

# Obsah

Úvod.....	5
<b>1 Vymezení služeb a jejich význam.....</b>	<b>7</b>
1.1 Vymezení pojmu služba.....	7
1.2 Situace ve světě.....	19
1.3 Situace v České republice.....	26
<b>2 Vymezení doprovodných služeb.....</b>	<b>31</b>
2.1 Definice doprovodných služeb.....	31
2.2 Problémy s nejednotností označení.....	33
2.3 Znaký doprovodných služeb.....	34
2.4 Charakteristika doprovodných služeb.....	36
2.4.1 Doprovodné služby z pohledu logistiky.....	39
2.5 Klasifikace doprovodných služeb.....	40
2.5.1 Klasifikace podle Cunninghama a Robertse (1974).....	40
2.5.2 Klasifikace podle Lalondeho a Zinszera (1976).....	40
2.5.3 Klasifikace podle Horovitze (1994).....	41
2.5.4 Klasifikace podle Frambacha a kol. (1997).....	42
2.5.5 Klasifikace podle Grönroose (2001).....	43
2.5.6 Klasifikace podle Kotlera (2001).....	43
2.5.7 Klasifikace podle Mathieové (2001).....	43
<b>3 Nabídka doprovodných služeb.....</b>	<b>48</b>
3.1 Předprodejní doprovodné služby.....	50
3.2 Prodejní doprovodné služby.....	54
3.3 Poprodejní doprovodné služby.....	56
3.4 Kvalita doprovodných služeb.....	70
3.5 Faktory determinující rozvoj doprovodných služeb.....	71
3.6 Možnosti zkvalitnění nabídky doprovodných služeb v podnicích.....	73
3.7 Jak vytvářet strategii doprovodných služeb?.....	75
<b>4 Příklady doprovodných služeb.....</b>	<b>81</b>
4.1 Příklady doprovodných služeb v zemědělství, lesnictví a rybolovu.....	81
4.1.1 Doprovodné služby podniků zabývajících se produkcí zemědělských plodin a hospodářských zvířat.....	81
4.1.2 Doprovodné služby v lesnictví a myslivosti.....	84
4.1.3 Doprovodné služby v rybolovu.....	86
4.1.4 Doprovodné služby včelařů.....	89
4.2 Příklady doprovodných služeb v sekundární sféře.....	91
4.2.1 Doprovodné služby podniků v automobilovém průmyslu.....	91
4.2.2 Doprovodné služby podniků zabývajících se měřicí a regulační technikou a zabezpečovacími systémy.....	96
4.2.3 Doprovodné služby podniků zabývajících se výrobou léků a léčiv.....	100
4.2.4 Doprovodné služby podniků zabývajících se textilním, oděvním a obuvnickým průmyslem.....	101



4.2.5	Doprovodné služby podniků zabývajících se výrobou nábytku.....	107
4.3	Stavebnictví.....	110
4.4	Terciální sektor.....	116
4.4.1	Cestovní ruch – cestovní kanceláře .....	116
4.4.2	Hotely.....	123
4.4.3	Přeprava zásilek .....	127
4.4.4	Realitní kanceláře .....	132
4.4.5	Webdesign .....	137
<b>5</b>	<b>Doprovodné služby – konkurenční výhoda?.....</b>	<b>144</b>
5.1	Konkurenceschopnost podniku .....	144
5.2	Vliv doprovodných služeb na podnik.....	146
5.2.1	Doprovodné služby ve strategii podniku .....	146
5.2.2	Přínosy podniku plynoucí z implementace strategie doprovodných služeb .....	147
5.2.3	Problematické oblasti doprovodných služeb .....	152
5.3	Vliv doprovodných služeb na zákazníka.....	153
5.3.1	Spokojenost zákazníka.....	153
5.3.2	Hodnota pro zákazníka .....	158
5.3.3	Loajalita .....	164
<b>6</b>	<b>Měření důležitosti vnímání a realizace doprovodných služeb .....</b>	<b>170</b>
6.1	Měření vnímání důležitosti a přínosu doprovodných služeb managementem podniků .....	170
6.2	Měření vnímání realizace doprovodných služeb managementem podniků .....	171
6.3	Metodický postup širšího uplatnění doprovodných služeb v podnicích .....	173
6.4	Souhrnná pravidla pro poskytování doprovodných služeb v podnicích .....	176
6.5	Typologie podniků založená na vnímání doprovodných služeb .....	177
<b>7</b>	<b>Případová studie .....</b>	<b>179</b>
7.1	Popis výzkumu .....	179
7.2	Výsledky výzkumu.....	179
<b>Závěr.....</b>		<b>188</b>