

Obsah

Abstrakt	2
Seznam grafů	5
Seznam obrázků	6
Seznam tabulek	6
1 Úvod	7
2 Definování budoucích úkolů v oblasti ekonomiky dřevostaveb	10
3 Analýza současného stavu	12
3.1 Současná situace v lesnicko-dřevařsko-stavebním sektoru a výchozí podmínky pro další rozvoj dřevostaveb	12
3.1.1 Lesnictví	12
3.1.2 Dřevozpracující průmysl.....	15
3.1.3 Stavebnictví.....	19
3.1.4 Využití dřeva ve stavebnictví.....	20
3.1.5 Možnosti financování bytové výstavby.....	25
3.1.6 Charakteristika dřeva jako stavebního materiálu.....	26
3.1.7 Historie, tradice, vývoj a zahraniční zkušenosti výroby a prodeje dřevostaveb.....	28
3.1.8 Možnosti inovačních technologií výroby dřevostaveb.....	34
4 Marketing	39
4.1 Marketing v oblasti dřevostaveb.....	39
4.1.1 Marketingové prostředí podniku vyrábějící dřevostavby.....	39
4.1.2 Marketingový výzkum v oblasti dřevostaveb.....	40
4.1.3 Marketingové nástroje ve stavebnictví.....	42
4.1.4 Marketingová segmentace stavebního trhu.....	42
4.1.5 Marketingový mix.....	43
4.1.6 Marketingové analýzy.....	45
4.1.7 Charakteristika stavebního trhu	46
4.1.8 Role zákazníka ve stavebním marketingu.....	48
4.1.9 Struktura stavebního trhu a jeho vazby k vnějšímu okolí	48
4.1.10 Subjekty působící na stavebním trhu.....	50

4.1.11 Způsob tvorby cen stavebních prací.....	51
4.1.12 Způsob získávání zakázek.....	51
4.1.13 Konkrétní marketingové strategie firem vyrábějících dřevostavby.....	52
4.2 Public relations v oblasti dřevostaveb.....	55
4.3 Průzkum veřejného mínění v oblasti dřevostaveb.....	57
4.3.1 Základní údaje o průzkumu veřejného mínění.....	57
4.3.2 Použitý dotazník.....	58
4.3.3 Charakteristika vzorku osob dotázaných v rámci průzkumu veřejného mínění.....	61
5 Výsledky.....	64
5.1 Výsledky v oblasti marketingu a Public Relations.....	64
5.1.1 Informace zjištěné pomocí dotazníku.....	65
5.2 Výsledky v oblasti snižování výrobních nákladů.....	76
5.2.1 Snižování ztrát.....	76
5.2.2 Rozbor nákladů.....	79
5.2.3 Management jakosti.....	82
5.2.4 Total Quality Management.....	84
6 Ekonomické, politické a technické souvislosti dřevostaveb	90
6.1 Souvislosti marketingu dřevostaveb.....	90
6.2 Možnosti dřevařského klastru	92
7 Závěr.....	94
7.1 Marketing dřevostaveb.....	94
7.2 Snižování nákladů na výrobu a montáž dřevostaveb.....	95
8 Přehled použité literatury.....	97
9 Přílohy	98