produkty Poštovní spořitelny nabízené ČP patří: Postžiro, Postkonto, Eurožiro, Eurokonto, Maxkarta,

<sup>32</sup><<http://www.czechpoint.cz/web/?q=node/424>>, <<http://www.cpost.cz/cz/sluzby/czech-point/default.htm>>

<sup>33</sup><<http://www.datoveschranky.info/>>

<sup>34</sup><<http://www.cpost.cz/cz/sluzby/aliancni-partneri/default.htm>>

elektronické bankovníctví, Kreditka poštovní spořitelny, Kreditka Elektron, Splátková karta, vkladní knížky, spotřebitelský úvěr, poštovní investiční program, šekové poukázky, složenky, poštovní termínovaný vklad, hypoteční úvěr, povolené přečerpání Postkontu, Malý podnikatelský úvěr, Červené konto, Vkladový účet na vzdělání Zelená úsporám.

- *Česká pojišťovna a. s.* – Česká pojišťovna nabízí prostřednictvím ČP produkty: životní pojištění SLUNÍČKO, DYNAMIK Pro, DYNAMIK Express, KOMBInované vkladové pojištění, kapitálové životní pojištění, pojištění domácnosti, obytných budov a souvisejících staveb a povinné ručení.
- *Sazka a. s.* – ČP vykonává prostřednictvím on-line terminálu činnost pro společnost Sazka. Mezi nabízené služby a produkty patří: loterie Sazka, Sportka, Šťastných 10, Euromiliony a Keno, losy Sazka, dobítí telefonu pro všechny mobilní operátory, prodej vstupenek na sportovní a kulturní akce a realizace činnosti spojené s věrovním programem KlubSAZKA.
- *Home Credita. s.* – Napobochách ČP lze prostřednictvím sjezdů a výplat dvou produktů společnosti Home Credit, a to Telefonní půjčka a Bezúčetlový hotovostní úvěr.
- *ČSOB, a. s.* – Penzijní fond stability
- *Českomoravská stavební spořitelna, a. s.*

### 2.7.8 E-slужby<sup>35</sup>

E-slужby jsou oblast, která je pro ČP z hlediska vývoje jednou z priorit. Moderními e-slужbami se ČP snaží doplnit služby tradiční, které v současné době stagnují. Mezi e-slужby ČP řadíme:

- *Dopis Online/Hybridní pošta* – Výhodatěto slужby spočívá v tom, že zákazník pro podání zásilky nemusí navštívit pobočku ČP. Zákazník podá dokument ve elektronické podobě (ve formátu PDF), ČP dokument vytiskne, uloží do obálky a doručí. Dopis Online je určen drobným podatelům, zatímco Hybridní pošta podatelům hromadným. On-line lze podat jak dopis obyčejný, tak i doporučený. Slужbu lze uhradit fakturou, prostřednictvím SIP Onebo Premium SMS.
- *Objednávání časopisů*

<sup>35</sup> <<http://www.cpost.cz/cz/slужby/e-slужby/default.htm>>

- *Služby CADR–ISVZUS* (Centrální adresa–Informační systém ve veřejných zakázkách – uveřejňovací systém) – Jedná se o oficiální informační systém ve veřejné správě, jehož provozovatelem je ČP a jehož provoz je upraven zákonem. CADR je systém uveřejňující informace o veřejných dražbách, o převodech státního majetku, o nabídkách poskytovaných zadavateli dobrovolně mimo rámec zákonných povinností a uveřejňující dokumenty na elektronické úřední desce.
- *Pohlednice MMS* – Pohlednice MMS je služba umožňující tisk MMS a textu z mobilního telefonu a jejich zaslání na libovolnou adresu v ČR.
- *Interní certifikační autorita*<sup>36</sup> - Interní certifikační autorita (INCA) vydává technologické certifikáty pro šifrovací program Crypta. Ten je používán na několika službami České pošty (Platební styk, SIPO, Bezdokladová dobírka, Důchodová služba) pro zabezpečení uvořených služeb zákazníky.
- *Kvalifikovaná certifikační autorita* – Klient ČP má možnost obdržet kvalifikovaný certifikát vydávaný kvalifikovanou certifikační autoritou PostSignum QCA. PostSignum QCA vydává kvalifikované certifikáty například pro ověření elektronického podpisu a pro ověření elektronické značky.
- *Komerční certifikační autorita*
- *Prodej datových souborů*<sup>37</sup> - ČP nabízí rozšířenou řadu zákaznických výstupů určenou zákazníkům ke kontrole adresních údajů zásilek nebo pro jiné (například komerční) využití. S každým zákazníkem je sepsána řádně vyplněná smlouva a objednávkový list jako její nedílnou část.
- *REP – registrovaná elektronická pošta*<sup>38</sup> – Služba REP je elektronickou obdobou doporučené zásilky sdruženou a P. O. Boxu. Je určena pro průkazný a zabezpečený přenos zpráv, souborů, formulářů a datových souborů obecně.
- *IZIP* - Internetový přístup ke Zdravotním Informacím Pacienta – Klienti VZP se mohou registrovat do systému IZIP a získat přístup k vykázané zdravotní péči formou výpisu z elektronické zdravotnické knihy.

<sup>36</sup> <<http://www.cpost.cz/cz/sluzby/e-sluzby/interni-certifikacni-autorita-id314/>>

<sup>37</sup> <<http://www.cpost.cz/cz/sluzby/prodej-na-postach/prodej-dato-vych-souboru-id293/>>

<sup>38</sup> <[http://rep.cpost.cz/rep\\_frame.php?body=pobox.php](http://rep.cpost.cz/rep_frame.php?body=pobox.php)>



### 2.7.9 Prodejnapoštách<sup>39</sup>

- *Dálniční známky* – Na všech pobočkách ČP může zákazník zakoupit desetidenní, měsíční a roční dálniční známky provozní laděné 3,5 tuny.
- *POSTSHOP* – Na vybraných pobočkách ČP lze zakoupit zboží jako obálky, pohlednice, kalendáře, společenské hry a zboží regionálního charakteru jako například jízdenky MHD.
- *Prodej knih nakladatelství Fragment*

### 2.7.10 Tisk a kompletace zásilek

- *PostKomplety*<sup>40</sup> – PostKomplety jsou součástí řediska ČP, které se zabývají poskytováním komplexních služeb v oblasti zpracování listovních a balíkových zásilek vnitrostátních, mezinárodních a adresné reklamy.
- *PostServis* – PostServis jsou komplexní služby pro distributora a vydavatele tisku, reklamní agentury a zasilatelské společnosti. PostServis zpracovává tzv. Hybridní poštu.

### 2.7.11 Služby v klientské zóně<sup>41</sup>

- *On-line objednávání poštovních známek*
- *Sledování ve řejných zakázek* – Sledování ve řejných zakázek je součástí Uveřejňovacího subsystému Informačního systému o ve řejných zakázkách (IS VZ US)
- *Poštovní datová zpráva* – Datová zpráva je služba, která umožňuje komunikaci mezi uživateli datových schránek.
- *e-SIPO* – e-SIPO je služba poskytovaná větším organizacím. V této aplikaci má klient on-line přehled o výběru peněz od svých zákazníků a můžete zadávat nové požadavky na inkaso.
- *Podání on-line* – Podání on-line je internetová aplikace určená pro hromadné podávání, kteří mají smlouvu s ČP.

<sup>39</sup> <<http://www.cpost.cz/cz/sluzby/prodej-na-postach/default.htm>>

<sup>40</sup> <<http://www.cpost.cz/cz/sluzby/tisk-a-kompletace/postkomplety-id-294/>>

<sup>41</sup> <<http://www.cpost.cz/cz/sluzby/sluzby-v-klientske-zone/default.htm>>

### 3 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Účelem dotazníkového šetření bylo zjistit, jaké služby ČP respondenti nejčastěji využívají, jak jsou s nimi spokojeni a s jakými problémy se při jejich využívání setkali. Dále jsem zjistila, zda klienti volí při objednávání izo-shopů jako dopravce ČP nebo její konkurenci. Další otázky dotazníku odhalují informovanost respondentů o „netradičních“ službách ČP.

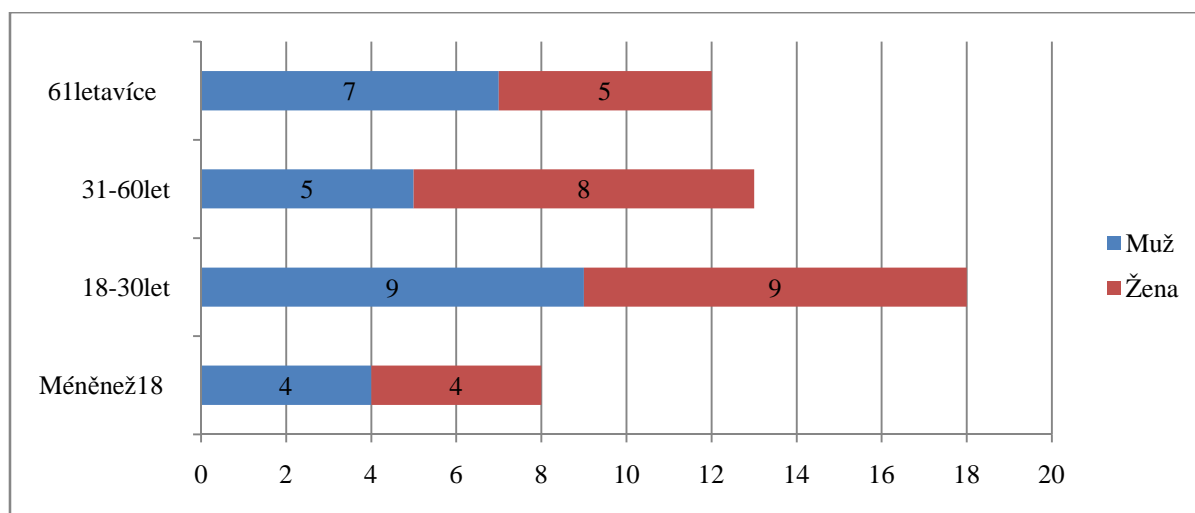
V dotazníku je obsaženo 10 otázek, přičemž všechny otázky jsou uzavřené. Ve všech otázkách kromě otázky č. 4 „Které služby České pošty využíváte?“ a otázky č. 7 „S jakým problémem jste se setkal/a při využívání služeb České pošty?“ bylo možné označit pouze jednu odpověď. Vzor použitého dotazníku jsou částí přílohy č. 13.

Celkem bylo osloveno 51 respondentů. Dotazníky byly distribuovány zčásti ve vytištěné formě, zčásti elektronicky podobně (e-mail).

#### 3.1 Segmentační kritéria

Otázka č. 1a2: Jaký je Váš věk a pohlaví?

Graf 7: Struktura respondentů dle věku a pohlaví



Jako segmentační kritéria jsem pro dotazníkové šetření vybrala věk a pohlaví. Respondenti byli rozděleni do čtyř skupin dle věku, přičemž nejmenší početná skupina pod 18 let a nejvíce početná skupina 18-30 let. Počet oslovených mužů a žen je vyrovnaný. Celkem bylo osloveno 25 mužů a 26 žen.

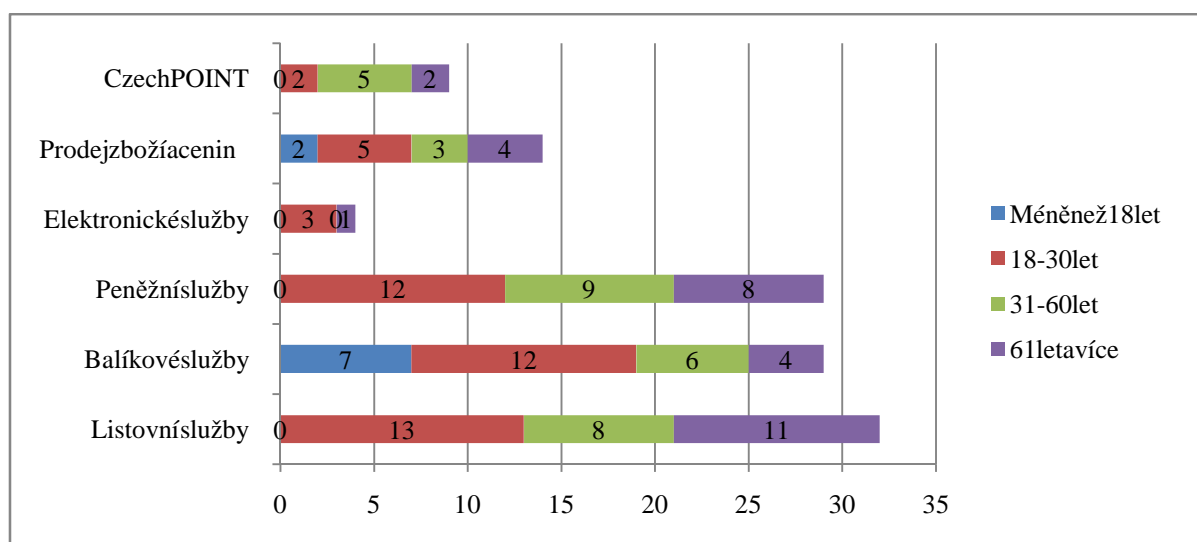
### 3.2 Využívání služeb České pošty

Otázka č.3: Využíváte služby České pošty?

Z 51 oslovených respondentů pouze jeden muž pod 18 let označil odpověď „ne“. Z toho tedy vyplývá, že ČP je instituce využívaná téměř všemi bez ohledu na věk nebo pohlaví.

Otázka č.4: Které služby České pošty využíváte?

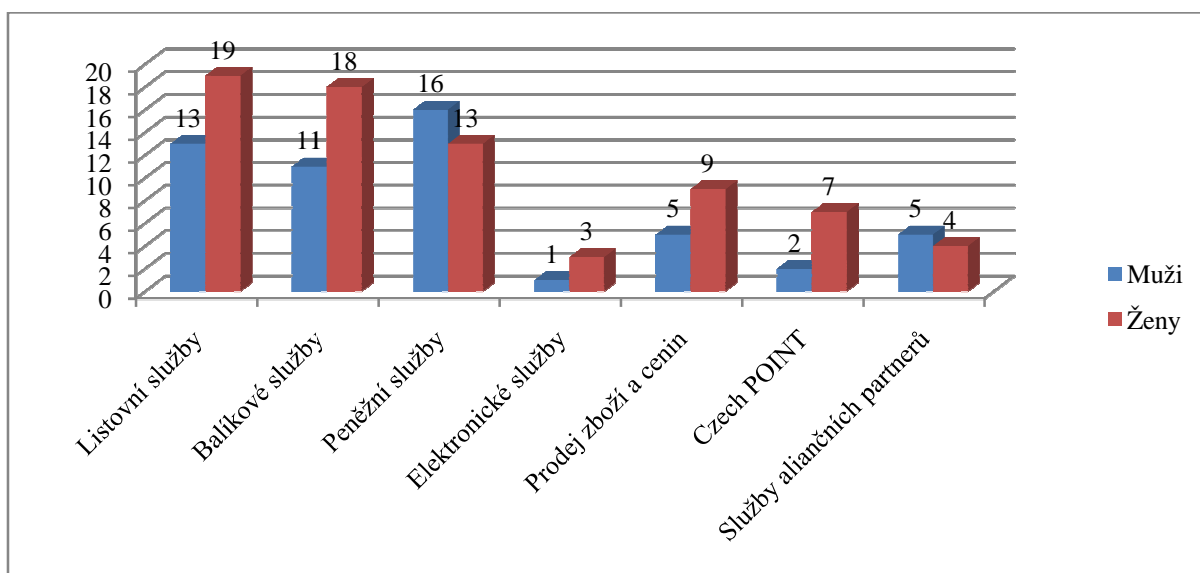
Graf 8: Počet klientů využívajících jednotlivé služby ČP závislostí na věku



Z výsledků dotazníků vyplývá, že nejvyžívanějšími službami ČP jsou stále „tradiční“ služby, tedy služby listovní, balíkové a peněžní. Využívání balíkových služeb dle výsledků uklesá s rostoucím věkem, nejvíce osob tyto služby využívá v kategorii 18-30 let. Tyto výsledky jsou způsobeny zejména tím, že balíkové služby jsou využívány nejvíce při objednávání ze-shopů a tuto možnost využívá především mladší generace. Listovní služby jsou využívány především skupinou 18-30 let a dále nad 61 let. U nejstarší generace to lze zdůvodnit zejména menším využíváním elektronických komunikací, nižší počítačovou gramotností a velkým důrazem na tradice. Peněžní služby jsou využívány ve vyrovnaném rozsahu všemi věkovými kategoriemi kromě té nejmladší. Další poměrně hojně využívanou službou je prodej na poštách. Prodej cenin a zboží je vyrovnaný mezi všemi věkovými kategoriemi. Zvláštní zkušenostivím, že nejvíce poptávané jsou poštovní známky a obálky. Dále je hojně vyhledáván prodej dálničních známek. Mezi nejméně využívané služby ČP patří e-sloužby, Czech POINT a služby aliančních partnerů. Malá poptávka po těchto službách je dána zejména tím, že většina obyvatel nemá potřebu je

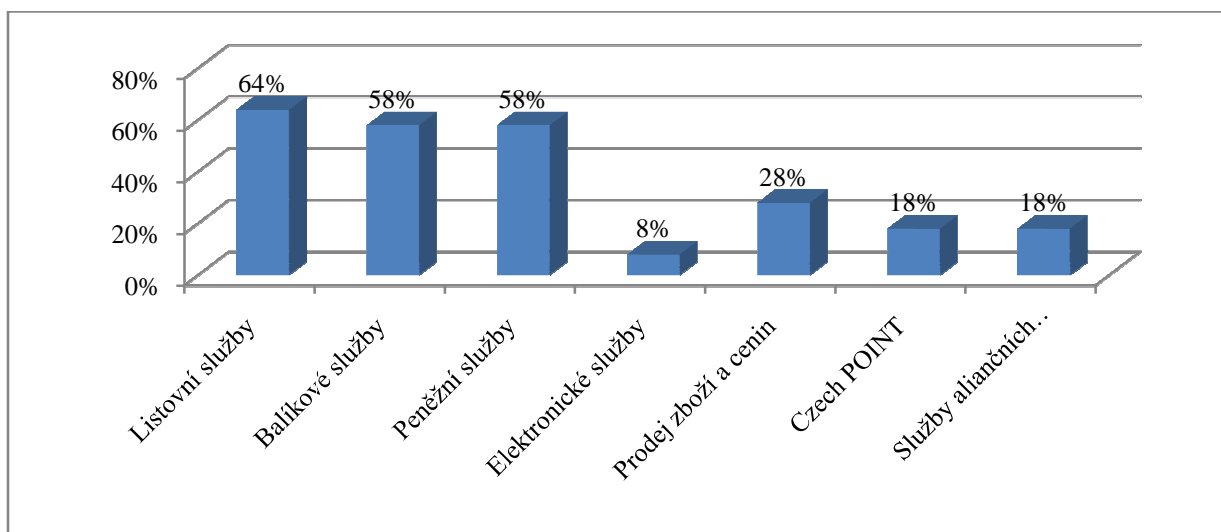
využívat. Ue- služba Czech POINT ujde o špatnou informovanost klientů o možnostech těchto služeb. Z respondentů využívá e- službu pouze několik jedinců v kategorii 18 -30 let a dále 61 let a víc. Službu Czech POINT využívá nejvíce skupina 31 -60 let. Služby aliančních partnerů urovnoměrně využívají všechny věkové kategorie kromě nejmladší.

**Graf 9: Využívání služeb ČP závislost na pohlaví klientů**



Využívání služeb ČP je mezi muži a ženami poměrně vyrovnané. Dotázané ženy ve větší míře využívají služby listovní, balíkové, elektronické, prodej na poštách a Czech POINT. Naopak muži více než ženy využívají služeb peněžních a služeb aliančních partnerů.

**Graf 10: Poměr využívání služeb ČP bezohledu na segmentační kritéria (%)**



Pokud pomineme segmentační kritéria, tak nejvíce využívanou poštovní službu uje služba listovní, kterou využívá 64% dotázaných, zatímco následují služba balíková a peněžní, obě s 58% a prodej na poštách s 28%. Poměrně málo jsou poptávány služby aliančních partnerů, které využívá pouze 18% respondentů, Czech POINT také s 18% a zejména e-slужby, které využívá pouze 8% dotázaných.

### 3.3 Objednávání ze zásilkových a internetových obchodů

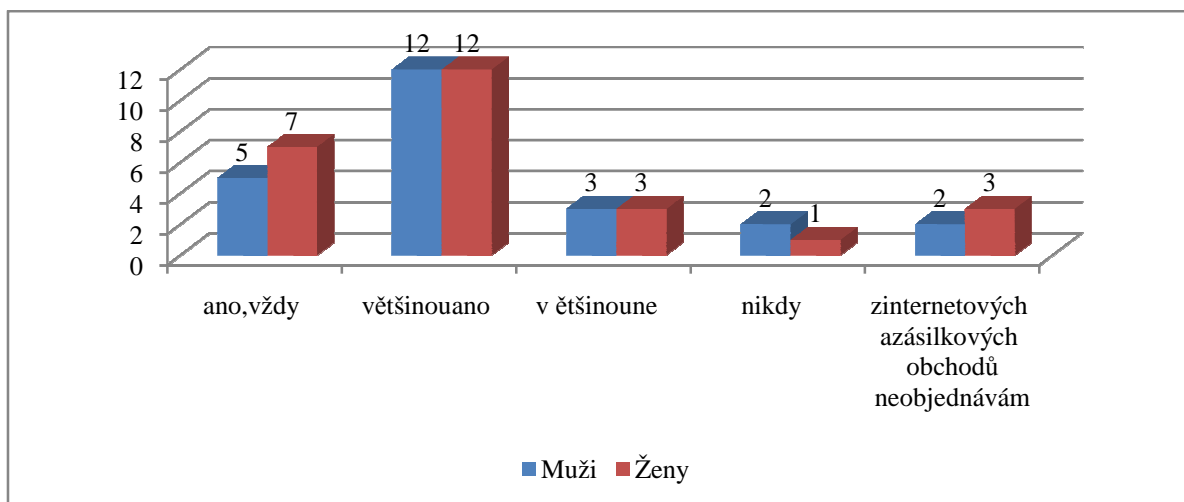
*Otázka č. 5: Volíte při objednávání ze zásilkových nebo internetových obchodů jako dopravce Českou poštu?*

**Tabulka 7: ČP jako dopravce zvolený zákazníky internetových a zásilkových obchodů v závislosti na věku zákazníka (v%)**

	Méně než 18 let	18-30 let	31-60 let	61 let a více	Všechny věkové kategorie
Ano, vždy	43%	17%	15%	34%	24%
Většinou ano	43%	56%	62%	25%	48%
Většinou ne	14%	22%	0%	8%	12%
Nikdy	0%	5%	8%	8%	6%
Z internetových a zásilkových obchodů neobjednávám	0%	0%	15%	25%	10%

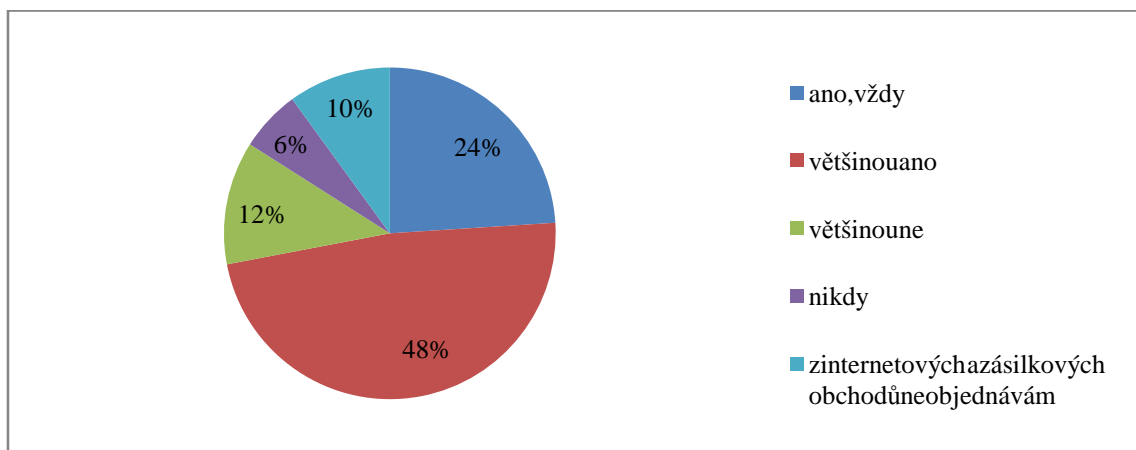
Největší důvěru při objednávání ze-shopů a zásilkových obchodů mají k ČP skupiny pod 18 let a nad 61 let, tyto skupiny nejčastěji odpověděly, že ČP jako dopravce volí vždy. Ve všech věkových kategoriích nejvíce respondentů odpovědělo, že ČP jako dopravce většinou volí. Jiné dopravce častěji využívají při nákupu respondenti mezi 18 a 30 lety, v menší míře i dotazovaní pod 18 let a nad 61 let. ČP jako dopravce nikdy nevolí pouze malé procento respondentů nad 18 let. Ze zásilkových obchodů neobjednává čtvrtina z dotázaných v generaci nad 61 let, což je způsobeno zejména nižší počítačovou gramotností a nedůvěrou k internetovým obchodům. Ze zásilkových a on-line obchodů dále neobjednává malé procento respondentů ve věkových skupině 31-60 let.

**Graf11 : ČP jako dopravce zvolený zákazníky internetových zásilkových obchodů v závislosti na pohlaví zákazníka**



Využívání ČP jako dopravce při objednávání z e-shopů a zásilkových obchodů je mezi muži a ženami velmi vyrovnané. Mezi respondenty má ČP důvěru více žen než mužů a více z nich také žádných zásilkových a internetových obchodů neobjednává.

**Graf12 : ČP jako dopravce zvolený zákazníky internetových zásilkových obchodů bez ohledu na segmentační kritéria (v%)**



Ze zásilkových a internetových obchodů neobjednává pouze 10% ze všech dotázaných, tedy 90% respondentů v nich nakupuje, 24% všech volí vždy jako dopravce ČP. Téměř polovina ze všech respondentů, 48%, většinou zvolí ČP. Jiného dopravce většinou využije 12% dotázaných. ČP jako dopravce nikdy nevyžije pouze 6% ze všech respondentů. Z výsledků vyplývá, že ČP je mezi respondenty jednoznačně nejvíce využívaný dopravce.

### 3.4 Spokojenostskvalitouslužeb Česképošty

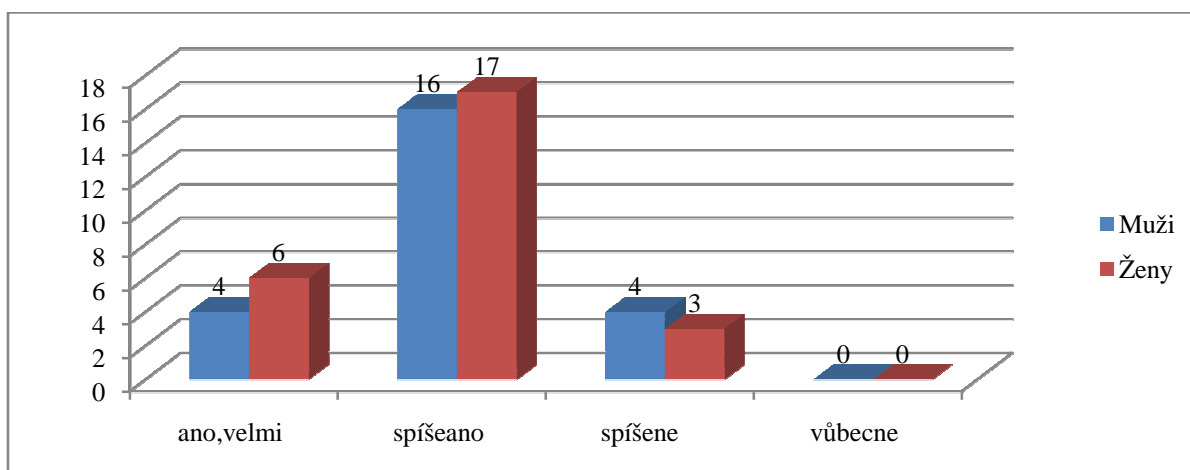
Otázka č.6: Jste spokojen/askvalitouslužeb Česképošty?

Tabulka8: Spokojenost klientů skvalitouslužeb ČP v závislosti na věku klienta (v%)

	Méně než 18 let	18-30 let	31-60 let	61 let a více	Všechny věkové kategorie
Ano, velmi	28%	11%	8%	42%	20%
Spíše ano	29%	72%	84%	58%	66%
Spíše ne	43%	17%	8%	0%	14%
Vůbec ne	0%	0%	0%	0%	0

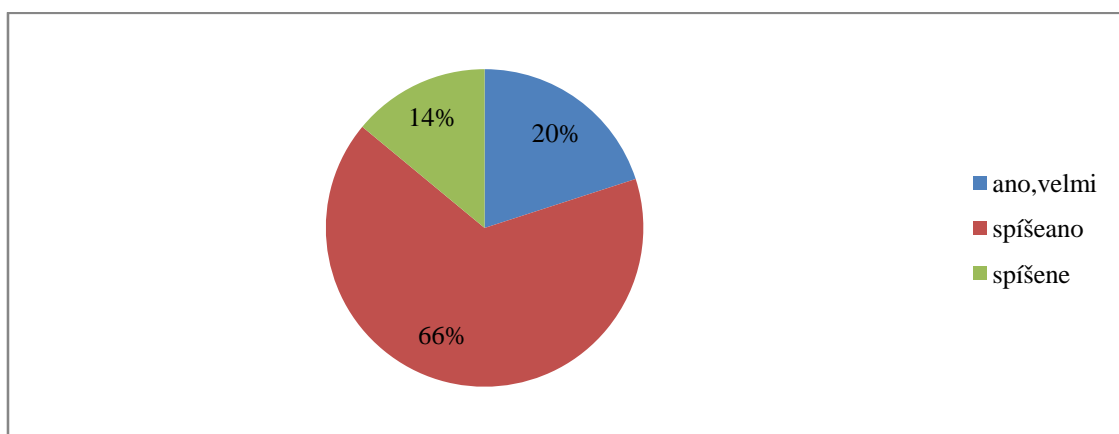
Velká spokojenost se službami ČP panuje zejména v nejstarší věkové kategorii. Zejména mezi důchodci to je patrné i z odpovědí na otázku, zda doručitelé často lidem doručují dárky přímo do domu, spousta doručitelů je ochotna na požádání přinést peníze z poukázky „B“, zprout ředitel platbu složenk nebo zaslání dopisu, aniž by zákazník musel opustit domov. Pro starší lidi bývá doručitel jediný člověk, kterého za celý den vidí. Ve většině věkových skupin převládá odpověď „spíše ano“, respondenti jsou tedy se službami ČP spokojeni, ovšem pravděpodobně se již při jejich využívání setkali s nějakým problémem. Poměrně malé množství dotazovaných není se službami ČP spokojeno. Výjimkou tvoří skupina do 18 let, kde odpověď „spíše ne“ označilo 43% respondentů. Další nejméně spokojenou skupinou je generace mezi 18 a 30 lety. Odpověď „vůbec ne“ označilo jen 51 respondentů.

**Graf13 :Spokojenostklient ůskvalitouslužeb ĀPvzávislostinapohlavíklienta**



Zgrafu vyplývá, že ženy jsou se službami ĀP spokojeny více než muži. Rozdíl mezi muži a ženami ovšem není nijak výrazný.

**Graf14 :Spokojenostklient ůskvalitouslužeb ĀPbezohledunasegmenta Āníkritéria(v%)**



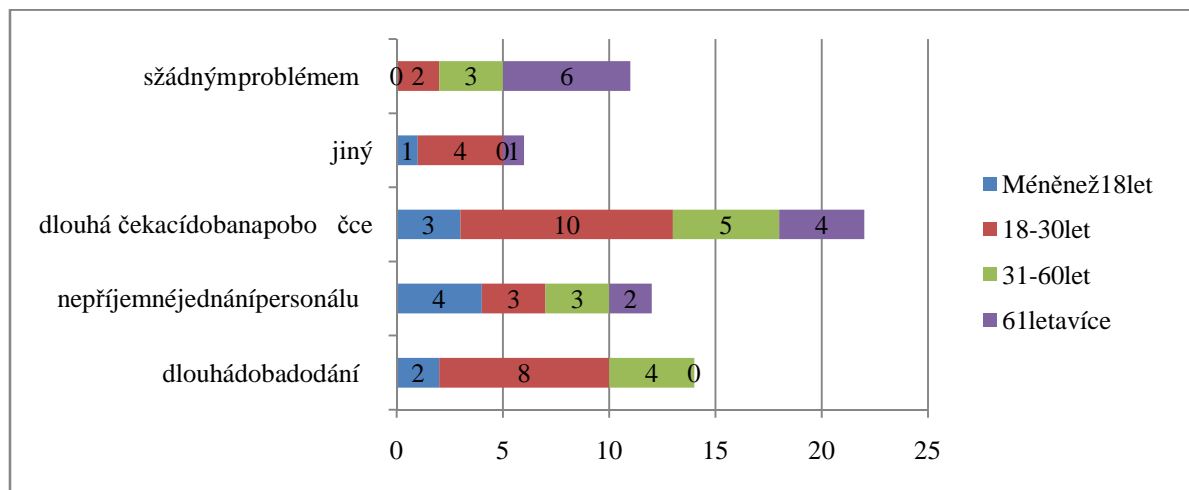
Pouze 14% všech dotazovaných není se službami ĀP spokojeno. Předpokládám, že to jsou zejména jedinci, kteří se při využívání služeb ĀP setkali s výraznějšími problémy. Naopak 86% všech respondentů je se službami spokojeno, z toho 20% velmi. Toto připisují zejména širokému portfoliu služeb ĀP, rychlosti jejich provedení a kvalitě personálu.



### 3.5 Problémyp řivyužíváníslužeb Česképošty

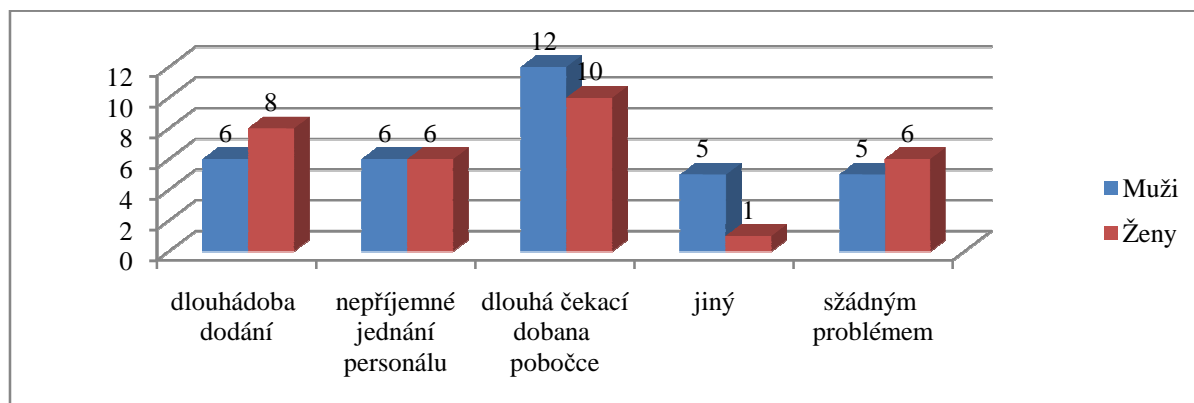
Otázka č.7: S jakýmproblémemjstesesetkal/ap řivyužíváníslužeb Česképošty?

Graf15 :Po četzákazník ů,kte řísep ři využíváníslužeb ČPsetkalisjednotlivýmipoblémvyzávislosti nav ěk



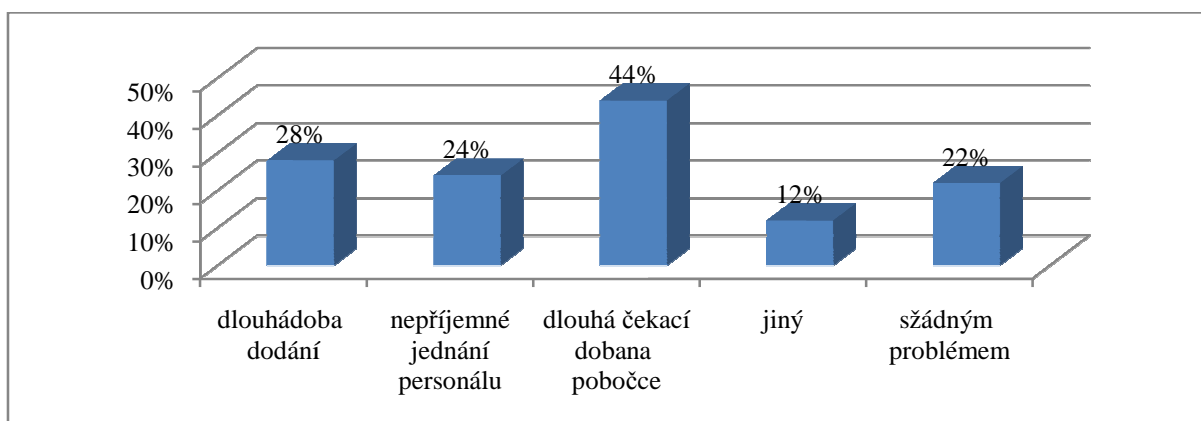
Většina dotazovaných se při využívání služeb ČP setkala s nějakým problémem. S dlouhou dobou dodání zásilky měla problém zejména kategorie 18 -30 let. S nepříjemným jednáním personálu mají zkušenosti všechny věkové kategorie poměrně rovnoměrně. S dlouhou čekací dobou na pobočkách se nejčastěji setkali respondenti od 18 do 30 let. V menší míře se všechny věkové kategorie kromě kategorie 31 -60 let setkaly i s jiným problémem. S žádným problémem nemá zkušenost téměř polovina dotazovaných starších 61 let, dále pětina z kategorie pod 18 let a 31-60 let. V kategorii 18 -30 let se s žádným problémem nesetkal pouze velmi nízký procento dotázaných.

Graf16 :Problémy,se kterýmisesetkalizákazníci ČPsetkalivzávislostinapohlavízákazníka



Muži mají více zkušeností než ženy s dlouhou čekací dobou na pobočce a jinými problémy, zatímco ženy s dlouhou dobou dodání zásilky. S nepříjemným jednáním personálu se setkalo stejné množství dotázaných žen jako mužů. S žádným problémem nemá zkušenost větší procento žen než mužů.

**Graf 17: Problémy, se kterými se zákazníci ČP setkali bez ohledu na segmentační kritéria (v%)**



Nejčastějším problémem, se kterým mají respondenti zkušenost je jednoznačně dlouhá čekací doba na pobočkách, kterou označilo 44% všech respondentů. S dlouhou dobou dodání se setkalo 28% oslovených a nepříjemnému chování personálu muselo čelit 24% dotázaných. S jiným problémem se setkalo 12% respondentů. Jako „jiný problém“ respondenti uvedli: dodání poškozeného balíku, poškozený obal zásilky, nešetrné zacházení s balíkem, dodání otevřené zásilky, nedodržování otevírací doby na pobočkách, problémy při využívání služeb Poštovní spořitelny, neúměrně krátká pracovní doba na menších pobočkách na vesnicích, nemožnost a neochota vyzvednout si doporučenou zásilku na klientem vybrané poště a nemožnost vyzvednout poštu někoho jiného i na písemný souhlas dotčeného. S žádným problémem se setkalo 22% dotázaných.

### 3.6 Informovanost klientů „netradičních“ službách České pošty

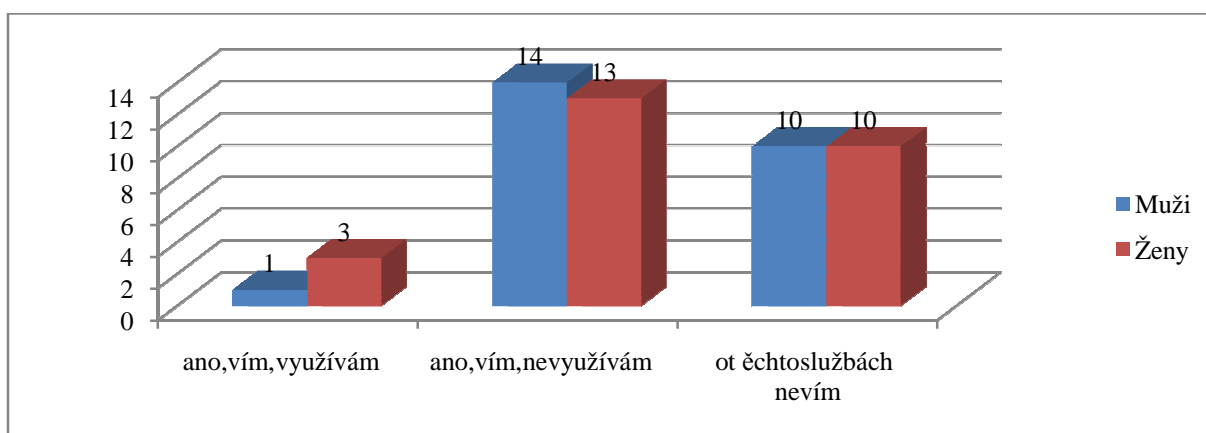
Otázka č. 8: Víte o tom, že Česká pošta nabízí i elektronické služby (např. DopisOnline, Interní certifikační autorita, atd.)?

Tabulka 9: Povědomí klientů ČPo elektronických službách dle věku klienta (v%)

	Méně než 18 let	18-30 let	31-60 let	61 let a více	Všechny věkové kategorie
Ano, vím, tyto služby využívám	0%	17%	0%	8%	8%
Ano, vím, ale tyto služby nevyžívám	37%	33%	69%	75%	53%
O těchto službách nevím	63%	50%	31%	17%	39%

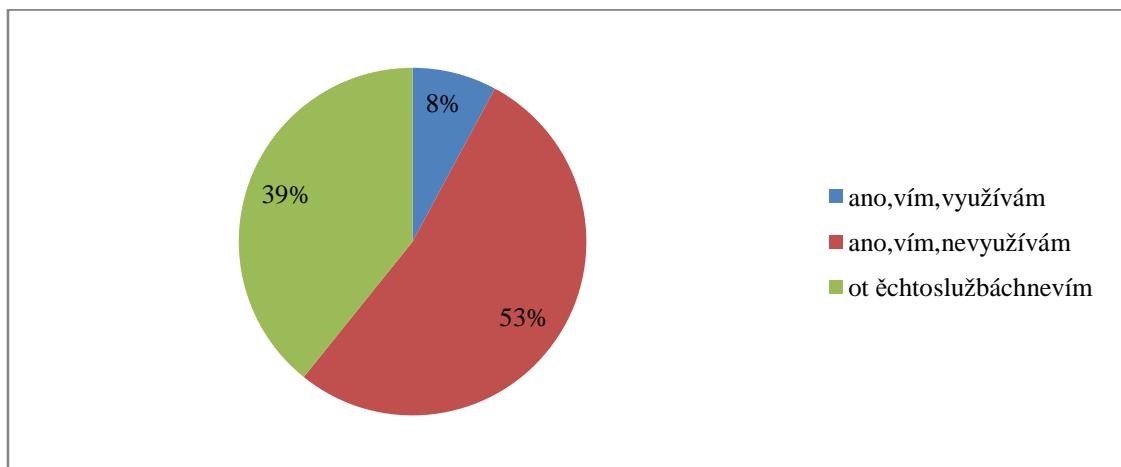
Elektronické služby ČP zná a využívá nejvíce skupina klientů mezi 18 a 30 lety. Ve skupině dotazovaných pod 18 let a 31-60 let nikdo elektronické služby nevyžívá. O elektronických službách vědí, ale nepoužívají je, především dotázaní nad 31 let. O elektronických službách nikdo neslyšel nejvíce respondentů v kategoriích méně než 18 let a 18-30 let. Povědomí o elektronických službách se zvětšuje přímo úměrně s věkem respondentů.

Graf 18: Povědomí klientů elektronických službách ČP dle pohlaví klienta



Mezi dotázanými muži a ženami jsou v povědomí o elektronických službách vyrovnané. Elektronické služby využívá více žen než mužů.

**Graf19: Povědomí klientů o elektronických službách ČP bez ohledu na segmentační kritéria (v%)**



Pouze 8% všech dotázaných elektronické služby využívá, větší polovina (53%) respondentů o těchto službách ví, ale nepoužívá je, a celých 39% o nich nikdy neslyšelo, což dokazuje velmi špatnou informovanost klientů ČP o těchto službách.

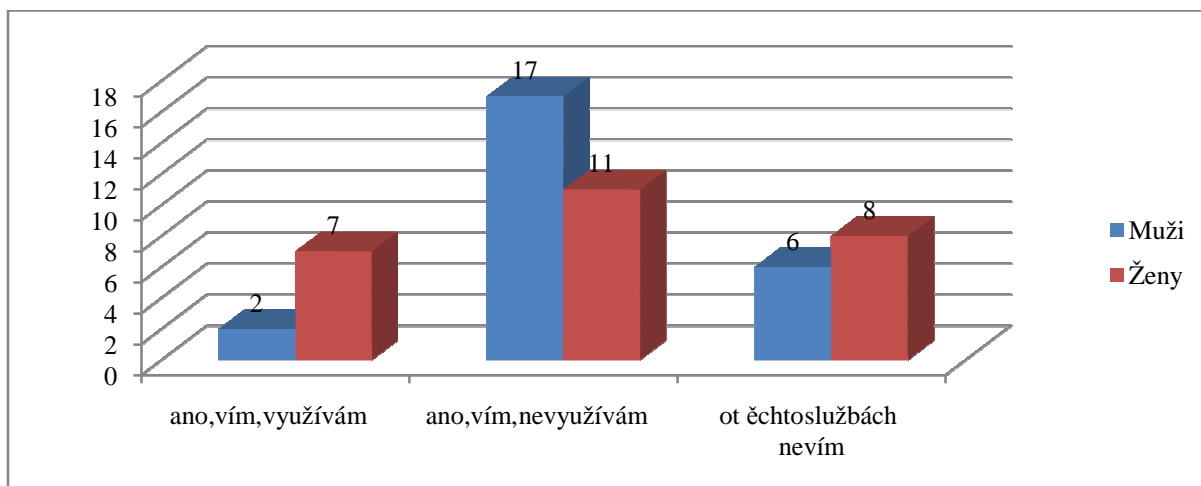
*Otázka č. 9: Víte o tom, že službu Czech POINT je možné využít i na pobočkách pošty (např. výpis z rejstříku, restituce, katastr nemovitostí, atd.)?*

**Tabulka 10: Povědomí klientů o službě Czech POINT dle věku klienta (v%)**

	Méně než 18 let	18-30 let	31-60 let	61 let a více	Všechny věkové kategorie
Ano, vím, tyto služby využívám	0%	17%	31%	17%	18%
Ano, vím, ale tyto služby nevyžívám	37%	55%	61%	58%	55%
O těchto službách neví	63%	28%	8%	25%	27%

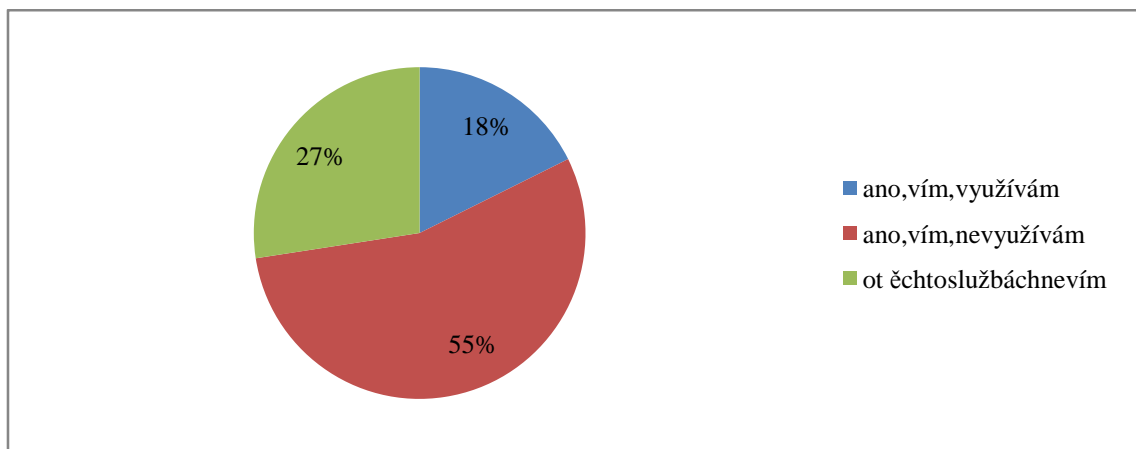
Službu Czech POINT využívají nejčastěji klienti mezi 31 a 60 lety. Informovanost o této službě je mezi věkovými skupinami poměrně vyrovnaná, výjimku tvoří skupina do 18 let, kde je povědomí o této službě slabší, nikdy o ní neslyšelo 63% respondentů. Nejlépe informovanou skupinou je tedy mezi 31 a 60 lety.

**Graf 20: Pov ědomíklienta oslužb ě CzechPOINT dle pohlaví**



Službu CzechPOINT využívá výrazn ě více slovených žen než muž ů, zatímco více muž ů než žen oslužb ě ví, ale nevyžívá ji. Ot ěto oslužb ě neslyšelo srovnateln ě množství muž ů a žen.

**Graf 21 : Pov ědomíklienta oslužb ě CzechPOINT bezohledu na segmenta ění kritéria (v%)**



O služb ě Czech POINT ví 73% dotázaných, a 18% ji aktivn ě využívá. 27% respondent ů o ní nikdy neslyšelo. Pov ědomí respondent ů o této služb ě je tedy pom ěrn ě špatn ě vzhledem k pozornosti, která byla této služb ě v ěnován av médiích.

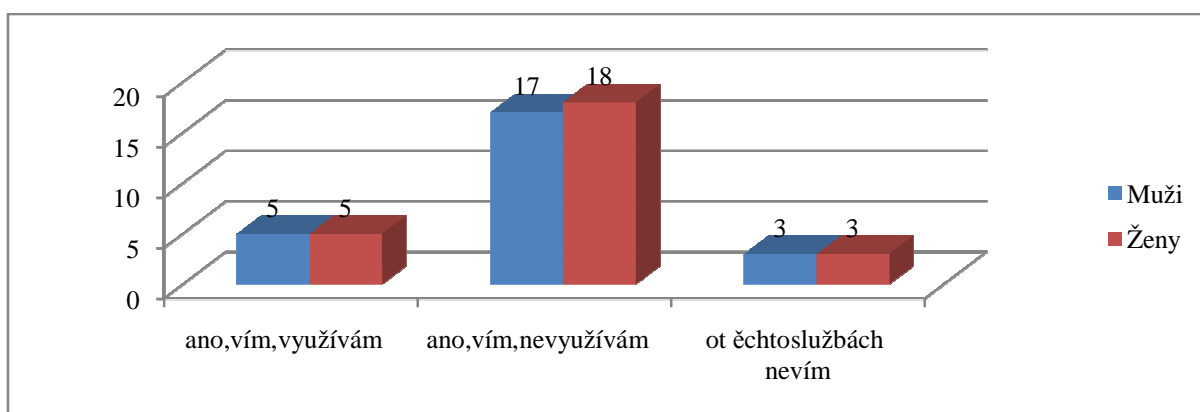
Otázka č. 10: Víte o možnosti využití služeb aliančních partnerů České pošty (Poštovní spořitelna, Sazka, Česká pojišťovna, ČSOB, Home Credit, Českomoravská stavební spořitelna) napoběžkách pošty?

Tabulka 11: Povědomí zákazníků o službách aliančních partnerů ČP dle věku zákazníka (v%)

	Méně než 18let	18-30 let	31-60 let	61 let a více	Všechny věkové kategorie
Ano, vím, tyto služby využívám	0%	22%	23%	25%	19%
Ano, vím, ale tyto služby nevyžívám	62%	61%	77%	75%	69%
O těchto službách nevím	38%	17%	0%	0%	12%

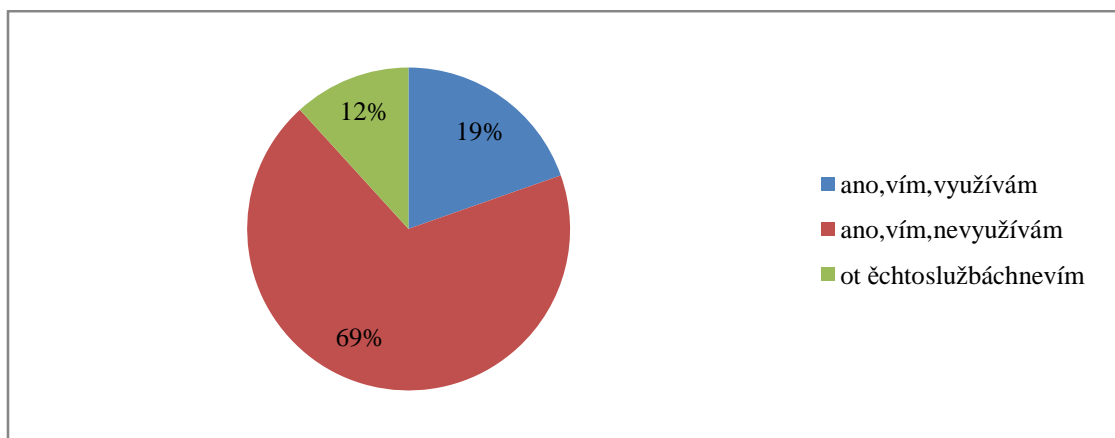
Povědomí o službách aliančních partnerů ČP i jejich aktivní využívání stoupá přímo úměrně s věkem klientů, nejvíce respondenti tedy o těchto službách ví nebo je dokonce využívá v kategorii nad 61 let. Naopak největší neznalost jsem zaznamenala ve skupině dotázaných méně než 18let.

Graf 22: Povědomí zákazníků o službách aliančních partnerů ČP dle pohlaví zákazníka



Dotázaní muži i ženy mají o službách aliančních partnerů ČP vyrovnané znalosti.

**Graf23: Povědomí zákazníka o službách aliančních partnerů ČP bez ohledu na segmentační kritéria (v%)**



Informovanost o službách aliančních partnerů je mezi respondenty poměrně dobrá, 88% z nich o této možnosti ví a 19% ji využívá. Pouze 12% o těchto službách nikdy neslyšelo.

## 4 BUDOUCNOST ČESKÉ POŠTY, S.P.

ČP bude muset v budoucnosti čelit novým výzvám. Čeká ji transformace na akciovou společnost případně privatizace, nezbytné investice do modernizace poboček a autoparku. Musí čelit stále silnější konkurenci a připravit se na úplnou liberalizaci poštovních trhů v roce 2013. Výrazné změny postihnou i služby poskytované ČP. To, jak se ČP stěžíto výzvami vypořádá, bude určovat její budoucí roli na trhu v oblasti poštovních služeb.

### 4.1 Česká pošta jako akciová společnost<sup>42</sup>

První návrh na transformaci ČP na akciovou společnost vyslovil ministr informatiky Vladimír Mlýná již v roce 2004. Ačkoliv tento návrh nebyl schválen, myšlenka přeměny ČP na akciovou společnost nezanikla. V roce 2006 v této myšlence pokračovali nový ministr informatiky Ivan Langer, který uvažoval i o následné privatizaci ČP. Roku 2006 dozorčí rada ČP projednala návrh na transformaci ČP na akciovou společnost a dalším rozpracováním návrhu pověřila generálního ředitele ČP. Rokem 2006 tedy začaly vnitřní přípravy ČP na transformaci. Těmito změnami rozumíme zejména změny v organizační struktuře a vedení ČP a optimalizace počet pracovních míst a zefektivňování práce spojené se zefektivněním práce zaměstnanců ČP. Následující rok byl návrh schválen usnesením vlády ze dne 18. července 2007 č. 836, o přeměně České pošty, s. p. na akciovou společnost. K transformaci mělo dojít do konce roku 2008, tento plán se ale opět uskutečnit nepodařilo. Další termín transformace ČP byl stanoven na rok 2009. Vzhledem k politické situaci v České republice<sup>43</sup> byl tento plán odložen na dobu neurčitou. Ministr vnitra Martin Pecina oznámil, že transformace ČP není prioritou této úřednické vlády a bude ponechána až vládě politické. „*Ministr vnitra Martin Pecina požádal ministra financí o ukončení transformace podniku.*“<sup>44</sup>

<sup>42</sup> <<http://finweb.ihned.cz/c1-19239300-ceska-posta-by-se-mela-stat-akciovkou>>, <<http://www.finexpert.cz/default.aspx?section=3&server=1&article=17515>>, <[http://ekonomika.idnes.cz/ceska-posta-pocka-s-premenou-na-akciovku-fd2-ekoakcie.asp?c=A091030\\_095248\\_ekoakcie\\_spi](http://ekonomika.idnes.cz/ceska-posta-pocka-s-premenou-na-akciovku-fd2-ekoakcie.asp?c=A091030_095248_ekoakcie_spi)>

<sup>43</sup> Na jaře roku 2009 byla stávající politická vláda Mirka Topolánka vyslovená nedůvěra. Nejsilnějšími politickými stranami byla sestavena úřednická vláda pod vedením Jana Fišera. Tato vláda bude působit až do řádných voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu, které se uskuteční 28. s 29. května 2010.

<sup>44</sup> citováno z: <[http://www.lidovky.cz/transformace-posty-konci-zustane-statni-fp5-/ln\\_noviny.asp?c=A091031\\_000052\\_ln\\_noviny\\_sko&kklic=233997&mes=091031\\_0](http://www.lidovky.cz/transformace-posty-konci-zustane-statni-fp5-/ln_noviny.asp?c=A091031_000052_ln_noviny_sko&kklic=233997&mes=091031_0)>



Transformace ČP ze státního podniku na akciovou společnost musí být provedena zákonem v souladu se zákonem č. 91/1991 Sb. o podmínkách převodu majetku státu na jiné osoby. „*Pozměněna akciovou společnost se poštama měla řídit obchodním zákoníkem. Stát jako její stoprocentní akcionář také mohl její akcie případně prodat. Na budoucí privatizaci podniku však mezi politickými stranami nepanuje jednotný názor a nebylo o ní rozhodnuto.*“<sup>45</sup>

„*Stát si musí ujasnit budoucí koncepci. Může si poštu ponechat, protože je to strategická infrastruktura. Nebo se rozhodnout vpuštění strategického partnera a je pak otázkou, v jaké míře. Další alternativou jsou finanční investoři.*“<sup>46</sup>

Po převodu ČP na akciovou společnost proběhnou i zákonné změny ve vedení firmy. Generálního ředitele vystřídá v roli statutárního orgánu představenstvo, jehož členové musí být zapsáni v obchodním rejstříku. Vrcholným orgánem je valná hromada skládající se z akcionářů.

Transformace státní pošty na akciovou společnost a následná privatizace není ve světě nová myšlenka, již v minulosti k tomuto kroku některé státy přistoupily. Například německá Deutsche Post byla privatizována již v roce 1995. Roku 2007 byla privatizována Japonská pošta.

Transformace a následná privatizace přinese mnoho pozitivních, ale i negativních změn. Zkušenosti z zahraničí ukazují, že po privatizaci se výrazně zvýší kvalita služeb ve větších městech, ovšem v malých obcích je tomu právě naopak, jelikož je zde malá poptávka, tedy nikomu se zde nevyplatí investovat.<sup>47</sup>

Transformace by měla přinést také zjednodušení přílišné byrokracie, ke které státní podniky inklinují.

## 4.2 Plány České pošty, s.p. do budoucnosti

16. 6. 2009 byla v Praze v nákupním středisku EDEN otevřena pobočka ČP, která měla veřejnosti ukázat nové trendy, které chce ČP v budoucnu preferovat. „*Česká pošta je součástí kritické infrastruktury státu, řada jejích služeb se tak propojuje s výkonem státní*“

<sup>45</sup> citováno z: <[http://www.lidovky.cz/transformace-posty-konci-zustane-statni-fp5-/ln\\_noviny.asp?c=A091031\\_000052\\_ln\\_noviny\\_sko&klic=233997&mes=091031\\_0](http://www.lidovky.cz/transformace-posty-konci-zustane-statni-fp5-/ln_noviny.asp?c=A091031_000052_ln_noviny_sko&klic=233997&mes=091031_0)>

<sup>46</sup> citováno z rozhovoru s bývalým generálním ředitelem ČP Karlem Kratinou: <[http://ekonomika.ihned.cz/c3-22629810-001000\\_d-ceska-posta-musi-nabrat-spek](http://ekonomika.ihned.cz/c3-22629810-001000_d-ceska-posta-musi-nabrat-spek)>

<sup>47</sup> <[http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/publ\\_izurnal/\\_zprava/274841](http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/publ_izurnal/_zprava/274841)>

správy. Určitě je proto dobře, že se ČP rozhodla namátkově, ale cíleně vymanit z doby reálného socialismu. Nová pošta má parametry nejmodernějších poboček evropských poštovních operátorů.<sup>48</sup>

#### 4.2.1 ČP a její plány do budoucna<sup>49</sup>

- *Jednotnost poboček* - Podoba poboček ČP dodnes postrádá jednotnost. Tento problém je částečně důsledkem působení samostatných odštěpných závodů (zrušeny roku 2008). ČP do budoucna plánuje design všech svých poboček sjednotit.
- *Nové technologie* - „Svojí pobočkou v Edenu se Pošta přihlásila ke konceptu „The Branch of the Future“ – pobočka do budoucna a vybudovala ji vsouladu s nejmodernějšími trendy. Unikátní informační a odbavovací systém spolu s novou konstrukcí řepážek a celkovým pojetím prostoru, mají jednoznačně přispět k tomu, aby se zákazník na poště cítil dobře a vrozumitelně se dostal všechny potřebné informace. Zobrazovací LCD displeje u řepážek jsou flexibilním komunikačním nástrojem, který ovládá pracovník řepážky z dotykové obrazovky IP telefonu.“<sup>50</sup>
- *Otevřené řepážky* - Ač pošta v minulosti sledovala trend přehesně opačný, do budoucna by chtěla na pobočkách odstranit skla mezi pracovníkem a klientem. ČP tím chce dosáhnout uvolněnější komunikace a přátelské atmosféry.
- *Nové uniformy* - Zvláštní zkušenosti mohou potvrdit, že stávající stejno kroje zaměstnanců ČP jsou ušity z umělých a nekvalitních materiálů, což je zejména v létě velmi nepohodlné. Ani celkový nmoderní vzhled stejno kroje nedělá dobrý dojem a nekorresponduje s esnou ČP, „image“ moderní firmy. Nové uniformy jsou tedy velmi důležitým aspektem modernizace ČP.

#### 4.2.2 Osobní hodnocení plánů ČP do budoucna

Ač jsou výše uvedené modernizace zejména pro ČP nezbytné, dle mého názoru nejsou až na jednotnost poboček a otevřené řepážky v nejbližší době realizovatelné. Zejména bod modernizace technologií je spíše utopie, nežli realizovatelným cílem. Ke 2. 3. 2010 disponovala ČP 3372 pobočkami, počet poštovních řepážek je tedy několikrát násobně vyšší. Návrh, že by každá řepážka měla být opatřena LCD displejem a

<sup>48</sup> prohlášení ministra vnitřní věci Martina Peciny citováno z: <<http://www.cpost.cz/cz/aktualne/tiskove-zpravy/2009/ceska-posta-meni-tvar-id27581/>>

<sup>49</sup> <<http://www.cpost.cz/cz/aktualne/tiskove-zpravy/2009/ceska-posta-meni-tvar-id27581/>>

<sup>50</sup> citováno z: <<http://www.cpost.cz/cz/aktualne/tiskove-zpravy/2009/ceska-posta-meni-tvar-id27581/>>

navíc každý pracovník přepážky vybaven IP telefonem v nejbližší době není realizovatelný, ať už kvůli pořízovací ceně přístrojů a ceně jejich instalace, tak kvůli složitosti školení zaměstnanců na tento nový systém. Nové uniformy jsou sice nutné, ovšem při počtu 36827 zaměstnanců, přičemž 26265 z nich má na stejnokroj nárok, je tentocílem, stejně jako modernizace poboček, realizovatelná až za delší dobu.

Problém, na který může ČP při realizaci svých snah o modernizaci narazit, je i konzervatismus některých zaměstnanců. Ne všichni o změně stojí a ČP se jistě setká i s neochotou využívat nové technologie i stejnokroj.

I mezi klienty se jistě najde mnoho lidí, kteří změně neuvítají. Bude to zejména starší generace a konzervativní jedinci, kteří na většinu změn reagují negativně. Problémem bude nová podoba poboček i samotných zaměstnanců a zejména moderní technologie, které budou napoštěch využívány.

Za realizovatelné změny považují jednotnost poboček a otevřené přepážky, zejména proto, že tyto změny jsou nejméně náročné jak finančně, tak i na samotnou realizaci.

Nesnadnou realizaci cílů, kterými ČP vytyčila, potvrzuje i fakt, že o otevření první moderní pobočky v červnu roku 2009 ČP požádání jiné podobné pobočce neinformovala. Já osobně jsem také žádnou výraznější modernizaci přívědvouleté pracovní činnosti pro ČP nezaznamenala.

### **4.3 Osobní návrh na modernizaci České pošty, s.p. v budoucnosti**

- *Bezbariérový přístup* - Pokud chce ČP působit na veřejnost jako moderní společnost, měla by se při přestavbách svých poboček inspirovat u moderních bankovních domů a zaměřit se i na umožnění bezbariérového přístupu. Počet poboček, kam se bez problémů mohou dostat lidé tělesně postižení nebo také zákazníci s dětským kočárkem je dnes značně omezen. Problém spočívá zejména v tom, že většina poboček ČP se nachází v budovách staršího data a i po rekonstrukci by zde bezbariérový přístup byl značně problematický a musel by se řešit například pomocí nájezdových ramp a zvedacích plošin. Pobočky umístěné v novostavbách už obvykle bezbariérovým přístupem vybaveny bývají, zde se jedná obvykle o výtahy.

- *Nový systém APOST* - APOST (automatizovaná pošta) je softwarový systém využíváný ČP od jejího vzniku v roce 1993 až dodnes. APOST je založený na operačním systému Linux. Během času tato textová aplikace doznala pouze několika málo modernizací. Výhodou tohoto systému jsou zejména nízké náklady na hardware, jehož obnova by při pořízení počítačů dosahovala astronomických částek, dále jednoduchá rychlá instalace, poměrně jednoduchá údržba a obnova a možnost připojení libovolné periferie (tiskárna, čtečka karet, váha, atd.).

Osobně mám se systémem APOST pracovní zkušenosti a dle mého názoru by ČP měla v budoucnu tento software výrazně modernizovat. Jako největší problém vidím skutečnost, že v tomto systému nelze vykonávat více činností zároveň. Například pokud pracovník přepážky zapisuje zásilky na uložení do systému a přijde zákazník, pracovník musí „vyskočit“ do menu a „otevřít“ přepážku. Aby ji „otevřel“, musí se do systému přihlásit. Pokud chce opět zapisovat zásilky, musí „vyskočit“ z přepážky, v menu vybrat zapisování zásilek a opět se přihlásit. Tento postup je zbytečně zdlouhavý a zdržuje jak pracovníka, tak klienta. Osobně bych uvítala možnost mít na monitoru spodní lištu, na které bude několik oken, mezi kterými lze jednoduše překlíkávat, jak je to například u operačního systému Windows. V jednom okně by se například „otevřela“ přepážka a ve druhém zapisování zásilek. Pracovník by tak ušetřil čas jak svému, tak klienta.

Ani navzdory systému APOST modernizace moc patrné nejsou. Graficky se tento systém zastavil v dobách MSDOS, kterému je výrazně podobný. Na černém pozadí je text v bílé, žluté a zelené barvě. Zpracování namodernější grafice APOST by jistě přispělo k zlepšení pracovní činnosti.

#### 4.4 Hospodaření České pošty v budoucnu

Pokud opravdu jde o výše uvedený minovací plán investicím, bude mít zásadní vliv i na konečnou podobu hospodářského výsledku ČP. Zejména náklady na nové technologie výrazně snižují zisk. Kvůli elektronizaci se budou snižovat výnosy z poštovních služeb. Plánovaný hospodářský výsledek ČP pro rok 2010 je pouze mírný zisk. Aby ČP v následujících letech nebyla ve ztrátě, je nutné vytvářet nové výnosy, tedy vytvářet nové projekty a služby, zejména na poli služeb balíkových a elektronických, prohlubovat spolupráci s internetovými a zásilkovými obchody a jinými firmami. Další možností je

odprodej části nemovitostí, jimiž ČP disponuje. Tomu ovšem brání právní forma ČP, prodej lze uskutečnit pouze se souhlasem vlády. Tento mechanismus by se zjednodušil transformací na akciovou společnost.<sup>51</sup>

## 4.5 Poštovní síť

ČP bude i v budoucnu snižovat počet svých poboček v malých obcích. Redukce by ale měla být mnohem znatelnější než v posledních letech, kdy ČP sice avizovala snížení počtu, ale reálně se tato změna dotkla pouze několika poboček. Jelikož velké množství menších pošt znamená pro ČP výraznou ztrátu, čím rychleji se situace vyřeší, tím lépe pro ekonomickou situaci ČP. Absence poboček v malých obcích by pak ČP mohla vyřešit například motorizovanými poštami nebo franšízami<sup>52</sup>. Osobně bych navrhovala spolupráci ČP s obecními úřady. Tedy že pracovník obecního úřadu by v určitých hodinách poskytoval poštovní službu v omezeném rozsahu přímo na půdě obecního úřadu. Tím by se zachovala „jednotnost“ a snadná dostupnost. Navíc charakter práce pracovníka řepážky a úředníka na obecním úřadě si je v mnohých aspektech podobný a úředník by tedy neměl mít výraznější problémy se zaučněním na tuto práci. ČP by ovšem musela poskytovat své know-how z důvodů specifických postupů.

Naopak budou budovány nové pobočky ČP v místech, kde je poptávka a poštovní služba dříve souběžně dostupné. To se týká zejména východních poštovních center nebo okrajových částech velkých měst, kde výrazně přibývá obyvatelstvo (satelitní městečka).

## 4.6 Zaměstnanci

V budoucnu bude docházet jak k celkovému poklesu počtu zaměstnanců ČP, tak i ke změnám ve struktuře pracovních míst u ČP. Vzhledem k předpokládanému úbytku listovních zásilek by mělo dojít k úbytku přešlých doručovatelů a úbytku listovních přepážek, tedy i pracovníků těchto řepážek. Zároveň ale bude větší potřeba zaměstnanců, kteří budou zpracovávat elektronické služby, které budou mít v budoucnu čím dál výraznější postavení. Tito zaměstnanci budou pravděpodobně pocházet zejména

---

<sup>51</sup><<http://www.e15.cz/nazory/rozhovory/marcela-hrda-posta-uz-jen-z-cisteho-postovniho-byznysu-ziva-nebude>>

<sup>52</sup>podrobněji v části 2.1.3 „Rušení poboček“

zvnitřních zdrojů ČPanebudou v průměru osobním kontaktem se zákazníkem. Optimalizace počtu zaměstnanců by měla vést také ke zvyšování jejich produktivity.

*„V minulosti jsme například měli vedoucí, kteří řídili dva pracovníky. To budeme rušit a vytvoříme celky nejméně osmi lidí. Budeme hledat místa, která jsou duplicitní a která nám nová technologie umožní zredukovat. Pošta ale bude naopak potřebovat rozvíjet některé činnosti a nabírat na nové lidi. A vždycky bude potřeba pracovat pracovníky pro přímý kontakt se zákazníky.“*<sup>53</sup>

#### 4.7 Konkurence a ztráta monopolu

Dnes má ČP ze zákona stanoven monopol na některé poštovní služby, a to na dodání vnitrostátních zásilek do hmotnosti 50 gramů a do ceny 18 Kč. Roku 2008 byl Evropským parlamentem schválen návrh liberalizace poštovních trhů v Evropě, který má vejít v platnost roku 2011. *„Smyslem návrhu bylo posílení hospodářské soutěže, které povede k tlaku na snižování cen a z kvalitativní úrovni doručovatelských služeb.“*<sup>54</sup> Směrnice stanovuje, že zásilky musí být doručovány minimálně jednou denně, pět dní v týdnu. *„Návrh dále stanovuje, že tyto služby musí být zaručeny i v řídky obydlených oblastech a jejich cena se nesmí lišit od cen služeb poskytovaných ve městech. Jde o tzv. požadavek poskytování univerzální služby.“*<sup>55</sup> Některé členské země, mezi nimiž Česká republika, si vyjednaly odklad, a úplná liberalizace poštovních služeb zde bude uskutečněna až roku 2013.

V praxi to tedy znamená, že od roku 2013 mohou zájemci doručovat listovní zásilky do 50 gramů nebo 18 Kč doručovat i jiné firmy než ČP. Domnívám se ale, že aby se jiným firmám vyplatilo doručovat listovní zásilky a zároveň by byly schopny cenově konkurovat ČP, musely by tyto zásilky doručovat ve velkém objemu, k čemuž potřebují širokou síť poboček, kterou vsou časnosti žádný konkurent ČP nedisponuje. Nemyslím si, že by v nejbližší době některý konkurent ČP chtěl vstoupit na trh právě emitovanými službami, jelikož tato oblast není ekonomicky příliš atraktivní.

<sup>53</sup> citováno z rozhovoru s bývalým generálním ředitelem ČP Karlem Kratinou:

<[http://ekonomika.ihned.cz/c3-22629810-001000\\_d-ceska-posta-musi-nabrat-spek](http://ekonomika.ihned.cz/c3-22629810-001000_d-ceska-posta-musi-nabrat-spek)>

<sup>54</sup> citováno z: <<http://www.euractiv.cz/ekonomika-a-euro/clanek/evropsky-trh-s-postovnimi-sluzbami-se-otevire-v-roce-2011-v-cr-o-dva-roky-pozdeji0>>

<sup>55</sup> citováno z: <<http://www.euractiv.cz/ekonomika-a-euro/clanek/evropsky-trh-s-postovnimi-sluzbami-se-otevire-v-roce-2011-v-cr-o-dva-roky-pozdeji0>>

Zvyšující se míru konkurence naopak očekávám v oblasti přepravy balíků. Již dnes je to oblast, kde ČP musí čelit nejvíce konkurentům. Pokud se některé z konkurenčních dopravců podaří dosáhnout stejné nebo nižší ceny než má ČP, mohl by tento konkurent vystřídat ČP na pozici lídra v balíkové přepravě. ČP by zůstala výhodou snadnější dostupností, což by se ovšem mohlo změnit, pokud by tento konkurent rozšířil síť svých poboček.

## 4.8 Budoucnost služeb České pošty, s.p.

ČP bude na poli služeb nucena podnikat mnoho změn. Některé služby vzhledem k malé poptávce budou obudobou výrazně klesat, až postupně zaniknou. Některé služby by naopak teprve čekají na svůj největší rozkvět. Některé služby budou muset projít výraznou transformací, aby si své postavení udržely. Neustále se objevující nové technologie povedou k vytváření nových moderních služeb, zejména na poli e-slужeb. ČP bude do budoucna navazovat spolupráci s novými strategickými partnery. Vývoj je nezadržitelný a nevyhne se ani takovému kolosu, jakým je ČP.

### 4.8.1 Listovní zásilky

Mezi lety 2007 a 2008 došlo k meziročnímu poklesu objemu přepravených listovních zásilek pouze o 6,4%. V následujících letech předpokládám mnohem výraznější pokles objemu listovních zásilek. Důvodem je nezadržitelný rozvoj elektronických komunikací. Je možné, že v horizontu několika desetiletí dojde k úplnému zániku listovních služeb, jelikož veškerá písemná komunikace bude probíhat prostřednictvím e-mailů, SMS nebo jiných elektronických prostředků. Dle mého názoru drobná poptávka po listovních službách přetrvá ještě dlouhá desetiletí, jelikož po čítačové gramotnosti ještě není, zejména mezi starší generací, na takové úrovni, aby elektronická komunikace zcela nahradila tu tradiční listovní. Navíc mnoho lidí bude i v budoucnu dávat přednost například k Vánocům v podobě klasické pohlednice, než prostřednictvím SMS nebo e-mailu. Výrazný pokles nebo dokonce zánik listovních služeb by nutně vedl i k poklesu počtu nebo úplnému zrušení listovních peších doručovatelů, listovních přepráček a tedy i zaměstnanců těchto přepráček a také ke zrušení poštovních schránek.

Dle mého názoru firmy, které budou chtít i nadále využívat listovních služeb, budou místo klasického podání na poštách využívat s větší možností Hybridní pošty, tedy on-line podání dopisů.

Aktuálním příkladem vlivu elektronické komunikace na poštovní služby je zrušení služby Telegram k 1.4.2010, jelikož tato služba dnes již postrádala smysl. „Zarok 2009 přijali pracovníci 3337 poboček Pošty od občanů celkem 756 telegramů. Tedy v průměru 63 telegramy měsíčně na celém území republiky.“<sup>56</sup> Velmi malý počet telegramů mohl být potvrzen osobní pracovní zkušeností pro ČP, většina telegramů byla podána nemocnicemi nebo soudy. Důvodem pro zánik telegramů byla jejich velmi vysoká cena, samotné podání stálo 75 Kč, každé slovo pak dalších 5 Kč. Jako náhradu telegramu lze z poštovních služeb využít například obyčejného nebo doporučeného dopisu, služby EMS, Postfax nebo Dopis Online.

#### 4.8.2 Balíky

Balíkové služby jsou jednou ze služeb, které jsou z ekonomického hlediska do budoucna nejvíce perspektivní. Zejména bych ČP doporučil, aby intenzivněji spolupracoval s internetovými a zásilkovými obchody a nabízel jim takové podmínky, zejména výrazné množstevní slevy, aby neměly důvod přecházet ke konkurenci. Výhodné slevy by jistě vedly k většímu využívání služeb ČP a obchody by mohly snížit cenu poštovní, které musí jejich zákazník zaplatit. Jelikož vysoké poštovní je častým důvodem, proč někteří lidé z internetových obchodů neobjednávají, mohlo by jeho snížení podpořit využívání internetových obchodů, což by následně znamenalo větší tržby pro ČP.

Velký potenciál vidím také v kurýrních službách. Dnes je tato služba limitována pouze na hlavní město. Navrhovala bych kurýrní službu ČP rozšířit i do dalších měst, kde je velké množství větších podavatelů, kteří by uvítali možnost nemuset kvůli podání balíky vozit na pobočku ČP, ale auto ČP by balíky vyzvedlo přímo u sídla podavatele. Domnívám se, že absence kurýrní služby je jedním z důvodů, proč větší podavatelé čím dál častěji využívají služby konkurence, která svoji praktikuje automaticky.

#### 4.8.3 Peněžní služby

Peněžní služby dle mého názoru nebudou v budoucnu klíčovými produkty ČP. Důvodem je stále se rozšiřující internetové bankovníctví a bezhotovostní platby, díky čemuž lidé už bankovní instituce téměř nemusí navštěvovat. Pomocí internetového bankovníctví lze platit jak složenky, tak i SIPO, zákazník tak vůbec nemusí chodit na poštu. Domnívám se, že do budoucna zánik nepoukázka C, tedy peníze poslané na adresu, a tím pádem i poukázka B, jelikož podobné platby budou probíhat pouze bezhotovostně.

<sup>56</sup> citováno z: <<http://www.cpost.cz/cz/aktualne/tiskove-zpravy/2010/0/telegramy-na-ceske-poste-po-160-letech-konci-id29958/>>



#### 4.8.4 Služby pro veřejnou správu

Dnes ČP provozuje Datové schránky, služby CzechPOINT a Informační systém o veřejných zakázkách. Do budoucna by ČP mohla provozovat i další služby pro veřejnou správu.

*„Můžeme se postavit do role určitěho konsolidátora služeb v oblasti informačních technologií pro vícero státních institucí. Dnes spravujeme komunikační infrastrukturu ministerstva vnitra, umím si představit, že podobné služby nabídneme i dalším institucím za předem stanovených podmínek. Jsme na to vybaveni. Určitě bychom uměli spravovat i některé druhy registrů.“<sup>57</sup>*

#### 4.8.5 Alianční partneři

ČP by i do budoucna měla pokračovat ve spolupráci se stávajícími aliančními partnery. Zároveň by mohla navázat spolupráci s dalšími perspektivními firmami. Osobně bych navrhovala například sázkovou kancelář zaměřenou na výsledky sportovních utkání. Jelikož ČP má již zkušenosti se službami pro Sazku, byla by tato spolupráce dle mého názoru poměrně snadno realizovatelná. ČP by dále mohla spolupracovat i s dalšími pojišťovnami a bankami.

#### 4.8.6 E-sloužby

E-sloužby jsou oblast, které musí ČP do budoucna věnovat zvýšenou pozornost. Navrhovala bych například rozšířit systém IZIP i na ostatní velké zdravotní pojišťovny. Možnost registrovat se do systému a získat výpis ze své elektronické zdravotní knížky by tak měla být i klienti jiných zdravotních pojišťoven včetně Všeobecné zdravotní pojišťovny.

ČP plánuje do budoucna informovat své klienty o příchodu zásilky prostřednictvím SMS nebo e-mailu. Otázkou ovšem je, do jaké míry se ČP podaří získat údaje o telefonních číslech a e-mailových adresách. Mnoho zákazníků určitě nebude ochotný tyto osobní informace ČP poskytnout.

V budoucnu by měl klient mít možnost pomocí SMS, e-mailu nebo internetového formuláře si příchod zasilky nechat přeposlat na jinou poštu nebo adresu, například do místa, kde pracuje, aby si zasilku mohl vyzvednout popracovní době, nebo třeba v polední přestávce.

---

<sup>57</sup> citováno z rozhovoru s generální ředitelkou ČP Marcelou Hrdou:  
<<http://www.e15.cz/nazory/rozhovory/marcela-hrda-posta-uz-jen-z-cisteho-postovniho-byznysu-ziva-nebude>>

#### 4.8.7 Nové možnosti České pošty, s.p.

ČP uvažuje nad možností, že by v budoucnu mohla vydávat vlastní noviny. „Vydávání novin je spojeno s velkými náklady na distribuci, a tu my máme vlastní a můžeme to dělat z režii.“<sup>58</sup> ČP by tak ušetřila za vlastní reklamu a ve svých novinách by mohla reklamu poskytovat i ostatním subjektům. Jak poskytování reklamy, tak i prodej vlastních novin by do budoucna mohly pro ČP znamenat významné výnosy.

Další možností, kterou ČP připoustí, je rozšíření sortimentu léků. „Zabýváme se tím, protože náš vozový park je vyčerpán jen v určitých hodinách. Zajímá nás oblast volně distribuovatelných léků, a to hlavně v místech, kde je špatná dopravní obslužnost a kde je málo lékáren. Akdyby se podařilo, že léky budou předepisovány na elektronický recept, tak by pošta mohla dostat kopii od lékaře, připravit podle ní zásilku pro zákazníka a pak mu ho doručit i proti jeho receptu. Samozřejmě nechceme vést obchodní válku s lékárnami. Víme, že existují léky, kde lidé potřebují radu lékárníka.“<sup>59</sup>

Osobně bych ČP navrhovala využít prostor poboček k poskytování reklamy i pro jiné subjekty než jen alianční partnery. Formou by mohly být například plakáty na nástěnkách nebo i distribuce letáků zákazníkům ČP. Pobočky pošty jsou hojně navštěvovanými místy, proto se domnívám, že mnoho firem by bylo ochotno ČP zaplatit za tento druh reklamy.

---

<sup>58</sup> citováno z rozhovoru s bývalým generálním ředitelem ČP Karlem Kratinou: <[http://ekonomika.ihned.cz/c3-22629810-001000\\_d-ceska-posta-musi-nabrat-spek](http://ekonomika.ihned.cz/c3-22629810-001000_d-ceska-posta-musi-nabrat-spek)>

<sup>59</sup> citováno z rozhovoru s bývalým generálním ředitelem ČP Karlem Kratinou: <[http://ekonomika.ihned.cz/c3-22629810-001000\\_d-ceska-posta-musi-nabrat-spek](http://ekonomika.ihned.cz/c3-22629810-001000_d-ceska-posta-musi-nabrat-spek)>

## ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo popsat historii poštovníctví a poštovních služeb, činnost, postavení a služby České pošty, s.p. a jejich možný vývoj a budoucnost v oblasti.

V historické části je patrná paralela se současnou činností České pošty, s.p., a to především v oblasti poštovních služeb, z nichž některé jsou využívány podlouhá staletí až dodnes.

V současnosti se Česká pošta, s.p. intenzivně připravuje na transformaci na akciovou společnost. Probíhá proces optimalizace počtu pracovních míst a snižování počtu poboček. V práci byla popsána problematika rušení ztratových poboček v malých obcích, jejímž řešením, které bude výhodné jak pro Českou poštu, s.p., tak pro místní obyvatele, se mohou stát franšízovním obchodem, spoluprácesobecním úřadem a nebo zavedení motorizovaných pošt.

Dotazníkové šetření bylo provedeno na vzorku 51 respondentů. Toto šetření odhalilo až překvapivě vysokou spokojenost zákazníků se službami České pošty, s.p., přestože většina dotázaných se při jejich využívání setkala s nějakým problémem. Významným výsledkem šetření byla také nízká míra informovanosti respondentů o „netradičních“ službách České pošty (e-slужby, Czech POINT, služby aliančních partnerů), s.p. Zejména informovanost o e-slужbách a Czech POINTu by měla být pro Českou poštu, s.p. alarmující a Česká pošta, s.p. by měla zapracovat na jejím zlepšení. Významným trendem dnešní doby, který se zásadně dotýká České pošty, s.p. je neustále se zvyšující objem objednávek ze zásilkových a internetových obchodů. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že Česká pošta, s.p. je stále jednoznačně nejvyužívanějším dopravcem v této oblasti.

V blízké budoucnosti čeká Českou poštu, s.p. řada důležitých změn, z nichž nejvýznamnější bude transformace ze státního podniku na akciovou společnost a liberalizace poštovních trhů, která bude v České republice realizována v roce 2013. Česká pošta, s.p. se i v budoucnosti bude snažit o zachování své vedoucí pozice v oblasti přepravy zásilek, ovšem s rostoucí konkurencí bude tento úkol stále obtížnější. Zásadní bude udržení nejnižší ceny na trhu a dobré dostupnosti. Česká pošta, s.p. do budoucna plánuje mnoho inovací, například modernizaci svých poboček a stejného kroje zaměstnanců. Tyto plánované změny jsem zhodnotila a přidala vlastní návrhy inovací, a to především zajištění bezbariérového přístupu a modernizaci systému APOST. Dále je popsán možný vývoj služeb České pošty, s.p. jak z pohledu České pošty, tak z pohledu uživatele.

## RESUMÉ

The aim of this thesis was to describe the history of the postal services in the world and in the Czech Republic, activities, situation and services of the Czech Post (state public enterprise) and its development in the future.

In the historical part is the visible parallel with the current activity of the Czech Post mainly in the sphere of postal services, a few of them are used for long centuries up to these days.

In the present, The Czech Post is deeply preparing the transformation from the state public enterprise to the joint-stock company. The process of the optimization of the number of employees and the reducing of the number of unprofitable branches in small towns is running over these days. The thesis deals with this problem which could be solved by franchises, the cooperation with the municipality or introduction of motorized post offices.

The research was realized through the use of the checklists and 51 respondents were addressed. This research revealed very high satisfaction with the services of the Czech Post, although the majority of the respondents were confronted with a problem during using them. The research also disclosed very low knowing about “untraditional” services of the Czech Post like the electronic services, Czech POINT and the services of alliance partners. Especially awareness of the electronic services and Czech POINT is alarming and the Czech Post should work on the improvement of the situation. The important trend of these days which touches the activities of the Czech Post is the increasing volume of orders from mail-order stores and e-shops. The research also proves that the Czech Post is still the most used transporter in this sphere.

In the near future, the Czech Post will pass through several important changes like the transformation from state-public enterprise to the joint-stock company and the liberalization of the postal markets which will be realized in the Czech Republic in 2013. The Czech Post will try to remain the leader in the sphere of the transport of parcels. The competition is still rising so the maintenance of the lowest price and good availability will be the most important aspects to stay the leader. The Czech Post is planning many innovations into the future like the modernization of the branches and uniforms of the employees. In this thesis, I assessed these innovations and added my own suggestions of innovations like barrier-free access and modernization of the APOST system. The thesis describes also the development of the services of the Czech Post.

## SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Množství přepravených listovních zásilek Československou poštou v období První republiky (v mil. ks).....	16
Tabulka 2: Množství doručených listovních zásilek poroče 1945.....	17
Tabulka 3: Množství přepravených balíkových zásilek Československou poštou v období První republiky.....	18
Tabulka 4: Vývoj průměrných měsíčních mezd zaměstnanců ČP v letech 2004-2008, porovnání s průměrnou mzdou v ČR.....	24
Tabulka 5: Doba doprav standardních psaní v letech 2004-2008.....	33
Tabulka 6: Porovnání cen ČP a konkurence při podání balíků do ČR.....	35
Tabulka 7: ČP jako dopravce zvolený zákazníky internetových a zásilkových obchodů v závislosti na věku zákazníka (v%).....	44
Tabulka 8: Spokojenost klientů s kvalitou služeb ČP v závislosti na věku klienta (v%).....	46
Tabulka 9: Povědomí klientů ČP o elektronických službách dle věku klienta (v%).....	50
Tabulka 10: Povědomí klientů ČP o službách Czech POINT dle věku klienta (v%).....	51
Tabulka 11: Povědomí zákazníků o službách aliančních partnerů ČP dle věku zákazníka (v%).....	53

## SEZNAM GRAFŮ

Graf1: Vývoj počtu poštovních zásilek v letech 2004-2009.....	22
Graf2: Průměrný počet zaměstnanců ČP v letech 2003-2008.....	23
Graf3: Zisk České pošty, s.p. v letech 1993-2008 před zdaněním (v mil. Kč).....	26
Graf4: Počet přepravených obyčejných doporoučených listovních zásilek v letech 1996-2008.....	32
Graf5: Počet přepravených balíčků v letech 2004-2008.....	34
Graf6: Počet říjatých poštovních poukázek v letech 2004-2008....	36
Graf7: Struktura respondentů dle věku a pohlaví.....	41
Graf8: Počet klientů využívajících jednotlivé služby ČP závislostí na věku.....	42
Graf9: Využívané služby ČP závislostí na pohlaví klientů.....	43
Graf10: Poměr využívaných služeb ČP bez ohledu na segmentační kritéria (v%).....	43
Graf 11: ČP jako dopravce zvolený zákazníky internetových a zásilkových obchodů v závislosti na pohlaví zákazníka.....	45
Graf 12: ČP jako dopravce zvolený zákazníky internetových a zásilkových obchodů bez ohledu na segmentační kritéria (v%).....	45
Graf13: Spokojenost klientů s kvalitou služeb ČP závislostí na pohlaví klienta.....	47
Graf 14: Spokojenost klientů s kvalitou služeb ČP bez ohledu na segmentační kritéria (v%).....	47
Graf 15: Počet zákazníků, kteří se při využívání služeb ČP setkali s jednotlivými problémy závislostí na věku.....	48
Graf16: Problémy, se kterými se zákazníci ČP setkali v závislosti na pohlaví zákazníka.	48
Graf17: Problémy, se kterými se zákazníci ČP setkali bez ohledu na segmentační kritéria (v%).....	49
Graf18: Povědomí klientů o elektronických službách ČP dle pohlaví klienta.....	50
Graf 19: Povědomí klientů o elektronických službách ČP bez ohledu na segmentační kritéria (v%).....	51
Graf20: Povědomí klienta o službě Czech POINT dle pohlaví.....	52
Graf21: Povědomí klienta o službě Czech POINT bez ohledu na segmentační kritéria (v%).....	52
Graf22: Povědomí zákazníků o službách aliančních partnerů ČP dle pohlaví zákazníka..	53
Graf 23: Povědomí zákazníka o službách aliančních partnerů ČP bez ohledu na segmentační kritéria (v%).....	54

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Franz von Taxis (1459-1517)

Příloha 2: Orientační směry hlavních zemských stezek počátkem 14. století

Příloha 3: Nejvyšší dvorští poštovní řád Vídně a rakouských dědičných zemích

Příloha 4: Poštovní trubka z 19. století s řadou šňůr rakouských barev

Příloha 5: Plechová poštovní schránka z poloviny 19. století

Příloha 6: Morseův telegrafní přístroj

Příloha 7: Jiří Stříbrný (1880-1955)

Příloha 8: Vývěšná štítková poštovní a telegrafní houč řadu z roku 1919 (Rožnov pod Radhoštěm)

Příloha 9: Výplatní stroj Postalia, 70. léta

Příloha 10: Schéma povinných služeb ČPI

Příloha 11: Schéma povinných služeb ČPII

Příloha 12: Schéma nepovinných služeb ČP

Příloha 13: Vzorek dotazníku použitého při dotazníkovém šetření

Příloha 14: Hlavní menu systému APOST (automatizovaná pošta)

## **SEZNAM ZKRATEK**

APOST – Automatizovaná Pošta

CADR – IS VZ US – Centrální Adresa – Informační Systém Veřejných Zakázek –  
Uveřejňovací Subsystem

CzechPOINT – Český Podací Ověřovací Informační Národní Terminál

ČD – Česká dráhy

ČP – Česká pošta

ČSOB – Československá Obchodní Banka

DHL – expresní kurýrní společnost

EMS – Express Mail Service

INCA – Interní Certifikační Autorita

IP – Internetový Protokol

ISOH – Informační Systém Odpadového Hospodářství

IZIP – elektronická zdravotní kartaproklienty Všeobecné zdravotní pojišťovny

LCD – Liquid Crystal Display

MHD – Městská Hromadná Doprava

MSDOS – Microsoft Disc Operation System

P.O.BOX – Post Office Box

PDF – Portable Document Format

PNS – Poštovní Novinová Služba

PPLCZ – Professional Parcel Logistic Česká republika

REP – Registrovaná Elektronická Pošta

PRON – Poštovní roznáškanovin

RIPM – Roznáška Informačních a Propagačních materiálů

SIPO – Soustředění Inkasa Plateb Obyvatelstva

VZP – Všeobecná Zdravotní Pojišťovna



## ANOTACE

<b>Jména a příjmení</b>	Martina Dalajková
<b>Katedra, fakulta</b>	Katedra aplikované ekonomie, Filozofická fakulta
<b>Název práce</b>	Poštovníctví – historie, současnost a budoucnost
<b>Vedoucí práce</b>	Doc. Ing. Jaromír Novák, CSc.
<b>Počet znaků</b>	117320
<b>Počet stránek</b>	14
<b>Počet titulů použité literatury</b>	34
<b>Klíčová slova</b>	Česká pošta, státní podnik, akciová společnost, zákazníci, služby, kvalita, konkurence, trendy, monopol, liberalizace, transformace, hospodaření, zaměstnanci
<b>Charakteristika diplomové práce</b>	<p>Cílem této bakalářské práce je zmapovat historii poštovníctví a poštovních služeb, současné postavení České pošty, s. p. a její služby, spokojenost s těmito službami a předpokládaný budoucí vývoj poštovníctví v České republice.</p> <p>Ke zjištění míry využívání služeb České pošty, s. p. a spokojenosti klientů s těmito službami bylo využito dotazníkové šetření. Dotazníkové šetření dále zkoumá informovanost respondentů o „netradičních“ službách České pošty, s. p.</p> <p>V části budoucnosti je popsán možný vývoj poštovníctví v České republice a budoucnostní doporučení autora.</p>

## SEZNAM PRAMEN Ů A POUŽITÉ LITERATURY

CIHELKOVÁ, Eva a kolektiv, *Světová ekonomika. Obecné trendy rozvoje*, nakladatelství C. H. Beck, 2009, 274 stran, ISBN 978-80-7400-155-0

ČTVRTNÍK, Pavel – GALUŠKA, Jan – TOŠNEROVÁ, Patricia ; *Poštovníctví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku*; nakladatelství Knihy 555, Liberec 2008, 196 stran, ISBN 978-80-86660-23-3

DĚDIČ, Jan – ŠTENGLEROVÁ, Ivana – ČECH, Petr – KŘÍŽ, Radim, *Akciové společnosti*, nakladatelství C. H. Beck, 2007, 920 stran, ISBN 978-80-7179-587-2

KOTLER, Philip – KELLER, Kevin, *Marketing Management*, nakladatelství GRADA, Praha 2007, 12. vydání, 720 stran, ISBN 80-247-1359-4

RABAN, Přemysl, *Státní podnik: Poslání, práva, povinnosti*, nakladatelství Práce, Praha 1988, 88 stran

ŠPIRITOVÁ, Alexandra, *Kd ějinám poštovníctví v Čechách 1722-1918 (1930)*; vydal Národní archiv ve spolupráci s Poštovním muzeem v Praze; Praha 2007, 334 stran, ISBN 978-80-86712-46-8

ZÁVADA, Dušan, *Telegraf, telefon, dálkopis v každodenní praxi*, Praha 1971, 1. vydání

ŽÁČEK, Vladimír – KRATOCHVÍL, Jaroslav, *Akciová společnost: legislativa, řízení a organizační struktura*, Management Press, Praha 2004, 2. vydání, 14 stran, ISBN 978-80-8560-377-2

### Elektronické zdroje

Česká pošta, s. p. [online]. 2010 [cit. 2010-03-18]. Dostupné z WWW: <<http://www.cpost.cz/>>

Česká pošta, s. p.: Výroční zpráva za rok 2004. 2005. Dostupné z WWW: <<http://www.cpost.cz/assets/o-ceske-poste/profil/cp2004.pdf>>

Česká pošta, s. p.: Výroční zpráva za rok 2005. 2006. Dostupné z WWW: <[http://www.cpost.cz/assets/o-ceske-poste/profil/vz\\_cp\\_2005.pdf](http://www.cpost.cz/assets/o-ceske-poste/profil/vz_cp_2005.pdf)>

Česká pošta, s. p.: Výroční zpráva za rok 2006. 2007. Dostupné z WWW: <[http://www.cpost.cz/assets/o-ceske-poste/profil/vz\\_cp\\_2006.pdf](http://www.cpost.cz/assets/o-ceske-poste/profil/vz_cp_2006.pdf)>

Česká pošta, s. p.: Výroční zpráva za rok 2007. 2008. Dostupné zWWW: <[http://www.cpost.cz/assets/o-ceske-poste/profil/vz\\_cp\\_07.pdf](http://www.cpost.cz/assets/o-ceske-poste/profil/vz_cp_07.pdf)>

Česká pošta, s. p.: Výroční zpráva za rok 2008. 2009. Dostupné zWWW: <<http://www.cpost.cz/assets/o-ceske-poste/profil/VZ-Ceska-posta-2008-CJ-.pdf>>

Česká pošta – Registrovaná elektronická pošta [online]. 2003-2005. [cit. 2010-03-11]. Dostupné zWWW: <[http://rep.cpost.cz/rep\\_frame.php?body=pobox.php](http://rep.cpost.cz/rep_frame.php?body=pobox.php)>

České dráhy – ČD Kurýr [online]. 2009. [cit. 2010-03-10]. Dostupné zWWW: <<http://www.cd.cz/cs/kuryr/default.htm>>

Český telekomunikační úřad, nařízení vlády č. 512/2005 Sb., o stanovení rozsahu poštovního oprávnění. 2005. Dostupné zWWW: <[http://www.ctu.eu/164/download/Postal\\_services/government\\_order\\_512-2005.pdf](http://www.ctu.eu/164/download/Postal_services/government_order_512-2005.pdf)>

Český telekomunikační úřad – Základní pošty poskytnuté Českou poštou. 2009. Dostupné zWWW: <[http://www.ctu.cz/cs/download/statisticke\\_u\\_daje/zakladni-sluzby\\_1996-2008.pdf](http://www.ctu.cz/cs/download/statisticke_u_daje/zakladni-sluzby_1996-2008.pdf)>

Czech POINT (Ministerstvo vnitra České republiky) [online]. 2010. [cit. 2010-03-10]. Dostupné zWWW: <<http://www.czechpoint.cz/web/index.php>>

Datové schránky [online]. 2008-2009 [cit. 2010-03-10]. Dostupné zWWW: <<http://www.datoveschranky.info/>>

DHL Czech Republic [online]. 2010. [cit. 2010-03-10]. Dostupné zWWW: <<http://www.dhl.cz/publish/cz/cz.high.html>>

E15.cz – článek (z 29.3.2010): Marcela Hrdá: Pošta už jen z čistého poštovního byznysu živa nebude [online]. 2007-2010. [cit. 2010-03-30]. Dostupné zWWW: <<http://www.e15.cz/nazory/rozhovory/marcela-hrda-posta-uz-jen-z-cisteho-postovniho-byznysu-ziva-nebude>>

EurActiv.cz – článek (z 1.2.2008): Evropský trh poštovními službami se otevře v roce 2011, v ČR odvarok později [online]. 2004-2010. [cit. 2010-03-30]. Dostupné zWWW: <<http://www.euractiv.cz/ekonomika-a-euro/clanek/evropsky-trh-s-postovnimi-sluzbami-se-otevire-v-roce-2011-v-cr-o-dva-roky-pozdeji>>

Finance.cz, článek: Vývoj průměrné a minimální mzdy [online]. 2000-2010. [cit. 2010-03-02]. Dostupné zWWW: <<http://www.finance.cz/ekonomika/prace/mzda/>>

iDNES.cz – článek (z 30. 10. 2009): Česká pošta čeká spřeměnou na akciovku [online]. 1999-2010. [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <[http://ekonomika.idnes.cz/ceska-posta-pocka-s-premenou-na-akciovku-fd2-ekoakcie.asp?c=A091030\\_095248\\_ekoakcie\\_spi](http://ekonomika.idnes.cz/ceska-posta-pocka-s-premenou-na-akciovku-fd2-ekoakcie.asp?c=A091030_095248_ekoakcie_spi)>

IHNed.cz – online zprávy Hospodářských novin, článek (z 1. 9. 2008): Česká pošta zveřejnila seznam 178 poboček k zrušení [online]. 1996-2010. [cit. 2010-03-02]. Dostupné z WWW: <<http://ekonomika.ihned.cz/c1-26989480-ceska-posta-zverejnila-seznam-178-pobocek-k-zruseni>>

IHNed.cz – online zprávy Hospodářských novin – článek (z 6. 9. 2006): Česká pošta by se měla stát akciovkou [online]. 1996-2010. [cit. 2010-03-15]. Dostupné z WWW: <<http://finweb.ihned.cz/c1-19239300-ceska-posta-by-se-mela-stat-akciovkou>>

IHNed – online zprávy Hospodářských novin – článek (z 17. 12. 2007): Karel Kratina: Česká pošta musí „nabrat špek“ [online]. 1996-2010. [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <[http://ekonomika.ihned.cz/c3-22629810-001000\\_d-ceska-posta-musi-nabrat-spek](http://ekonomika.ihned.cz/c3-22629810-001000_d-ceska-posta-musi-nabrat-spek)>

Lidové noviny – článek (z 31. 10. 2009): Transformace pošty končí, zůstane státní [online]. 2010. [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <[http://www.lidovky.cz/transformace-posty-konci-zustane-statni-fp5-ln\\_noviny.asp?c=A091031\\_000052\\_ln\\_noviny\\_sko&klic=233997&mes=091031\\_0](http://www.lidovky.cz/transformace-posty-konci-zustane-statni-fp5-ln_noviny.asp?c=A091031_000052_ln_noviny_sko&klic=233997&mes=091031_0)>

PPL CZ, s. r. o. [online]. 2010. [cit. 2010-03-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.ppl.cz/default.aspx>>

Právní předpisy.cz – zákon č. 77/1997 Sb., o státním podniku [online]. 2006. [cit. 2010-03-19]. Dostupné z WWW: <[http://www.pravnipredpisy.cz/predpisy/ZAKONY/1997/077997/Sb\\_077997\\_-----\\_.php](http://www.pravnipredpisy.cz/predpisy/ZAKONY/1997/077997/Sb_077997_-----_.php)>

Radiožurnál – Český rozhlas 1 – článek (z 7. 9. 2006): Bývalá ministryně informatiky Jana Běrová [online]. 2000-2010. [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <[http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/publ\\_izurnal/\\_zprava/274841](http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/publ_izurnal/_zprava/274841)>

TNT express [online]. 2008. [cit. 2010-03-10]. Dostupné z WWW: <[http://www.tnt.com/express/cs\\_cz/site/home.html](http://www.tnt.com/express/cs_cz/site/home.html)>

TOPTRANS [online]. 2003-2010. [cit. 2010-03-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.toptrans.cz/portal/page/portal/toptrans/Novinky>>

## Příloha1: Franz von Taxis (1459-1517)

–od roku 1505 udržoval poštovní spojení mezi habsburskými državami



Zdroj: [http://www.engelfriet.net/Alie/Hans/franzvon\\_taxis.jpg](http://www.engelfriet.net/Alie/Hans/franzvon_taxis.jpg)

## Příloha2: Orientační směry hlavních zemských stezek počátkem 14. století



Zdroj: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia ; Poštovníctví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy555, Liberec 2008, str. 17

**Příloha3: Nejvyšší dvorští poštovní úředníci ve Vídni v rakouských dědičných zemích**



Zdroj: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia ; Poštovníctví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Kniha 555, Liberec 2008, str. 22

**Příloha4:Poštovnítrubkaz19.stoletísp ředeipsanouš ňůrouvrakouskýchbarvách**  
(trubkajedodnessymbolempoštovnictví,veznakuj imái Českápošta,s.p.)



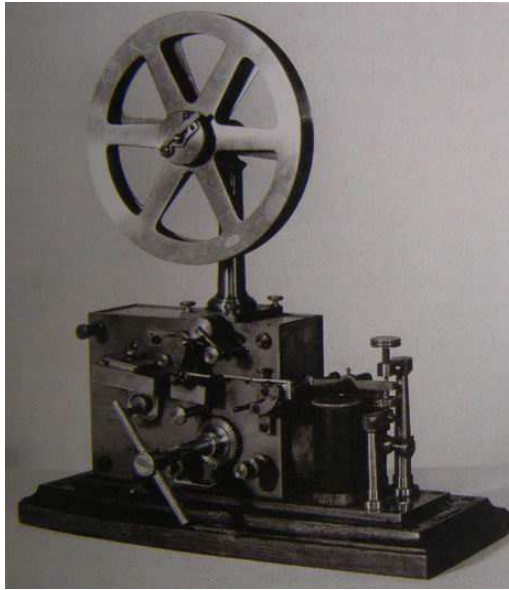
Zdroj: Čtvrtník,Pavel-Galuška,Jan-Tošnerová,Patricia ;Poštovnictvív Čechách,na MoravěaveSlezsku;nakladatelstvíKnihy555,Liberec20 08,str.47

**Příloha5:Plechovápoštovníšchránkazpoloviny19. století**



Zdroj: Čtvrtník,Pavel-Galuška,Jan-Tošnerová,Patricia ;Poštovnictvív Čechách,na MoravěaveSlezsku;nakladatelstvíKnihy555,Liberec20 08,str.55

### **Příloha6:Morse úvtelegrafníp řístroj**



Zdroj: Čtvrtník,Pavel-Galuška,Jan-Tošnerová,Patricia ;Poštovníctvív Čechách,na MoravěaveSlezsku;nakladatelstvíKnihy555,Liberec20 08,str.87

### **Příloha7:Ji říSt říbrný(1880-1955)**

–ministrpoštatelegraf úvprvní československévlád ěKarlaKramá řevletech1918-19



Zdroj: Čtvrtník,Pavel-Galuška,Jan-Tošnerová,Patricia ;Poštovníctvív Čechách,na MoravěaveSlezsku;nakladatelstvíKnihy555,Liberec20 08,str.116



**Příloha8: Vývěšník poštovního a telegrafního řádu z roku 1919 (Rožnov pod Radhoštěm)**



Zdroj: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia ; Poštovníctví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy 555, Liberec 2008, str. 117

**Příloha9: Výplatní stroj Postalia, 70. léta**

(na některých poštách používány dodnes)



Zdroj: Čtvrtník, Pavel-Galuška, Jan-Tošnerová, Patricia ; Poštovníctví v Čechách, na Moravě a ve Slezsku; nakladatelství Knihy 555, Liberec 2008, str. 161

### Příloha 10: Schéma povinných služeb ČPI

Povinné služby			
poštovní služby	zahraniční (mezinárodní)	přidodání	obstaravatelské
<ul style="list-style-type: none"> <li>• vnitrostátní</li> <li>• do zahraničí (mezinárodní)</li> <li>• doplňkové</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozhlasové poplatky</li> <li>• televizní poplatky                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• důchody</li> </ul> </li> </ul>

Zdroj: výroční zpráva ČP z roku 2008

### Příloha 11: Schéma povinných služeb ČPII

Povinné služby			
vnitrostátní		mezinárodní (do zahraničí)	
zásilky	poukazy	zásilky	poukazy
obyčejné	hotovost-účet	obyčejné	hotovost-účet
<ul style="list-style-type: none"> <li>• psaní</li> <li>• balík</li> <li>• slepecká zásilka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poukázka A</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zásilka</li> <li>• tiskovinový pytel</li> <li>• slepecká zásilka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poukázka Z/A</li> </ul>
	účet-hotovost		hotovost-hotovost
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poukázka B</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• poukázka Z/C</li> </ul>
doporučené	hotovost-hotovost	doporučené	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• psaní</li> <li>• slepecká zásilka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poukázka C/D</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zásilka</li> <li>• tiskovinový pytel</li> <li>• slepecká zásilka</li> </ul>	
cenné			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• psaní</li> <li>• balík</li> </ul>		cenné	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• psaní</li> <li>• balík</li> </ul>	
		standardní	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• balík</li> </ul>	

Zdroj: výroční zpráva ČP z roku 2008

## Příloha 12: Schéma nepovinných služeb ČP

Nepovinné služby			
poštovní	ostatní	obstaravatelské	přidání
vnitrostátní	obchodní	expresní finanční služby	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• obchodní balík</li> <li>• profibalík</li> <li>• EMS</li> <li>• zásilkový balík</li> <li>• obchodní psaní</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• POSTFAX</li> <li>• RPIM</li> <li>• tisková zásilka</li> </ul>	SIPO	
		sázkové soutěže, loterie	
		dálniční známky	
	filatelie	prodej kolů	
	loterijní činnost	telekomunikační služby	
do zahraničí	postservis	bankovní služby	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• obchodní balík</li> <li>• EMS</li> </ul>	elektronické služby	penzijní pojištění	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• certifikační autorita</li> <li>• REP</li> <li>• hybridní pošta</li> <li>• centrální adresa</li> <li>• CzechPOINT</li> </ul>	stavební spoření	
doplňkové		pojištění	
		jiné	
	jiné		

Zdroj: výroční zpráva ČP z roku 2008

### Příloha 13: Vzor dotazníku použitého pro řízení kvality služeb České pošty

#### Dotazník k bakalářské práci „Poštovní služby České pošty a jejich kvalita – historie, současná a budoucnost“

(pokud není uvedeno jinak, označte prosím pouze jednu odpověď)

#### 1. Jaký je Váš věk

- a. méně než 18 let
- b. 18-30 let
- c. 31-60 let
- d. 61 let a více

#### 2. Pohlaví

- a. muž
- b. žena

#### 3. Využíváte služby České pošty

- a. ano
- b. ne

(Pokud jste zvolil/a odpověď „b“, na otázky 4., 5., 6. a 7. prosím neodpovídejte)

#### 4. Které služby České pošty využíváte

(označte prosím libovolné množství odpovědí)

- a. listovní
- b. balíkové
- c. peněžní
- d. elektronické služby
- e. prodej zboží a cenin (poštovní známky, obálky, atd.)
- f. službu Czech POINT
- g. služby aliančních partnerů (Poštovní spořitelna, Sazka, Česká pojišťovna, ČSOB, Home Credit, Českomoravská stavební spořitelna)
- h. jiné - prosím specifikujte

#### 5. Volíte při objednávání zásilkových nebo internetových obchodů jako dopravce Českou poštu

- a. ano, vždy
- b. většinou ano
- c. většinou ne
- d. nikdy
- e. ze zásilkových ani internetových obchodů neobjednávám

#### 6. Jste spokojen/a s kvalitou služeb České pošty

- a. ano, velmi
- b. spíše ano
- c. spíše ne
- d. vůbec ne

#### 7. S jakým problémem jste se setkal/a při využívání služeb České pošty (označte prosím libovolné množství odpovědí)

- a. dlouhá doba dodání zásilky nebo peněžníhopoukazu
- b. nepřijemné jednání ze strany personálu
- c. dlouhá čekací doba na pobočce
- d. jiný problém – prosím definujte
- .....
- .....
- e. žádným problémem jsem se neseťkal/a

#### 8. Víte o tom, že Česká pošta nabízí i elektronické služby (např. Dopis Online, Interní certifikační autorita, atd.)

- a. ano, vím, tyto služby využívám
- b. ano, vím, ale tyto služby nevyžívám
- c. o těchto službách jsem neslyšel/a

#### 9. Víte o tom, že službu Czech POINT je možné využít i na pobočkách pošty (např. výpis z rejstříku trestů, z katastru nemovitostí, atd.)

- a. ano, vím, tyto služby využívám
- b. ano, vím, ale tyto služby nevyžívám
- c. o těchto službách jsem neslyšel/a

#### 10. Víte o možnosti využití služeb aliančních partnerů České pošty (Poštovní spořitelna, Sazka, Česká pojišťovna, ČSOB, Home Credit, Českomoravská stavební spořitelna) na pobočkách pošty

- a. ano, vím, tyto služby využívám
- b. ano, vím, ale tyto služby nevyžívám
- c. o těchto službách jsem neslyšel/a

Děkuji Vám za pomoc!

Martina Dalajková

## Příloha 14: Hlavní menu systému APOST (automatizovaná pošta)



Zdroj: [http://e-jirka.spaces.live.com/blog/cns!759A 2E0FD3BD689F!766.entry](http://e-jirka.spaces.live.com/blog/cns!759A2E0FD3BD689F!766.entry)