

# Staré nemusí být špatné – zvlášť když jde o návrat k osvědčeným věcem

**Název emise: Pošta Partner**

(výplatní písmenová známka)

**Den vydání:** 6. září 2017

**Hodnota: A** (ke dni vydání 16 Kč); č. 943 (ČP)

**Výtvarný návrh:** Jan Ungrád

**Rozměr známkového obrazu:** 19 x 23 mm

**Druh tisku:** OF; **Tisková forma:** 4x 100

**Papír:** fil-an-OFF; **Tisk:** PTC Praha

**Náklad:** 5 mil. (prvotní náklad)

**Známkový sešitek:** do sešitku bylo vylepováno 5 ks známek A, které jsou součástí prvotního nákladu; dosud bylo vydáno 5.500 ks sešitků

**FDC:** nebyla vydána

O „starém Rakousku“, tedy o údobí do vzniku Republiky československé, panuje obecný dojem, že šlo o dobu těžkopádnou, zpátečnickou, byrokratickou a v podstatě směšnou. Navodily jej články, knihy, filmy, jejichž autoři – mnohdy jistě s nejlepšími úmysly – chtěli vyzdvihnout modernost a výhodnost nového státního uspořádání ve srovnání se stavem předchozím. Nejsm žádným příznivcem habsburské monarchie a vznik RČS považuji za nejlepší řešení z těch, která se na sklonku Velké války u nás naskýkala. Na druhé straně však není možné přehlédnout, že stát v té době fungoval s mnohem menším aparátem, úředníků byl oproti dnešku doslova zlomek a státní rozpočet byl neuvěřitelně nízký (více o tom hovořím v článku Český kupec a živnostník – jejich daně a poplatky ve F9/2014; je dostupný i na [www.FrantisekBenes.cz](http://www.FrantisekBenes.cz)). V oblasti, která nás jako filatelisty přirozeně zajímá, tedy v poštovníctví, byly používány některé postupy, jež o tři desítky let později socialističtí „reformátoři“ různě odhodili, abychom se k nim nyní zase vrátili. V našem případě jde o různé formy sdílení poštovní obsluhy „v první linii“, tedy na úseku podávání a vydávání zásilek, v podobě poštoven a nyní pošt Partner. O této problematice ve Filatelii nás často informovali J. Bejsta a P. Gebauer, J. Kratochvíl každoročně přináší přehled změn, k nimž došlo za uplynulý rok.



Sám se o ni už dlouho zajímám, a dokonce jsem byl prvním soukromým provozovatelem poštovních služeb u nás od padesátých let, když jsem se 1. března roku 1993 stal poštovním v první soukromé poštovně, tedy partnerském zařízení České pošty. Otevřena byla v Domě filatelie v Klimentské ulici v Praze 1 pod názvem Poštovna Dolní Nové Město. Šlo o první pokus, jak přenést část činností klasického poštovního úřadu do soukromé prodejny, po němž následovala řada dalších, na mnoha místech republiky. Za bezmála čtvrtstoletí, které od té doby uplynulo, získala Česká pošta na tomto poli mnoho zkušeností, díky nimž se značně rozšířily možnosti partnerství, které nyní zájemcům o spolupráci nabízí. Velkou výhodou je, že nemusíme vymýšlet všechno znovu a od Adama: princip partnerských vztahů v provozování poštovní sítě má u nás dlouhou – byť, bohužel, přerušenu – tradici, a hlavně živou současnost v zahraničí, z níž se lze poučit.

Pošta, jako pradávna instituce, po většinu doby svého trvání plnila více úkolů a je zajímavé sledovat, které to v určitých údobích byly. Na počátku nepochybně stála snaha dopravit rychle informace důležité pro vedení státu, který na poštovní přepravu měl monopol. V průběhu doby byla přeprava sdělení zpřístupňována stále širšímu okruhu zájemců, dlouho však šlo o službu výlučnou, jak omezeným okruhem osob a institucí, které ji mohly využívat, tak vysokou cenou (a samozřejmě i v důsledku nízkého stupně gramotnosti nemalé části obyvatel). Zlom přišel relativně nedávno, při zavedení poštovních známek spojeném s výrazným zlevněním poštovního a zásadním zjednodušením jeho výpočtu. Díky tomu se pošta stala ještě důležitější součástí ekonomiky i dalších úseků života, včetně snah o rozvoj vzdělanosti a národního uvědomění. A zapomenout nesmíme ani na další důležitou činnost provozovanou poštou vedle vlastní přepravy zásilek – na přepravu

osob, u nás už dlouho opuštěnou, v řadě států však fungující dodnes.

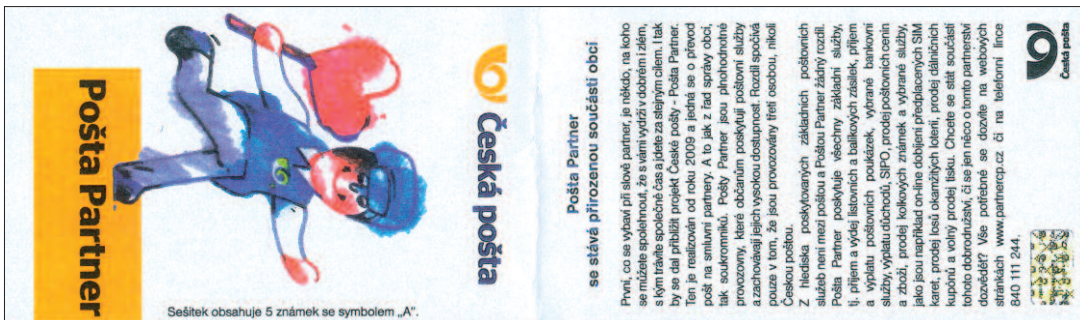
Vedle funkce „převavní“ a „informační“ plnily pošty v určitých údobích i funkci „dezinformační“, jako součást živé státní propagandy (u nás namátkou vzpomeňme na pamětní, propagační strojová či turnusová razítka za protektorátu a později za éry socialismu). Temnou kapitolou pak je časté zneužívání pošty ke slídění a shromažďování informací z nelegálně otevřených zásilek, prováděné státem, a to v nemalém rozsahu. O tom nás v předminulém a minulém čísle názorně informoval Jan Kramář v článku *Černé kabinet, aneb stručná historie porušování listovního tajemství státem*. Věřme, že tyto praktiky u nás v oblasti pošty skončily s rokem 1989 (i když slídění jako takové zjevně neustalo, jen se jeho těžiště přesunulo do oblasti komunikace elektronické, jak se často dozvídáme ze sdělovacích prostředků).

Nás však dnes činnost pošty v průběhu staletí zajímá z hlediska toho, kdo jí vlastně vykonával – vedle státu se na tom často podílely další osoby, fyzické i právnické, někde jim byl dokonce svěřen celý poštovní provoz, a to i po velmi dlouhou dobu (nejznámější jsou v tomto směru rodiny Thurn-Taxisů a Paarů), jinde zase poštu provozovala armáda (například v Prusku). Ale nemuselo jít rovnou o tak velké úkoly, u nás se soukromníci za starého Rakouska na provozu pošty nejčastěji podíleli jako smluvní poštovníci a provozovatelé poštoven, jejichž činnost můžeme vzdáleně přirovnat k současným provozovatelům pošt Partner.

V nové době, charakterizované rozvojem elektroniky, se samozřejmě mění i poštovníctví. Měl jsem příležitost vidět to ve více než sto státech světa, které jsem navštívil, a bylo poučné pozorovat, jak se s tím kde vyrovnávají. V takovém Německu kupříkladu funguje na třináct tisíc pošt a z toho pouhé DVĚ (!) jsou „státní“ – všechny ostatní provozují soukromí majitelé! (zdroj: [www.parcnecp.cz/o-poste-partner](http://www.parcnecp.cz/o-poste-partner)). Poštu tu naleznete v papírnictví, supermarketu, koloniálu, na obecním úřadu... U nás máme pošt zhruba čtvrtinu – kolem 3.300, a v přepočtu na počet obyvatel tak máme dvojnásobně hustší síť pošt než v Německu! (tam připadá jedna pošta na 6.300 obyvatel, u nás na zhruba 3.200). Přesto jen 364 poboček (údaj k 1. 8. 2017) provozuje někdo jiný než sama Česká pošta. Tohle srovnání je dramatické – v Německu je „soukromých“ prakticky 100 % pošt, u nás desetkrát méně. Jak je to možné? Důvodů je více. Především je to odpor samotných obcí, v nichž má ke změně dojít. I ty nejneopatrnější se přeměně „státní“ pošty na Partnera brání zuby nehty. Je to pochopitelné

– se státní nemají žádné starosti a výdaje, a ještě ji mohou kritizovat. Ovšem každá legrace něco stojí – a v tomhle případě není kde brát. Pošta v obci s tisícovkou obyvatel, z nichž většina v produktivním věku dojíždí za prací do nejbližšího města, je prostě prodělečný podnik. A když se snaží přilepšit si rozšířením sortimentu o nějaké nepoštovní zboží a služby, hned se stane terčem kritiky. Zvyšování poštovního taky není populární, tak co teď s tím? Ať to zaplatí stát, slyšíme nejčastěji. Ovšem stát na to nemá, a tak si Česká pošta musí poradit sama. A co Česká pošta, to je problém pošt skoro na celém světě! Psal jsem o tom v seriálu článků o poštovních schránkách, takže jen stručně. Někde jsem viděl státní poštu provozovat „přidružený obchod“ sestávající z regálů se základními potravinami, papírnickým zbožím a suvenýry. Jinde zrušili pracné roznášení zásilek a budovy obvodních pošt obklopili tisíci a možná desetitisíci zamykatelných schránek, post boxů, z nichž si obyvatelé svou poštu vyzvedávají. A nejčastější je přístup „německý“, o němž jsem se už zmínil. Jde o cestu, již se musíme ubírat i u nás, na jejímž konci bude státní pošta jako páteří organizace zajišťovat vlastní přepravu, zatímco styk se zákazníky bude probíhat v provozovně smluvních partnerů. Je proto dobře, že pro tento projekt byl vybrán i jednoznačný a srozumitelný název – Pošta Partner.

Ovšem od záměru k jeho zdárnému naplnění vede dlouhá a nesnadná cesta. V našem případě vedle odporu obcí, jichž se přeměna pošt na Partnery nyní dotýká, jde i o získání těch správných partnerů, tedy těch, kdo tyto pobočky budou provozovat, a těch, kdo v nich budou pracovat. Je to totiž jako v hospodě, málokdo pozná, jestli je jídlo o trošku lepší nebo horší, ale každý pozná, jestli se k němu číšník chová dobře, nebo ne. A dokud budeme slyšet postesky, že se prodavačka v potravinách chová, jako by u ní v prodejně žádná pošta Partner nebyla, projevuje neznalost a dává najevo okázalý nezájem, pak lidé nebudou spokojeni – a oprávněně. Ale to je přece i problém místní komunity, v jejímž zájmu je, aby v obci nějakou formou zůstaly zachovány alespoň základní služby. Obyvatelé i jejich zástupci v místní samosprávě musejí hledat cesty a způsoby, jak toto nelehké údobí přerodu „ze státního do soukromého“ překonat, jak podpořit ty, kdo se do místního „poštovníctví“ pustí. Česká pošta je na to připravena – a nová poštovní známka to i symbolizuje. Je na ní pošťák se srdcem v ruce, spěchající nám v ústřety. Jak že to říkal Kennedy? Možná bychom jeho slavný citát mohli parafrázovat: *Neptej se, co může udělat tvá obec pro tebe. Ptej se, co můžeš udělat ty pro svou obec!* FB



**Pošta Partner**

**Pošta Partner**

**Česká pošta**

**Pošta Partner**

**se stává přirozenou součástí obcí**

První, co se vás při šoku partner, je někdo, na koho se můžete spolehnout. Ze svého vyprávění v úvodu článku, s kterým nás spojuje čas a je to za stejných podmínek. Tak by se dal přiblížit projekt České pošty – Pošta Partner. Ten je realizován od roku 2009 a jedná se o převod pošt na smluvní partnery. A to jak z řad správy obcí, tak soukromíků. Pošta Partner jsou přirozené provozovny, které občanům poskytují rozšířené služby a zaručují jim vysokou dostupnost. Rozšířené služby pouze v tom, že jsou provozovány třetí osobou, nikoli Českou poštou.

Z hlediska poskytovatelů základních poštovních služeb není mezi poštou a Poštou Partner žádný rozdíl. Pošta Partner poskytuje všechny základní služby, tj. příjem a výdej listovních a balíkových zásilek, příjem a výplatu poštovních poukázek, výměnu bankovních služeb, výplatu důchodů, SFO, prodej poštovních cenin a zboží, prodej poštovních známek a výměnu služeb, jako jsou například on-line dobíjení předplacených SIM karet, prodej listů okrajových listů, prodej dávkových kuponů a volny prodej listů. Chcete se stát součástí tohoto dobrodružství, či se jen něco o tomto partnerství dozvědět? Vše potřebné se dozvíte na webových stránkách [www.partnerpcp.cz](http://www.partnerpcp.cz) či na telefonní lince 840 111 244.

**Česká pošta**