

# Krystyna Krzyżanowska, Michał Roman

---

## Metoda SERVQUAL jako narzędzie pomiaru jakości usług oferowanych w gospodarstwach agroturystycznych

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 86, 277-288

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*KRYSTYNA KRZYŻANOWSKA*

*MICHAŁ ROMAN*

**Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie**

**METODA SERVQUAL JAKO NARZĘDZIE POMIARU  
JAKOŚCI USŁUG OFEROWANYCH  
W GOSPODARSTWACH AGROTURYSTYCZNYCH**

**Wprowadzenie**

Jakość usług oferowanych w gospodarstwach agroturystycznych jest jednym z ważnych czynników decydujących o rozwoju tej działalności. Dlatego niezbędne staje się badanie stanu zadowolenia klientów, ich oczekiwań i potrzeb. Systematyczne zbieranie i analizowanie opinii turystów pozwala bowiem na poznawanie ich ciągle zmieniających się oczekiwań oraz na ustawiczne dostosowywanie się do nich usługodawców. W konsekwencji wzrasta poziom świadczonych usług oraz poprawia się konkurencyjność gospodarstw agroturystycznych na rynku.

Do pomiaru jakości usług agroturystycznych można m.in. wykorzystać metodę Servqual. Przedstawia ona wielostopniową skalę, za pomocą której można dokonać pomiaru jakości usług z punktu widzenia turysty, uzyskując wiele cennych wskazówek, co do kierunków poprawy jakości w działalności agroturystycznej. W tym przypadku należy dokonać analizy różnic, jakie mogą występować pomiędzy jakością postrzeganą przez turystę a jakością, której od danej usługi on oczekuje.

W artykule przybliżono istotę jakości, sposoby pomiaru jakości usług turystycznych oraz ocenę jakości usług oferowanych w badanych gospodarstwach

agroturystycznych położonych na terenie województwa podlaskiego. W opracowaniu wykorzystano źródła pierwotne i literaturę przedmiotu.

## 1. Cel i metodyka badań

Celem poznawczym badań było dokonanie oceny poziomu jakości usług świadczonych w gospodarstwach agroturystycznych położonych w gminach wiejskich województwa podlaskiego<sup>1</sup>.

Aby zrealizować cel badań, wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego z techniką ankiety według standaryzowanego kwestionariusza. Badania empiryczne przeprowadzono w roku 2010 wśród 226 turystów wypoczywających w badanych gospodarstwach agroturystycznych położonych na terenie województwa podlaskiego, w takich gminach wiejskich, jak: Białowieża, Giby, Grajewo, Gródek, Janów, Jaświły, Jeleniewo, Mielnik, Narewka, Nowinka, Płaska, Sokoły, Trzcianne, Turośl, Wizna. Do oceny poziomu jakości usług świadczonych przez właścicieli gospodarstw agroturystycznych wykorzystano zmodyfikowaną metodę Servqual.

W badanej populacji było 60,2% kobiet i 39,8% mężczyzn. Zdecydowaną większość respondentów (75,7%) stanowiły osoby powyżej 35. roku życia. Głównie byli to pracownicy umysłowi (2/5), na drugim miejscu uplasowali się pracownicy fizyczni (1/4 badanej populacji), natomiast grupę pozostałych badanych stanowili emeryci, renciści, przedsiębiorcy handlowi i osoby bezrobotne. Z wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych korzystali bardziej zamożni turyści (69,9% respondentów określiło miesięczny dochód rozporządzalny przypadający na jedną osobę w rodzinie powyżej 1000 zł). Osoby odpoczywające w badanych obiektach agroturystycznych pochodziły w znacznej części z miast powyżej 50 tys. mieszkańców (71,8%). Najmniej liczną grupą stanowili turyści mieszkający na wsi i w małych miejscowościach (6,6%). Prawie wszyscy badani byli obywatelami Polski i w większości pochodzili z województwa podlaskiego (35%) i mazowieckiego (23%). Turyści z takich krajów, jak: Litwa, Łotwa, Niemcy, Holandia i Białoruś stanowili 7,5% populacji. Zachętą do wyboru miejsca wypoczynku w Polsce przez obcokrajowców może być atrakcyjny

---

<sup>1</sup> Badania realizowane były w ramach szerszego tematu związanego z ekonomiczno-społecznymi uwarunkowaniami rozwoju agroturystyki w gminach wiejskich województwa podlaskiego.

teren, bogata oferta turystyczna i relatywnie niski poziom cen za świadczone usługi w gospodarstwach agroturystycznych.

## 2. Metoda Servqual jako narzędzie pomiaru jakości usług turystycznych

Kategoria jakości jest definiowana w różny sposób. Według A. Panasiuka „jakość to stopień zaspokojenia potrzeb”<sup>2</sup>. Natomiast J.M. Juran określa to pojęcie jako „stopień, w jakim określony wyrób zaspokaja potrzeby określonego nabywcy lub stopień, w jakim określony wyrób znajduje u konsumenta pierwszeństwo przed innym wyrobem, w wyniku przeprowadzonych badań porównawczych”<sup>3</sup>. Zdaniem W.E. Deminga jakość można zdefiniować jako „przewidywany stopień jednorodności i niezawodności przy możliwie niskich kosztach i dopasowaniu do wymagań rynku”<sup>4</sup>.

Jednym ze sposobów określenia oceny jakości świadczonych usług jest metoda Servqual<sup>5</sup>. Została ona opracowana przez A. Parasuramana, V.A. Zeithamla, L. Berrego<sup>6</sup> w latach 1983–1985. Za pomocą tej metody usługodawcy mogą przewidzieć oczekiwania klientów oraz identyfikować poziom oceny swoich usług przez usługobiorców. Jest ona metodą służącą do weryfikowania

---

<sup>2</sup> A. Panasiuk, *Podstawowe zagadnienia dotyczące jakości usług turystycznych*, w: A. Panasiuk, *Jakość usług turystycznych*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007, s. 12.

<sup>3</sup> J.M. Juran, *Quality Control Handbook*, McGraw-Hill Book Comp. Inc., New York-Toronto-London 1962, s. 1–2.

<sup>4</sup> R.L. Flood, *Beyond TQM*, John Wiley & Sons, Chichester 1993, s. 42.

<sup>5</sup> Szerzej na temat metody Servqual i oceny jakości usług turystycznych: V.A. Zeithaml, A. Parasuraman, L.L. Berry, *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, „Journal of Marketing”, 1985, nr 49, s. 45; E. Głowacka, *Servqual – metoda oceny subiektywnych odczuć użytkowników w zakresie jakości obsługi biblioteczno-informacyjnej*, Zeszyt Naukowy nr 4/2000, s. 335–339; E. Głowacka, *Studium zastosowania kompleksowego zarządzania jakością (TQM) w bibliotekoznawstwie i informacji naukowej*, Wyd. Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Toruń 2000, s. 188; S. Borkowski, T. Corejowa, *Instrumenty rozwiązywania problemów w zarządzaniu*, Wyd. Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu, Sosnowiec 2006, s. 92; A. Panasiuk i inni, *Analiza i ocena kształtowania jakości usług w oddziale regionalnym biura podróży w Szczecinie*, w: *Jakość usług turystycznych*, red. A. Panasiuk. Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007, s. 194–202; W.B. Martin, *Zarządzanie jakością obsługi w restauracjach i hotelach*, Oficyna Ekonomiczna Wolters Kluwer, Kraków 2006.

<sup>6</sup> Autorami metody są wykładowcy Texas A&M University College Station w Texasie.

oceny jakości przez różnicę pomiędzy oczekiwaniami klientów a ich faktycznymi doznaniem podczas procesu świadczenia usług. Dzięki jej wykorzystaniu istnieje konieczność stosowania ciągłego procesu doskonalenia, włączania w ten proces całej organizacji, wszystkich jej pracowników oraz budowania otwartego i sprawnego systemu komunikacji. Metoda Servqual polega na pomiarze różnicy między poziomem zaspokojenia oczekiwań a postrzeganiem usług przez klienta. Przyjmując określone założenia można badać jakość usług zgodnie z wytycznymi TQM<sup>7</sup>.

Metoda uznawana jest za najpopularniejszy sposób badania rozbieżności między poziomem świadczonych usług a oczekiwaniami klientów. W literaturze przedmiotu metoda ta uznawana jest za uniwersalne narzędzie przeznaczone do badania postrzeganej jakości wszystkich rodzajów usług. Autorzy tej metody przyjęli założenie, że jakość usługi określana jest przez rozbieżności pomiędzy doznaniem (percepcją) konsumenta, a jego oczekiwaniami wobec oferowanych usług<sup>8</sup>.

Autorzy metody zdefiniowali pięć luk dotyczących jakości usług, które powodują niezadowolenie klienta i skutkują niską oceną jakości<sup>9</sup>:

- pierwsza określana jest jako różnica pomiędzy oczekiwaniem klienta a postrzeganiem tych wymagań przez kierownictwo organizacji;
- druga stanowi różnicę między postrzeganiem oczekiwań klientów przez kadre zarządzającą a specyfikacją jakości usług;
- trzecia luka to różnica między specyfikacją jakości usług a jakością świadczenia usługi;
- czwarta luka określa różnicę między jakością świadczenia usługi a informacjami, jakie klient uzyskał na jej temat;
- piąta luka przedstawia różnicę między poziomem spełnienia oczekiwań a postrzeganiem usługi przez klienta.

Wysoka jakość zadowalająca klienta to sytuacja, w której nie ma luk. Im większe rozbieżności, tym niższa będzie ocena. W efekcie tylko wprowadzenie jakości totalnej (TQ) może zaowocować pełną satysfakcją konsumenta. Ko-

---

<sup>7</sup> V.A. Zeithaml, A. Parasuraman, L.L. Berry, *Delivering Quality Service*, The Free Press, New York 1990, s. 19.

<sup>8</sup> S. Borkowski, E. Wszendybył, *Jakość i efektywność usług hotelarskich*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 100.

<sup>9</sup> R. Karaszewski, *Servqual – metoda badania jakości świadczonych usług*, „Problemy Jakości” 2001, nr 5, s. 9.

nieczne jest zatem osiągnięcie doskonałości na trzech poziomach: jakości projektowanej, jakości wykonania i przede wszystkim jakości zgodnej z wymaganiami klienta. Luki są charakteryzowane przez rozbieżności pomiędzy poszczególnymi poziomami.

Badanie z wykorzystaniem metody Servqual przeprowadzane powinno być z zastosowaniem stałej skali zróżnicowania oraz na podstawie badania ważności poszczególnych kryteriów, tj.<sup>10</sup>:

- oczekiwania klienta;
- ocena percepcji usługi;
- ocena ważności kryteriów dla klienta.

Wynikiem badania powinien być przede wszystkim rangowany zestaw specyficznych kryteriów badanej usługi, uwzględniający wszystkie jej płaszczyzny będące podstawą modelu Servqual, ale przede wszystkim czynniki mające istotne znaczenie w wypadku danej usługi<sup>11</sup>. Badany klient ocenia punktowo w skali od 1 do 7 adekwatność określonego stwierdzenia w odniesieniu do własnych odczuć na temat usług świadczonych przez konkretną organizację<sup>12</sup>.

W badaniach metodą Servqual podstawowym narzędziem badawczym powinien być kwestionariusz ankiety. Składa się on z dwóch części<sup>13</sup>:

- w pierwszej – respondenci przekazują swoje oczekiwania w stosunku do danej usługi. Do każdego pytania dołączona powinna być siedmiopunktowa skala pozwalająca stopniować poziom oczekiwań klienta względem usług (gdzie 7 oznacza, że klient w pełni zgadza się z daną cechą, a 1 – jeśli uważa, że jest ona zbędna; w sytuacji, kiedy klient nie ma pewności, powinien zaznaczyć liczbę pośrednią);
- część druga, w której badane osoby przekazują swoje oświadczenia dotyczące percepcji poziomu wykonania tej usługi. Do tej części również dołączona powinna być siedmiopunktowa skala ocen. Pozwoli ona stop-

---

<sup>10</sup> E. Wszendybył, S. Borkowski, *Servqual the Method of Figures, Analysis in a Research of Service Quality*, w: *VII Medzinardne vedecke symposium. Kvalita a spol'ahlivost strojov. Spievodna akcia Medzinardneho strojarskeho vel'trhu 2002 v Nitre*, Nitra 2002, s. 65–67.

<sup>11</sup> K. Karbowski, *Metoda Servqual – narzędzie do pomiaru jakości usług w agroturystyce*, w: *Turystyka w rozwoju obszarów wiejskich*, red. I. Sikorska-Wolak, Wyd. SGGW, Warszawa 2007, s. 478–491.

<sup>12</sup> J. Dziadkowiec, *Wybrane metody badania i oceny jakości usług*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie” nr 717, Kraków 2006, s. 26.

<sup>13</sup> R. Karaszewski, *TQM – teoria i praktyka*, Wydaw. TNOiK, Toruń 2001, s. 201.

niować percepcję usługi. W przypadku wpisania liczby 7 należy rozumieć, że klient jest w pełni usatysfakcjonowany i zgadza się, że usługa posiada cechę podaną w pytaniu. Natomiast ocena na poziomie 1 oznacza, że respondent nie wyraża aprobaty wobec danej usługi.

W badaniu Servqual najważniejsza jest liczba, która określa poziom oczekiwań i percepcję wobec danej usługi. Przeprowadzenie badania w dwóch etapach pozwala na uzyskanie wiarygodnych wyników, gdyż określenie postrzeganej jakości usługi polega na obliczeniu różnicy między percepcją a jej pożądanym poziomem – według poniższego wzoru<sup>14</sup>:

$$S = \sum_{n=1}^m (P - O)$$

gdzie:

S – stopień spełnienia oczekiwań klientów (Servqual),

P – postrzegana jakość usługi,

O – oczekiwana jakość usługi,

n – uzależniona od szczegółowości prowadzonego pomiaru,

m – stopień szczegółowości (liczba pytań).

Metoda Servqual przez swój uniwersalny charakter i możliwość zastosowania specyficznych kryteriów dla każdej branży stanowi skuteczne narzędzie badania cech oferowanych klientom usług. Zdaniem autorów artykułu metodę Servqual można zmodyfikować i wykorzystać ocenie jakości usług agroturystycznych. Działalność agroturystyczna podlega permanentnej ocenie, dlatego niezwykle istotne jest mierzenie jakości usług. Informacje dotyczące satysfakcji turystów można uzyskiwać w dwojaki sposób, a mianowicie podejmując działania pasywne polegające na analizie zgłaszanych informacji, które pozwalają poznać przyczynę utraty klientów, nie zapobiegając jej lub też poprzez działania aktywne opierające się na badaniu satysfakcji klientów, monitorowaniu zmian oraz przewidywaniu i eliminacji zagrożeń.

Systematyczne zbieranie i analizowanie informacji dotyczących oczekiwań turystów umożliwi dostosowanie oferty do potrzeb klientów, a w konsekwencji osiągnięcie sukcesu w prowadzeniu działalności agroturystycznej.

---

<sup>14</sup> M. Klimczyk-Bryk, *Ogólne zasady stosowania skal w procesie badania jakości usług*, w: *X Konferencja Katedr Marketingu i Handlu Uczelni i Wydziałów Ekonomicznych*, Krynica 24–26 września 1996, s. 73–79.

### **3. Zastosowanie zmodyfikowanej metody Servqual w ocenie jakości usług agroturystycznych**

W agroturystyce jakość stanowi integralny składnik procesu tworzenia produktu agroturystycznego, który warunkuje zaspokojenie oczekiwań i potrzeb turystów. W dalszej części artykułu do zmierzenia jakości usług agroturystycznych wykorzystano zmodyfikowaną metodę Servqual. W tym przypadku nie było możliwości zbadania wypoczywających turystów przed świadczoną usługą, dlatego turyści wypełnili kwestionariusz ankiety w dniu przyjazdu do gospodarstwa agroturystycznego oraz ostatniego dnia pobytu w kwaterze agroturystycznej. Turyści dwukrotnie wyrazili opinię na temat jakości takich elementów usług oferowanych przez gospodarstwa agroturystyczne, takich jak: baza noclegowa i żywieniowa, otoczenie gospodarstwa agroturystycznego, zaplecze rekreacyjno-wypoczynkowe, cechy i umiejętności usługodawcy.

Wartości ocen turystów wystawione pierwszego i ostatniego dnia pobytu w gospodarstwie agroturystycznym umieszczone zostały w tabeli 1.

Z zestawienia wynika, że największą lukę ujemną wykryto w wyposażeniu technicznym (-0,34). Większe były oczekiwania turystów niż rzeczywisty odbiór wyżej wymienionej cechy. Duża ujemna luka powstała również w przypadku takiej cechy, jak możliwość skorzystania ze sprzętu rekreacyjno-sportowego (-0,26).

Natomiast duża dodatnia luka wystąpiła w ocenie walorów smakowych serwowanych potraw (0,26) oraz w ocenie cech osobowych (np. uprzejmość, życzliwość) właścicieli gospodarstw agroturystycznych (0,25). Smak serwowanych dań oraz uprzejmość usługodawców wypoczywający turyści ocenili na bardzo wysokim poziomie. Mniejszą, ale także dodatnią lukę odnotowano w ocenie miejsca przeznaczonego na ognisko i grill (0,24).



Tabela 1

Wyniki analizy metodą Servqual uzyskane przez porównanie średnich arytmetycznych wartości oczekiwanych i postrzeganych przez klientów badanych gospodarstw agroturystycznych

L.p.	Charakterystyka	Średnia ocen przyznana pierwszego dnia pobytu w gospodarstwie agroturystycznym	Średnia ocen przyznana ostatniego dnia pobytu w gospodarstwie agroturystycznym	Różnica SERVQUAL
1	2	3	4	5
Baza noclegowa i żywieniowa				
1.	Estetyka pokoju	5,22	5,26	0,04
2.	Funkcjonalne umeblowanie	5,42	5,57	0,15
3.	Komfort łóżka	5,19	5,10	-0,09
4.	Poczucie bezpieczeństwa w pokoju i gospodarstwie	5,52	5,59	0,07
5.	Wyposażenie techniczne – RTV, AGD	5,00	4,66	-0,34
6.	Standard łazienki	5,15	5,12	-0,03
7.	Wyposażenie aneksu kuchennego	5,31	5,35	0,04
8.	Wyposażenie sali jadalnej	5,22	5,24	0,02
9.	Walory smakowe serwowanych potraw	5,62	5,99	0,26
10.	Urozmaicenie posiłków	5,56	5,61	0,04
11.	Uwzględnienie preferencji gości przy ustalaniu jadłospisu	5,40	5,42	0,02
Otoczenie gospodarstwa agroturystycznego				
12.	Ogród przydomowy i estetyka podwórka	5,05	5,02	-0,04
13.	Plac zabaw dla dzieci	5,23	5,06	-0,17
14.	Meble ogrodowe	4,94	5,04	0,11
15.	Miejsce na ognisko lub grill	5,47	5,71	0,24

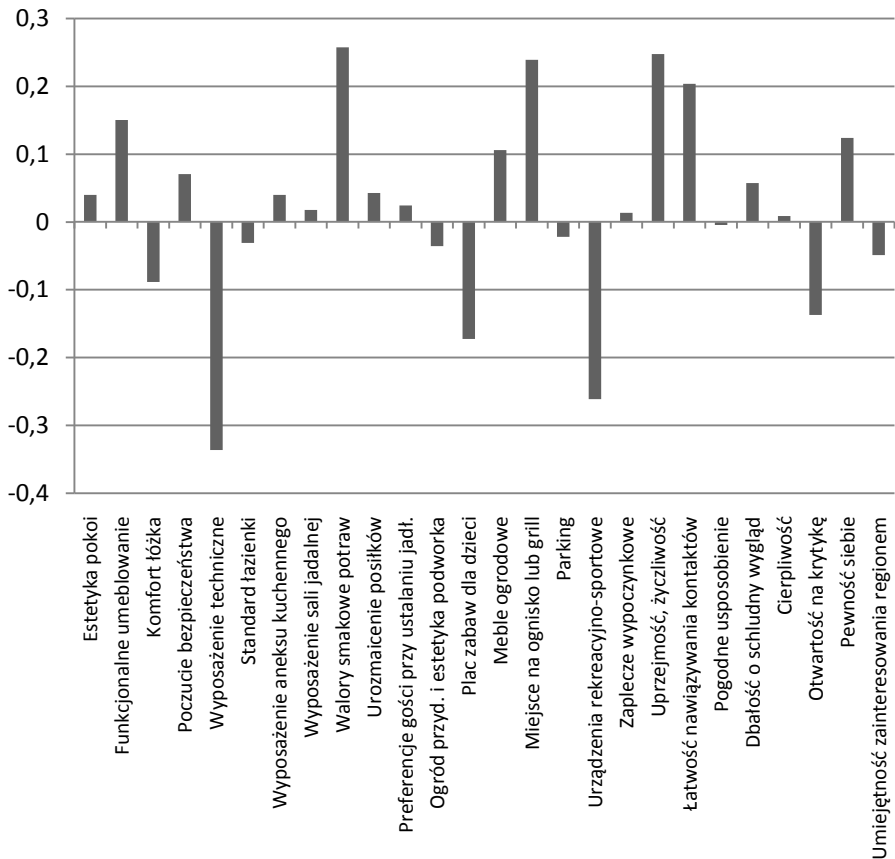
1	2	3	4	5
16.	Parking	5,15	5,13	-0,02
Zaplecze rekreacyjno-wypoczynkowe				
17.	Urządzenia rekreacyjno-sportowe (np. rakiety do tenisa, piłki, rowery, kajaki itp.)	5,20	4,94	-0,26
18.	Zaplecze wypoczynkowe (np. leżaki, hamaki, stoliki ogrodowe, ławy itp.)	4,96	4,97	0,01
Cechy osobowe, umiejętności właściciela i personelu gospodarstwa agroturystycznego				
19.	Uprzejmość, życzliwość	5,86	6,11	0,25
20.	Łatwość nawiązywania kontaktów	5,45	5,65	0,20
21.	Pogodne usposobienie	5,28	5,28	0,00
22.	Dbłość o schludny wygląd	4,98	5,04	0,06
23.	Cierpliwość	5,40	5,41	0,01
24.	Otwartość na krytykę	5,04	4,91	-0,14
25.	Pewność siebie	5,17	5,29	0,12
26.	Umiejętność zainteresowanie turystów atrakcjami turystycznymi w regionie	5,65	5,60	-0,05

Źródło: opracowanie własne.

Rezultaty badań za pomocą zmodyfikowanej metodą Servqual w badanych gospodarstwach agroturystycznych oszacowano na poziomie 0,01. Wartość ta została obliczona przez zsumowanie różnic Servqual i podzielenie przez liczbę 26 cech uwzględnionych w badaniu. Ogólny wynik świadczy o tym, że oczekiwania turystów dotyczące jakości usług w gospodarstwach agroturystycznych w większości zostały spełnione. Odnoszenie się w podsumowaniach tylko do końcowego wyniku nie jest właściwe, gdyż może wprowadzać w błąd. Dlatego

też przy dokonywaniu jakichkolwiek ocen jakości usług świadczonych w gospodarstwach agroturystycznych należy przyjrzeć się szczegółowo obszarom krytycznym, które budzą niezadowolenie turystów, poddając je wnikliwej analizie.

Z pomiarów jakości usług oferowanych przez badane gospodarstwa agroturystyczne wynika, że 17 usług świadczonych było na poziomie satysfakcjonującym klienta (powyżej progu linii zero), natomiast dziewięć nie spełniało oczekiwań turystów. Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono na rysunku 1.



Rys. 1. Poziom jakości usług oferowanych przez badane gospodarstwa agroturystyczne

Źródło: badania własne.

Luki ujemne wskazują na potrzebę doskonalenia oferty agroturystycznej w badanych gospodarstwach agroturystycznych. Powszechnie wiadomo, że niezadowolony turysta nie powróci już do tego gospodarstwa agroturystycznego oraz skłonny będzie powiadomić przynajmniej kilkanaście osób. Z przeprowadzonej analizy wynika, że zmiany w ofercie agroturystycznej powinny koncentrować się wokół takich obszarów, jak:

- zakup lub wymiana sprzętu RTV i AGD;
- zakup sprzętu rekreacyjno-sportowego (np. rakiety do tenisa, piłki, rowery, kajaki);
- przygotowanie dobrze wyposażonego placu zabaw dla dzieci czy też miejsca parkingowego;
- podwyższanie standardu bazy noclegowej;
- kształtowanie umiejętności aktywnego przysłuchiwania się usługodawców;
- wyposażenie właścicieli gospodarstw agroturystycznych w wiedzę o regionie i umiejętności jej przekazywania.

### **Uwagi końcowe**

Reasumując powyższe rozważania, można stwierdzić, że jakość usług oferowanych w gospodarstwach agroturystycznych ma bardzo duże znaczenie, ponieważ to od jej poziomu zależy decyzja turysty o wyborze kwatery oraz zadowolenie z usługi. Pomiar jakości świadczonych usług w gospodarstwie agroturystycznym, w tym przypadku zmodyfikowaną metodą Servqual, pomaga w wykrywaniu i korygowaniu ewentualnych braków w usłudze, pozwala również poznać oczekiwania turystów i dostosować poziom usług do ich wymagań. W agroturystyce – podobnie jak w każdej działalności turystycznej – istotne jest zadowolenie turysty, gdyż taka osoba usatysfakcjonowana standardem usług ponownie może wybrać wypoczynek w kwaterze agroturystycznej, a także zarekomendować innym potencjalnym klientom.

Z przeprowadzonych badań wynika, że na 26 testowanych kryteriów usług oferowanych w badanych gospodarstwach agroturystycznych 17 zostało ocenionych pozytywnie, natomiast braki dostrzeżono w dziewięciu pozostałych obszarach. Turyści bardzo wysoko ocenili m.in. cechy osobowe i umiejętności interpersonalne usługodawców oraz ofertę żywieniową i sposób jej realizacji, natomiast braki dostrzegali głównie w wyposażeniu pokoi i otoczeniu kwatery;

w ich opinii niezadawalający był również poziom wiedzy i umiejętności rolników w zakresie przekazywania informacji o atrakcjach turystycznych regionu.

Istniejąca potrzeba doskonalenia oferty w badanych gospodarstwach agroturystycznych. Pomoc i wsparcie w tym zakresie rolnicy mogą uzyskać, współpracując z doradcami ośrodków doradztwa rolniczego oraz przedstawicielami stowarzyszeń agroturystycznych.

## **SERVQUAL METHOD AS A TOOL FOR MEASURING THE QUALITY OF SERVICES OFFERED IN AGROTOURISM FARMS**

### **Summary**

The article brought closer the essence of quality, methods of measuring the quality of tourist services and the results of measuring the quality of services provided in the agrotourism farms located in rural communities of Podlaskie province. The Servqual method was used for evaluation where one could calculate the difference between the perception of the service, and its desired level. The analysis shows that of the expectations on the quality of tourist services in the agro-tourism facilities have been met. Positive gaps were recorded in seventeen out of twenty-six services provided in rural tourism accommodation.

*Translated by Krystyna Krzyżanowska and Michał Roman*