

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

7.5.3	<i>Hodnocení kvality destinace metodou IPA</i>	155
7.5.4	<i>Případová studie: Výzkum spokojenosti návštěvníků v jižních Čechách</i>	157
Závěr		169
Literatura		173
Shrnutí		181
Summary		182
Rejstřík		183