

Jde o to, aby se změny konečně nastartovaly

Rozhovor s Ing. Eduardem Prandstetterem, ředitelem odboru regulace poštovních služeb Českého telekomunikačního úřadu.

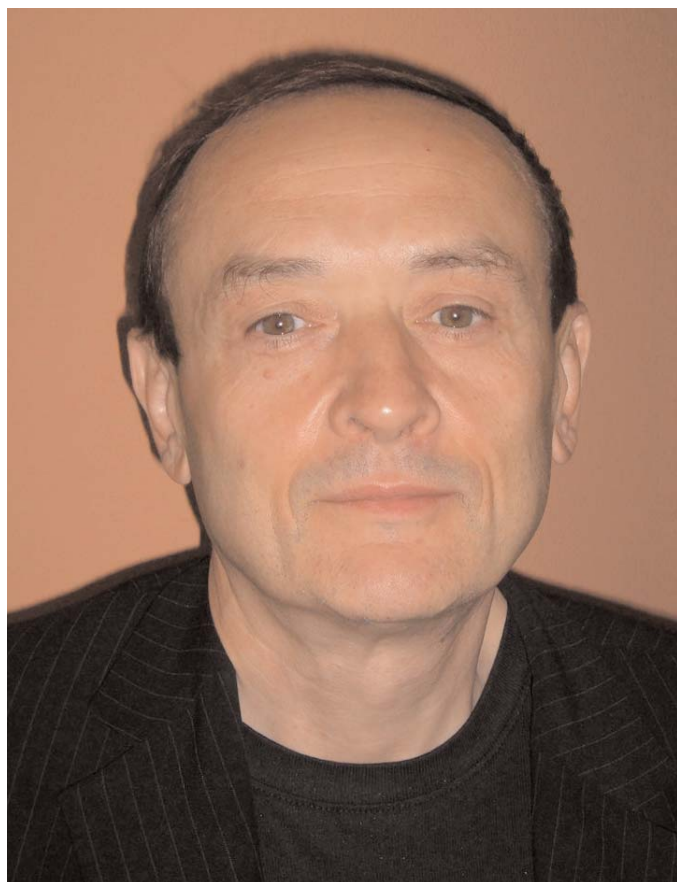
Pane řediteli, ještě nikdy česká veřejnost neměla možnost číst tak podrobné a kritické hodnocení státního podniku Česká pošta s.p. Mělo tomu tak být již dávno, nebo je to s poštou opravdu tak kritické, že musela přijít tato veřejná prezentace ze strany oborového regulátora?

Není asi přesné označovat zprávu za kritickou; zpráva je pouhým objektivním popisem současného stavu. Jiná věc je, že zjištěný stav není dobrý.

Zveřejnění zprávy vychází z legislativy Evropské unie – zpráva požadovaná příslušnou směrnicí je pojmána jako nástroj veřejné kontroly. Takové hodnocení činnosti České pošty u nás dosud scházelo. Myslím, že pro mnoho zákazníků České pošty nebudou některé závěry až tak nové – vždyť se s uváděnými nedostatky setkali ve své vlastní praxi. Nové je však to, že již nejde o kritiku ze strany zákazníků, ale o oficiální hodnocení ze strany nezávislého regulačního úřadu.

Komu je kritická zpráva prioritně určena – vládě, veřejnosti nebo samotným pošťákům?

Zpráva je primárně určena zákazníkům České pošty, tedy celé naší veřejnosti (neboť zákazníkem České pošty je u nás prakticky každý). Myslím si však, že bude užitečná i pro pracovníky České pošty. Až dosud byl totiž uvnitř České pošty šířen názor, že její služby jsou dobré – a pokud už si někteří zákazníci na kvalitu služeb stěžovali, považovalo se to jen za důsledek jakýchsi náhodných závad. Věřím, že si alespoň nyní pracovníci České pošty uvědomí, že ne vše je ideální, že je toho hodně, co je třeba napravit.



Jaký největší problém osobně považujete za stěžejní u České pošty, s.p. v oblasti poskytování služeb veřejnosti?

Největším problémem je to, že Česká pošta nevychází při své činnosti z toho, co zákazníci potřebují. Stále ještě přežívá představa, že Česká pošta je úřad, který sám rozhoduje o tom, co zákazníkům nabídne. Snad se toto pojetí pocházející z konce čtyřicátých let minulého století (ano, až do roku 2000 platil zákon o poště z roku 1946) dalo částečně omluvit v období socialismu, kdy ani v jiných oborech rozhodně neplatilo „náš zákazník, náš pán“. V současné době je však takový přístup již absolutním anachronismem.

Všichni z nás jsou na „chování pošty“ zvyklí a ještě před vstupem téměř stoprocentně víme, co nás uvnitř čeká. Ne, že by

se některé věci nezlepšily, ne, že by se někteří přepážkoví pracovníci nesnažili, ale v podstatě je chování pošty jako celku vůči svým klientům již po desetiletí neměnné. Jak se dá způsob standardního „poštáckého chování“ změnit?

Příčinou toho, že Česká pošta stále ještě nechápe svou činnost jako skutečnou službu svým zákazníkům, je to, že se dosud nikterak nezměnilo tradiční „poštácké“ myšlení. Přitom by postačovalo, aby se Česká pošta řídila novým zákonem o poštovních službách, který k 1. červenci 2000 nahradil onen letitý relikv z roku 1946. Přímo v textu zákona se totiž již nyní uvádí, že Česká pošta musí poskytovat své služby v souladu s potřebami veřejnosti. Přesto se dosud změnilo jen pramálo.

Z čeho myslíte, že pramení mentální odlišnost či stavovská čest a přístup k práci českého, rakouského a třeba německého poštáka, když je zde v podstatě stejné historické, kulturní a dnes již i kapitalistické pracovní prostředí?

Rozdíl spočívá v tom, že v Rakousku a v „západním Německu“ neprošli obdobím socialismu. Pojetí pošty jako úřadu mělo na konci první poloviny minulého století, kdy zákon o poště vznikl, s ohledem na vývoj tehdejší společnosti určitou logiku. V kapitalistických zemích se ovšem toto původní pojetí začalo postupně nahrazovat podnikatelským přístupem – tak, jak v moderní společnosti stále více roste význam služeb všeho druhu. U nás se však původní model neměnil, naopak, v průběhu socialistické epochy se všechny jeho nedostatky staly ještě více patrné. To, k čemu v Rakousku či Německu došli cestou postupného vývoje, vyžaduje u nás skokovou změnu – namísto vylepšování původního modelu je třeba původní model konečně již opustit a nahradit novým, úplně jiným, takovým, který odpovídá počátku 21. století.

Druhým faktorem je pak to, že se u České pošty za období od roku 1989 nenašel nikdo, kdo by dokázal změnit dosavadní způsob myšlení. Původní pojetí

„úřadu“ bylo totiž pro poštu velmi pohodlné – zákazník byl v nerovnoprávné roli, musel čekat, co mu Česká pošta poskytne. Pokud České poště připadalo uspokojení jeho požadavků příliš komplikované, odmítla je splnit. Prosadit v tak velkém podniku, aby jeho pracovníci od nynějška radostně plnili zákazníkům všechna jejich přání, to je velmi obtížné. Ti manažeři, kteří k uskutečnění takových zásadních změn měli patřičné pravomoci, bohužel tak osvědčení nebyli.

V čem podle Vás spočívá propastný rozdíl mezi Českou spořitelnou, Českou pojišťovnou a Českou poštou, které vstupovaly do devadesátých let v prakticky ve stejné výchozí pozici (práce s penězi, srovnatelné množství provozoven a v podstatě stejná „umoloušanosť prostředím“) a následný vývoj je přes nezadržitelný pokrok diametrálně odlišný?

Důvod je prostý – konkurence. Někdejší socialistické podniky typu Česká spořitelna či Česká pojišťovna se musely od základu změnit, protože jinak by na nově vznikajícím bankovním či pojistném trhu v konkurenci jiných, většinou alespoň zčásti zahraničních společností neobstály.

V oblasti poštovních služeb však takový nástup konkurence nebyl možný. Rozhodující roli nehrál ani tak zákonný monopol České pošty na část jejích služeb (šlo o cca 50 % z hlediska jejích tržeb), jako to, že Česká pošta ze své minulosti má vybudovanou rozsáhlou síť provozoven (jejich kolem 3400). A protože konkurenti si takovou síť vybudovat nemohou, mohou jen paběrkovat.

Dříve existovalo přímé spojení dopravy a spojů, tedy jinými slovy dopravní cesty, pošty a telekomunikací. Vše bylo řízeno jedním ministerstvem a úroveň státních podniků byla skoro identická. Zajímá mě Váš názor na současné vzájemné hodnocení úrovně podniků zajišťujících služby železničních drah a pošty?

Zčásti jsem už odpověděl – České dráhy nemají tak dominantní postavení na

trhu, jako má Česká pošta. Její služby jsou stále více nahrazovány silniční dopravou, a to jak veřejnou, tak i soukromou (dnes již mnoho lidí používá vlastní automobily). Takže nezbylo, než aby České dráhy začaly více hledět na potřeby zákazníků, aby se jim začaly podbízet, aby je přesvědčovaly, že právě cesta vlakem je pro ně tou nejvýhodnější alternativou.

Všichni na příkladu státního podniku ČESKÝ TELECOM, a.s. vidíme, že lukrativní telekomunikace jsou v obrovském zájmu soukromých investorů a prakticky byly od počátku s nástupem stovek právnických osob směřovány k co nejrychlejší privatizaci. Přesto se nabízí ještě jedno srovnání – jak hodnotíte kdysi totožný vývoj spojů – tedy telekomunikací a pošty?

V oblasti telekomunikací hrál faktor konkurence ještě mnohem větší roli. K 1. lednu 1993 vznikly rozdělením původního společného státního podniku – jednak Česká pošta, jednak SPT Telecom. Startovní čáru měly tedy společnou; žel, Česká pošta zůstala stát na místě, zatímco někdejší SPT Telecom je dnes již naprosto jinde. V oblasti telekomunikací totiž konkurence vznikla velmi rychle, a to zejména díky rozvoji nových technologií. Každý telekomunikační operátor se tedy musí o zákazníky doslova přetahovat se svými konkurenty; společnost, která by k zákazníkům přistupovala tak jako Česká pošta, by v takovém konkurenčním boji rychle zkrachovala.

Na každé poště jsou dnes již nefunkční uzavřené boxy „s odstřiženým sluchátkem“. Zavínil to masivní nástup mobilních telefonů. Proč namísto utrženého sluchátka pošta neinstalovala do budek klávesnici a monitor od jednoduchého PC s internetem a nezachytila tak, zejména mimo velká sídla, stále trvajících a dokonce sílících zájem veřejnosti o datové služby?

Odpovědět na otázku by měla dát sama Česká pošta; já mohu jen opakovat, že Česká pošta nevychází z toho, co zákazníci potřebují.

Čtenáře deníku „japhila“ zajímá především filatelistická stránka činnosti České pošty. Zde není mnoho důvodů k výtkám, spolupráce mezi Českou poštou s.p. a Svazem českých filatelistů se dá nejspíše označit jako vynikající.

Přesto si neodpustím osobní připomínku například k historicky mizerné kvalitě otisků poštovních razítek, které po desetiletí znehodnocují filatelistům od pošty nakoupený „papír“, většinou bez poskytnutí protihodnoty (poštovní služby). Zabývala se Česká pošta vůbec někdy seriózně změnou této technologie, eventuálně nákupem jiné razítkovací barvy? Proč je otisk razítka norského poštáka po staletí vynikající – černý, ostrý, čitelný a známku ve své kráse doplňující, ne ji doslova a do písmene znehodnocující?

Ano, filatelisté jsou skvělí zákazníci – nakoupí si poštovní známky (což jsou vlastně poukázky k odběru poštovních služeb v nominální hodnotě), nic však za ně nechtějí. Tomu by také měl odpovídat přístup České pošty k jejich potřebám; i když, alespoň podle mých poznatků, se Česká pošta chová k filatelistům přece jen lépe, než ke standardním zákazníkům, stále ještě to není ono.

Běžní pošťáci nevědí, že česká známková tvorba je jedna z mála oblastí, kterou nám doslova celý svět závidí?

Jako bývalý pracovník rezortních ministerstev, který měl známkovou tvorbu od roku 1993 na starosti, jsem rád, že se ve spolupráci s velmi kvalitními odborníky České pošty na známkovou tvorbu podařilo dosáhnout určité úrovně. Škoda jen, že filatelie zůstává pro běžné pracovníky pošty mimo sféru jejich zájmu.

Česká pošta zhotoví každoročně více než stovku převážně zdařilých příležitostných poštovních razítek. Mohlo by jich být komerčně desetkrát více, kdyby kvalita otisku byla alespoň postačující proto, aby se česká „razítka“ sbírala po celém světě. Nemyslíte, že je to při současné praxi v technologii orážení mrhání očekáváním

zadavatelů a mařením vlastního podnikatelského záměru při dosahování zisku?

Tady bych se zdržel vyjádření – sama Česká pošta by měla vysvětlit, proč zájemce o tak lukrativní obor odrazuje nedokonalostí své „produkce“.

Hlavně ze strany filatelistů je zájem o decentralizaci činnosti zejména listovní pošty na malé poštovny, poskytující poštovní služby v lokalitách, o které Česká pošta nejeví zájem. Jaký je pohled na poštovny z druhé strany, tedy ze strany pošty a ze strany regulátora pošty?



Ing. Eduard Prandstetter v přestávce jednání v sídle Evropské unie v Bruselu.

Někdy v první polovině 90. let Česká pošta zamýšlela podpořit rozvoj poštoven (tedy cizích provozoven, v nichž jiní podnikatelé budou poskytovat její vlastní služby). Bohužel, velké plány zůstaly nakonec jen na papíře. Jedním z důvodů mimochodem byla neuvěřitelná komplikovanost oněch proslulých „poštovních předpisů“ pocházejících, a to opravdu nepřeháním, z období první republiky, anebo dokonce až z Rakouska-Uherska. Aby se myšlenka poštoven uchytila, musel by nejprve někdo uvnitř České pošty přijít s revoluční myšlenkou nahradit tyto rozsáhlé, v praxi však zcela nefunkční předpisy něčím mnohem jednodušším. Žel, dosud se tak nestalo – ale to se už zase vrátím na začátek, k té obrovské setrvačnosti České pošty, k odmítání jakýchkoliv novinek.

V zahraničí poštovny (říká se jim zpravidla „poštovní agentury“) fungují běžně. Přinášejí totiž velkou úsporu nákladů. Jako regulační úřad bychom jejich budování pochopitelně vítali, výslovně nařizovat jejich zřizování však nemůžeme.

Z hlediska regulátora poštovních služeb se podílníte nějak i na kontrole činnosti Poštovního muzea?

Ne. Poštovní muzeum je mimo oblast našich kompetencí. Můj osobní názor ovšem je, že to je snad nejlépe fungující složka z celé České pošty.

Navštívil jste někdy v zahraničí tamní poštovní muzeum?

Přiznám, že nenavštívil. Vždy, když jsem v Bernu na jednání ve Světové poštovní unii, denně chodím kolem švýcarského poštovního muzea. Pokaždé si říkám, že se tam už konečně vypravím – je to ostuda, ale stále ještě jsem se k tomu nedostal.

Zato v našem Poštovním muzeu jsem byl mnohokrát, a to včetně jeho pobočky ve Vyšším Brodě. Tam jsem dokonce tak trochu studoval historii poštovníctví, když

jsem před mnoha lety začínal připravovat nový „poštovní“ zákon.

Co máte na poštovníctví rád?

Já se celý život žívím poštou; od roku 1970 jsem po dvaadvacet let působil u České pošty v oblasti mezinárodních služeb. Poté jsem přešel na ministerstvo, kde jsem se zabýval novou poštovní legislativou; když ke dni 1. dubna 2005 začala platit rozsáhlá novela zákona o poštovních službách, přešel jsem k Českému telekomunikačnímu úřadu jako novému regulačnímu úřadu. Vystřídal jsem tedy za svůj pracovní život prakticky vše – a to mě právě baví.

Vy hodně cestujete po celém světě, kde považujete služby pošty za vynikající a kde je podle Vašich osobních zkušeností situace horší než u nás?

Nelze srovnávat poštovníctví v Evropě s poštovníctvím v jiných zeměpisných oblastech. My v Evropě si totiž příliš neuvědomujeme, jak krásně se nám zde žije – výborné přírodní podmínky, husté osídlení, vysoký stupeň rozvoje. Těžko lze provozovat poštovní služby tak, jak jsme na ně zvyklí, tam, kde je obyvatelstvo rozptýleno po obrovském území, těžko je to možné v místech s nízkou ekonomickou úrovní, v místech, kde je minimum silnic, kde jsou vysoké hory, neprostupná divočina apod.

Pokud srovnáváme služby České pošty se službami v Evropě, na první pohled není velký rozdíl patrný. Jakmile se však začnete poštovními službami zabývat do větší hloubky (viz naše zpráva), rozdíl uvidíte – je v přístupu k zákazníkům.

Co byste si přál, aby se do roka a do dne natolik zlepšilo, že by z Vaší zprávy vypadlo?

Za vůbec nejhorší považuji dvě věci – nespolehlivost České pošty při dodávání a nedobrý přístup k reklamacím.

A co se skutečně za rok změnit dá?

Změnit se dá hodně, jde jen o to, aby se změny konečně nastartovaly. V tom bude zřejmě největší problém – až dosud Česká pošta motivaci k těmto změnám neměla. Snad tomu naše zpráva pomůže.

Ve chvíli, kdy odpovídáte na mé otázky jste na služební cestě v zahraničí. Kde jste a čím se momentálně zabýváte?

Jsem na jednání ve Světové poštovní unii, kde se mj. řeší i otázka budoucnosti

světového poštovníctví. Mimochodem, na to, že pošty musí začít přistupovat k zákazníkům jinak než dosud, s větším porozuměním pro jejich potřeby, přišly už i pošty v mnohem méně rozvinutějších zemích než je Česká republika.

Děkuji za rozhovor.

Břetislav Janík

