

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Změny chování uživatelů pražské MHD při pandemii COVID

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Eckert Matouš

Vedoucí práce: Doc. Ing. Jan Koudelka, CSc.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	X
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Předložená bakalářská práce se věnuje poměrně specifickému tématu, které je náročné jak díky problémům se získáváním informací, tak možností opřít se o ucelené odborné tituly zaměřené již na dané téma marketingu městské hromadné dopravy. V obecné části text nejprve rozumně předkládá hlavní obrysy marketingu dopravních služeb. Při snaze postihnout jeho specifika zejména z pohledu MHD jsou rozumně využity zdroje, které sice nejsou primárně zaměřené na marketing, ale umožňují takovou specifikaci z nich do jisté míry odvodit mj. náhledem zařazujícím MHD do oblasti veřejných služeb. Je možné ocenit, že autor v teoreticko-metodologické části výrazněji neparafrázuje partie z dostupných odborných zdrojů, zaměřených obecněji, ale snaží se především postihnout vlastními úvahovými náhledy v čem, jak se mohou obecnější principy modifikovat. Účelně jsou zařazeny v hodnotícím přístupu výstupy zahraničních studií. Vzhledem k tématu práce pak je pozornost vhodně věnována některým dopadům pandemie jednak na marketing vůbec, jednak na jeho možnosti v MHD. Pro naplnění cíle práce je zapojeno původní online kvantitativní dotazování, využitý dotazník je formován vzhledem k cíli práce účelně, výběrovou metodou byl záměrný výběr. Diskusní je zahrnutí skupiny respondentů, kteří se věnují právě problematice dotazníků a odborných výzkumů/průzkumů (v praxi se naopak obvykle takoví respondenti z výzkumu pro možné zkreslení díky odbornému zaměření vylučují). Inspirujícím pokračováním je na kvantitativní dotazování propojený kvalitativní výzkum formou individuálních polostrukturovaných rozhovorů hlouběji zkoumající s rozumně vybranými čtyřmi reprezentanty respondentů případné změny v jejich spotřebním chování a přístupu k MHD v souvislosti s pandemií. V metodice práce jsou tyto postupy svědomitě charakterizovány. Vstup do analytické části je vhodně věnován aktuální situaci v pražské MHD, prověřuje se zde zejména relace mezi využíváním MHD a vlivem makroprostředí (pandemie a regulace). Podstatná je pasáž o využívání MHD dokumentující na základě základních dostupných statistických dat dopady pandemie. Data kvantitativního dotazování jsou vyhodnocena nejprve frekvenční analýzou. Do vyhodnocení bylo zapojeno i profilování a kontingenční analýzy vztahů mezi vybranými meritorními otázkami. Z výzkumů dospívá autor k účelné segmentaci, u které pro rozvoj profilu segmentů jsou vhodně využity kontingenční analýzy a kvalitativní individuální rozhovory s reprezentanty segmentů. Z vyhodnocení výsledků jsou pak odvozena rozumná marketingová doporučení, směřující zejména k jízdě, komunikaci a operativě provozu.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Zajímavé je zastavení u výskytu cestujících bez platného dokumentu - s 20. Jakou autor předpokládá relaci vzhledem pandemií?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Proč byli do cílové skupiny výzkumu zařazení i respondenti věnující se právě problematice dotazníků a odborných výzkumů/průzkumů?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Bylo by možné postihnout, jak dalece kvůli pandemii měnili uživatelé MHD její typ? Jak různě se pandemie promítla vůbec do užívání jednotlivých typů pražské MHD?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Pěkná je cesta k výběru respondentů pro individuální rozhovor. Nicméně, marketingově užitečný může být i náhled na to, jak se ve svých odpovědích lišili ti, kteří projevili další zájem od ostatních respondentů v kvantitativním šetření?

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 08.01.2022

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz