

Obsah

O autorech	9
Předmluva	13
1. Úvod do problematiky kvality služeb v cestovním ruchu	15
1.1 Aktuální stav hodnocení kvality v České republice	19
2. Vymezení hlavních marketingových východisek pro pochopení procesu řízení kvality služeb	25
2.1 Produkt cestovního ruchu	26
2.2 Rozšířený marketingový mix	29
2.3 Specifika služeb cestovního ruchu	32
2.4 Rozhodovací proces a psychologické aspekty v cestovním ruchu	36
3. Teoretická východiska kvality služeb	43
3.1 Spokojenost a očekávání zákazníka	45
3.2 Dimenze kvality a vzájemné vztahy k loajalitě zákazníka	49
4. Koncepty managementu kvality	53
4.1 Odvětvové standardy	54
4.2 ISO normy řady 9000	55
4.3 Komplexní management kvality	56
5. Vybrané nástroje a metody hodnocení kvality a spokojenosti v cestovním ruchu	61
5.1 Gap analýza, SERVQUAL	62
5.2 IPA (Importance Performance Analysis)	66
5.3 PFI (Priorities for Improvement)	67
5.4 CSI (Customer Satisfaction Index)	68
6. Kvalita z pohledu udržitelnosti	71

7. Praktické příklady pro vybrané služby cestovního ruchu	77
7.1 Kvalita zprostředkovatelů služeb cestovního ruchu (cestovní kanceláře a agentury, turistická informační centra)	78
7.1.1 <i>Hodnocení kvality CK a CA: identifikace faktorů kvality</i>	80
7.1.2 <i>Hodnocení kvality CA a CK prostřednictvím indexu spokojenosti zákazníka (ECSI)</i>	82
7.1.3 <i>Hodnocení kvality TIC metodou IPA</i>	85
7.1.4 <i>Hodnocení spokojenosti zákazníků TIC nástrojem SERVQUAL</i>	88
7.2 Kvalita v sektoru ubytovacích služeb	90
7.2.1 <i>Hodnocení kvality ubytovacích služeb z pohledu zákazníků prostřednictvím SERVQUAL, gap analýzy</i>	92
7.2.2 <i>Hodnocení kvality ubytovacích služeb podle identifikace vlivu faktorů kvality na celkovou spokojenost zákazníků</i>	95
7.2.3 <i>Hodnocení kvality ve vybraném hotelu metodou SERVQUAL a vyhodnocení výsledků v kontextu dimenzí kvality</i>	97
7.2.4 <i>Komparace kvality vybraných ubytovacích zařízení metodou SERVQUAL (gap 5, vážené skóre)</i>	100
7.2.5 <i>Shrnutí využitelnosti gap analýzy, SERVQUAL, vzorový dotazník</i>	103
7.2.6 <i>Případová studie: Hotel Barceló Brno, proces získání 5* oficiální certifikace HotelStars</i>	110
7.3 Kvalita v sektoru stravovacích služeb	112
7.3.1 <i>Hodnocení kvality stravovacích služeb podle identifikace významu faktorů z pohledu zákazníka a managementu (gap 1: rozpor očekávání zákazníků a představy managementu)</i>	116
7.3.2 <i>Hodnocení stravovacích služeb (identifikace faktorů funkční kvality) na základě dimenzí kvality</i>	125
7.3.3 <i>Průzkum řízení kvality stravovacích služeb v Brně</i>	127
7.4 Kvalita v sektoru dopravních služeb	132
7.4.1 <i>Hodnocení kvality dopravních služeb podle významu faktorů z pohledu zákazníka a managementu (gap 1)</i>	137
7.5 Kvalita destinace v cestovním ruchu	140
7.5.1 <i>Význam faktorů kvality destinace v kontextu návštěvnických segmentů</i>	143
7.5.2 <i>Gap analýza: rozpory ve vnímání významu faktorů kvality destinace mezi poskytovatelem služeb a klientem (gap 1)</i>	152

7.5.3 Hodnocení kvality destinace metodou IPA	155
7.5.4 Případová studie: Výzkum spokojenosti návštěvníků v jižních Čechách	157

Závěr	169
--------------------	------------

Literatura	173
-------------------------	------------

Shrnutí	181
----------------------	------------

Summary	182
----------------------	------------

Rejstřík	183
-----------------------	------------