

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH
BUDĚJOVICÍCH**

EKONOMICKÁ FAKULTA

Katedra řízení

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Řízení a ekonomika podniku

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**ANALÝZA OBSTARAVATELSKÝCH SLUŽEB
POSKYTOVANÝCH ČESKOU POŠTOU**

Vedoucí bakalářské práce:

Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autorka bakalářské práce:

Kamila Kovářová

2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kamila KOVÁŘOVÁ**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Řízení a ekonomika podniku**

Název tématu: **Analýza obstaravatelských služeb poskytovaných Českou poštou**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Bakalářská práce je zaměřena na analýzu organizace a výstupů obstaravatelských služeb poskytovaných Českou poštou. Cílem práce bude zanalyzování současné nabídky obstaravatelských služeb a trendů do budoucna. Dílčím cílem bude zhodnocení služeb potenciálních konkurentů.

Metodika:

1. Na základě prostudování odborné literatury provést analýzy sekundárních a primárních dat vztahujících se k zadané problematice.
2. V syntetické části navrhnout možná řešení vedoucí ke zkvalitnění poskytovaných služeb.
3. Kalkulace ekonomických dopadů navržených opatření.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Cíle a metodika, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Diskuse, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Rozsah pracovní zprávy: 40 - 50

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

Veber, J. a kol.: *Management: základy, prosperita, globalizace...* 1. vyd. Praha : Management Press, 2003. 700 s. ISBN 80-7261-029-5.

Kotler, P.: *Marketing Management.* 12. vyd. Praha Grada 2007. 720 s. ISBN 80-247-1359-4.

Bělohávek, F. *Management.* 1 vyd. Brno: Computer Press, 2006, 724 s. ISBN 80-251-0396-X.

Vodáček, L., Vodáčková, O. *Moderní management v teorii a praxi.* 1 vyd. Praha: Management Press, 2006, 295 s. ISBN 80-7261-143-7.

Pitřa, Z. *Základy managementu.* Praha: Professional Publishing, 2007, 350 s. ISBN 978-80-86946-33-7.

Bělohávek, F., Košťán, P., Šuleř, O. *Management.* Olomouc: Rubico, 2001, 640 s. ISBN 80-85839-45-8.

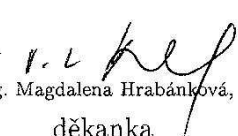
Moderní řízení (časopis)

www.cpost.cz

Vedoucí bakalářské práce: **Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová**
Katedra řízení


Datum zadání bakalářské práce: **19. února 2009**

Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2010**


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.

děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 ⁽²⁶⁾
370 05 České Budějovice


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 27. března 2009

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci na téma Analýza obstaravatelských služeb poskytovaných Českou poštou vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce.

V Českých Budějovicích dne 10.4.2010

Kamila Kovářová

Děkuji Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za odbornou pomoc a vedení při zpracování bakalářské práce.

V neposlední řadě děkuji Janě Vondráčkové a Markétě Potočkové za poskytnuté rozhovory a za cenné rady.

Obsah

Obsah	10
Úvod.....	5
1 Cíl práce a metodický postup.....	6
1.1 Cíl práce	6
1.2 Metodický postup	6
2 Literární rešerše	7
2.1 Trh.....	7
2.1.1 Trh výrobků a služeb	7
2.1.2 Poštovní trh	8
2.1.3 Přístupy k poštovnímu trhu.....	8
2.2 Služby	8
2.2.1 Kategorie služeb	9
2.2.2 Vlastnosti služeb	10
2.2.2.1 Nehmotnost	10
2.2.2.2 Nedělitelnost	10
2.2.2.3 Proměnlivost	10
2.2.2.4 Neoddělitelnost od poskytovatele	11
2.2.2.5 Pomíjivost	11
2.2.3 Poštovní služba	12
2.3 Definice managementu	13
2.3.1 Manažerské aktivity	13
2.3.1.1 Plánování	13
2.3.1.2 Organizování.....	13
2.3.1.3 Vedení lidí.....	13
2.3.1.4 Kontrolování	14
2.3.2 Manažeři	14
2.3.2.1 Liniový manažeři	14

2.3.2.2 Střední manažeři	14
2.3.2.3 Vrcholový manažeři.....	15
2.3.3 Management v poštovních službách	15
2.3.3 Informace a manažer.....	16
2.3.3.1 Hodnota informace	17
2.3.4 Manažerské rozhodování	18
2.3.4.1 Struktura rozhodovacích procesů.....	18
2.3.4.2 Typy manažerských rozhodnutí.....	18
2.3.4.3 Proces rozhodování.....	19
2.4 Konkurenční trhy	20
2.4.1 Konkurence	20
2.4.1.1 Druhy konkurence.....	20
2.4.1.2 Analýza konkurence	22
2.4.1.3 Analýza konkurenčního postavení.....	22
2.4.1.4 Porterova analýza konkurence	23
2.4.1.5 Obecné konkurenční strategie.....	24
3 Vlastní práce	27
3.1 Historie České pošty, s.p.....	27
3.1.1 Poslání a strategické cíle.....	27
3.1.2 Poštovní smlouva.....	28
3.1.3 Poštovní podmínky	29
3.1.4 Poštovní licence	29
3.1.5 Poštovní pravidla (PP)	29
3.1.6 Prezentace České pošty s.p.	30
3.1.7 Klientela České pošty, s. p.....	31
3.1.7.1 Komerční zákazník	31
3.1.7.2 Privátní zákazníci.....	32
3.2 Obstaravatelská činnost České pošty, s. p.	32
3.3 Czech point	33

3.3.1 Produkty Czech point.....	33
3.3.2 Dílčí zhodnocení služby.....	37
3.4 Důchodová služba.....	39
3.4.1 Výplatní doklad.....	39
3.4.2 Způsob výplaty důchodů.....	41
3.4.3 Doručování důchodu s penězi.....	41
3.4.4 Výplata důchodu na poště.....	42
3.4.5 Dílčí zhodnocení služby.....	43
3.5 Spolupráce s ČSOB	45
3.5.1 ČSOB – Penzijní fond Stabilita	46
3.5.2 Státní příspěvky	47
3.5.3 Typy dávek	47
3.5.4 Dílčí zhodnocení služby.....	48
3.6 Soustředěné inkaso plateb obyvatelstva	49
3.6.1 Činnosti při obstarávání SIPO	49
3.6.2 Identifikace plateb.....	50
3.6.3 Platby SIPO.....	50
3.6.4 Doručování platebních dokladů.....	51
3.6.5. Ceník služby SIPO.....	52
3.6.6 Dílčí zhodnocení služby.....	53
3.7 Sázkové a loterní činnosti	53
3.7.1 On-line terminál	54
3.7.2 Herní plány	54
3.7.3 Druhy sázkových her	55
3.7.3.1 Sazka.....	55
3.7.3.2 Sportka	55
3.7.3.3 Euromiliony	56
3.7.3.4 Šťastných 10 a Královská hra	57
3.7.3.5 Šance milion	58
3.7.3.6 Keno.....	58

3.7.4 Neloterní činnosti obstarávané pro akciovou společnost SAZKA	59
3.7.4.1 Prodej kreditů SIM karet.....	59
3.7.4.2 Prodej vstupenek.....	59
3.7.5 Dílčí zhodnocení služby.....	60
3.8 Kolkové známky a dálniční kupony	60
3.8.1 Kolkové známky	60
3.8.2 Dálniční známky	61
3.8.2.1 Výměna kupónu	62
3.8.2.2 Výměna vadného kupónu	62
3.8.3 Dílčí zhodnocení služby.....	63
3.9 Trendy do budoucna	63
3.9.1 Platba superCash.....	63
3.9.2 Česká pošta v příštích letech.....	64
3.10 Zhodnocení služeb konkurentů	65
3.10.1 Možná řešení vedoucí ke zkvalitnění sužeb	70
Závěr	73
Summary.....	74
Seznam použité literatury	76
4. Přílohy.....	78
Příloha č. 1 Řízený rozhovor	79
Příloha č. 2 Platební doklad SIPO	80
Příloha č. 3 SIPO – žádost	81
Příloha č. 4 Sazka.....	82
Příloha č. 5 Sportka.....	83
Příloha č. 6 Euromiliony	84
Příloha č. 7 Šťastných 10	85
Příloha č. 8 Keno	86
Příloha č. 9 Dobíjecí tiket	87
Příloha č. 10 Vstupenkový tiket.....	88

Úvod

Lidé si začali vyměňovat zprávy již ve starověkých zemích, například v Egyptě, Persii a podobně. V českých zemích se poštovníctví začalo rozvíjet s nástupem Habsburků. V souvislosti s volbou Ferdinanda I. za českého krále vznikla vlastně v naší zemi regulérní pošta. Dalším důležitým obdobím rozvoje českých pošt je období za vlády Marie Terezie, kdy byl poštovní úřad převzat do státní správy.

Od té doby se pošta dále vyvíjela a zdokonalovala až do dnešní podoby, která ovšem zdaleka není finální. Česká pošta drží krok s technologickým pokrokem, což je pro dnešní konkurenční prostředí více než žádoucí. Provozování poštovních služeb je dnes již volnou živností. Možnost podnikání je omezena tím, že některé poštovní služby smí poskytovat výhradně jen jediný provozovatel, kterým je v současnosti Česká pošta, s. p.

Obstaravatelská činnost České pošty spočívá v obstarávání služeb Českou poštou pro její obchodní partnery na základě uzavřené smlouvy. Česká pošta toto vykonává za úplatu, jejíž výše je součástí smlouvy. Téma obstaravatelských služeb je velmi obsáhlé a aliančních partnerů neustále přibývá. Cílem mé práce je analyzovat současnou nabídku obstaravatelských služeb a trendů do budoucna. V této práci budou zanalyzovány služby: CzechPOINT, důchodová služba, SIPO, služby pro Sazka a. s. a prodej dálničních kupónů a kolkových známek. V současné době je za nejefektivnější službu považována služba CzechPOINT.

1 Cíl práce a metodický postup

1.1 Cíl práce

Bakalářské práce je zaměřena na analýzu organizace a výstupů obstaravatelských služeb poskytovaných českou poštou.

Cílem této bakalářské práce je analyzovat současné nabídky obstaravatelských služeb a trendů do budoucna. Dílčím cílem je zhodnocení služeb potenciálních konkurentů.

1.2 Metodický postup

Na základě prostudování odborných dokumentů, jako jsou Poštovní podmínky, či Poštovní pravidla (konkrétně PP VIII, IX, X, XI) a na základě připomenutí si znalostí ze střední školy, pomocí svých poznámek a zpracovaných maturitních otázek, autorka získala sekundární data potřebná pro analýzu. Jednalo se o všeobecné informace o České poště, o pojem poštovní služba, o legislativu české pošty. Hlavním přínosem těchto informací však bylo získání podrobného přehledu o obstaravatelských službách, poskytovaných Českou poštou.

Primární zdroje jsem získala hlavně metodou pozorování a šetření (rozhovorem).

Pozorování – cílevědomým, plánovitým a systematickým sledováním skutečnosti autorka získala snímek postupu pracovníků České pošty, při prodeji jednotlivých obstaravatelských služeb.

Co se týče terénního šetření, pro tuto bakalářskou práci byla použita metoda strukturovaného rozhovoru. Od odpovědných pracovníků jsem získala hlavně informace o současném stavu obstaravatelských služeb. Struktura rozhovoru je uvedena v příloze č. 1.

Při zpracování dílčího cílu, tedy zhodnocení služeb potencionálních konkurentů, autorka zvolila Porterův model pěti sil, který znázorňuje charakteristiky a působení základních pěti sil na stav konkurence v odvětví. Jelikož každá obstaravatelská služba je obstarávána pro jinou organizaci, musí být i analýza konkurence prováděna pro každou dílčí službu zvlášť. Proto byly pro analýzu konkurence zvoleny pouze dvě ze služeb.

2 Literární rešerše

2.1 Trh

Podle Macákové (2002) je trh oblast ekonomiky, ve které dochází k výměně činností mezi jednotlivými ekonomickými subjekty prostřednictvím směny zboží. Směnu zprostředkovávají peníze.

Je to společenství prodávajících a kupujících. Mezi nimi je nutná neustálá výměna informací.

Je nezbytné, aby prodávající dobře znal:

- své klienty,
- svoje teritorium,
- své produkty,
- svoji konkurenci.

Kupující potřebuje dobře znát:

- aktuální informace o nabízených službách a produktech,
- druhy nabízených služeb a jejich kvalitu,
- cenu, atd.

2.1.1 Trh výrobků a služeb

Podle Macákové (2002) jde o trh užitečných statků materiální (výrobků) a nemateriální (služeb) povahy, které mají sloužit k uspokojování potřeb spotřebitelů, ke konečné spotřebě. Na trh výrobků a služeb vstupují dva základní subjekty – výrobci (firmy) a spotřebitelé (domácnosti). Trh je trhem spotřebitelů, kteří zde mají suverénní postavení; určují, co se bude vyrábět a rozhodují o tom svými peněžními hlasy.

2.1.2 Poštovní trh

Poštovníctví je typické odvětví, jehož produktem jsou služby. Poštovní trh tedy obchoduje s poštovním produktem = službami. Na poštovním trhu dnes působí kromě ČP i pošty zahraniční např. německá, nizozemská, francouzská a mnoho dalších nejen českých, ale i zahraničních firem a podnikatelů.

2.1.3 Přístupy k poštovnímu trhu

Ten, kdo se chce na poštovním trhu uplatnit, tedy i ČP, musí prostřednictvím svých zaměstnanců, pracovníků marketingu:

- Stále komunikovat s trhem a provádět jeho průzkum (poznávat požadavky a potřeby současných i potencionálních zákazníků).
- Přizpůsobovat se potřebám a požadavkům zákazníka.
- Hledat neustále nové zákazníky, ale také vycházet všemožně vstříc všem svým zákazníkům současným a pečovat o ně (snazší je zákazníka si udržet, než ho ztratit a pak znovu získávat).
- Aktivně vytvářet novou nabídku (rozšiřovat portfolio služeb) a zároveň pružně reagovat na nabídku konkurence (výhodnější cenou, lepší kvalitou).
- Vhodná prezentace.

2.2 Služby

Podle Kotlera (2001) je služba jakákoliv činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé straně. Svou podstatou je nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví. Poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem.

Kotler (2001) dále uvádí, že se jednotlivé oblasti služeb vzájemně značně liší. Velkým odvětvím je státní sektor se soustavou soudů, služeb pro nezaměstnané, nemocnic, úvěrových bank, armády, policie, pošt, organizací veřejné správy a škol. Dalším velkým odvětvím je soukromý neziskový sektor se soustavou muzeí, charitativních organizací, církví, univerzit, nadací a nemocnic. Značná část podnikatelských subjektů, jako jsou například aerolinie, banky, výpočetní střediska,

hotely, pojišťovací společnosti, advokátní kanceláře, konzultační služby, praktičtí lékaři, filmové ateliéry, instalatérské služby nebo realitní kanceláře, tvoří další velké odvětví služeb. Řada pracovníků ve výrobní sféře se ve skutečnosti také zabývá službami (operátoři počítačů, účetní, právníci). V podstatě se jedná o „podniky na poskytování služeb“, které své služby nabízejí „výrobním podnikům“.

2.2.1 Kategorie služeb

Podle Kotlera (2001) tržní nabídka firmy zpravidla zahrnuje i určité služby, které mohou tvořit podstatnou nebo relativně malou část celkové tržní nabídky firmy. Z tohoto hlediska rozlišujeme pět kategorií tržní nabídky:

- 1) **Čistě hmotné zboží.** Nabídka sestává pouze z hmotného produktu (například mýdlo, zubní pasta, sůl). S hmotným produktem nejsou poskytovány žádné služby.
- 2) **Hmotný produkt spolu se službou.** Hmotný produkt (zboží) je nabízen spolu se službami (jednou nebo více). Theodore Levitt zjistil, že čím technologicky vyspělejší jsou produkty (automobily nebo počítače), tím více jejich prodej závisí na jakosti zboží a na poskytovaných službách (předváděcí místnosti, dodávka do domu, údržba a opravy, dodávaná výstroj a nářadí, zaškolení operátorů, rady pro instalaci a záruční podmínky).
- 3) **Hybrid.** Nabídka se skládá ze dvou stejných částí – ze zboží a služeb. Lidé si například oblíbí restauraci pro padávaná jídla i poskytované služby.
- 4) **Hlavní služba spolu s malým podílem zboží a dalších drobných služeb.** V nabídce převládá služba a spolu s ní je nabízen i malý doplněk ve formě zboží nebo další drobnější služba. Cestujeme-li letadlem, kupujeme si přepravní službu. Po vystoupení z letadla na místě učení nemáme za své peníze nic hmotného. Přesto to nelze tvrdit tak kategoricky, protože na palubě letounu jsme od letecké společnosti nějaké movité věci dostali, například nápoje, jídlo, noviny nebo časopis. Služby vyžadují ke své realizaci velké kapitálové investice – zakoupení letounu. Hlavní poskytovanou položkou je však nehmotná služba.
- 5) **Čistá služba.** Nabídka se skládá pouze ze služby (například hlídání dětí, psychoterapie, masáž).

2.2.2 Vlastnosti služeb

Podle Parmové (2004) lze rozdílnost mezi nabídkou výrobků a služeb charakterizovat též na následujících faktorech:

2.2.2.1 Nehmotnost

Parmová (2004) uvádí, že služba je komplexem určitých úkonů, které poskytovatel zákazníkům většinou nemůže předem demonstrovat, ani je před jejich poskytováním skladovat. Ke konzumaci služby dochází v okamžiku její „výroby“, z toho vyplývá od nehmotnosti odvozená charakteristika – neskladovatelnost.

Aby se snížila neurčitost výsledků poskytnutí služby, bude se zákazník snažit vyhledávat znaky, které by svědčily o jakosti služeb. Bude ji posuzovat na základě místa, personálu, vybavení, propagačních materiálů, symbolů a ceny. Poskytovatel služeb se proto musí snažit o zhmotnění nehmotného, aby tím poskytl hmatatelné důkazy. (Kotler, 2001)

2.2.2.2 Nedělitelnost

Jelikož se jedná o komplex úkonů, který až v celkovém souhrnu uspokojí potřebu zákazníka, je nutné předem se zákazníkem sjednat jeho individuální požadavky a ty se pak snažit co nejlépe splnit. Až po poskytnutí celé služby dochází u zákazníka k pocitu uspokojení a k vnímání užitku ze služby. (Parmová, 2004)

2.2.2.3 Proměnlivost

Podle Kotlera (2001) jsou služby vysoce proměnlivé, protože závisejí na tom, kdo, kdy a kde je poskytuje. Někteří lékaři mají vynikající výsledky při navazování kontaktů s dětskými pacienty, jiní budí v dětech nedůvěru, a mají proto dětských pacientů méně. Někteří chirurgové mají lepší pověst v úspěšnosti určitého typu operací, jiní zase horší. Zákazníci se vysoké proměnlivosti poskytovaných služeb obávají a často se mezi sebou radí, než si zvolí poskytovatele služby.

2.2.2.4 Neoddělitelnost od poskytovatele

Podle Parmové (2004) je služba vázána na schopnosti jejího poskytovatele, na jeho kapacitu a hlavně na schopnosti spolupracovníků poskytovatele, kteří přicházejí do kontaktu se zákazníkem a službu přímo provádějí. Od těchto schopností poskytovatele se odvíjí kvalita provedené služby a též z dlouhodobějšího hlediska udržení úrovně poskytovaných služeb.

2.2.2.5 Pomíjivost

Podle Kotlera (2001) služby nelze skladovat. To je také důvodem, proč si řada lékařů nechává zaplatit za návštěvu již v době, kdy si ji objednáváme – svoji službu nám totiž mohou poskytnout jen v této době. Pomíjivost služeb nevytváří zvláštní problém, pokud je poptávka stálá, protože je možné předem zajistit dostatek personálu. Jakmile začne poptávka kolísat, vznikají firmám vážné problémy. Například společnosti poskytující služby v hromadné dopravě musejí mít mnohem více dopravních prostředků s ohledem na dopravní špičky ve srovnání se stavem, kdy je poptávka po přepravě celý den stejná.

Strategie pro zlepšení rovnováhy mezi nabídkou a poptávkou

Podle Kotlera (2001) Sasser popsal několik strategií pro zlepšení rovnováhy mezi nabídkou a poptávkou v oblasti služeb poskytovaných podnikům.

Z hlediska poptávky:

Cenová diferenciace přesune část poptávky z období špičky do období s nízkou poptávkou. Jako příklad můžeme uvést nízké ceny odpoledních filmových představení a slevy z půjčovního za automobily o víkendech.

Poptávka mimo špičku může být zvýhodňována. Společnost McDonald's začala poskytovat snídaně a některé hotely organizují víkendové minidovolené.

Doplňkové služby lze poskytovat právě v době špiček, a tak vytvářet alternativu pro čekající zákazníky. V bance můžeme například umístit bankovní automat nebo zřídit bar s občerstvením, kde je možné posedět, než se uvolní místo u přepážky.

Systém rezervací je vhodným způsobem regulace úrovně poptávky. Intenzivně jej využívají aerolinie, hotely a lékaři.

Z hlediska nabídky:

Zaměstnanci na částečný úvazek mohou být najímáni na období poptávkových špiček. Vysoké školy využívají učitele na částečný úvazek tehdy, vzroste-li počet zapsaných posluchačů, restaurace zaměstnávají servírky na částečný úvazek v době zvýšeného provozu.

Použití efektivních postupů: zaměstnanci v době špičky vykonávají pouze hlavní úkony a pomocný personál zabezpečuje ostatní. Například lékař v době špičky pouze vyšetřuje a ošetření provádí zdravotní sestra.

Zvýšená spoluúčast spotřebitelů může být při poskytování určitých služeb značně účinná. Pacienti si například mohou částečně sami vyplňovat lékařské záznamy.

Sdílné služby vznikají tehdy, když se například několik nemocnic dohodne na společné koupi lékařských přístrojů.

Prostředky určené pro další rozvoj se pořizují třeba tak, že zábavní park zakoupí okolní pozemky, aby si tak zajistil rozvoj dalších služeb.

2.2.3 Poštovní služba

Poštovní služba je činnost prováděná na základě poštovní smlouvy a podle podmínek stanovených zákonem za účelem dodání poštovních zásilek nebo poukázání peněžní částky. Je založena na smluvním principu, odesílatel s provozovatelem poštovních služeb uzavírá poštovní smlouvu. Dohledem nad způsobem, jakým Česká pošta, s.p. zajišťuje poštovní služby, je podle zákona o poštovních službách pověřen Český telekomunikační úřad.

2.3 Definice managementu

Management je proces, protože jde o soustavu následných aktivit a úkolů, které jsou vzájemně provázané. Je to proces systematický, protože manažer má vnášet do svých aktivit řád a vykonávat své úkoly způsobem, který je uznáván dalšími členy organizace a je v souladu s jejich očekáváním. Je to proces zaměřený na dosažení cílů, to znamená, že úkoly a aktivity jsou odvozovány z cílů stanovených členům organizace. (Bělohávek, Košťán, Šuleř, 2001)

2.3.1 Manažerské aktivity

Bělohávek, Košťán, Šuleř (2001) dále uvádějí, že aktivity (plánování, organizování, vedení lidí a kontrolování) mohou být tím či oním manažerem upřednostňovány podle jeho schopností a osobních preferencí či podle požadavků organizace, nicméně všechny manažerské aktivity jsou nedílnou součástí procesu řízení a jsou vzájemně propojeny.

2.3.1.1 Plánování

Znamená volbu úkolů, určování jejich priorit a sestavení pořadí jejich realizace tak, aby bylo dosaženo organizačních cílů. Podle organizační úrovně a řešených problémů mohou být plány strategické a operativní, nebo krátkodobé a dlouhodobé.

2.3.1.2 Organizování

Znamená volbu úkolů členům nebo útvarům organizace a koordinaci jejich činnosti, přidělování a distribuci zdrojů, které jsou nezbytné k úspěšnému vykonání těchto úkolů. Organizování by mělo každému členu organizace vyjasnit jeho místo v procesu řízení a osobní přínos k úspěšnému plnění úkolů.

2.3.1.3 Vedení lidí

Je proces motivování a ovlivňování aktivit podřízených pracovníků. Manažeři by měli motivovat pracovníky tak, aby vyvinuli nejvyšší možné úsilí, a usměrňovat přístup pracovníků k plnění úkolů.

2.3.1.4 Kontrolování

Je sběr, vyhodnocování a srovnávání informací s plánovanými cíli, což umožňuje napravovat chybné či nedostatečné plnění úkolů a určit, v čem lze aktivity členů organizace zlepšit.

2.3.2 Manažeři

Bělohávek, Košťán, Šuleř (2001) uvádějí, že manažeři odpovídají za plnění takových úkolů, které vyžadují řízení dalších členů organizace. V rozsahu obtížnosti těchto úkolů, stejně jako v postavení manažerů v rámci organizace, jsou však velké rozdíly. Rozdíly v úrovni umožňují určení požadavků a dovedností, potřebných pro úspěšné plnění organizačních cílů na dané úrovni a přitom motivují manažery k osobnímu rozvoji a sledování kariérové dráhy. Manažeři se dělí podle svého postavení v organizaci na liniové (nižší).

2.3.2.1 Liniový manažeři

Linioví manažeři se nacházejí na nižších úrovních manažerské hierarchie. Jsou to mistři ve výrobní jednotce, dispečeri na dopravě, vedoucí administrativního oddělení nebo vrchní sestry v nemocnici. Jejich hlavní činností je vedení zaměstnanců při plnění každodenních úkolů. Současně vykonávají kontrolu, napravují chyby nebo řeší problémy, které se vyskytují v provozu.

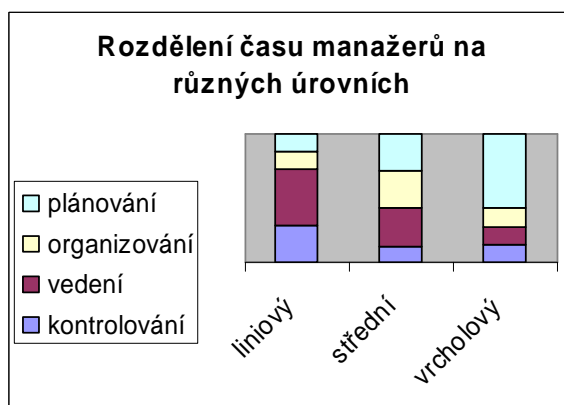
2.3.2.2 Střední manažeři

Odpovídají za řízení manažerů liniových, případně také řadových pracovníků organizace. Názvy funkcí jsou rozličné – dílovedoucí, stavbyvedoucí, vedoucí provozu, vedoucí střediska, vedoucí odboru atd. Uskutečňují plány a strategické cíle vedení organizace tím, že koordinují vykonávané úkoly se záměrem dosažení organizačních cílů.

2.3.2.3 Vrcholový manažeři

Jsou nejmenší manažerskou skupinou. Odpovídají za celkovou výkonnost organizace. Jsou to generální ředitelé, odborní ředitelé, ředitelé divizí nebo náměstci ředitelů. Jejich hlavním úkolem je formulování organizační strategie. Přitom musejí vykovávat i ostatní manažerské činnosti – organizují, vedou lidi a kontrolují plnění cílů.

Obrázek č. 1: Rozdělení času manažerů na různých úrovních



zdroj: aris.upol.cz/arisup/KeStazeni/minilexikon.doc

2.3.3 Management v poštovních službách

Mezi základní charakteristiky managementu obecně nevyjímaje managementu podniku poskytujícího poštovní služby patří:

- znalosti získané obecným a specializovaným vzděláváním, obecnou a specializovanou praxí, a to se stále většími nároky na základě zvyšující se úrovně vědeckého poznání, techniky, technologií i dalších oborů lidské činnosti,
- schopnosti spočívající v umění získané znalosti a zkušenosti aplikovat ve všech sférách manažerské činnosti - předpokladem pro manažerskou činnost jsou schopnosti spočívající v umění vést (řídít či usměrňovat, respektive regulovat) určitý kolektiv pracovníků,
- vlastnosti, dané každé individualitě její přirozeností a modifikovatelné jednak věkem, jednak postupně nabývanou praxí.

Z tohoto hlediska patří k výjimečným požadavkům na managementu podniku poskytujícího poštovní služby schopnost být způsobilý a vnímat, že řídí technické, technologické, ekonomické a další oblasti s celostátní sektorovou působností a případně s mezinárodními vazbami na země celého světa. V této sféře musí být navíc přísně

dodržovány unifikované technologické postupy, bez nichž nelze poštovní služby v národním a mezinárodním styku provozovat. (Švadlenka, 2006)

Švadlenka (2006) dále uvádí, že klíčovým cílem managementu držitele poštovní licence (kromě základního cíle společného pro všechny podniky - dosahovat zisk) je v krátkodobém horizontu dosažení zcela srovnatelné úrovně služeb pošty, jak v rozsahu tak kvalitě, se zeměmi EU. Úměrná musí být kvalita poštovních služeb ve všech regionech České republiky při zachování principu všeobecné dostupnosti základních, tj. univerzálně poskytovaných služeb za přiměřené ceny?

Nad rámec povinnosti poskytovat tyto základní poštovní služby musí držitel poštovní licence zajistit na celém území České republiky:

- a) výplatu důchodů v hotovosti na základě smlouvy uzavřené s Českou správou sociálního zabezpečení,
- b) vybrání rozhlasových a televizních poplatků na základě smluv uzavřených s Českým rozhlasem a Českou televizí.

Cíle managementu držitele poštovní licence musí být také v souladu s jeho povinnostmi maximálně využívat síť svých provozoven k poskytování dalších poštovních a jiných služeb (z důvodu minimalizace fixních nákladů této sítě, které se započítávají do cen základních služeb) a povinností přizpůsobit ceny jednotlivých skupin základních služeb skutečným nákladům na tyto služby (včetně respektování pravidel nedovoleného křížového financování).

2.3.3 Informace a manažer

Informace umožňují jednotlivým organizačním částem vykonávat jejich funkce, navzájem koordinovat jejich činnosti a efektivně reagovat na změny vnějšího prostředí. Informace je pro organizaci stejně cenným zdrojem, jako například materiál nebo technologie pro výrobní proces. Informace má všechny charakteristiky zdroje a je pro firmy cenným aktivem. Její získání stojí peníze, je nutné ji uložit, přenést a zobrazit. Množství firem dnes využívá informace jako cennou strategickou zbraň.

I když všichni manažeři potřebují informace, nepotřebují je stejné. Druh informace závisí od různých faktorů včetně úrovně řízení, typu vykonávaných úkolů, tajnosti,

rychlosti, komplexnosti atd. Informace můžeme tedy rozdělit na základě různých kritérií podle:

- zdroje, např. interní, externí, vládní,...
- úrovně řízení, např. strategické, taktické,
- frekvence, např. nepřetržité, týdenní, denní, měsíční...
- formy, např. písemná, vizuální...
- výskytu, např. v plánovaných intervalech, na základě požádání...
- typu, např. detailní, sumarizovaná...

2.3.3.1 Hodnota informace

Hodnotu informace pro manažera může určovat množství faktorů. R. Andrus (1971) navrhuje čtyři základní kritéria užitečnosti informace:

- 1. Forma** – čím více se forma informace přibližuje požadavkům toho, kdo na jejím základě rozhoduje, tím více se její hodnota zvyšuje. V důsledku působících paradigmat bude informace, která má neznámý formát anebo žargon, pravděpodobně ignorována.
- 2. Čas** – informace má pro její uživatele větší hodnotu, když je poskytnuta v čase její potřeby. Z toho důvodu se postupem času vyvinuly systémy, které poskytují a zobrazují požadované údaje on-line v reálném čase. Zatímco poskytování informací v reálném čase není všeobecně potřebné, chybějící informace může zapříčinit nákladnou chybu s vážnými důsledky.
- 3. Dostupnost** – větší hodnota informace taktéž záleží i na její snadné dostupnosti. On-line systémy splňují požadavek na čas i dostupnost.
- 4. Vlastnictví** - vlastník informace velmi silně ovlivňuje její hodnotu tím, že může rozhodnout, kdy a komu bude poskytnuta. Tomu pomáhají i vhodné organizační struktury a komunikační kanály ve firmě. Někteří lidé v organizaci mají větší kontrolu nad tím, jak je informace získávána, zpracovaná, distribuovaná anebo využívaná ostatními (Bělohlávek, Košťán, Šuleř, 2001).

2.3.4 Manažerské rozhodování

Podle Rolínka (2003) můžeme rozhodování označit jako jednu z nejdůležitějších aktivit manažerů. Každé rozhodnutí (tj. výsledek rozhodování) s sebou přináší jisté důsledky. O tom zda jsou příznivé či nepříznivé pro rozvoj podniku, rozhoduje budoucnost. Správnost rozhodnutí v daných situacích však určuje kvalitu manažerů. Z tohoto pohledu existují pouze „dobří a nebo špatní“ manažeři. Rozhodování se dotýká jakékoli činnosti v podniku. Můžeme proto říci, že je nedílnou složkou všech manažerských funkcí, nejvýrazněji se však uplatňuje v plánování.

2.3.4.1 Struktura rozhodovacích procesů

Jedním ze základních společných rysů rozhodovacích procesů jsou jejich fáze (etapy). Jako jeden z mnoha příkladů dekompozice rozhodovacího procesu můžeme podle Rolínka (2003) uvést následující.

- **Analýza okolí** (analýza podmínek vyvolávajících nutnost rozhodovat (identifikace problémů a stanovení příčin)
- **Návrh řešení** (hledání, tvorba, rozvíjení a analýza možných variant řešení tzn. Možných směrů a cílů řešení)
- **Volba řešení** (hodnocení variant činností navržených v předchozí etapě – nutné stanovení kritérií)
- **Kontrola výsledků** (porovnání předem stanovených cílů s výsledky)

2.3.4.2 Typy manažerských rozhodnutí

Podle Bělohávka, Košťána, Šuleře (2001) se mohou manažerská rozhodnutí týkat jak běžných, opakujících se problémů, tak problémů ojedinělých a složitých. Rozhodnutí proto můžeme v zásadě rozdělit na rutinní (programová) a specifická (neprogramová).

Rutinní rozhodnutí

Rutinní rozhodnutí se vyznačují použitím běžného, opakovaného postupu (pravidlo, standard, taktika) a zabývají se dobře strukturovanými jednoduchými problémy. Může jít například o rozhodnutí týkající se kapacitního vytížení zařízení, obsazení pracovišť

nebo rozdělen odměn. Zpravidla se odehrává na nižší (operativní) úrovni řízení. Na tato rozhodnutí by manažeři neměli vynakládat příliš úsilí a zejména času.

Specifická rozhodnutí

Vyžadují zpravidla tvůrčí přístup, rozsáhlé znalosti a zkušenosti, často i intuici. Zabývají se totiž problémy špatně strukturovanými, které jsou do určité míry nové a neopakovatelné a zpravidla i mimořádně složité a významné. Pro tyto problémy bývá charakteristická existence většího počtu faktorů ovlivňujících jejich řešení, náhodnost změn, existence většího počtu kritérií při hodnocení variant řešení a obtížná interpretace informací potřebných pro rozhodnutí. Příkladem může být uvedení nového výrobku na trh, změna organizační struktury nebo inovace. Tato rozhodnutí se dělají spíše na vyšších úrovních řízení.

2.3.4.3 Proces rozhodování

Podle Bělohlávka, Košťána, Šuleře (2001) chce pomocí rozhodnutí manažer dosáhnout požadovaného stavu. Každé rozhodnutí je výsledkem dynamického procesu, který je ovlivněn řadou faktorů, jako je organizační prostředí, dovednosti, motivace atd. Proces rozhodování však sám o sobě nepředstavuje to nejdůležitější. Tím je rozhodnutí. Pokud se manažeři zaměří prioritně na procesy rozhodování, může tím dojít k potlačení jejich invence, schopnosti rychle a pružně reagovat na vznikající problémy.

Rozhodování můžeme charakterizovat jako sekvenční proces s těmito etapami:

- Zvolit určení podmínek pro splnění dílčího úkolu (cíle), tj. definice zadání / definování problému.
- Zvolit vytvoření modelu úkolu / problému a jeho vyhodnocení, tj. analýza úkolu / problému.
- Zvolit identifikování alternativ a variant splnění úkolu / řešení problému, tj. produkce alternativ a variant.
- Zvolit hodnocení a výběr alternativ z hlediska splnění cíle/ řešení problému, tj. hodnocení a výběr.

2.4 Konkurenční trhy

Konkurenční trh je trhem, na kterém je mnoho prodávajících a kupujících, takže každý z nich má pouze zanedbatelný vliv na tržní cenu. Každý prodavač zmrzliny má pouze omezenou schopnost ovlivnit cenu zmrzliny, protože ostatní prodávající nabízejí podobný produkt. Prodávající nemá žádný důvod požadovat za svoji zmrzlinu méně, než je běžná cena, a pokud bude účtovat více, kupující si ji koupí někde jinde. Stejně tak žádný z kupujících namůže oblenit cenu zmrzliny, protože každý kupuje jen malé množství. (Mankiw, 1999)

2.4.1 Konkurence

Podle Macákové (2002) je tržní konkurence proces, ve kterém se střetávají různé zájmy různých subjektů trhu. Každý, kdo vstupuje na trh, přichází sem s nějakým cílem. Chce realizovat své ekonomické zájmy. Různé zájmy dále diferencují subjekty na straně poptávky i na straně nabídky.

Střetávání nabídky a poptávky na trhu nazýváme konkurencí mezi nabídkou a poptávkou, konkurencí napříč trhem. Výrobci, kteří vystupují na straně nabídky, chtějí prodat to, co vyrobili, s co největším ziskem. Spotřebitelé, kteří tvoří poptávku, chtějí v co nejvyšší možné míře uspokojit své potřeby nákupem zboží. Jejich zájmy jsou tedy protichůdné. Zatímco výrobci chtějí prodávat draho, spotřebitelé chtějí kupovat levně. Tržní mechanismus vede k určitému kompromisu mezi těmito protichůdnými zájmy.

2.4.1.1 Druhy konkurence

Macáková (2002) dále uvádí, že konkurenci můžeme rozdělit na konkurenci na straně nabídky a konkurenci na straně poptávky.

Konkurence na straně poptávky

Konkurence na straně poptávky je odrazem střetávání zájmů jednotlivých spotřebitelů vstupujících na trh. Každý spotřebitel chce nakoupit co nejvíce zboží co nejlevněji, třeba i na úkor ostatních spotřebitelů. Význam konkurence na straně poptávky roste zejména v situaci, kdy poptávka převyšuje nabídku, kdy je nedostatek

zboží na trhu. Pak konkurence mezi spotřebiteli, snaha každého z nich, aby právě on získal toto nedostatkové zboží, vede ke zvyšování ceny. Naopak v situaci, kdy nabídka převyšuje poptávku, se spotřebitelé pohybují v prakticky bezkonkurenčním prostředí. Význam konkurence na straně poptávky v takové situaci výrazně klesá. Naopak roste význam konkurence na straně nabídky.

Konkurence na straně nabídky

Význam konkurence na straně nabídky roste v situaci, kdy nabídka převyšuje poptávku. V této situaci se konkurenční boj stává bojem o přežití výrobců. Jestliže cena klesne, výrobci prodělají. Jde o to, kdo z nich prodělá relativně nejméně, kdo dokáže tuto situaci zvládnout a přežívá a kdo naopak prodělá nejvíce, třeba až k úplnému bankrotu.

V závislosti na tom, zda je konkurenční boj veden prostřednictvím snižování cen, či jinými metodami, rozlišujeme cenovou a necenovou konkurenci.

Cenová konkurence

Podle Macákové (2002) podstata spočívá ve zdánlivě nesmyslném dobrovolném snižování ceny zboží ze strany výrobců. Výrobci zlevňují své zboží, aniž by je k tomu nutil přebytek nabídky nad poptávkou. Nutí je k tomu snaha ovládnout trh. Jde jim o to přilákat spotřebitele právě k sobě. Zlevňují své výrobky v naději, že jejich konkurenti se nebudou umět těmto nízkým cenám přizpůsobit.

Necenová konkurence

I jejím cílem je přilákání poptávky, ale jinými metodami. Jedná se především o růst kvality výrobků, ale také o reklamu, obalovou techniku, poskytování různých zdánlivých slev, prodejem na úvěr, dokonalejším servisem a službami ve spojení s prodejem apod.

2.4.1.2 Analýza konkurence

Podle Bělohlávka, Košťála, Šuleře (2001) konkurenční analýza zahrnuje zaujetí takové pozice v podnikání, která by maximalizovala hodnotu schopnost odlišujících danou společností od jejích konkurentů. Výsledkem konkurenční analýzy by tedy mělo být určení konkurenční pozice firmy.

Při analýze konkurentů by si manažeři měli v první řadě udělat o konkurentech následující přehled:

- Základní informace: sídlo, právní forma, počet zaměstnanců, obrát, objem výroby, sortiment, způsob distribuce.
- Podíl na trhu: v %.
- Strategické cíle konkurenta.
- Současná strategie: základní konkurenční strategie, způsob strategického boje, strategický záměr.
- Rozsah konkurenčního boje: geografický, segmenty trhu, výrobní řady...
- Hlavní konkurenční výhoda a ostatní silné stránky.
- Slabé stránky a zranitelnost: vliv hlavních trendů prostředí, schopnost reakce a změny.
- Očekávané kroky.
- Poznámky: např. Silný finanční partner / majitel.

2.4.1.3 Analýza konkurenčního postavení

Kritické faktory úspěšnosti jsou použity při posuzování konkurenčního boje. Jednotliví konkurenti jsou při analýze konkurenčního postavení hodnoceni podle toho, nakolik splňují jejich požadavky, přičemž je jednotlivým kritickým faktorům úspěšnosti přiřazena odpovídající váha. (Bělohlávek, Košťán, Šuleř, 2001)

2.4.1.4 Porterova analýza konkurence

Podle Rolínka (2004) tato metoda vychází ze systematického popisu vlivů působících na jednotlivé podniky vstupující a realizující své produkty na trhu. PORTER (1993,1994) postavil model fungování trhu na těchto 5 faktorech:

- a) rivalita mezi konkurenty;
- b) vyjednávací síla dodavatelů;
- c) vyjednávací síla odběratelů;
- d) ohrožení ze strany nových konkurentů;
- e) ohrožení ze strany nových substitutů.

Porterův model pěti sil popisuje konkurenční okolí podniku. O tom, zda bude podnik konkurenceschopný, rozhoduje zejména působení uvedených faktorů:

a) Hrozba nově vstupujících firem (potencionální nově vstupující firmy). Vážnost hrozby z rozsahu, kapitálovou náročností, stupněm diferenciací výrobků, nákladovým znevýhodněním nesouvisejícím s velikostí podniku, přístupem k distribučním kanálům a také vládní politikou.

b) Vyjednávací vliv odběratelů (odběratelé). Odběratelé mohou výrazným způsobem ovlivňovat ziskovost odvětví tlakem na cenu nebo kvalitu produkce odvětví.

c) Vyjednávací vliv dodavatelů (dodavatelé) Obdobně jako odběratelé mohou dodavatelé měnit a ovlivňovat cenu a kvalitu dodávaných surovin (produktů).

d) Hrozba substitučních výrobků nebo služeb (substituty). Čím snadněji ne možné nahradit vyráběné produkty substituty, tím méně atraktivní je dané odvětví.

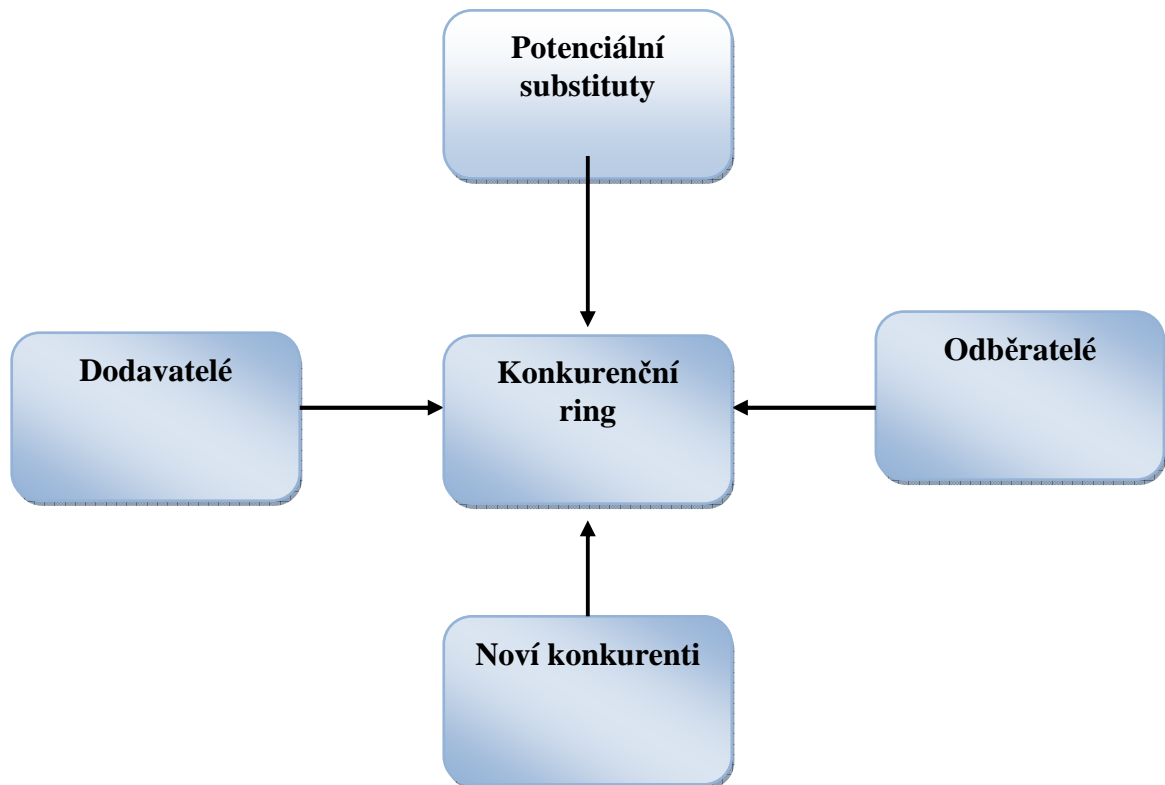
e) Vliv konkurentů v odvětví (konkurenti v odvětví) Rivalita mezi existujícími podniky je výsledkem snahy jednotlivých podniků vylepšit si své tržní postavení. Rivalita se zvyšuje za následujících okolností:

- konkurující si podniky jsou početné, přibližně stejně velké a silné;
- míra růstu odvětví je nízká a zvýšení tržního podílu je možné jen na úkor konkurenta;
- fixní nebo skladovací náklady jsou v poměru k realizační ceně vysoké;
- poskytované výrobky nebo služby nejsou diferencované;

- nové kapacity se budují ve skocích;

- výstupní bariéry jsou vysoké (souvisí to např. s loajalitou managementu k určité činnosti, s vlastnictvím vysoce specializovaných aktiv apod.)

Obrázek 2: Porterův model pěti sil (zdroj: Tichá – Hron, 2002)



2.4.1.5 Obecné konkurenční strategie

Podle Portera (1994) existují při zdolávání pěti konkurenčních sil tři potenciálně úspěšné obecné strategické přístupy k předstížení jiných firem v odvětví:

- Prvenství v celkových nákladech;
- Diferenciace;
- Soustředění pozornosti.

Efektivní využití kterékoli z těchto obecných strategií obvykle vyžadují plné nasazení a podpůrná organizační opatření. Obecné strategie jsou přístupy k předstížení konkurentů v odvětví.

Prvenství v celkových nákladech

Tato strategie spočívá ve snaze dosáhnout prvenství v celkových nákladech v odvětví.

Faktory, jež vedou k dosažení pozice nízkých nákladů, obvykle zároveň přinášejí výrazné překážky vstupu z hlediska úspor z rozsahu nebo výhod nízkých nákladů. A konečně nízké náklady obvykle staví firmu do příznivého světla, pokud jde o substituty, ve srovnání s jejími konkurenty v odvětví. Nízké náklady tak chrání firmu proti působení všech pěti konkurenčních sil, protože veškeré handrkování může omezit zisk jen do úrovně dalšího nejúspěšnějšího konkurenta, a zcela logicky méně úspěšní konkurenti podlehnou konkurenčním tlakům jako první. (Porter, 1994)

Diferenciace

Podle Portera (1994) je druhou obecnou strategií diferencování produktu nebo služeb nabízených firmou, vytvoření něčeho, co je přijímáno v celém odvětví jako jedinečné.

Diferenciace, pokud se jí podaří dosáhnout, je životaschopnou strategií pro získání nadprůměrných výnosů v odvětví, neboť vytváří dobrou pozici pro vypořádání se s pěti konkurenčními silami, i když jiným způsobem, než je prvenství v nákladech. Diferenciace vytváří ochranu proti konkurenčnímu soupeření, protože zákazníci jsou věrní osvědčené značce, a tím i méně citliví vůči cenám. Rovněž zvyšuje ziskové rozpětí, což na druhé straně snižuje potřebu usilovat o postavení nízkých nákladů. Zákazníková věrnost a skutečnost, že případný konkurent musí překonat jedinečnost výrobku, vytvářejí vstupní překážky. Dosažení diferenciací produkce může někdy bránit v získání velkého podílu na trhu. Často to totiž znamená vytváření dojmu exkluzivity, který je neslučitelný s velkým podílem na trhu.

Soustředění pozornosti

Podle Portera (1994) je poslední obecnou strategií soustředění se na konkrétní skupinu odběratelů segment výrobní řady nebo geografický trh. Na rozdíl od strategií nízkých nákladů a diferenciací, které se zaměřují na celé odvětví, je strategie soustředění pozorností založena na principu vyhovět velmi dobře zvolenému objektu. Tato strategie vychází z předpokladu, že firma je schopna sloužit svému zvolenému strategickému cíli efektivněji či účinněji než konkurenti, kteří mají širší záběr činnosti. Výsledkem je, že firma buď dosáhne diferenciací, neboť slouží svému vybranému cíli

lépe než ostatní, nebo vykazuje při této činnosti nižší náklady, případně dosáhne obojího. Přestože tedy strategie soustředění pozornosti nevede k nízkým nákladům či k diferenciaci v rámci celého trhu, dosahuje nicméně jedné nebo obou těchto pozic vůči zvolenému cíli. Firma, která se zaměří na určitý cíl, může rovněž potenciálně získat nadprůměrné výnosy pro své odvětví.

3 Vlastní práce

3.1 Historie České pošty, s.p.

Podle www.cpost.cz, výroční zpráva 2008, je podnik právnickou osobou ve smyslu ustanovení § 18 zákona č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku, v platném znění. Její právní a majetkové postavení je upraveno zákonem č. 77/1997 Sb., o státním podniku, v platném znění. Česká pošta byla založena Ministerstvem hospodářství České republiky v souladu se zákonem o státním podniku 1. března 1993. Vznik České pošty byl potvrzen zápisem do Obchodního rejstříku vedeného Obvodním soudem pro Prahu 1, oddíl A, číslo vložky 7565. V současné době je Podnik veden v obchodním rejstříku Městského soudu v Praze, v oddílu A, vložce 7565. S účinností od 1. června 2003 vydalo Ministerstvo informatiky Zakladací listinu státního podniku Česká pošta, přizpůsobenou novému zákonu o státním podniku a změněnou několika dodatky. Věcná regulace základních služeb a cenová regulace zásilek do zahraničí je v kompetenci ČTÚ. Cenová regulace vybraných domácích zásilek je v kompetenci Ministerstva financí. K 31. 12. 2008 vykonávalo funkci zakladatele podniku jménem státu Ministerstvo vnitra České republiky.

S účinností od 1.7.2000 platí Zákon č. 29/2000 Sb., o poštovních službách, který upravuje podmínky pro poskytování a provozování poštovních služeb, práva a povinnosti, které při poskytování a provozování poštovních služeb vznikají. Z členství České republiky ve Světové poštovní unii a v Evropské unii vyplývá mimo jiné i povinnost státu zabezpečit fungování trhu poštovních služeb, na kterém budou v rámci jeho liberalizace zajištěny základní poštovní služby v odpovídajícím rozsahu a se stanovenou dostupností a kvalitou. Při plnění tohoto úkolu hrají hlavní roli Ministerstvo informatiky a nezávislý regulační orgán, tj. Český telekomunikační úřad.

3.1.1 Poslání a strategické cíle

Česká pošta slouží veřejnosti, občanům a firmám a také České republice a jejím institucím. Jejím posláním je spojovat – zprostředkovat důvěryhodný přenos informací, plateb i zboží, a to za využití jak tradičních, tak moderních, elektronických prostředků. Česká pošta poskytuje univerzální poštovní službu a usiluje o její efektivní zajištění. Je

si vědoma závazku, jakým je dlouhodobá důvěra většiny jejích klientů, uvědomuje si ale i nutnost dále zlepšit svůj obraz v očích veřejnosti.

Česká pošta úzce spolupracuje a nadále hodlá rozvíjet spolupráci se státní správou, a to nejen prostřednictvím husté sítě svých poboček, ale i novými formami. Proto se podílí na provozu a rozvoji sítě Czech POINTů (Český Podací Ověřovací Informační Národní Terminál) a proto se stala provozovatelem datových sítí Ministerstva vnitra ČR a unikátního systému datových schránek. Česká pošta reaguje na změny dané postupnou proměnou společnosti na společnost informační a na společenské a politické proměny obecně. Výzvy, kterým dnes čelí a na jejichž dopady musí být připravena, jsou zejména nové technologie, změna způsobu komunikace způsobená rozmachem internetu, měnící se potřeby zákazníků a postupná liberalizace poštovních služeb. V neposlední řadě si Česká pošta, jeden z největších zaměstnavatelů v České republice, uvědomuje zodpovědnost za své zaměstnance. Chce pro ně být nejen atraktivním zaměstnavatelem, ale také solidním a spolehlivým partnerem.

3.1.2 Poštovní smlouva

Poštovní smlouva nemusí být písemná, uzavírá se na základě vzájemné dohody. Pošta, jako provozovatel poštovních služeb nabízí služby prostřednictvím poštovních podmínek. Obsahem smlouvy jsou práva a povinnosti vyplývající z poštovních podmínek platných pro odesílatelem zvolenou poštovní službou. Návrhem na uzavření poštovní smlouvy je předání písemnosti, jiné věci nebo poukázané peněžní částky provozovateli podle poštovních podmínek k poskytnutí poštovní služby. To předpokládá, že odesílatel podmínky pro jednotlivé služby zná, proto musí mít podmínky odesílatel k dispozici na poště. Musí mít k dispozici také Ceník, aby věděl, kolik ho bude služba stát. Přijetím návrhu na uzavření poštovní smlouvy je převzetí písemnosti, jiné věci nebo poukazované peněžní částky provozovatelem. Tím dochází k podání a poštovní smlouva je uzavřena. Z poštovní smlouvy vzniká provozovateli povinnost dodat poštovní zásilku nebo poukazovanou peněžní částku příjemci.

3.1.3 Poštovní podmínky

Jsou to podmínky, podle kterých se poskytují poštovní služby. Vydávají se na základě zákona o poštovních službách a souhlas s poštovními podmínkami vyslovuju ČTÚ.

Jedná se o tyto poštovní podmínky:

1. Poštovní podmínky ČP – základní poštovní služby
2. Poštovní podmínky ČP – Zahraniční podmínky
3. Poštovní podmínky ČP – Ostatní služby
4. Poštovní podmínky ČP – ceník

Ustanovení poštovních podmínek jsou závazná jak pro ČP, tak pro klienty.

3.1.4 Poštovní licence

ČTÚ rozhodl o udělení poštovní licence státnímu podniku Česká pošta, s.p. na období 1.1.2009 – 31.12.2012. Poštovní licencí se jejímu držiteli ukládá povinnost poskytovat a zajišťovat základní služby. Ty musí být poskytovány a zajišťovány v souladu se základními požadavky kvality stanovenými ve vyhlášce o základních službách držitele poštovní licence. Poštovní licencí se současně uděluje oprávnění provozovat poštovní služby (poštovní výhrada), jejichž předmětem je dodání poštovních zásilek, jejichž hmotnost je nižší než 50g a jejichž obsahem jsou písemné zprávy za cenu 18 Kč (poštovní monopol). Pouze držitel poštovní licence smí ve svém jménu používat označení „pošta“.

3.1.5 Poštovní pravidla (PP)

Jedná se o soubor provozních předpisů uspořádaných podle jednotlivých činností.

-PP I – Všeobecná ustanovení

- Podací služba

-PP II – Ostatní služby

-PP III – Poštovní přeprava

- PP IV – Dodací služba
- PP V – Pokladní služba, Platební styk s poštovními poukázkami
- PP VI – Hospodaření s ceninami, Směnářny, Bankomaty
- PP VII – Bankovní služby
- PP VIII – Důchodová služba
- PP IX – Sázková služba
- PP X – Rozhlasová a televizní služba
- PP XI – Soustředěné inkaso plateb obyvatelstva PC
- PP XII – neobsazeno
- PP XIII – Reklamace
- PP XIV – Činnost provozní evidence

3.1.6 Prezentace České pošty s.p.

Jednou z podmínek úspěšnosti na poštovním trhu je prezentace firmy.

Způsoby prezentace:

- vizuální

K jejím prvkům patří značka neboli logo, Česká pošta používá k označení moderní grafickou modifikaci tradiční poštovní trubky. Dalším vizuálním prvkem je písmo, které se používá v těsném spojení s logem (nápis, instrukce). Stejně důležitou roli hrají v prezentaci firemní barvy. Česká pošta používá jako základní barvy švestkově modrou (symbolizuje vysokou kvalitu) a světle oranžovou (symbolizuje bohatství a luxus). Specifickým vizuálním prvkem jsou piktogramy-obrázky bez použití textu, výtvarnou formou upozorňující na poskytované služby, na zakázky např. vodění psů do provozoven pošt, nošení zbraní do provozoven pošt, používání mobilních telefonů v provozovnách pošt.

- verbální

Péče o jazykovou čistotu a srozumitelnost všech informací pro zákazníky, zejména v komunikaci přímo na poštách (mluvní projev personálu, informační texty vývěsek a

letáků). Dále pak zvuková prezentace. Signálem trubky se ohlašovala pošta již v dobách koněspřežního provozu. Signál trubky upřednostňoval průjezd a oznamoval příjezd do stanice. Dnes se akordy známé písně „Jede, jede poštovský panáček“ používají k propagačním účelům.

- **poštovní architektura**

Požadavky se kladou na snadnou a rychlou identifikaci funkce objektu a odlišení od okolní zástavby.

- **reklama a propagace vybraných produktů a služeb**

Sem patří internetová stránka www.cpost.cz, informační materiály, Direct Mail, reklamní dárky, upomínkové předměty.

3.1.7 Klientela České pošty, s. p.

Základní segmentace zákazníků je rozdělení na občanskou a komerční klientelu. Rozdělení zákazníků však nekončí u rozdělení na komerční a privátní zákazníky. Zákazníci komerční a privátní se dále detailně rozlišují.

3.1.7.1 Komerční zákazník

Právnícké osoby, které používají poštovní služby k obchodním účelům, např. státní správa (soudy, policie, obecní úřady apod.), spořitelny, pojišťovny, banky, zasilatelské obchody (zboží, katalogy, letáky), vydavatelské domy (knihy, časopisy, letáky), reklamní agentury (letáky, nabídky), výrobní společnosti (obchodní korespondence, výrobky, zboží, letáky).

Většinou podává velké množství zásilek – jedná se o hromadné podávání zásilek. Velký komerční zákazník podává velké množství zásilek, které se rovnou odvádějí k přepravní poště. Klíčový komerční zákazníci jsou několik velkých firem, s celostátní působností, s nimiž se uzavírají speciální smlouvy (např. QUELLE). Mezi komerční zákazníky patří i menší a malé firmy, které mají menší podání (např. drobní a střední podnikatelé) a nepoužívají formy velkého hromadného podání. Ke komerčnímu zákazníkovi přistupuje pošta obvykle jako k individuálnímu partnerovi, s nímž sjednává speciální obchodní podmínky.

3.1.7.2 Privátní zákazníci

Fyzické osoby, které nepoužívají poštovní služby k pracovní či výdělečné činnosti, ale ke svým soukromým záležitostem, např. soukromá korespondence, platby poštovními poukázkami, zasílání balíků apod. Privátnímu zákazníkovi nabízí pošta obvykle standardní poštovní služby za standardní ceny.

Česká pošta musí hledat neustále nové potencionální zákazníky a vycházet všemožně vstříc všem zákazníkům současným. Pokud zákazník, ať již komerční nebo privátní, nebude se službami pošty spokojen, nebo pošta nebude dostatečně vstřícná, hrozí riziko, že zákazník přejde ke konkurenci.

3.2 Obstaravatelská činnost České pošty, s. p.

Dle Poštovních podmínek České pošty s. p., Ceník, platných od 1. Ledna 2010 Česká pošta, s. p. poskytuje tyto služby na smluvním základě za smluvní ceny dle ustanovení zákona č. 526/1990 Sb., o cenách. Jsou realizovány ve všech regionech dle předpisů vydávaných generálním ředitelstvím.

Druhy služby

1. Czech point;
2. Důchodová služba;
3. Služby pro ČSOB, a.s;
4. Soustředěné inkaso plateb obyvatelstva;
5. Sázkové a loterijní činnosti;
6. Prodej kolkových známek pro MF ČR a dálničních kupónů;
7. Ostatní obstaravatelské činnosti.

3.3 Czech point

Podle www.czechpoint.cz je Český Podací Ověřovací Informační Národní Terminál, tedy Czech POINT projektem, jehož cílem je zredukovat přílišnou byrokracii ve vztahu občan – veřejná správa. Cílem projektu Czech POINT je vytvořit garantovanou službu pro komunikaci se státem prostřednictvím jednoho universálního místa, kde je možné získat a ověřit data z veřejných i neveřejných informačních systémů, úředně ověřit dokumenty a listiny, převést písemné dokumenty do elektronické podoby a naopak, získat informace o průběhu správních řízení ve vztahu k občanovi a podat podání pro zahájení řízení správních orgánů. Jde tedy o maximální využití údajů ve vlastnictví státu tak, aby byly minimalizovány požadavky na občany.

3.3.1 Produkty Czech point

Výpis z Katastru nemovitostí

Poskytování částečných výpisů z Katastru nemovitostí je zprovozněno od 1.ledna 2008 na kontaktních místech Czech POINT. Úplné nebo částečné výpisy je možné poskytovat pomocí srozumitelného formulářového rozhraní.

Výpis z Obchodního rejstříku

Výpis lze požadovat na základě znalosti IČ obchodní organizace. Pracovník kontaktního místa Czech POINT může vydat buď tzv. úplný výpis (obsahuje všechny informace, které byly zapsány v obchodním rejstříku po celou dobu existence firmy), nebo tzv. výpis platných (obsahuje souhrn informací o firmě k aktuálnímu datu).

Výpis z Živnostenského rejstříku

Výpis lze požadovat na základě znalosti IČ obchodní organizace.

Výpis z Rejstříku trestů

Výpis z evidence Rejstříku trestů lze vydat tomu, koho se výpis týká, a to pouze na základě písemné žádosti. Žádost klient obdrží vyplněnou k podpisu předtím, než je mu výpis z Rejstříku trestů vydán. Osoba, která na pracovišti Czech POINT o výpis žádá, musí mít platný doklad totožnosti a musí mít přiděleno rodné číslo. Na pracovištích Czech POINT lze vydávat výpisy i zplnomocněncům, kteří žádají o výpis z Rejstříku trestů na základě úředně ověřené plné moci.

Přijetí podání podle živnostenského zákona (§ 72)

Na základě novely živnostenského zákona lze veškerá podání obecním živnostenským úřadům předat prostřednictvím kontaktního místa veřejné správy.

Jde o:

- ohlášení živnosti;
- ohlášení údajů /nebo jejich změn/ vedených v živnostenském rejstříku;
- žádost o udělení koncese a žádost o změnu rozhodnutí o udělení koncese.

(<http://www.czechpoint.cz>)

Žádost o výpis nebo opis z Rejstříku trestů podle zákona č. 124/2008 Sb

S účinností od 1. července 2008 získávají vybrané orgány veřejné moci podle zákona č. 124/2008 Sb., (kterým se mění zákon č. 269/1994 Sb., o Rejstříku trestů, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony), oprávnění požadovat výpis z rejstříku trestů nebo opis z rejstříku trestů, a to v elektronické podobě dálkovým přístupem. Pracovníci orgánů veřejné moci, kteří budou mít oprávnění získávat výpisy a opisy z Rejstříku trestů podle výše uvedené novely, budou zavedeni svými správci skupin do systému Czech POINT s příslušnou novou rolí a budou mít k dispozici pouze elektronické formuláře pro získávání výpisů a opisů z Rejstříku trestů (nebudou tedy s tímto účtem moci současně poskytovat ověřené výstupy veřejnosti podle zákona č. 365/2000 Sb.). (<http://www.czechpoint.cz>)

Výpis z bodového hodnocení řidiče

Tato služba umožňuje občanům na kontaktním místě veřejné správy zjistit stav trestných bodů. Výpis je poskytován z Centrálního registru řidičů vedeného Ministerstvem dopravy. Tento výpis má pouze informativní charakter pro občany, nenahrazuje výpis z karty řidiče pro styk s úřady.

Vydání ověřeného výstupu ze Seznamu kvalifikovaných dodavatelů

Tento seznam je veden Ministerstvem místního rozvoje jako součást Informačního systému o veřejných zakázkách. Služba je určena firmám a dodavatelům, kteří mají zájem se ucházet o veřejné zakázky. Pro získání výstupu ze Seznamu kvalifikovaných dodavatelů je nutné znát pouze identifikační číslo organizace.

Podání do registru účastníků provozu modulu autovraků ISOH

Pro evidenci autovraků se musí provozovatelé autovrakovišť zaregistrovat na MA ISOH, což jim CzechPOINT umožňuje. Pro provozovatele autovrakovišť je nutné získat přístupové údaje do systému evidence autovlaků (přihlašovací jméno a heslo, které jednoznačně identifikují provozovatele a provozovnu zařízení ke sběru vybraných autovlaků). Přístup do systému získávají podnikatelské subjekty, které k provozování činnosti sběru vybraných autovraků získaly povolení od příslušného krajského úřadu.

Výpis z insolvenčního rejstříku

Insolvenční rejstřík je informační systém veřejné správy, který je spravován Ministerstvem spravedlnosti ČR. Tento rejstřík je veřejně přístupný, není tedy nutné ověřovat totožnost žadatele.

Datové schránky

Prostřednictvím systému CzechPOINT je prozatím možné zažádat o zřízení datové schránky a požádat o zneplatnění přístupových údajů do datové schránky a vydání nových (www.czechpoint.cz).

Autorizovaná konverze dokumentů

Autorizovaná konverze znamená úplné převedení dokumentu v listinné podobě do elektronické podoby nebo naopak. Dokument, který provedením konverze vznikl, má stejné právní účinky jako dosud používaná ověřená kopie.

Centrální úložiště ověřovacích doložek

Na základě zákona č. 300/2008 Sb., o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů, vede systém CzechPOINT centrální evidenci všech ověřovacích doložek provedených autorizovanou konverzí dokumentů na žádost a z moci úřední, kterou provádějí orgány veřejné moci. Prostřednictvím webového rozhraní je možné ověřit výstup z autorizované konverze na adrese <https://www.czechpoint.cz/overovacidolozky/>. Pro kontrolu je nutné zadat do pole Identifikační číslo ověřovací doložky - číslo provedené konverze, které je umístěno na dokumentu pod 2D kódem. Systém pak zobrazí původní ověřovací doložku z centrálního úložiště ověřovacích doložek tak, jak byla vytvořena při samotné konverzi.

Úschovna systému Czech POINT

Jedná se o podpůrný systém pro autorizovanou konverzi dokumentů. Tento systém zajišťuje dočasné uložení dokumentů formátu PDF pro konverzi dokumentů z elektronické do listinné podoby a naopak v rámci všech kontaktních míst systému Czech POINT.

CzechPOINT@office – Agendy pro vnitřní použití na úřadech

Zákon č. 300/2008 Sb. přináší termín autorizované konverze dokumentů, a to na žádost (v tom případě se jedná o standardní agendu Czech POINT reprezentovanou samostatným formulářem), a také "z moci úřední", tedy pro vnitřní potřeby orgánů veřejné moci.

Autorizovaná konverze z moci úřední je agenda dostupná v prostředí CzechPOINT@office - sady formulářů a funkcí určené pro vnitřní potřeby úřadů a dalších orgánů veřejné moci. Dosud byl CzechPOINT@office představován "vnitřním CzechPOINTem", který umožňoval vystavování výpisů a opisů z Rejstříku trestů v rámci vyřizování správních agend.

Pod názvem CzechPOINT@office dochází k rozšíření projektu Czech POINT.

Ke stávajícím službám CzechPOINT@office patří:

- výpis a opis z rejstříku trestů z moci úřední
- konverze z moci úřední podle zákona č. 300/2008 Sb.

Czech POINT E-SHOP - výpisy poštou

Týká se třech registrů státní správy, a to: výpisu ze živnostenského rejstříku, obchodního rejstříku a katastru nemovitostí. Tyto výpisy lze objednat elektronicky prostřednictvím jednoduchého webového formuláře (www.czechpoint.cz).

3.3.2 Dílčí zhodnocení služby

Tato služba přináší značné ulehčení komunikace se státem prostřednictvím jednoho místa tak, aby „obíhala data ne občan“. Pokud člověk potřebuje vyřídit záležitosti na více úřadech, dostává se často do časové tísně. Využíváním služby CzechPOINT může zákazník ušetřit nejen velkou spoustu času, ale mimo jiné také náklady na dopravu po úřadech. V tabulce č. 1 můžeme pozorovat, že počet výstupů CzechPOINT každým rokem roste. Velký skok mezi roky 2007 a 2008 je způsoben tím, že služba vznikla v polovině roku 2007 a tudíž se jedná pouze o půlroční výstupy. Dále je možné pozorovat, že největší zájem projevují zákazníci o výpis z rejstříku trestů.

Tabulka č. 1 Počty vydaných výstupů

Celkový počet k 31.03.2010

	Rok 2007	Rok 2008	Rok 2009	Rok 2010	Celkem
Katastr nemovitostí (KN)	28379	230406	349665	132312	740762
Obchodní rejstřík (OR)	24144	150791	250641	81835	507411
Živnostenský rejstřík (ŽR)	1338	7656	31666	13126	53786
Rejstřík trestů (RT)	0	595615	712638	190048	1498301
Centrální registr řidičů (BODY)	0	0	104744	24343	129087
Systém kvalifikovaných dodavatelů (SKD)	0	0	4512	1862	6374
Konverze dokumentů (KD)	0	0	11194	21039	32233
Žádost o zřízení datové schránky (DS)	0	0	15944	5903	21847
Ostatní (Ostatní)	0	0	2074	413	2487
Celkový součet:	53861	984468	1483078	470881	2992288

Zdroj: <http://www.czechpoint.cz/web/?q=node/424>

Pracovišť CzechPOINT přibývá každým měsícem. K 31. 3. 2010 bylo založeno 5 758 pracovišť CzechPOINT. Z toho obecní úřady 4 322 pracovišť, Hospodářská komora 51 pracovišť, Česká pošta 922 pracovišť, Zahraniční zastupitelství 39 pracovišť a notáři 426 pracovišť.

Česká pošta tedy založila pracoviště CzechPOINT již na 922 z celkových 3372 poboček. Toto číslo se bude i nadále každým měsícem zvedat a produktů systému CzechPOINT bude i nadále přibývat. V konečné fázi projektu by občan mohl své záležitosti vyřizovat i z domova prostřednictvím internetu.

3.4 Důchodová služba

Touto službou se zabývají Poštovní pravidla VIII, platná od 1. Zář 2003. Podle těchto pravidel se důchodovou službou rozumí opakované výplaty důchodů, automatizované vedení kmene důchodů v centru DS (Odbor zpracování centrálních úloh), jeho aktualizace, tj. přírůstky, změny, úbytky z podnětu ČSSZ, jeho doplňování aktuálními údaji z podnětu jednotlivých pošt a vydávání jednorázových výplatních dokladů sloužících k výplatě důchodů. Pošty vykonávají důchodovou službu na základě Mandátní smlouvy o výkonu důchodové služby uzavřené mezi Českou poštou, s.p. a ČSSZ.

Pošta není oprávněná vydávat příkazy k výplatě, změně výše nebo zastavení výplaty důchodu. K tomuto je oprávněna pouze ČSSZ.

3.4.1 Výplatní doklad

Výplata důchodu se provádí prostřednictvím jednorázového výplatního dokladu „Důchody – výplatní doklad“, která obsahuje údaje o důchodu předané z ČSSZ. Výplatní doklad je dvoudílný, tvoří jej hlavní díl a ústřížek pro příjemce, podklad je modré varvy s modrým a černým potiskem. Výplatní doklad musí být vyplněn v obou dílech shodně a čitelně. Částka ve slovech se na hlavním dílu výplatního dokladu tiskne od levého okraje a tvoří jedno slovo. Volné místo před a za údajem částky v číslicích i ve slovech musí být vyplněno hvězdičkami nebo znaky pro rovnítko (=), tzv. zamezovkami.

Údaje na výplatním dokladu:

Hlavní díl – přední strana:

- 1) Podací znaky – identifikační číslo, je to desetimístný údaj jedinečný v rámci celé emise výplatních dokladů a datum podání, což je datum, od kdy je výplatní doklad platný.
- 2) Výplatní znaky – údaje o provedené výplatě důchodu.
- 3) Transakční kód – standardní doklad i druhopis je označen kódem 515.
- 4) Částka – výše vyplacené částky v číslicích.
- 5) Splatnost – den splatnosti důchodu.
- 6) Výplatní období – období, za které je důchod vyplácen – měsíc a rok.
- 7) Platnost dokladu do – poslední den platnosti výplatního dokladu (den, měsíc, rok).
- 8) Částka slovy – výše vyplacené částky ve slovech.
- 9) Druh důchodu – je uváděn na výplatním dokladu plným zněním. Důchodce může být příjemcem i několika druhů důchodů.
- 10) Zákonný zástupce – zvláštní příjemce – rodné číslo, jméno, příjmení a titul. Není-li zákonným zástupcem – zvláštním příjemcem fyzická osoba, ale orgán státní správy nebo je jím více fyzických osob (např. manželé), pak je rodné číslo nahrazeno deseti jedničkami.
- 11) Způsob výplaty.
- 12) Výplatní podmínky – Pokud je v tomto poli poznámka „Do vlastních rukou“ může být důchod vyplacen pouze osobě uvedené jako příjemce.
- 13) Důchodce – rodné číslo, jméno, příjmení a titul. V případě dosílky do nemocnice, léčebného zařízení apod. je vpravo vedle rodného čísla uveden typ zařízení.
- 14) Informace o výplatě – pole obsahuje zprávu o tom, které důchody nebyly k příslušnému datu vyplaceny.
- 15) Adresa příjemce důchodu

16) Doručovací okrsek – číslo doručovacího okrsku dle databáze dodacích míst.

17) Poř. Číslo – tisk – pořadové číslo dokladu při tisku v Postservisu

18) Stvrzení přijetí – pole je rozděleno do dvou částí. První část je určena pro stvrzení převzetí důchodu, druhá část pro stvrzení trvání výplatních podmínek.

Hlavní díl – zadní strana

Jsou zde uvedeny informace sloužící k vyúčtování důchodu, důvody nevyplacení důchodu, otisk denního razítka, místo pro ověření platnosti a údaje o vyhotovení druhopisu.

Útržek pro příjemce – přední strana

Jedná se o jediný doklad o provedené výplatě důchodu, jiný doklad pošta nevydává.

Útržek pro příjemce – zadní strana

Obsahuje informace pro příjemce důchodu.

3.4.2 Způsob výplaty důchodů

Jak již bylo zmíněno, výplata důchodu je realizována dvěma způsoby, a to doručováním s penězi poštovním doručovatelem do místa bydliště příjemce důchodu (výplatní doklad je v kolonce „Způsob výplaty“ označen slovy „Doručný“ nebo „Dosílka – d“), nebo uložením na poště (výplatní doklad je označen slovy „Odnos“ nebo „Dosílka – o“.

Způsob výplaty si zvolí příjemce pomocí tiskopisu č. 12-236 Důchodová služba – žádost o změnu. Pokud tak neučiní, je mu výplatní doklad doručován s penězi do místa bydliště.

3.4.3 Doručování důchodu s penězi

Výplata důchodu je prováděna zásadně na adrese bydliště příjemce důchodu v den splatnosti důchodu. Není-li příjemce na uvedené adrese v den splatnosti zastížen, je výplatní doklad uložen na poště a je možno jej vyplatit příjemci důchodu u přepážky pošty. Uložení výplatního dokladu na poště se příjemci důchodu neoznamuje. Není-li

důchod na poště vyzvednut nejpozději čtyři pracovní dny před ukončením platnosti dokladu, je na následujícím výplatním dokladu vytištěn způsob výplaty „Odnos“ nebo „Dosílka - o“ a výplatní doklad se nedoručuje.

Peníze a výplatní doklady spolu s doručovacími kartami důchodů předává doručovatelům pokladník nebo jiný pracovník k tomu určený. Výčetky podepíše předávající pracovník u předtisku „Předal“. Doručovatel porovná počet dokladů s počtem uvedeným ve výčetce a dále porovná úhrnnou částku výčetky s úhrnnou částkou příslušné doručovací karty, peníze přepočítá a nezjistí-li rozdíly, stvrdí podpisem jejich převzetí u předtisku „Převzal“ na obou vyhotoveních výčetky. Kopii výčetky si ponechá, prvopis vrátí pokladníkovi.

Doručovatel vyúčtuje výplatní doklady a peníze ihned po návratu z doručovací pochůzky. Při vyúčtování postupuje tak, že výplatní doklady srovná podle pořadí zápisů v doručovací kartě. Odděleně seřadí vyplacené a nevyplacené výplatní doklady. Nevyplacené výplatní doklady odepíše v doručovací kartě, v poznámkovém sloupci uvede důvod nevyplacení, kartu uzavře, podepíše a opatří otiskem denního razítka. Do předávací knihy zapíše počet všech vrácených výplatních dokladů (vyplacených a nevyplacených) a úhrn nevyplacené částky. Předávací knihu, výplatní doklady, doručovací kartu a výčetku spolu s penězi předá vyúčtujícímu pracovníkovi. Vyúčtující pracovník potvrdí podpisem a otiskem denního razítka převzetí v předávací knize a na výčetce.

3.4.4 Výplata důchodu na poště

Důchody lze pravidelně vyplácet ve výplatní den u přepážky pošty příjemcům důchodu, kteří o to požádají. Mohou tak učinit písemně na kterékoliv poště prostřednictvím tiskopisu č. 12-236 Důchodová služba – žádost o změnu. Nevyzvedne-li si příjemce důchodu důchod nejpozději do dne platnosti třetího výplatního dokladu, jsou výplatní doklady zasílány ve služební doporučené zásilce do Odboru zpracování centrálních úloh jako nevyplacené. Vrácené výplatní doklady pořídí pošta před jejich odesláním daným transakčním kódem do APOST.

3.4.5 Dílčí zhodnocení služby

K vyplacení důchodu se může člověk rozhodnout pro jeden z těchto základních způsobů:

- V hotovosti prostřednictvím pošty
- Bezhotovostně na účty u peněžních ústavů
- Hromadným poukazem do zařízení sociální péče

Doručování důchodu využitím služeb poskytovaných českou poštou se řadí k nejrozšířenějším způsobům. Klient má možnost volby, zda se rozhodne pro doručení důchodu s penězi, což ocení např. lidé se zdravotními problémy či s nedostatkem času, nebo pro výplatu důchodu na poště. Tuto metodu volí lidé z nejrůznějších důvodů, mezi které v neposlední řadě také patří uspokojení sociální potřeby u důchodců, kterým chybí sociální kontakt.

Důchodová služba prakticky nemá žádnou konkurenci a její potřeba je stále silnější díky demografickým vlivům. Jak je vidět v následující tabulce, počet vyplacených důchodů každým rokem roste.

Tabulka č. 2 Vyplácené důchody k 31. prosinci daného roku

Rok	Počet důchodců			Průměrná výše důchodu			Průměrný věk		
	Muži	Ženy	Celek	Muži	Ženy	Celek	Muži	Ženy	Celek
2008	1066465	1 687546	2754011	10046	9032	9424	64	66	65
2007	1045146	1 674015	2 71961	9145	8194	8560	64	66	65
2006	1027504	1656280	2683784	8563	7667	8010	64	65	65
2005	1007516	1637584	2645100	8102	7244	7571	64	65	65
2004	995686	1629999	2625685	7613	6816	7118	63	65	64
2003	978920	1611924	2590844	7408	6649	6936	63	65	64
2002	971439	1606359	2577798	7159	6428	6703	63	65	64
2001	973120	1610898	2584018	7147	6409	6687	63	65	64
2000	964450	1603415	2567865	6593	5913	6169	63	65	64

Zdroj: ČSSZ

Zahraniční trendy

Z různých zahraničních článků se lze dozvědět o způsobech výplat důchodů v zahraničí.

Jednou z nejběžnějších metod jsou přímé platby na účet. Tato metoda je řazena mezi bezpečné, pohodlné a efektivní způsoby výplaty. Díky tomuto způsobu získává zákazník flexibilitu ve volbě, kde a kdy budou peníze vybrány. Zároveň získává přístup k dalším finančním službám.

Velice zajímavým způsobem výplaty je založení tzv. Post Office card account (POca), kterým se rozumí sjednání poštovního účtu, určeného speciálně pro výplatu dávek a důchodů. K účtu je možné se přihlásit přímo u přepážky pošty a také nově prostřednictvím speciálních bankomatů označených Post Office®. Tento způsob výplaty má řadu výhod a mohl by sloužit jako inspirace České poště.

3.5 Spolupráce s ČSOB

Česká pošta poskytuje tyto služby na základě „Smlouvy o zajišťování služeb pro Československou obchodní banku, a. s.“ platné do roku 2017. Tato smlouva upravuje prodej bankovních služeb pod značkou Poštovní spořitelna na přepážkách České pošty, identifikuje obchodní potenciál trhu, potenciál existujícího klientského kmene a příspěvek obou partnerů k rozvoji společného strategického projektu.

Česká pošta vykonává pro ČSOB řadu služeb, mezi které patří např.:

- uzavírání penzijních fondů,
- obsluha vkladních knížek,
- obsluha účtů v měně CZK a v měně EURO,
- operace čipovou kartou,
- kolektivní investování,
- spotřebitelské úvěry,
- vnitrostátní platební styk
- mezinárodní platební styk,

- obsluha bankomatů Poštovní spořitelny, včetně rozvozu hotovosti,
- a další.

Z důvodu velkého rozsahu služeb byla pro analýzu prováděnou v této práci vybrána pouze jedna, a to penzijní fond Stabilita.

3.5.1 ČSOB – Penzijní fond Stabilita

Dle výroční zprávy ČSOB Penzijní fond stabilita, a. s., byl Penzijní fond Stabilita, a. s., člen skupiny ČSOB založen 26. října 1994 za účelem provozování penzijního připojištění se státním příspěvkem. Původní název Společnosti byl Českomoravský penzijní fond, a.s. Dne 22. srpna 2003 byla do obchodního rejstříku zapsána změna názvu Společnosti na ČSOB Penzijní fond Stabilita, a. s., člen skupiny ČSOB. Společnost je právním nástupcem fondu Občanský penzijní fond, a.s., který zanikl sloučením 31. května 1999 a fondu Český penzijní fond Zdraví, a.s., který zanikl sloučením 31. května 2000. Hlavním předmětem činnosti Společnosti je penzijní připojištění podle zákona č. 42/1994 Sb., o penzijním připojištění se státním příspěvkem. Strategie Společnosti je zaměřena na zajištění spolehlivého výnosu a krytí nároků na dávky penzijního připojištění.

Penzijní připojištění je nejvýhodnější státem podporované spoření na doplňkové zajištění v důchodovém věku. Toto připojištění je výhodné uzavřít z toho důvodu, že pokud bychom byli v budoucnu odkázáni pouze na příjem ze starobního důchodu, určitě by nám to neumožnilo zachovat si životní úroveň, na kterou jsme dnes zvyklí. Čím delší je doba připojištění, tím nižší měsíční příspěvek postačí k dosažení dostatečné míry úspor. Z toho vyplývá, že čím dříve začneme, tím lépe pro nás.

Uzavřít je může každý občan starší 18-ti let s trvalým pobytem na území České republiky nebo s bydlištěm na území jiného členského státu EU, pokud se účastní důchodového nebo veřejného zdravotního pojištění v ČR. Horní věková hranice není omezena.

3.5.2 Státní příspěvky

Ze státního rozpočtu se poskytují ve prospěch účastníků penzijního připojištění státní příspěvky. Ty jsou na konto účastníka připisovány automaticky za každý řádně a včas zaplacený měsíční příspěvek. Výše státního příspěvku na kalendářní měsíc závisí na výši příspěvku účastníka takto:

Tabulka č. 3 Státní příspěvky

Měsíční příspěvek účastníka	Státní příspěvek
100 – 199 Kč	50 Kč + 40 % z částky přesahující 100 Kč
200 – 299 Kč	90 Kč + 30 % z částky přesahující 200 Kč
300 – 399 Kč	120 Kč + 20 % z částky přesahující 300 Kč
400 – 499 Kč	140 Kč + 10 % z částky přesahující 400 Kč
500 Kč a více	150 Kč

Zdroj:ČSOB

3.5.3 Typy dávek

Pole internetových stránek ČSOB existují tyto typy dávek:

Starobní penze

- poskytována účastníkovi po 5 letech placení příspěvků a dosažení věku 60 let.
- nárok na starobní penzi nemůže vzniknout po přiznání nároku na výplatu invalidní penze nebo jednorázového vyrovnání místo invalidní penze.

Výsluhová penze

- poskytována účastníkovi po 15 letech placení příspěvků.
- nárok na výsluhovou penzi nemůže vzniknout po přiznání nároku na výplatu starobní či invalidní penze nebo jednorázového vyrovnání místo starobní či invalidní penze.

Invalidní penze

- poskytována účastníkovi po přiznání plného invalidního důchodu a 3 letech placení příspěvků.
- nárok na invalidní penzi nemůže vzniknout po přiznání nároku na výplatu starobní penze nebo jednorázového vyrovnání místo starobní penze.

Pozůstalostní penze

- poskytována osobám určeným ve smlouvě při úmrtí účastníka po 3 letech placení příspěvků.
- nárok na výplatu pozůstalostní penze zaniká úmrtím oprávněné osoby.

Jednorázové vyrovnání

- poskytováno účastníkovi po vzniku nároku na penzi místo starobní, výsluhové nebo invalidní penze na základě požadavku účastníka.

Odbytné

- poskytováno účastníkovi po 1 roce trvání penzijního připojištění, pokud účastník zaplatil příspěvky alespoň na 1 rok, jeho penzijní připojištění zaniklo výpovědí nebo dohodou, není mu vyplácena penze a zároveň nedošlo k převodu prostředků do penzijního připojištění u jiného penzijního fondu.
- poskytováno osobám určeným ve smlouvě, pokud účastník zemřel a nebyla mu vyplácena penze nebo vyplaceno jednorázové vyrovnání a pokud nevznikl nárok na pozůstalostní penzi nebo pokud se nároku na pozůstalostní penzi všechny osoby určené ve smlouvě písemně vzdaly.

3.5.4 Dílčí zhodnocení služby

Česká pošta je dostupná ve velkých městech, ale také na malých vesničkách. To může ČSOB považovat za velkou výhodu, jelikož s rostoucí dostupností České pošty roste i dostupnost služeb ČSOB. Naproti tomu může zase Česká pošta považovat za výhodu, že marketingová kampaň, kterou ČSOB provádí pro své služby, posiluje image České pošty jako peněžního ústavu.

Při zakládání penzijního fondu je nejprve vhodné položit si otázku, zda se vůbec založení penzijního fondu vyplatí. Zhodnocení prostředků účastníků za dobu existence

penzijní fondu Stabilita činní v průměru 6,25%. Za zamyšlení by stálo, zda by pro zajištění naší budoucnosti nebylo vhodnější investovat spíše do cenných papírů, např. do akcií, u kterých by mohlo být procento zhodnocení vyšší. Ačkoli v této oblasti se člověk vystavuje vyššímu riziku.

3.6 Soustředěné inkaso plateb obyvatelstva

Česká pošta obstarává tuto službu pro právnické a další osoby, ve prospěch jejichž účtů inkasuje platby od fyzických osob. Tato služba je Českou poštou obstarávána na základě mandátní smlouvy uzavřené mezi Českou poštou a příjemcem plateb, přičemž v mandátní smlouvě sjedná konkrétní činnosti, které požaduje obstarávat.

3.6.1 Činnosti při obstarávání SIPO

Dle obchodních podmínek soustředěného inkasa plateb obyvatelstva služba SIPO umožňuje:

- a) pořídit, vést a udržovat kmen plátců SIPO prostřednictvím změnového řízení aktivovaného příjemcem plateb,
- b) pořídit, vést a udržovat speciální evidence plátců prostřednictvím změnového řízení aktivovaného plátcem,
- c) prostřednictvím banky uhrazovat bezhotovostně platby ve sjednaných termínech,
- d) vyhotovovat a doručovat plátcům bezhotovostních plateb Rozpis bezhotovostní platby SIPO,
- e) vyhotovovat a doručovat plátcům hotovostních plateb Platební doklad SIPO (příloha č. 2) a Platební doklad SIPO – Upomínka,
- f) vyhotovovat na vybraných poštách na žádost plátců náhradní platební doklady a platební doklady na částečnou platbu,
- g) přijímat na všech poštách v hodinách pro veřejnost platné platební doklady,
- h) vyhotovovat na všech poštách na žádost plátců výpisy plateb,
- i) vyhotovovat pro příjemce plateb ve sjednaných termínech seznamy uhrazených plateb,
- j) vyhotovovat pro příjemce plateb ve sjednaných termínech seznamy vyčleněných dluhů,

- k) vyhotovovat pro příjemce plateb ve sjednaných termínech seznamy nezaplacených předpisů v souvislosti s upomínáním,
- l) vyhotovovat pro příjemce plateb ve sjednaných termínech kmen plátců,
- m) převádět příjemcům plateb ve sjednaném časovém režimu vyinkasované platby.

3.6.2 Identifikace plateb

Provádí se spojovacím číslem plátce, což je desetimístné číslo jedinečné v rámci celého kmene plátců. O přidělení tohoto čísla žádá plátce na kterékoliv poště pomocí tiskopisu SIPO – žádost (příloha č. 3). Právník osoba, která je příjemcem platby, je identifikována technologickým číslem uvedeným v mandátní smlouvě s vazbou na identifikační číslo klienta a Centrální číselník klientů ČP. Platební doklad a Rozpis bezhotovostní platby SIPO je opatřen identifikačním číslem, což je desetimístné číslo, které se skládá z číselného označení druhu služby a pořadového čísla platebního dokladu a je doplněno kontrolní číslicí. Druh platby je identifikován kódem platby. Ten je tvoří třímístné číslo.

3.6.3 Platby SIPO

Podle obchodních podmínek soustředěného inkasa plateb obyvatelstva služby SIPO jsou platby předepsané různými příjemci plateb, kteří s Českou poštou uzavřeli mandátní smlouvu, inkasovány jedním platebním dokladem. Plátce uhraduje platby buď hotovostně v hodinách pro veřejnost u přepážky kterékoliv pošty, případně prostřednictvím doručovatele tam, kde je tato služba zavedena, nebo bezhotovostně převodem z účtu u banky. Plátce může požádat o vyhotovování výpisů plateb SIPO. Výpisy mohou být měsíční, čtvrtletní, pololetní nebo roční a zasílají se zasílat plátcí poštou. Za opakované vystavování a zasílání výpisu vybírá pošta cenu podle Ceníku základních služeb. Příjemce plateb platí za obstarávání SIPO a s ním spojené služby ceny uvedené v Ceníku služby SIPO. Platbu SIPO může plátce uhradit od 7. Pracovního dne inkasního měsíce, do posledního kalendářního dne inkasního měsíce, pro který je platební doklad vystaven. Vyinkasované platby převádí Česká pošta na účty příjemců plateb ve sjednaném časovém režimu. Platby se převádějí úhrnnou částkou nebo

položkově. Souhrnné vyúčtování inkasního měsíce provede Česká pošta nejpozději do 8. dne následujícího měsíce.

3.6.4 Doručování platebních dokladů

Platební doklady doručuje pošta buď na adresu pobytu plátce, nebo na jeho kontaktní adresu, jako obyčejné zásilky. Na žádost plátce je lze doručovat v uzavřených obálkách. O tuto službu lze požádat na kterékoliv poště vyplněním tiskopisu SIPO – žádost a cena této služby se odvíjí od Ceníku základních služeb. Vyplněním tiskopisu SIPO – žádost může také plátce požádat o jakoukoliv změnu, kromě změny spojovacího čísla plátce a předepsané platby. O změnu, která má být provedena od bezprostředně následujícího inkasního měsíce, musí plátce požádat nejpozději poslední pracovní den předcházejícího inkasního měsíce. Změny jsou prováděny bezplatně.

3.6.5. Ceník služby SIPO

Tabulka č. 4 Ceník služby SIPO

1	Základní cena za jednu položku předepsanou do SIPO	3,10 Kč
2	Doplňková cena za upomenutí neuhrazené platby (za každý předpis upomínaného inkasního měsíce)	0,30 Kč
3	Paušální cena za méně než 100 předpisů začleněných do SIPO v inkasním měsíci	200,- Kč
4	Ceny za ostatní služby	
	za každý další soubor zaplacených plateb za inkasní měsíc	500,- Kč
	za každý další soubor vyčleněných dluhů za inkasní měsíc	500,- Kč
	za každý soubor nezaplacených předpisů	500,- Kč
	za každý další kmen plátců SIPO za kalendářní rok	500,- Kč
5	Cena za dokladové podání za jednu položku předepsanou k inkasu podanou dokladově	5,20 Kč

Zdroj: obchodní podmínky soustředěného inkasa plateb obyvatelstva

3.6.6 Dílčí zhodnocení služby

Služba SIPO je velmi rozšířený způsob platby, volený velkým množstvím plátců. Rozšířením této služby je služba e-sipo.

eSIPO

Služba eSIPO je rozšíření tradiční služby SIPO a byla zavedena s využitím nejlepších světových zkušeností a poznatků. Inspirací pro tuto službu byla zahraniční ebillingová řešení, jež se ve světě prosazují od poloviny devadesátých let.

Anglický termín Electronic Bill Presentment and Payment (ebilling) označuje elektronické systémy pro zpracování a rozesílání faktur, složenek, výpisů z účtů a dalších dokumentů, které zasílají společnosti svým zákazníkům, a zpracování plateb vztahujících se k těmto dokumentům. Ebillingové systémy umožňují firmám (vydavatelům) zasílat finanční dokumenty svým zákazníkům elektronickou cestou a zákazníkům nabízejí přístup ke všem těmto dokladům na jednom místě na Internetu 24 hodin denně s možností okamžitého placení nebo podle naplánovaného kalendáře. (<http://www.e-komerce.cz/ec/ec.nsf/0/4F0F5688CB0B5F2FC1256B9C0046C74D>)

Služba eSIPO zahájila svůj pilotní provoz 5. 4. 2007 a chce zákazníkům nabídnout elektronickou správu a také kontrolu u pravidelných i nepravidelných plateb. Každý zákazník, který se přihlásí do databáze České pošty, s.p., dostane přístupový kód a přes ten bude mít přístup na svůj účet. Hlavními výhodami je nejen výrazné zjednodušení a rychlé hrazení účtů, ale hlavně zlevní pro dodavatele i zákazníky. Další výhodou je dostupnost ke službě, přes internet 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Zákazník nemusí chodit na přepážku na poštu nebo do banky a stát dlouhé fronty, ale vyřídí si své platby z domova.

3.7 Sázkové a loterní činnosti

Dle Poštovních podmínek IX Česká pošta obstarává pro provozovatele, kteří provozují na území České republiky loterie a jiné podobné hry na základě zákona č. 202/1991 Sb., o loteriích a jiných podobných hrách v platném znění a jiné obchodní činnosti, na které se nevztahuje loterní zákon. Provozováním loterií a jiných podobných

her se rozumí příjem sázek číselných loterií a sázkových her, ověřování a výplata výher z nich, prodej losů okamžitých loterií, ověřování a výplata výher z nich.

Česká pošta obstarává sázkové hry, okamžité loterie a neloterní činnosti na základě:

- Smlouvy o vzájemné obchodní spolupráci uzavřené mezi Českou poštou a SAZKA, a. s.,
- Smlouvy o obstarávání služeb uzavřené mezi Českou poštou a akciovou společností SAZKA,
- Dohody o hlavní obstaratelské licenci uzavřené mezi Českou poštou a akciovou společností SAZKA,
- Smlouvy o obstarání prodeje stíracích losů uzavřené mezi Českou poštou a TERNO, společnost s ručením omezeným

3.7.1 On-line terminál

Jedná se o soubor technických zařízení sloužících k obstarávání sázkových her, okamžitých loterií a neloterních činností. Jeho vlastníkem je akciová společnost SAZKA. Prostřednictvím tohoto terminálu pošta přijímá sázky a vyplácí výhry ze všech obstarávaných sázkových her, eviduje prodej losů okamžitých loterií, dále objednává losy okamžitých loterií, sázenky, tiskopisy a spotřební materiál. Prostřednictvím tohoto terminálu také pošta eviduje přiděly losů okamžitých loterií na sklad a aktivuje balíčky losů pro prodej, pořizuje finanční výpisy a výpisy o činnosti terminálu, pořizuje pro potřebu pošty a pro sázející výsledky sázkových her a obstarává neloterní činnosti. Pokyny pro obsluhu tohoto terminálu jsou uvedeny v Manuálu pro on-line terminál. Tímto manuálem musí být vybaveno každé pracoviště pošty, které obstarává sázkové hry, okamžité loterie a neloterní činnosti prostřednictvím terminálu.

3.7.2 Herní plány

Herní plány schvaluje Ministerstvo financí ČR a obsahují podmínky, za kterých jsou provozovány sázkové hry a okamžité loterie. Jsou závazné pro všechny účastníky tj. pro příslušné provozovatele, Českou poшту a pro zákazníky. Musí být na vyžádání k dispozici zákazníkům. Uzavřením sázek je okamžik, kdy na základě uhrazení vkladu

obdrží sázející potvrzení o sázce. Uzavřením sázky uznává sázející ustanovení herního plánu za závazná.

3.7.3 Druhy sázkových her

Dle Herního plánu číselných loterií a sázkových her SAZKA, a.s.

3.7.3.1 Sazka

V Sazce tipují sázející výsledky třinácti sportovních utkání. Na sázenkách Sazky (příloha č. 4) mohou sázející uzavírat sázky na koncové šestičíslí výrobního čísla sázeny (hra Šance). Sloupec sázenky je rozdělen na tři kolonky, které jsou označeny číslicemi 1, 0, 2. Výsledek utkání tipuje sázející křížkem, který v kolonce označené číslicí 1 znamená vítězství družstva uvedeného v pořadu na prvním místě, v kolonce označené 0 znamená nerozhodný výsledek a v kolonce označené 2 znamená vítězství družstva uvedeného v pořadu na druhém místě. Tipy se u uskutečněných utkání, popřípadě částí utkání, hodnotí podle výsledků dosažených v normální hrací době. Za neuskutečněné utkání se považuje utkání přeložené na jiný den nebo hodinu než je uvedeno v pořadu Sazky vydaném SAZKA, a.s., pokud zároveň úřední začátek utkání spadá mimo dobu uvedenou v tomto pořadu. Dále se za neuskutečněné považuje předčasně ukončené utkání. Utkání, které se neuskuteční, se hodnotí náhradním výsledkem. Slosování náhradních výsledků utkání zařazených do pořadu Sazky je veřejné a provádí se každé sázkové období. Pokud sázející tipoval správně všech 13 výsledků, získává výhru 1. pořadí, kterou tvoří 40 % z výherní jistiny. Pokud uhodne 12 výsledků, získává výhru 2. pořadí, kterou tvoří 30 % z výherní jistiny. Pokud tipoval správně 11 výsledků, získává výhru 3. pořadí, což je zbylých 30 % z výherní jistiny.

3.7.3.2 Sportka

Ve Sportce (příloha č. 5) tipuje sázející šest čísel ze čtyřiceti devíti, která budou tažena podle jeho předpokladu při slosování. Slosování Sportky se provádí zpravidla ve středu a v neděli. Sázející musí označit, proškrtnutím příslušné kolonky, na jaký den sázku uzavírá. Sázka se uzavírá na výherní čísla 1. a 2. tahu. Sázející zaškrtně šest čísel

ze čtyřiceti devíti v prvním sloupci sázenky. Přeje-li si uzavřít více sázek na jedné sázence, vyplní obdobným způsobem postupně další sloupce sázenky. Na jedné sázence lze uzavřít až deset sázek. Sázející si také může na sázence zvolit tipování náhodným způsobem a to proškrtnutím kolonky označené písmenem N. Terminál po zavedení požadavku do systému vybere pro takto označené sloupce náhodnou kombinaci čísel. Sázky lze uzavírat i bez použití sázenky, metodou náhodného tipu. Sázející v tomto případě pouze ústně sdělí obsluze on-line terminálu několik základních informací a po zavedení požadavku vybere terminál náhodná čísla a vytiskne potvrzení sázky. Na konci každého sázkového období se provádějí dva samostatné tahy. Slosování se provádí pomocí elektromechanického osudí. Při správném tipování šesti čísel získává sázející výhru 1. pořadí, což je 34 % z výherní jistiny. Při uhodnutí pěti čísel a dodatkového čísla získává sázející výhru 2. pořadí, které tvoří 5 % z výherní jistiny. Při správném tipování pěti čísel, získává sázející výhru 3. pořadí, tvořící 9 % z výherní jistiny. Pokud tipne správně čtyři čísla, získává výhru 4. pořadí, a tím 12% z výherní jistiny, a pokud uhodne tři čísla, získává výhru 5. pořadí, tedy 40% z výherní jistiny.

3.7.3.3 Euromiliony

V číselné loterii Euromiliony tipuje sázející sedm čísel ze třiceti pěti a jedno číslo z pěti, která budou tažena podle jeho předpokladu při slosování. Při uzavírání sázek použije sázející sázenku označenou Euromiliony (příloha č. 6), kde je umístěno 6 sloupců, které se skládají z hlavní části s třiceti pěti čísly a vedlejší části s pěti čísly. Sázející tipuje tak, že proškrtně křížkem příslušná čísla. Uzavírá-li více sázek, vyplní obdobným způsobem další sloupce sázenky. Na sázence lze uzavřít až deset sázek. Na sázence lze také tipovat náhodným způsobem. Sázky lze uzavírat i bez použití sázenky metodou náhodného tipu. V číselné loterii Euromiliony je možné uzavírat systémovou sázku. Na konci každého sázkového období se provádí slosování, pomocí dvou osudí. Před slosováním výherních čísel se do prvního osudí vloží třicet pět po sobě jdoucích čísel (1 až 35) do druhého osudí vloží pět čísel (1 až 5). Všechna vylosovaná čísla jsou ihned vyhlášena.

Při správném tipování:

- a) sedmi čísel z prvního osudí + jednoho čísla z druhého osudí, získává sázející výhru 1. pořadí, které tvoří 18% z výherní jistiny, minimálně však 10 mil. Kč,
- b) sedmi čísel z prvního osudí, získává sázející výhru 2. pořadí, které tvoří 4% z výherní jistiny,
- c) šesti čísel z prvního osudí + jednoho čísla z druhého osudí, získává sázející výhru 3. pořadí, které tvoří 4% z výherní jistiny,
- d) šesti čísel z prvního osudí, získává sázející výhru 4. pořadí, které tvoří 5% z výherní jistiny,
- e) pěti čísel z prvního osudí + jednoho čísla z druhého osudí, získává sázející výhru 5. pořadí, které tvoří 5% z výherní jistiny
- f) pěti čísel z prvního osudí, získává sázející výhru 6. pořadí, které tvoří 5 % z výherní jistiny,
- g) čtyř čísel z prvního osudí + jednoho čísla z druhého osudí, získává sázející výhru 7. pořadí, které tvoří 7 % z výherní jistiny,
- h) čtyř čísel z prvního osudí, získává sázející výhru 8. pořadí, které tvoří 13 % z výherní jistiny,
- i) tří čísel z prvního osudí + jednoho čísla z druhého osudí, získává sázející výhru 9. pořadí, které tvoří 16 % z výherní jistiny,
- j) žádného čísla z prvního osudí + jednoho čísla z druhého osudí, získává sázející výhru 10. pořadí, které tvoří 23 % z výherní jistiny.

3.7.3.4 Šťastných 10 a Královská hra

Šťastných 10 (příloha č. 7) je číselná loterie, ve které sázející tipuje jedno až deset čísel z osmdesáti. V každém slosování je vylosováno 20 čísel. V královské hře jde o to, zda první vylosované číslo je obsaženo v jejich tipování. Sázky lze uzavírat na sázenkách vydaných pro tuto sázkovou hru. Na sázence lze uzavřít jednu až čtyři sázenky. Jednotlivá hrací pole lze také tipovat náhodným tipem proškrtnutím příslušné kolonky označené písmenem N. Terminál potom vybere náhodnou kombinaci čísel.

Postup při tipování:

- 1) sázející označí kolonku počet čísel u hodnoty odpovídající počtu jim tipovaných čísel, může tipovat jedno až deset čísel,
- 2) natipuje jím zvolený počet čísel z osmdesáti, nebo zvolí náhodný tip,
- 3) označí kolonku u hodnoty vkladu, který chce vsadit, minimální vklad činí 10 Kč,
- 4) uzavírá-li předplatné, označí kolonku s počtem slosování.

3.7.3.5 Šance milion

Sázející mohou uzavírat sázky na koncové šestičíslí sázenky hry Šťastných 10 nebo při tipování metodou náhodného tipu na náhodně vybrané šestičíslí. Nemá-li sázející zájem hrát Šanci milion, proškrtně kolonku označenou NE. Slosování Šance milion se provádí při slosování Šťastných 10. Do šesti na sobě nezávislých osudí se vloží šest sad deseti po sobě jsoucích čísel (0-9) a z každého osudí je vylosováno jedno číslo. Částka určená na výhry Šance milion činí v dlouhodobém průměru 50 % herní jistiny, tj. vsazených vkladů na hru Šance milion ve hře Šťastných 10. Pokud uhodneme poslední tažené číslo, získáváme pevnou výhru 20 Kč, pokud koncové dvojčíslí, získáváme pevnou výhru 50 Kč, pokud koncové trojčíslí, pevná výhradní 500 Kč, pokud koncové čtyřčíslí, získáváme pevnou výhru 5000 Kč, pokud koncové pětičíslí, činí pevná výhra 50 000 Kč, a pokud se nám podaří uhodnout všech šest čísel, získáváme pevnou výhru 1 000 000 Kč.

3.7.3.6 Keno

Jedná se o číselnou loterii, kde sázející tipuje jedno až sedm čísel z padesáti. V každém slosování je vylosováno dvanáct čísel. Sázky se uzavírají na sázenkách vydaných pro tuto sázkovou hru (příloha č. 8). Na jedné sázence lze uzavřít až čtyři sázky. Lze tipovat také náhodným tipem proškrtnutím kolonky označené písmenem N. Při tipování sázející označí nejprve kolonku počet čísel u hodnoty odpovídající počtu tipovaných čísel, tipovat může jedno až sedm čísel. Natipuje v hracím poli zvolený počet čísel, nebo zvolí náhodný tip. Poté označí vklad, který chce vsadit. Nakonec označí kolonku určující počet slosování. Tipování se provádí křížkem. Bez použití

sázenky může sázející tipovat formou náhodného tipu, a to sdělením několika základních informací obsluze terminálu. Minimální vklad činí 5 Kč.

3.7.4 Neloterní činnosti obstarávané pro akciovou společnost SAZKA

Jedná se o činnosti provozované akciovou společností Sazka, které nepodléhají loternímu zákonu. Česká pošta tyto služby provádí na základě smluv a dohod.

3.7.4.1 Prodej kreditů SIM karet

Tímto se rozumí dobíjení předplacených karet Twist, O2 a VODAFONE a řídí se Obchodními podmínkami pro poskytování služby dobíjení Twist karet prostřednictvím prodejní sítě SAZKA, a. s., Obchodními podmínkami pro poskytování služby dobíjení předplacených O2 SIM karet a Obchodními podmínkami pro poskytování služby dobíjení VODAFONE karet prostřednictvím prodejní sítě SAZKA, a. s.

Dobíjení se uskutečňuje prostřednictvím terminálu. Zákazník má dvě možnosti pro dobití. První je prostřednictvím dobíjecího tiketu (příloha č. 9). Zákazník vyplní dobíjecí tiket a terminál vytiskne zjednodušený daňový doklad. Vyplněný dobíjecí tiket si může zákazník ponechat pro opětovné dobíjení. Druhou možností, jak kartu dobít je sejmutí čárového kódu mobilního telefonu zákazníka. V tomto případě zákazník předá pracovníkovi k sejmutí kartičku s čárovým kódem mobilního telefonu. Pracovník pošty zvolí na terminálu druh SIM karty a doplní výši dobité částky. Opět se pro zákazníka vytiskne zjednodušený daňový doklad.

3.7.4.2 Prodej vstupenek

Poskytují se informace o akcích. Prostřednictvím terminálu lze rezervovat vstupenky, a to bezplatně, prostřednictvím vstupenkového tiketu (příloha č. 10). Lze také uskutečnit prodej a vytištění vstupenek, a to sejmutím čárového kódu nebo ručním vložením čísla rezervace ze zákazníkem akceptovaného návrhu vstupenky a zaplacením celkové ceny. Pokud má zákazník již zajištěnou internetovou rezervaci, může si ji na poště zaplatit a nechat vytisknout. Dále lze také vracet vstupenky při neuskutečnění

akce, na kterou má zákazník zaplacenou platnou vstupenku a promotér dané akce rozhodne o jejím zrušení.

3.7.5 Dílčí zhodnocení služby

Zajímavé je, že sázkové kanceláře, mezi které se řadí i společnost SAZKA a. s. nepocitují hospodářskou krizi. Rok 2009 naopak považují za neúspěšnější ve své historii. Jejich obraty se meziročně zvedly až o třicet procent, a to hlavně díky internetovému sázení, které ministerstvo financí povolilo na konci roku 2008. Sazka díky tomuto kroku dosáhla vloni největších tržeb za celou dobu své existence.

Domácí firmy si totiž před změnou stěžovaly na to, že zahraniční internetové společnosti je nelegálně připravují o zisky. I když neměly oprávnění na českém trhu působit, tudíž neplatily daně a povinné odvody na dobročinné účely, stát s nimi nic nezmoohl. Zahraniční firmy poukazují na to, že jim podnikání v Česku povoluje evropská licence.

Zahraničních webů s kurzovými sázkami jsou desítky, více než patnáct z nich je v češtině nebo slovenštině. K největším patří Bwin, Interwetten, Sportingbet a Unibet. Podle odhadů Asociace provozovatelů kurzových sázek odčerpávaly z českého trhu kolem čtyř miliard korun. (<http://www.profit.cz/clanek/krize-cas-pro-hazard.aspx>)

I v prvním čtvrtletí letošního roku zaznamenali s nejvyšší pravděpodobností sázkové kanceláře díky zimním olympijským hrám v kanadském Vancouveru zvýšený počet zákazníků. Další příležitostí by mohlo být fotbalové mistrovství světa v Jihoamerické republice.

3.8 Kolkové známky a dálniční kupony

3.8.1 Kolkové známky

Podle Komisionářské smlouvy o zabezpečení veřejných potřeb v souvislosti s emisí a prodejem kolkových známek v platném znění uzavřené mezi Ministerstvem financí ČR a Gř České pošty, s.p., je ČP jediným distributorem kolkových známek.

Poškozené, nepoužité kolky, které jsou slepené, potřhané nebo znečištěné a neoražené, kolky nalepené na podáních, která nebyla podána, vyměňují pověřené pošty za nové kolky. Za výměnu se vybírá cena, která činí 10 % z celkové hodnoty vyměněných kolků. O výměnu se musí žádat písemně. V žádosti uvede počet kolků dle jednotlivých nominálních hodnot a jejich úhrn, svoji adresu a zároveň na žádosti stvrdí podpisem příjem vyměněných kolků. Poškozené kolky vyměňuje zpravidla pracovník vedlejší pokladny cenin.

Prodané kolky se ihned zaúčtují do IS a tržby v hotovosti se denně odvádějí hlavní pokladně. V pokladnách kolků ani v zálohách se peníze nesmějí ponechávat.

3.8.2 Dálniční známky

Dálniční známky lze zakoupit na všech poštách, které jsou pověřené výměnou a náhradou ročních dálničních známek například v případě poškození. Rozeznáváme roční, měsíční a desetidenní dálniční známky.

Obrázek č. 2 Dálniční známka roční



Zdroj: <http://www.cpost.cz/cz/sluzby/prodej-na-postach/prodej-dalnicnich-znamek-na-rok-2010-id28883/>

Obrázek č. 3 Dálniční známka měsíční



Zdroj: <http://www.cpost.cz/cz/sluzby/prodej-na-postach/prodej-dalnicnich-znamek-na-rok-2010-id28883/>

Obrázek č. 4 Dálniční známka desetidenní



Zdroj: <http://www.cpost.cz/cz/sluzby/prodej-na-postach/prodej-dalnicnich-znamek-na-rok-2010-id28883/>

3.8.2.1 Výměna kupónu

Výměnu kupónů lze provést z důvodu poškození čelního skla motorového vozidla, chybné manipulace se známkou, změny provozní značky motorového vozidla na registrační značku.

3.8.2.2 Výměna vadného kupónu

Výměna vadných kupónů se provádí bezplatně u kupónů s libovolnou dobou platnosti a bez vyplnění žádosti.

Vadný kupón je takový, který nelze odlepit od nosného podkladového papíru, dále takový, u něhož došlo k částečnému nebo úplnému roztržení podkladového papíru a ten zůstal v kontaktu se sejmutou folií, a dále takový, u něhož při snímání došlo k porušení celistvosti kupónu vlivem vysoké přilnavosti lepidla k podkladovému papíru.

V případě uvedených vad kupónu je možné tyto vady reklamovat přímo u prodejce, u kterého byl kupón zakoupen, nebo na všech oprávněných poštách, které výměnu zajistí.

3.8.3 Dílčí zhodnocení služby

Kromě České pošty je možné zakoupit dálniční kupony také na čerpacích stanicích. Jejich cena s postupem času roste. Cena dálničních známek roste nejvýrazněji u kategorie vozidel do 3,5 t, jak je patrné z následující tabulky. V letošním roce se cena roční známky v této kategorii zvedla o dvě stě korun, oproti roku loňskému. Jako důvod zdražení uvádí ministerstvo stavbu silnic a dálnic, na kterou potřebuje další peníze. U ostatních kategorií zůstává cena stejná, jako v předchozích dvou letech.

Tabulka č. 5 Vývoj cen dálničních kuponů

Kategorie vozidla	Časová platnost	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
Do 3,5 t	Roční	400	400	400	800	800	800	800	800	800	900	900	900	900	1000	1000	1200	
	Měsíční						200	200	200	200	250			300	330	330	350	
	2 měsíční											300	300					
	7 denní													200	220	220		
	10 denní						100	100	100	100	150							250
	15 denní												200	200				
Nad 3,5 t do 12 t	Roční	1 000	1 000	1 000	2 000	4 000	6 000	6 000	6 000	6 000	7 000	7 000	7 000	7 000	8 000	8 000		
	Měsíční						800	1 000	1 000	1 000	1 200			1 750	2 000	2 000		
	2 měsíční											1 750	1 750					
	7 denní													650	750	750		
	10 denní						300	400	400	400	450							
	15 denní												650	650				
Nad 12 t	Roční	2 000	2 000	2 000	4 000	8 000	12 000	12 000	12 000	12 000	14 000	14 000	14 000					
	Měsíční						1 600	2 000	2 000	2 000	2 300							
	2 měsíční											3 500	3 500					
	10 denní						600	800	800	800	900							
	15 denní											1 300	1 300					
	1 denní							300	300	300	250	250	250					

zdroj: <http://www.sfdi.cz/CZ/2010dk-vyvoj-cen.php>

3.9 Trendy do budoucna

3.9.1 Platba superCash

Od 15. 3. 2010 nabízí Česká pošta na všech svých pobočkách novou službu s názvem Platba superCash.

Z privátních zákazníků je určena především zákazníkům e-shopů, kteří mají možnost touto cestou zaplatit za služby a zboží nakoupené přes internet v hotovosti. Je vhodná pro lidi, kteří mají obavy zaplatit za objednané zboží a služby elektronicky, ale potřebují uskutečnit platbu v co nejkratším čase.

Komerční zákazník, v tomto případě provozovatelé e-shopů, má možnost přijmout peníze od zákazníků bez platebních karet či možnosti zaplatit přes internet, popřípadě od zákazníků, kteří elektronickým platebním kanálům nedůvěřují.

Při platbě předloží zákazník na kterékoliv poště objednávku z e-shopu, na které je vytištěn jednoznačný identifikátor platby, nebo předá obsluze číslo superCach a hotovost platby. Zákazník obdrží potvrzení o úhradě, které mu slouží jako doklad o zaplacení. Společnost, která systém superCash provozuje, si účtuje jednorázový poplatek 10 Kč a je na obchodníkovi, zda poplatek zaplatí on nebo jeho zákazník.

K uskutečnění této platby je nutné, aby provozovatel e-shopu využíval systém MANUM superCASH. Seznam provozovatelů eShopů, u kterých je možné zvolit tento druh platby, se stále rozrůstá. Hlavními výhodami Platby superCash prostřednictvím České pošty je hlavně zákazníka diskrétnost, rychlost a jednoduchost.

3.9.2 Česká pošta v příštích letech

Česká pošta se mimo jiné v příštích letech zaměří na moderní design, špičkové informační technologie, poštovní personál obsluhující zákazníky v nově navržených uniformách, které doznaly podstatných změn.

Podle ministra vnitra Martina Peciny, jako představitele zakladatele České pošty, citovaného v článku Česká pošta mění tvář (dostupného online www.cpost.cz/cz/aktualne/tiskove-zpravy/2009/ceska-posta-meni-tvar-id27581/) citováno dne 10.3.2010 je Česká pošta součástí kritické infrastruktury státu, řada jejích služeb se tak propojuje s výkonem státní správy. Určitě je proto dobře, že se Pošta rozhodla ne namátkově, ale cíleně vymanit z doby reálného socialismu. Nová pošta má parametry nejmodernějších poboček evropských poštovních operátorů.

Podle generálního ředitele České pošty Petra Sedláčka chce pošta investovat do moderních technologií. Tyto investice musí sloužit zkvalitnění služeb a obsluhy zákazníků. Zároveň chceme zvýšit informovanost a zkvalitnit prostředí pro zákazníky i pro zaměstnance Pošty.

Další novinkou, se kterou se v budoucnu budeme moci na poště setkat je zavádění tzv. otevřené přepážky. Cílem je, aby komunikace zákazníka s personálem byla bez

skleněné bariéry jednodušší, příjemnější a více přátelská. U této novinky je důležité podotknout fakt, který vyplývá ze zkušenosti v zahraničí, navíc ověřenými statistikami, že po odstranění bezpečnostních skel na přepážkách se nezvyšují počty bezpečnostních incidentů.

Česká pošta se dále zaměří na jednotný vizuální styl, jehož součástí jsou i nové stejnokroje. Podle předsedy největší odborové organizace Karla Koukala citovaného v článku „Také poštovní uniformy dozrají patrných změn“ (dostupného online <www.cpost.cz/cz/aktualne/tiskove-zpravy/2009/ceska-posta-meni-tvar-id27581/>) citováno dne 10.3.2010 je změna žádoucí, jejím smyslem není stav jen trochu vylepšit, ale podstatně změnit. Práce našich zaměstnanců není snadná a ti, kteří nosí stejnokroj, se v něm musí dobře cítit v létě i v zimě. Jsou zapotřebí kvalitnější materiály i modernější vzhled. Vždyť musí Českou poštu důstojně reprezentovat.

3.10 Zhodnocení služeb konkurentů

Ke zjištění stavu konkurence bylo využito Porterova modelu, který znázorňuje charakteristiky a působení základních pěti sil na stav konkurence v odvětví. Jelikož je každá z analyzovaných obstaravatelských služeb obstarávána Českou poštou pro jiného partnera, nebylo by možné je všechny do práce zahrnout. Z tohoto důvodu byly pro účely této práce vybrány pouze dvě služby:

1) Penzijní fond Stabilita, obstarávaný pro ČSOB.

Porterův model pěti sil bude pro tuto službu obsažen pod číslem 1.

2) Loterní služby pro Sazka a.s.

Porterův model pěti sil bude pro tuto službu obsažen pod číslem 2.

Konkurenti

Jelikož Česká pošta služby pro své partnery zprostředkovává, jsou i ostatní jejich pobočky, kde lze službu získat, její konkurencí. Je tedy nutné si uvědomit, že konkurenci můžeme v tomto případě dělit na vnější a vnitřní. Pokud si člověk přeje založit penzijní fond, či chce li využít služeb společnosti Sazka a.s., je jen na něm, který ústav pro tyto účely využije. Jeho rozhodnutí může ovlivnit několik faktorů, mezi které

se řadí například dostupnost pobočky, příjemné prostředí, či ochota personálu. Z těchto tří hledisek bude v práci vnitřní konkurence porovnána.

1) Největší vnější konkurencí Penzijního fondu Stabilita je Penzijní fond České pojišťovny. Jak je patrné z tabulky č. 5, právě tento penzijní fond má největší počet klientů. Mezi další konkurenty patří například Penzijní fond Komerční banky, který dosáhl v roce 2008 největších výnosů.

Tabulka č. 5, Penzijní fondy podle popularity

Penzijní fondy	Podíl na trhu	Výnosy 2004	Výnosy 2005	Výnosy 2006	Výnosy 2007	Výnosy 2008
Penzijní fond České Pojišťovny	26.55%	3.50%	3.80%	3.30%	2.40%	0.20%
AXA Penzijní fond	17.42%	3.11%	3.74%	2.50%	2.20%	0.00%
Penzijní fond České spořitelny	14.84%	3.74%	4.03%	3.04%	3.10%	0.40%
Penzijní fond Komerční banky	11.42%	3.05%	4.00%	3.00%	2.30%	0.58%
ING Penzijní fond	11.50%	2.46%	4.20%	3.60%	2.50%	0.04%
ČSOB PF Stabilita	10%	4.3%	4.0%	2.80%	2.40%	0.05%

zdroj: <http://www.duchodovepripojisteni.cz/srovnani-penzijnich-fondu.html>

Vnitřní konkurence spočívá ve všech pobočkách ČSOB, které tuto službu poskytují. V dostupnosti má konkurenční výhodu spíše Česká pošta, jelikož má v České republice již 3 372 (stav k 2.3.2010), poboček a jejich počet stále roste. Počet poboček ČSOB činí mnohonásobně méně (podle internetových stránek <http://www.csob.cz/cz/Csob/Kontakty-pobocky-bankomaty/Pobocky/Stranky/seznam.aspx?mode=2#top>, navštívených dne 20. 3. 2010

existuje 249 poboček ČSOB). Co se týče interiéru budov, jsou na tom obě instituce velmi podobně. V obou případech je nutné svou žádost oznámit u přepážky. ČSOB má největší výhodu oproti poště ve vyškoleném personálu. Zaměstnanci ČSOB mají s uzavíráním penzijního fondu větší zkušenosti, jelikož je tato činnost u nich prováděna častěji než na České poště.

2) K vnější konkurenci loterních služeb Sazka a.s. patří Fortuna sázková kancelář, a.s., CHANCE, a.s., SYNOT LOTTO, a.s., a TIPSPORT, a.s.

Za vnitřní konkurenci jsou považovány veškeré objekty s dostupností on-line terminálu. Jedná se hlavně o terminály v obchodních centrech, novinových stáncích, či benzinových pump. Obchodní centra, novinové stánky a benzinové pumpy jsou obecně přístupnější a ve většině případů také disponují lepší otvírací dobou než je tomu u České pošty. To ovšem Česká pošta kompenzuje příjemnějším prostředím a také školeným a zkušenějším personálem.

Potenciální substituty

1) Penzijní fondy slouží k zajištění se v důchodovém věku. Člověk si chce udržet jakýsi životní standard, na který je zvyklí a to mu penzijní fond umožňuje. Dalšími způsoby jak se v důchodovém věku zajistit může být například investice do cenných papírů, nebo jiné druhy spoření. K výhodám penzijních fondů patří možnost odečtení až 12 000 korun z daňového základu. Další výhodou je fakt, že na penzijní připojištění mohou přispívat i zaměstnavatelé. Za nevýhodu penzijních fondů lze považovat to, že penzijní fondy nemají valorizaci důchodů, což v praxi znamená, že stát nebude vyrovnávat ztracené hodnoty v důsledku inflace.

2) V oblasti provozování číselných loterií a okamžitých loterií si SAZKA, a.s., udržuje na českém trhu dominantní postavení. Významnou pozici si zachovává i přes početnou konkurenci v oblasti sportovního sázení. Substituty sázkové a loterní činnosti jsou hrací automaty, kasina, kurzové sázky, bingo a technické hry. Z tabulky č. 6 je patrné, že ve výnosech na tomto trhu dominují hrací automaty.

Tabulka č. 6 Výnosy jednotlivých segmentů na trhu po odečtení výher (mld. Kč)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Hrací automaty	6,95	7,13	8,18	8,82	10,30	11,04	11,94	12,52	11,61	12,53	13,60
Kasina	1,64	1,86	2,09	2,24	2,26	2,11	2,16	1,97	1,93	1,91	1,82
Loterie	2,54	3,00	3,51	3,11	3,31	3,48	3,08	3,56	3,93	3,68	3,85
Kurzové sázky	0,40	0,44	0,74	0,96	1,20	1,09	1,48	1,34	1,48	1,87	2,46
Bingo	0,09	0,06	0,07	0,07	0,06	0,06	0,06	0,06	0,05	0,05	0,03
Technické hry	0,43	0,09	0,18	0,34	0,58	1,12	1,71	2,15	2,88	4,32	8,19
Celkem	12,04	12,57	14,76	15,53	17,71	18,89	20,43	21,61	21,88	24,36	29,96

zdroj: http://pro.sazka.cz/Vyrocky/v-zprava-2008/cz/zprava_predstavenstva_ekonomicke_ukazatele_trhu.html

Odběratelé

Obě analyzované služby odebírají pouze privátní zákazníci.

1) Zákazníky penzijního fondu Stabilita jsou zejména klienti, kteří dávají přednost kratší době spoření a stabilním ročním výnosům. Uzavřít jej může každý občan starší 18 let s trvalým pobytem na území České republiky nebo s bydlištěm na území jiného členského státu EU (účastní-li se důchodového nebo veřejného zdravotního pojištění v ČR).

2) Pokud se jedná o loterní činnost tak platí, že sázejícím může být jen fyzická osoba, která dovršila 18 let věku, splnila další podmínky herního plánu a v souladu s nimi uhradila předem sázku.

SAZKA, a.s., je oprávněna při uzavírání kurzové sázky ověřit věk sázejícího s tím, že nesplňuje-li podmínku náležitého věku, nebude s ním kurzová sázka uzavřena a v případě vyplácení výher nebude takové osobě ani vyplacena výhra.

Dodavatelé

1) ČSOB dodává České poště veškerý materiál potřebný pro uzavírání penzijního fondu Stabilita. Jedná se především o tiskopisy.

2) Společnost Sazka dodává České poště sázenky tiskopisy a spotřební materiál.

Dodavatelé České pošty jsou v této oblasti alianční partneři, pro které je služba obstarávána.

Pošty objednávají od akciové společnosti Sazka jednou měsíčně prostřednictvím terminálu (vyjímečně telefonicky) sázenky, tiskopisy a spotřební materiál. Do spotřebního materiálu spadají kotouče papíru pro tisk potvrzení a výpisů a kazety s psací páskou.

Samostatné sázenky jsou vydávány pro sázkové hry Sazka, Sportka, Euromiliony, Šťastných 10 a KENO.

Ve styku s akciovou společností SAZKA používají pošty tyto tiskopisy:

- Provozní obálka ON-LINE,
- Provozní obálka pro Okamžité loterie,
- Provozní obálka pro registraci do klubu SAZKA,
- Žádost o vyrovnání finančních částek

(Poštovní podmínky IX)

3.10.1 Možná řešení vedoucí ke zkvalitnění sužeb

Tato část bude věnovaná obstaravatelské službě Penzijní fond Stabilita, obstarávané pro ČSOB. Jak jsme se již dozvěděli při analýze konkurence, v současnosti je nejúspěšnějším penzijním fondem Penzijní fond České spořitelny. Pro zodpovězení otázky, proč si lidé vybírají právě tento penzijní fond, jsem použila návod, podle kterého by si měli lidé penzijní fond vybírat. Jeho autorem je finanční analytik společnosti Broker Consulting. Celý návod je veřejně přístupný on-line na <http://www.penize.cz/56920-jak-si-vybrat-spravny-penzijni-fond>. Podle něj se při výběru penzijního fondu vyplatí sledovat minimálně čtyři kritéria: náklady příštích období, celkovou nákladovost fondů, solventnost fondů a v minulosti připsané výnosy. V této práci bude rozebrán jeden z ukazatelů a to náklady příštích období.

Náklady příštích období

Náklady příštích období představují umořování provizí vyplacených na získání či přetažení nových klientů. Jelikož tuto provizi nakonec platí klient, a jelikož mu tato provize nemůže být účtována najednou, je rozpouštěna do nákladů příštích období.

Čím jsou tyto náklady nižší stejně jako další administrativní náklady, tím větší lze očekávat výnos pro klienta. Jak je vidět z tabulky č. 7 u námi sledovaného penzijního fondu Stabilita činily tyto náklady v roce 2,1 %, zatím co u obecně úspěšnějšího Penzijního fondu České spořitelny pouze 0,5 %, což odpovídá aktivnímu přístupu k rozpouštění nákladů příštích období.

Tabulka č. 7 Náklady příštích období v tis. Kč (k 31. 12. 2008)

Penzijní fond	Absolutně	Relativně vůči prostředkům účastníků
AEGON PF	152 606	26,3 %
ČSOB PF Progres	305 228	4,40%
PF České pojišťovny	1 123 796	2,6 %
PF Komerční banky	642 723	2,5 %
AXA PF	793 068	2,3 %
ING penzijní fond	457 250	2,1 %
ČSOB PF Stabilita	338 888	2,1 %
Generali PF	33 673	2,0 %
Allianz PF	83 086	1,2 %
PF České spořitelny	135 664	0,5 %

Zdroj: <http://www.penize.cz/56920-jak-si-vybrat-spravny-penzijni-fond>

Krokem, který by mohl zvýšit oblíbenost Penzijního fondu Stabilita, by tedy mohlo být snižování nákladů příštích období. Jelikož náklady příštích období velice úzce souvisejí s provizemi za získání klientů, bylo by vhodné zkontrolovat, zda jsou jejich výše ekonomicky opodstatněné. Na trhu jsou zaznamenány případy, kdy vyplácené provize dosahovali desetinásobku částky, kterou si účastníci na penzijním připojištění měsíčně přispívají. Tyto, sice ojedinělé, ale nezanedbatelné praktiky, vznikly díky konkurenčnímu boji o nové účastníky. Možností snížení nákladů příštích období je tedy myšleno nepřistupovat na tlak zprostředkovatelů, analyzovat každý obchodní případ a

provize nezvyšovat nad úroveň, kdy už nelze reálně očekávat návratnost vložených prostředků.

Závěr

Cílem práce bylo zanalyzování současné nabídky obstaravatelských služeb, poskytovaných Českou poštou. Po provedení jednotlivých analýz jsem došla k závěru, že nabídka služeb je dosti široká, ačkoli u většiny služeb je stále co vylepšovat.

Nejlépe bych hodnotila službu CzechPOINT. V současné době, kdy lidský čas je drahý a potřeba úředních listin stále větší, je tato služba zaměřena tím správným směrem. Možnost využití pouze jednoho úřadu na vyřízení množství záležitostí řeší dávné problémy se zaplněnými úřady s nekonečnými frontami. A pokud by byl projekt dotáhnut dokonce a naplnilo by se předsevzetí vytvořit možnost vyřizovat úřední záležitosti z domova prostřednictvím internetu, byl by to pro občany i úřady velký krok dopředu, který by se jistě dočkal velmi kladné odezvy.

Ke službám, u kterých by naopak změny byly žádoucí, patří dle mého názoru důchodová služba. Připadá mi, že směr, jakým je služba nastavena odpovídá tomu, jak byla nastavena kdysi v minulosti. Základní význam se samozřejmě nemění, ale do důchodového věku dnes již dožívají lidé, kteří by jistě ocenili novelizace. Pro inspiraci by mohl České poště posloužit způsob výplaty používaný v zahraničí, který jsme podrobněji rozebírali v dílčím zhodnocení důchodové služby.

Inspiraci ze zahraničí využila také služba SIPO. Využila světových zkušeností s ebillingovými řešeními při zakládání elektronické služby eSIPO. Tato služba nabízí zákazníkům elektronickou správu a také kontrolu u pravidelných i nepravidelných plateb.

Službou, která má také co zdokonalovat je i ČSOB penzijní fond Stabilita. Případná změna byla navržena v syntetické části této bakalářské práce. Touto změnou bylo snižování nákladů příštích období. V očích zákazníků by díky snížení této položky mohl penzijní fond Stabilita získat na oblíbenosti. Zvláště v dnešní době, kdy lidé s financemi neradi riskují, je stále častější přestupování od jednoho penzijního fondu k výhodnějšímu.

Mé tvrzení, že lidé v době hospodářské krize neradi riskují, neplatí pro sázkovou a loterní činnost. Jak bylo zjištěno z provedené analýzy, společnost Sazka a.s. naopak v této době zaznamenala nárůst zákazníků. Což je pozitivní zpráva pro trh práce, jelikož nebylo nutno propouštět zaměstnance, jako tomu bylo u mnoha českých firem.

Summary

Analysis of provider services offered by the Czech Postal Service

The goal of the Thesis was to analyze the present offer of provider services offered by the Czech Postal Service. After having performed individual analyses, I came to the conclusion that the offer of services is quite wide, although most services still have elements to improve.

I would assess the CzechPOINT service as the best. At present when people's time is expensive and the need of official documents grows, the service is correctly focused. The possibility to use only one office to settle a lot of affairs solves long-time problems with crowded offices with endless queues. And if the project is followed through and the resolution to create opportunity to settle official affairs from home through the Internet is met, it would constitute a big step forward both for citizens and for authorities with certainly very positive response.

On the contrary, pension service is, in my opinion, one of the services requiring changes. The direction in which the service is set seems obsolete to me. The basic significance naturally does not change, but people who would appreciate revisions are reaching pension age already. The method of payment used abroad, which we analyzed in more detail in partial assessment of pension service, could inspire the Czech Postal Service.

Also the SIPO service has used inspiration from abroad. It has made use of worldwide experience with ebilling solutions at establishing the eSIPO electronic service. The service offers the customers electronic administration and check of both regular and irregular payments.

ČSOB Stability Pension Fund is also one of the services that still have elements to improve. Possible change has been proposed in the synthetic part of this Bachelor Thesis. The change would consist in reduction of costs of next periods. Thanks to reduction of that item, the Stability Pension Fund could get more popularity among customers. Particularly at present, when people do not like running risks with finances, people pass more and more frequently from one pension fund to another, more advantageous.

My assertion that people do not like running risks in periods of economic crisis does not apply to betting and lottery activities. As the performed analysis has shown, Sazka a.s., a betting company, has experienced increase of the number of customers at this time. That constitutes positive news for the labour market, because it did not have to dismiss employees like a lot of Czech companies did.

Seznam použité literatury

1. Bartes, F. *Konkurenční strategie firmy*. Praha : Management Press, 1997, 124 s. ISBN 80-85943-41-7
2. Bělohlávek, F. *Management*. Brno: Computer Press, 2006, 724 s. ISBN 80-247-1359-4
3. Bělohlávek, F., Košťán, P., Šuleř, O. *Management*. Olomouc: Rubico, 2001, 640 s. ISBN 80-85839-45-8
4. Holman, R. *Ekonomie*. Praha : C.H.Beck, 2005, 709 s. ISBN 80-7179-891-6
5. Kotler, P. *Marketing Management*. Praha : Grada Publishing, 2001, 719 s. ISBN 80-247-0016-6
6. Macáková, L. *Mikroekonomie*. Praha : Melandrium, 2002, 271 s. ISBN 80-86175-20-0
7. Mankiw, N. G. *Zásady ekonomie*. Praha : Grada Publishing, 1999, 763 s. ISBN 80-7169-891-1
8. Parmová, D. *Řízení služeb*. Č. Budějovice : ZF JU (ZF), 2004. 93 s. ISBN 80-7040-673-9
9. Porter, M. E. *Konkurenční strategie: metody pro analýze odvětví a konkurentů*. Praha : Victoria Publishing, 1994, 403 s. ISBN 80-85605-11-2
10. Rolínek, L. *Management I. Studijní pomůcka pro kombinované studium*. České Budějovice: Zemědělská fakulta JU, 2003, 94 s.
11. Synek, M. *Podniková ekonomika*. Praha : C.H. Beck, 2000, 456 s. ISBN 80-7179-388-4
12. Švadlenka, L. *Management v poštovních službách*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2006, 121 s. ISBN 80-7194-714-8 55-708-06
13. Výroční zpráva České pošty za rok 2008
14. Poštovní podmínky VII Bankovní služby
15. Poštovní podmínky VIII Důchodová služba

16. Poštovní podmínky IX Sázková služba
17. Poštovní podmínky XI Soustředěné inkaso plateb obyvatelstva
18. www.cpost.cz
19. www.czechpoint.cz
20. <http://ekonomika.idnes.cz>
21. <http://www.investujeme.cz>
22. <http://www.duchodovepripojisteni.cz>
23. <http://www.mesec.cz>
24. <http://www.cssz.cz>
25. <http://www.finance.cz>
26. www.penize.cz
27. www.sfdi.cz
28. www.profit.cz
29. www.e-komerce.cz

4. Přílohy

Příloha č. 1 – strukturovaný rozhovor

Příloha č. 2 – Platební doklad SIPO

Příloha č. 3 – SIPO - žádost

Příloha č. 4 – Sazka

Příloha č. 5 – Sportka

Příloha č. 6 – Euromiliony

Příloha č. 7 – Šťastných 10

Příloha č. 8 – Keno


Příloha č. 9 – Dobíjecí tiket

Příloha č. 10 – Vstupenkový tiket

Příloha č. 1 Řízený rozhovor

1. Obstaravatelské služby – obecně
2. Czech Point
3. Důchodová služba
4. Služby pro ČSOB, a.s;
5. Soustředěné inkaso plateb obyvatelstva;
6. Sázkové a loterijní činnosti;
7. Prodej kolkových známek pro MF ČR a dálničních kupónů

Příloha č. 2 Platební doklad SIPO

		Platební doklad SIPO							
		Poznámka	Pořadové číslo	Pošta/dor. okrsek	1. Identifikační číslo = variabilní symbol	Tr. kód 115			
Podací znaky		Podmínky úhrady SIPO viz níže		2. Spojovací číslo = specifický symbol					
		Platební měsíc	Způsob platby	Platnost dokladu do:	3. Částka Kč				
Plátce			Adresa trvalého pobytu						
Kód poplatku	Částka Kč	Název poplatku	Detail	Číslo organizace					
<p>Obchodní podmínky, ceny, informace: na každé poště, na www.ceskaposta.cz --> produkty --> obstaravatelská činnost, na lince Zákaznického centra 840 111 244 nebo na e-mailové adrese info@cpost.cz.</p> <p>Podmínky úhrady: lhůta k úhradě je od obdržení platebního dokladu do posledního dne v měsíci. Obsahuje-li platební doklad platby, které mají stanovené doby splatnosti, je nutno platbu SIPO uhradit v takovém termínu, aby doba splatnosti byla dodržena. Podle zákona č. 348/2005 Sb. je rozhlasový i televizní poplatek splatný nejpozději do 15. dne kalendářního měsíce.</p> <p>Způsoby úhrady:</p> <p>1. Hotovostně na každé poště na základě Platebního dokladu SIPO nebo Platebního dokladu SIPO – Upomínka. Každá pošta vystaví náhradní platební doklad nebo doklad na částečnou platbu. Vystavení dokladu na částečnou platbu je zpoplatněno podle platného ceníku. Z plateb nelze vyloučit rozhlasové a televizní poplatky a ceny za služby České pošty, s.p., uvedené v ceníku.</p> <p>2. Bezhotovostně</p> <p>a) trvalým Svolením k inkasu - SIPO podaným v bance, která trvale bezhotovostně platby SIPO umožňuje (seznam bank na www.ceskaposta.cz --> produkty --> obstaravatelská činnost). Informaci o výši předepsaných plateb obdržíte každý měsíc na dokladu Rozpis bezhotovostní platby SIPO, který Vám dodáme na zvolenou kontaktní adresu nebo zašleme na Vaši zadanou e-mail.</p> <p>b) jednorázovým příkazem k úhradě „JPÚ“, platba je zpoplatněna podle platného ceníku, cena bude předepsána následující měsíc do SIPO kódem poplatku 306.</p> <table border="1" data-bbox="331 1601 1369 1680"> <tr> <td>číslo účtu 156080780/0300</td> <td>variabilní symbol identifikační číslo položka 1 z horní části tohoto dokladu</td> <td>specifický symbol spojovací číslo položka 2 z horní části tohoto dokladu</td> <td>částka v Kč xxxxxx,xx položka 3 z horní části tohoto dokladu**)</td> </tr> </table> <p>**) částku nelze měnit, změnou částku nemůže Česká pošta, s.p., zpracovat a vrátí ji zpět na účet plátce</p> <p>Reklamacie výše předepsaných plateb: u organizace, pro kterou Česká pošta, s.p., platbu inkasuje.</p> <p>Reklamacie zaplacených plateb: písemně na adrese Česká pošta, s.p., odd. ZCU - SIPO, Wolkerova 480, 749 20 Vítkov, telefonicky na lince Zákaznického centra 840 111 244, elektronicky na e-mailové adrese sipo-reklamacie.vakvi@cpost.cz.</p> <p>Reklamacie zaplacených plateb a potvrzení o zaplacených platbách vyřídí také každá pošta po předložení platebního dokladu nebo Rozpisu bezhotovostní platby SIPO. Potvrzení o zaplacených platbách je zpoplatněno podle platného ceníku.</p> <p>*) nejpozději poslední měsíc platnosti osvobození od rozhlasového/televizního poplatku se dostavte na kteroukoliv poštu k projednání nového osvobození, jinak, uplynutím data uvedeného v horní části tohoto dokladu, Vaše osvobození zaniká a od následujícího měsíce Vám budou předepisovány rozhlasové/televizní poplatky.</p>						číslo účtu 156080780/0300	variabilní symbol identifikační číslo položka 1 z horní části tohoto dokladu	specifický symbol spojovací číslo položka 2 z horní části tohoto dokladu	částka v Kč xxxxxx,xx položka 3 z horní části tohoto dokladu**)
číslo účtu 156080780/0300	variabilní symbol identifikační číslo položka 1 z horní části tohoto dokladu	specifický symbol spojovací číslo položka 2 z horní části tohoto dokladu	částka v Kč xxxxxx,xx položka 3 z horní části tohoto dokladu**)						
Reklamacie č. j.:			podpis pracovníka, denní razítko:						

Příloha č. 3 SIPO – žádost

SIPO - žádost

<input type="checkbox"/> Přidělení spojovacího čísla (920)
<input type="checkbox"/> Změna v evidenci SIPO (921)
Spojovací číslo: _____

Příjmení: _____	Jméno: _____
Titul: _____	Doplňující informace: _____

Adresa pobytu:	
PSČ: _____	Obec: _____
Ulice: _____	Číslo popisné: _____

Adresa kontaktní:	
PSČ: _____	Obec: _____
Ulice (PO BOX): _____	Číslo popisné (číslo PO BOX): _____
Změna kontaktní adresy:	
od _____	do _____ do odvolání <input type="checkbox"/>

Zasílání výpisu zaplacených plateb¹⁾:	ANO <input type="checkbox"/>	NE <input type="checkbox"/>		
Interval zasílání výpisu:	měsíčně <input type="checkbox"/>	čtvrtletně <input type="checkbox"/>	pololetně <input type="checkbox"/>	ročně <input type="checkbox"/>
Způsob zasílání výpisu:	poštou <input type="checkbox"/>	e-mail <input type="checkbox"/>		
Zasílání Rozpisu bezhotovostní platby SIPO prostřednictvím sítě internet na e-mail adresu:	ANO <input type="checkbox"/>	NE <input type="checkbox"/>		
E-mail adresa:	_____			

Souhlasím s předáváním osobních údajů uvedených v tomto formuláři příjemcům plateb předepisovaných na výše uvedené spojovací číslo: **ANO** **NE**

Souhlasím, aby Česká pošta, s.p., zpracovávala mnou poskytnutá data obsažená v tiskopisu SIPO - žádost za účelem poskytování služby SIPO, a to po celou dobu, kterou si stanovím. Dále prohlašuji, že jsem byl ve smyslu § 11 zák. č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, v plném znění, řádně informován o zpracování osobních údajů v tom smyslu, že tyto údaje nebudou zpřístupněny či sdělovány nepovolaným právnickým a fyzickým osobám, nebudou použity k jinému účelu než výše uvedenému a jsou náležitě chráněny ve smyslu § 13 tohoto zákona. Prohlašuji, že jsem byl poučen ve smyslu § 11 a 12 zákona č. 101/2000 Sb., v tom smyslu, že povinnost poskytnout osobní údaje uvedené v tiskopisu nevyplyvá ze zvláštních zákonů, ale jejich poskytnutí je dobrovolné. Beru na vědomí, že pokud tyto údaje neuvеду, nemůže mi Česká pošta, s.p., poskytnout požadované služby. Dále beru na vědomí informaci o mém právu na přístup k osobním údajům, které jsou zpracovávány za účelem poskytnutí mnou požadované služby, právu na opravu těchto osobních údajů i povinnosti České pošty, s.p., mi na požádání sdělit informace o jejich zpracování, jakož i o dalších právech stanovených v § 21 zákona č. 101/2000 Sb.

.....
Datum


.....
Podpis žadatele


¹⁾ služba je zpoplatněna podle Ceníku základních poštovních služeb poskytovaných Českou poštou, s.p., podle zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách


12-357 (06-08)

Česká pošta, s.p., Politických vězňů 909/4, PSČ: 225 99, Praha 1, zapsaný v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl A, vložka 7565
IČ: 47114983, DIČ: CZ47114983

Příloha č. 4 Sazka







Hrací pole

	1.	2.	3.	4.
1.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
2.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
3.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
4.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
5.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
6.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
7.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
8.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
9.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
10.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
11.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
12.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
13.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2

	5.	6.	7.	8.
1.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
2.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
3.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
4.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
5.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
6.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
7.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
8.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
9.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
10.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
11.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
12.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2
13.	1 0 2	1 0 2	1 0 2	1 0 2

Systém **Ano**

Mimořádná Sazka **Ano**

Šance **Ne**

471446

— — — — —

Příloha č. 5 Sportka





1.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	N

Náhodný tip

2.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	N

Náhodný tip

3.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	N

Náhodný tip

4.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	N

Náhodný tip

5.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	N

Náhodný tip

6.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	N

Náhodný tip

7.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	N

Náhodný tip

8.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	N

Náhodný tip

9.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	N

Náhodný tip

10.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	N

Náhodný tip

Slosování

Středeční

Nedělní

Mimořádná hra

System

7	8	9
10	11	12
13	14	15

Šance

Ne

Počet slosování

1

2

3

6

0-780957

Příloha č. 6 Euromilióny

1.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35

1
2
3
4
5
N

Náhodný tip ↑

2.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35

1
2
3
4
5
N

Náhodný tip ↑

3.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35

1
2
3
4
5
N

Náhodný tip ↑

4.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35

1
2
3
4
5
N

Náhodný tip ↑

5.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35

1
2
3
4
5
N

Náhodný tip ↑

6.

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35

1
2
3
4
5
N

Náhodný tip ↑

Počet slosování

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	6

Systém




8	9	10	2	3
11	12	13	4	5

Mimořádná hra

<input type="checkbox"/>

0-089630

Příloha č. 7 Šťastných 10

1.

1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36
37	38	39	40	41	42
43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54
55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66
67	68	69	70	71	72
73	74	75	76	77	78
79	80	Náhodný tip →	N		

Královská hra NE → **K**

POČET ČÍSEL

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

VKLAD

10 Kč 20 Kč 30 Kč 40 Kč 100 Kč

2.

1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36
37	38	39	40	41	42
43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54
55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66
67	68	69	70	71	72
73	74	75	76	77	78
79	80	Náhodný tip →	N		

Královská hra NE → **K**

POČET ČÍSEL

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

VKLAD

10 Kč 20 Kč 30 Kč 40 Kč 100 Kč

3.

1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36
37	38	39	40	41	42
43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54
55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66
67	68	69	70	71	72
73	74	75	76	77	78
79	80	Náhodný tip →	N		

Královská hra NE → **K**

POČET ČÍSEL

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

VKLAD

10 Kč 20 Kč 30 Kč 40 Kč 100 Kč

4.

1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36
37	38	39	40	41	42
43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54
55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66
67	68	69	70	71	72
73	74	75	76	77	78
79	80	Náhodný tip →	N		

Královská hra NE → **K**

POČET ČÍSEL

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

VKLAD

10 Kč 20 Kč 30 Kč 40 Kč 100 Kč

Počet sloování

1 2 3 7 14 21

Násobný koeficient

2 x 3 x 5 x 10 x 15 x 20 x

Mimořádná hra

Šance milion:

Ne

0-964587

Příloha č. 8 Keno

keno



1

1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54	55	56

2

1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54	55	56

Počet slosování

1
 2
 3
 5
 6
 7
 10

Vklad
 5 10 15 20 50

Náhodný tip N

Počet čísel
 1 2 3 4 5 6 7

Vklad
 5 10 15 20 50

Náhodný tip N

Počet čísel
 1 2 3 4 5 6 7

3

1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54	55	56

4

1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54	55	56

Vklad
 5 10 15 20 50

Náhodný tip N

Počet čísel
 1 2 3 4 5 6 7


Vklad
 5 10 15 20 50

Náhodný tip N

Počet čísel
 1 2 3 4 5 6 7

0-353333

Příloha č. 9 Dobíjecí tiket



DOBÍJECÍ TIKET

Dobíjení kreditu předplacených SIM karet GSM telefonů

T-Mobile
T-Mobile karta

Telefónica O2
O₂ karta

Vodafone
Vodafone karta

Číslo dobíjeného telefonu

Ruční zápis

0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9	9	9	9	9

Částka

Kč


0	0	0	0	0
1	1	1	1	1
2	2	2	2	2
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
6	6	6	6	6
7	7	7	7	7
8	8	8	8	8
9	9	9	9	9


SMS doručenkou zaslat také na:


Ruční zápis

0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9	9	9	9	9


ANO






vodafone

Příloha č. 10 Vstupenkový tiket


TICKET
VSTUPENKOVÝ TIKET
Nákup vstupenek v on line síti SAZKA, a.s.

Nová rezervace

ID

Ruční zápis														
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9

Existující rezervace

Číslo rezervace

Ruční zápis														
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9