

# Usługi SPA w ocenie klientów na przykładzie City SPA W XYZ

## **Wstęp.....3**

### **Rozdział 1.**

Istota usług i ich jakość.

1.1. Analiza definicyjna pojęcia usługi.....5

1.2. Cechy i rodzaje usług.....10

1.3. Jakość usług.....16

1.4. Uwarunkowania zewnętrzne działalności usługodawcy.....24

### **Rozdział 2.**

**Rynek usług SPA.**

2.1. Historia terapii wodnych – geneza SPA.....30

2.2. Istota i cele SPA oraz usługi w ośrodkach SPA.....33

2.3. Rodzaje i charakterystyka obiektów SPA.....38

2.4. Sprzęt wykorzystywany w ośrodkach SPA.....44

2.5. Rola SPA w podnoszeniu konkurencyjności i jakości produktu w hotelarstwie.....46

### **Rozdział 3.**

**Założenia metodologiczne badań własnych.**

3.1. Przedmiot i cel badań.....53

3.2. Problemy badawcze.....54

3.3. Metody, techniki i narzędzia badawcze.....58

3.4. Teren, przebieg i organizacja badań.....62

### **Rozdział 4.**

# **Jakość usług świadczonych przez City SPA w opinii respondentów.**

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| 4.1. Charakterystyka badanego obiektu.....        | 64 |
| 4.2. Profil demograficzny badanych.....           | 67 |
| 4.3. Jakość usług oferowanych przez CITY SPA..... | 70 |

|                                           |           |
|-------------------------------------------|-----------|
| <b>Podsumowanie. Wnioski z badań.....</b> | <b>89</b> |
|-------------------------------------------|-----------|

|                          |           |
|--------------------------|-----------|
| <b>Bibliografia.....</b> | <b>92</b> |
|--------------------------|-----------|

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| <b>Spis tabel i wykresów.....</b> | <b>95</b> |
|-----------------------------------|-----------|

|                   |           |
|-------------------|-----------|
| <b>Aneks.....</b> | <b>97</b> |
|-------------------|-----------|