

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

Podsumowanie. Wnioski z badan.....	89
---	-----------

Bibliografia.....	92
--------------------------	-----------

Spis tabel i wykresów.....	95
-----------------------------------	-----------

Aneks.....	97
-------------------	-----------