

# Univerzita Pardubice, Dopravní fakulta Jana Pernera

## Oponentský posudek diplomové práce

<b>Název diplomové práce:</b> Systém jednotného tarifu při odbavení cestujících
<b>Autor práce:</b> Kateřina Miklová
<b>Oponent:</b> Ing. Alena Harmáčková

### Hodnocení práce

#### **Přístup studenta k zadanému úkolu, zvolený postup řešení z hlediska současných metod:**

Jízdenka OneTicket produktu Systému jednotného tarifu (SJT) je na železničním trhu České republiky poměrně novinkou, proto kvituji výběr tohoto tématu ke zpracování diplomové práce. Studentka se k vypracování práce staví odpovědně a téma rozebírá nejen teoreticky, ale v praktické části navrhuje vlastní dotazníkové šetření, z jehož výsledků pak následně vyvozuje doporučení pro lepší povědomí o tomto mladém produktu. Dotazníkové šetření probíhalo na trati, která byla pečlivě zvolena na základě statistických údajů a je trati, kde je jízdenka OneTicket využívána nejvíce v rámci celé ČR. Zvolenou metodu řešení shledávám jako vyhovující k dosažení cíle práce, jímž bylo zhodnocení úspěšnosti SJT při odbavení cestujících.

Dále také oceňuji práci se statistickými údaji v teoretické rešerši a celkového porovnání dostupných tarifů jednotlivých dopravců.

#### **Dosažené výsledky, jejich správnost a možnost praktického využití:**

Výborné je zpracování teorie, ať už u tarifní politiky, přehledu systému tarifů, tarifů jednotlivých dopravců, tak také začlenění a vymezení postavení Systému jednotného tarifu. Text je velmi dobře srozumitelný a mohl by být dále využíván ke studijním účelům i k pochopení problematiky laickou veřejností.

Doporučení vzešlá z dotazníkového šetření je dle mého názoru nutné zhodnotit nejen ze strany provozovatele SJT, ale také z pohledu jednotlivých dopravců, kteří jsou do tohoto systému zapojeni. Po zvážení tohoto pohledu je možné jejich praktické využití.

#### **Jak práce odpovídá normám, zákonným ustanovením a předpisům:**

Předložená práce splňuje její zadání vč. rozsahu samotné diplomové práce a je vypracována dle v zadání uvedených zásad. Vypracování odpovídá předepsaným normám, zákonným ustanovením a předpisům. Jak zmiňuji i níže, zdroje jsou v celé práci řádně citovány a uvedeny v seznamu použité literatury. Při citaci zákonů však diplomantce doporučuji ověření,

na kterou verzi zákona je odkazováno (např. zda se jedná o verzi po novelizaci - v pozdějším znění zákona), a toto do textu doplňovat, ne vždy je to z kontextu vyplývající.

**Formální náležitosti (přehlednost, úprava apod.):**

Diplomová práce má logickou strukturu a vyvážený poměr teoretické a praktické části. V teoretické rešerši jsou dobře využívány dostupné zdroje literatury. Autorka velmi dobře prolíná starší literaturu novější a doplňuje výčet odborné poznatky z konzultací tématu s lidmi z praxe. Všechny zdroje literatury a komunikace s odborníky jsou, dle mého názoru, korektně citovány.

Kromě několika překlepů a drobných gramatických chyb nemám k formálním náležitostem práce z hlediska stylistiky a pravopisu žádné další připomínky.

**Obsahuje práce originální řešení vhodné pro autorské osvědčení, patent apod.? NE**

**Připomínky a dotazy k práci:**

K práci mám jen několik drobných otázek, které se týkají převážně doporučení vyplývajících z dotazníkového šetření.

Diplomantka mj. navrhuje zvýšit povědomí o Systému jednotného tarifu propagací ve formě letáků a plakátů, které by byly umístěny ve vlacích Českých drah na trati, na které dotazníkové šetření probíhalo. Proč by se mělo jednat pouze o tuto trať a proč pouze o tohoto dopravce? Nemělo by se jednat o celorepublikovou kampaň a umístění u všech zainteresovaných dopravců? Proč by dopravci měli na takovou kampaň přistoupit, jaké jim z tohoto vyplývají výhody/nevýhody?

Stejná otázka by se dala aplikovat i u dalšího doporučení, u proškolení zaměstnanců jednotlivých dopravců. Proč by dopravci měli chtít další proškolení zaměstnanců v oblasti SJT?

Pokud se ještě vrátím k doporučení reklamní kampaně, v práci mi chybí zdroj ceny za variapostery i plakáty/letáky ve vlaku, na základě jakých zdrojů byly tedy vyčísleny náklady na tuto kampaň? Následně mi také chybí vyhodnocení této marketingové kampaně, tj. kolik lidí by mohlo být takovým počinem osloveno a zda by se tedy tato kampaň společnosti CENDIS vyplatila?

**Práci klasifikuji stupněm: B - výborně minus**

V Praze dne 20. 1. 2023