

*Anna Maria Urbaniak**

ZASTOSOWANIE METODY SERVPERF W OCENIE JAKOŚCI USŁUG REKREACYJNYCH ZE SZCZEGÓLNYM UWZGLĘDNIENIEM USŁUG ŚWIADCZONYCH PRZEZ PARKI WODNE

Zarys treści: Celem badań jest sprawdzenie, czy metoda SERVPERF, służąca do oceny jakości usług, jest odpowiednia do analizowania jakości usług rekreacyjnych. Wśród publikacji stanowiących źródło wiedzy w tym obszarze należy wymienić: *Service Marketing and Management* [Gilmore 2003], *Zastosowanie metody SERVPERV do oceny zadowolenia klienta* [Kucińska, Kołosowski 2009], *Modele i metody pomiaru jakości usług* [Stoma 2012]. Poszukiwanie właściwej metody oceny jakości usług rekreacyjnych jest ważne, gdyż pozwoli na sprawne przeprowadzanie takich badań, a w konsekwencji da możliwości poprawy jakości tych usług.

Słowa kluczowe: ocena jakości; usługi rekreacyjne; metoda SERVPERF

Klasyfikacja JEL: L83; M30; L15

*Jakość jest niewidoczna, gdy jest dobra.
Jakość jest niemożliwa do niezauważenia, gdy jest zła.*
Frank Price [Stoma, 2012]

* Adres do korespondencji: Anna Maria Urbaniak, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Ekonomiki i Organizacji Turystyki, ul. Królowej Jadwigi 27/39, 61-871 Poznań, e-mail: urbaniakanna@op.pl.

Usługi zajmują w życiu każdego współczesnego człowieka bardzo ważne miejsce. Niezależnie od wieku, wykształcenia, miejsca zamieszkania czy wykonywanej pracy, wszyscy korzystamy z różnego rodzaju usług. Część z nich towarzyszy nam codziennie, inne tylko sporadycznie. Nie można jednak zaprzeczyć konieczności poświęcenia im miejsca w badaniach naukowych. Wraz z rozwojem rynku, wzrastającą konkurencją i potrzebami konsumentów pojawiły się pytania o możliwości poprawy jakości i usprawnienia świadczenia usług. Stąd biorą swój początek zagadnienia związane z oceną jakości. Badania kwalitatywne pozwalają na ocenę jakości świadczonych usług, poprawę tych ich elementów, które nie spełniają oczekiwań odbiorców, a poprzez to zwiększenie konkurencyjności i szans powodzenia usługodawcy na rynku.

Celem tego opracowania jest zaprezentowanie metody SERVPERF jako sposobu oceny jakości usług rekreacyjnych świadczonych przez parki wodne, popularyzacja tej metody, a w konsekwencji dalszych badań wskazanie najlepszej i najbardziej wiarygodnej metody oceny jakości usług rekreacyjnych.

USŁUGI REKREACYJNE I PARKI WODNE JAKO MIEJSCE ICH ŚWIADCZENIA

Zainteresowanie jakością usług dotyczy także tych świadczeń, z których korzysta się w czasie wolnym, w tym wypadku związanych z aktywnością fizyczną¹. Coraz wyraźniej obserwuje się trend aktywnego wypoczynku, zmierzający do wypełniania czasu wolnego aktywnością fizyczną w postaci zajęć rekreacyjnych. Wiąże się to z pewnością z relacją pomiędzy rosnącym poziomem aktywności fizycznej a poprawą zdrowia jednostki. Wyraźnie zwiększyło się w ostatnich latach zainteresowanie ofertą klubów i ośrodków świadczących usługi rekreacyjne, w tym także parków wodnych. Rosnąca konkurencja skłania do poświęcenia uwagi jakości świadczonych usług, to pozwala na lepsze zaspokojenie potrzeb konsumentów i w konsekwencji powoduje wzrost dochodów przedsiębiorstwa świadczącego dane usługi [Williams, Buswell, 2003].

Parki wodne są interesującym obiektem badań z kilku powodów. Przede wszystkim nie ma wątpliwości, że świadczą usługi rekreacyjne bardzo zróżnicowanej grupie odbiorców. Są wśród nich zarówno niemowlęta, dzieci,

¹ <http://js.sagamorepub.com/jpra/article/view/1805> [10.10.2013 r.].

młodzież, jak i osoby dorosłe i starsze. Z rekreacji wodnej, w przeciwieństwie do wielu innych jej form, nie są wykluczeni ludzie cierpiący na liczne schorzenia związane z układem ruchu. Wręcz przeciwnie, pływanie i zajęcia prowadzone w wodzie uważa się za jedne z najlepiej oddziałujących w procesie rehabilitacji. Po drugie, parki wodne są zwykle zlokalizowane w dużych ośrodkach miejskich i aglomeracjach, dzięki czemu mogą liczyć na wielu potencjalnych klientów i dobre prosperowanie przedsiębiorstwa. W wypadku badań nad jakością usług duża liczba respondentów może też wziąć udział w badaniu, co przyczynia się do wzrostu jego wiarygodności. Po trzecie, na przestrzeni ostatnich lat obserwuje się rosnącą popularność tego typu obiektów, która objawia się rozbudową już istniejących (np. Kompleks Termalno-Basenowy Uniejów²) i powstawaniem nowych (np. Termy Maltańskie w Poznaniu³). Po czwarte wreszcie, nieustający wzrost jakości świadczonych w parkach wodnych usług wydaje się ważny, gdy oferują one wciąż więcej nowych form i możliwości spędzania wolnego czasu: od pływania w basenie sportowym, przez atrakcje związane z korzystaniem ze zjeżdżalni i masażu wodnych, po usługi uzdrowiskowe, takie jak kąpiele solankowe, łaźnie parowe i sauny. Z tych powodów prezentowane poniżej rozważania nad metodami oceny jakości usług dotyczyć będą w niniejszym artykule właśnie parków wodnych.

MODELE I METODY OCENY JAKOŚCI USŁUG

W toku naukowych refleksji poświęconych jakości usług opracowano wiele metod i modeli służących do jej badania. Do najbardziej znanych należą: model Parasuramana, Zeithaml i Berry'ego (tzw. model luk) [Berry, Parasuraman, Zeithaml 1990], model Grönroosa, model Gummessona, model zintegrowany (4Q), trójwymiarowy model U. Lethinena i J. R. Lethinena, model poprawy jakości Moore'a, model jakości postrzeganej i oczekiwanej Nasha [Stoma, 2012]. Wśród powyższych szczególną popularnością cieszą się trzy pierwsze:

1. Model Parasuramana, Zeithaml i Berry'ego (model luk) skupia się na rozbieżnościach pomiędzy wartością otrzymaną a wartością oczekiwaną przez klienta. Różnice te opisuje 5 luk [Adil, Ghaswinyeh, Albkour, 2013]:

² <http://www.termyuniejow.pl> [10.10.2013 r.].

³ <http://www.termymaltanskie.com.pl> [10.10.2013 r.].

- luka 1 – różnica pomiędzy oczekiwaniami klienta a postrzeganiem tych wymagań przez kierownictwo firmy;
 - luka 2 – różnica pomiędzy postrzeganiem oczekiwań klienta przez kierownictwo firmy a specyfikacją usług;
 - luka 3 – różnica pomiędzy specyfikacją jakości usługi a jakością świadczenia usługi;
 - luka 4 – różnica między jakością świadczenia usługi a informacjami, które klient ma na temat usługi;
 - luka 5 – różnica pomiędzy poziomem spełnienia oczekiwań a postrzeganiem usługi przez klienta.
2. Model Grönroosa zakłada, że jakość stanowi kluczowy element strategii marketingowej firmy i odgrywa bardzo ważną rolę szczególnie w sektorze usług. Na całkowitą jakość w ujęciu tego modelu składają się dwa elementy: jakość techniczna (*technical quality*), czyli wszystko to, co klient otrzymuje w trakcie i po zrealizowaniu danej usługi, a co może zostać poprawione dzięki wykorzystaniu nowoczesnych rozwiązań technicznych, oraz jakość funkcjonalna (*functional quality*), na którą składa się przede wszystkim sposób świadczenia usługi i sposób jej odbierania przez konsumenta (jakość ta zależna jest od czynników psychospołecznych).
3. Model jakości cząstkowych Gummessaona, zgodnie z którym na jakość danej usługi składa się jakość postrzegana przez konsumenta oraz jakość odpowiadająca jego satysfakcji. Gummesson, bazując na idei Grönroosa, wyróżnił cztery „jakości cząstkowe”: jakość projektu (*design quality*), jakość wykonania (*production quality*), jakość dostaw (*delivery quality*) i jakość relacji (*relational quality*).

Następstwem powstania modeli prezentujących rozumienie jakości usług stało się opracowanie metod oceny tej jakości. W sferze zarządzania największym zainteresowaniem cieszą się następujące metody: SERVQUAL (*Service Quality*), analiza istotności-realizacji Martilla i Jamesa (*Importance-Performance*), analiza kary-nagrody, metoda krytycznych przypadków (*CIT*) oraz SERVPERF (*Service Performance*)⁴, której poświęcona jest dalsza część niniejszego artykułu. Pierwsza z nich, stworzona przez zespół amerykańskiego profesora A. Parasuramana powstała u schyłku lat 80. XX wieku i stała się podstawą kolejnych badań naukowych w tym zakresie.

⁴ http://www.ioz.pwr.wroc.pl/pracownicy/dobrowolska/2012-ZJU-W+sem/W7-8-12-ZJU-1metody_oceny_jakoscj_uslug.pdf [10.10.2013 r.].

SERVICE PERFORMANCE (SERVPERF)

Na początku lat 90. ubiegłego wieku dwóch naukowców: J. Joseph Cronin i Steven A. Taylor, podjęło się krytyki metody SERVQUAL [Cronin, Taylor 1994]. Założyli oni, że sugerowane przez Parasuramana badanie relacji pomiędzy jakością oczekiwaną i doświadczoną przez konsumentów i na tej podstawie wskazywanie, które elementy jakości nie są dostatecznie rozwinięte, jest dobrym rozumieniem jakości, jeśli chodzi o kierunek pochodzenia oceny. Podobnie jak poprzednik założyli bowiem, że ocena ta należy do konsumentów. Przyjęli także, opracowane wcześniej na potrzeby SERVQUAL, pięć elementów oceny jakości:

- 1) elementy materialne (wyposażenie, sprzęty, za pomocą których świadczona jest usługa, w przypadku parków wodnych np. stan zjeżdżalni);
- 2) solidność (punktualność wykonania usługi, stopień wypełnienia określonych w ofercie części składowych usługi, np. uruchomienie wszystkich dostępnych na pływalni urządzeń do masażu wodnego – „biczów wodnych”);
- 3) szybkość reakcji (czas oczekiwania na świadczenie usługi, reakcja na pojawienie się problemu);
- 4) pewność (profesjonalizm i wykwalifikowanie pracowników);
- 5) empatia (budowanie relacji pomiędzy usługodawcą a konsumentem, indywidualne traktowanie klientów).

Cronin i Taylor stwierdzili jednak, że porównywanie jakości doświadczonej do jakości oczekiwanej i badanie obu za pomocą podobnych kwestionariuszy jest działaniem błędnym. Metodę SERVPERF oparli na badaniu ankietowym jedynie jakości doświadczonej i zestawianiu jej z jakością oczekiwaną, która w ich mniemaniu jest „jakością idealną” [Kucińska, Kołosowski, 2009]. Założyli, że sprawdzanie oczekiwań klientów nie jest konieczne, wiadomo bowiem, iż będą pragnęli zawsze jakości na najwyższym poziomie. Dokonywali pomiaru jakości usługi w oparciu o jakość doświadczoną przez respondentów i odnosili wyniki do „ideału”. Badanie stało się tym sposobem prostsze w zastosowaniu i mniej czasochłonne w porównaniu do badania metodą SERVQUAL [Gilmore, 2003], w którego przypadku należało najpierw wyodrębnić respondentów zamierzających pierwszy raz skorzystać z usługi, poprosić ich o wypełnienie kwestionariusza jakości oczekiwanej przed skorzystaniem, a następnie dotrzeć do tych samych osób

i nakłonić do odpowiedzi na pytania o jakość doświadczoną po skorzystaniu z usługi.

BADANIE JAKOŚCI USŁUG ŚWIADCZONYCH PRZEZ PARKI WODNE METODĄ SERVPERF

Badanie powinno być przeprowadzone na grupie przynajmniej 100 respondentów. Tak liczna grupa badawcza pozwala na uznanie wyników za wiarygodne, a jak zaznaczono powyżej, lokalizacja i rosnąca popularność parków wodnych sprzyja pozyskaniu nawet większej rzeszy badanych. Grupa powinna charakteryzować się różnorodnością w zakresie płci, wieku i motywów korzystania z usług. Najistotniejszą zmienną wyznaczającą możliwość uczestniczenia w badaniu jest korzystanie z usług obiektu po raz pierwszy, tak aby odpowiedzi na zadane pytania nie były wynikiem wielokrotnych obserwacji i częstego uczestnictwa w różnych sytuacjach zaistniałych na terenie danego ośrodka, a pochodną tzw. pierwszego wrażenia.

Narzędziem badawczym jest kwestionariusz opracowany przez zespół Parasuramana, a zaadaptowany przez twórców metody SERVPERF. Ów kwestionariusz składa się oryginalnie (na przestrzeni lat i w zależności o rodzaju usług ulegał on modyfikacjom) z 22 pytań lub twierdzeń [Jain, Gupta, 2004] zawierających w sobie zagadnienia dotyczące pięciu omawianych powyżej elementów jakości (elementy materialne, solidność, szybkość reakcji, pewność, empatia). Respondent dokonuje oceny każdego z elementów za pomocą zaznaczenia przy kolejnych twierdzeniach odpowiedniej dla jego postrzegania wartości punktowej na siedmiostopniowej skali semantycznej, gdzie 1 punkt oznacza „całkowicie się nie zgadzam z danym twierdzeniem”, a 7 punktów – „całkowicie się zgadzam” [Fogarty, Catts, Forlin, 2000].

Wyniki uzyskuje się, licząc średnią arytmetyczną ocen wszystkich respondentów dla każdego z twierdzeń i porównując do sytuacji idealnej w danej sferze (czyli maksymalnej wartości punktowej). Uzyskane dane pozwalają natychmiast dostrzec, jak duża jest w każdym przypadku rozbieżność pomiędzy oczekiwaniami klientów a poziomem jakości danego elementu usługi, jaką otrzymali. Dla wiarygodności wyników ważne jest, aby wszyscy badani wypełniali kwestionariusz po pierwszym korzystaniu z usługi, gdyż różnice w liczbie wejść do parku wodnego mogą powodować

istotne różnice w ocenie jakości dostarczonych świadczeń. Jednocześnie, jak wspomniano, dla tego rodzaju badania nie są istotne cechy grupy, takie jak: płeć, wiek, poziom wykształcenia, miejsce zamieszkania czy stan cywilny.

Poniżej umieszczono pięć przykładowych pytań-twierdzeń, jakie mogą znaleźć się w kwestionariuszu służącym do badania jakości doświadczonej w czasie korzystania z usług parku wodnego. Każde z pytań odpowiada jednemu z pięciu badanych elementów jakości (tabela 1).

Tabela 1. Przykładowe pytania zawarte w kwestionariuszu oceny doświadczonej jakości usług parku wodnego

	1	2	3	4	5	6	7
1. Park wodny dysponuje nowoczesnym sprzętem							
2. Wszystkie atrakcje parku zawsze są otwarte dla użytkowników							
3. Gdy pojawił się problem z korzystaniem z usług parku, pracownicy natychmiast pomogli							
4. Pracownicy są profesjonalnie przygotowani do wykonywanej pracy							
5. Obsługa parku wodnego traktuje klienta indywidualnie, z uwagą wysłuchując jego próśb i potrzeb							

Źródło: opracowanie własne.

Pierwsze ze zdań w kwestionariuszu dotyczy elementów materialnych. Respondent może zdecydować, czy całkowicie zgadza się z twierdzeniem, że sprzęt użytkowany w parku wodnym jest nowoczesny, czy może zgadza się w niewielkim stopniu, gdyż sprzęt co prawda wygląda na dobrze utrzymany, ale wydaje się przestarzały. Może także stwierdzić, że urządzenia budziły jego obawy co do bezpieczeństwa użytkowania, gdyż nie były wymieniane od dłuższego czasu.

Drugie twierdzenie odpowiada na pytanie o solidność świadczenia usług. W tym miejscu mogą znaleźć się zdania dotyczące punktualności codziennego otwarcia i zamknięcia obiektu, a także możliwości korzystania ze wszystkich urządzeń. Dość powszechnym zjawiskiem jest niewła-

czanie niektórych „atrakcji” parku, m.in. służących do masażu, takich jak: „bicz wodny” czy sztuczne fale imitujące te, których doświadczyć można na morzu, oraz nurt rzeki. W tym punkcie respondent ocenia, na jakim poziomie jest jakość związana z udostępnieniem atrakcji wchodzących w skład usługi.

Trzecia część kwestionariusza poświęcona jest zagadnieniom związanym z szybkością reakcji na zaistniałą sytuację i sprawności obsługi. W tym miejscu najważniejszą rolę odgrywa czynnik ludzki obecny przy świadczeniu usługi. Pytania dotyczą bowiem zachowania usługodawcy (właściciela oraz pracowników parku wodnego) w przypadku zaistnienia nagłego, wymagającego szybkiej reakcji problemu, związanego np. z wejściem do obiektu przez elektroniczne bramki czy korzystaniem z szatni.

Czwarty fragment badania odnosi się do pewności wykonywania usług, co znów w dużym stopniu wiąże się z pracownikami obiektu, ich wykształceniem, doświadczeniem i umiejętnościami, ocenianymi jako profesjonalizm świadczenia. W tym miejscu respondent ma możliwość oceny umiejętności kadry zarówno na pływalni, jak i obsługującej kasy czy szatnie basenu. Szczególnie ważne będzie określenie jakości usług świadczonych przez instruktorów pływania i ratowników.

W ostatniej, piątej części, badany ocenia empatię obsługujących go osób. Jest to ta część badania, która w największym stopniu odnosi się do uczuć konsumenta. Decyduje on, czy czuje, że został potraktowany z należytą uwagą, indywidualnie, a jego potrzeby znalazły zrozumienie. Wysoka jakość tego elementu nie może zostać pominięta, o co szczególnie łatwo w dużych, popularnych obiektach, obsługujących codziennie bardzo liczne grono klientów. Każda z badanych osób może ocenić, jak wysoka jest jej zdaniem empatia usługodawcy.

Niniejszy kwestionariusz jest łatwym do skonstruowania, przejrzystym i bardzo prostym w użyciu narzędziem, które pozwala na sprawne uzyskanie konkretnych, jasnych wyników. W zależności od potrzeb można odpowiednio formułować pytania-twierdzenia, a także zmniejszyć lub raczej zwiększyć ich liczbę w zakresach poszczególnych elementów. Pozwala to na indywidualne dostosowanie narzędzia do założeń badania i w ten sposób uzyskanie odpowiedzi respondenta na interesujący badacza temat.

WNIOSKI I PODSUMOWANIE

W ramach podsumowania należy zaznaczyć, że metoda SERVPERF opracowana przez J. J. Cronina i S. A. Taylora w przeciwieństwie do SERVQUAL unika odniesień do oczekiwań klienta, opierając się jedynie na jego doświadczeniu w zakresie korzystania z danej usługi [Kouthouris, Alexandris 2005]. Do jej niewątpliwych zalet należy prostota i przejrzystość wykonania badania oraz możliwość sprawnego zebrania, usystematyzowania wyników oraz opracowania wniosków. Metoda SERVPERF pozwala dostrzec, które elementy jakości są na poziomie odpowiadającym bądź zbliżonym do oczekiwań klientów, a które należy poprawić, aby usprawnić świadczenie usługi i poprawić jej jakość postrzeganą przez odbiorców. Podstawową wadą tej metody jest natomiast opieranie się właśnie na subiektywnych odczuciach respondentów, będących w przeważającej liczbie przypadków osobami nieposiadającymi odpowiednich kwalifikacji i doświadczenia, aby ocenić np. stopień przygotowania ratowników wodnych do pełnionych zadań czy nowoczesność używanego sprzętu. Service Performance pozwala na ocenę jakości świadczonych usług jedynie poprzez pryzmat postrzegania użytkowników. Nie uwzględnia w żadnym stopniu opinii ekspertów. Może to prowadzić do zafalszowania wyników, np. w sytuacji, gdy w omawianym przykładzie parków wodnych sprzęt jest utrzymany w dobrym stanie za sprawą konserwacji, dzięki czemu wygląda na nowoczesny, wcale takim nie będąc. Respondent nieposiadający wiedzy na temat urządzeń instalowanych w tego typu obiektach nie jest w stanie stwierdzić, kiedy dany sprzęt został wyprodukowany. Podobna sytuacja dotyczy oceny jakości usług świadczonych przez ratowników wodnych. Osobom nieznającym zasad pracy ratownika i udzielania pomocy w wodzie trudno ocenić jakość pracy tego typu służb. Z drugiej jednak strony, z perspektywy ekonomicznej, wysoka ocena jakości usług wystawiona przez konsumenta przekłada się zwykle korzystnie na dochody przedsiębiorstwa, a więc zwracanie uwagi na postrzeganie jakości przez potencjalnych konsumentów jest w najwyższym stopniu uzasadnione.

Podsumowując, stwierdzić należy, że dla przeprowadzenia prostych, niepogłębionych badań w krótkim czasie, w oczekiwaniu na przejrzyste, pozwalające podjąć natychmiastowe działania odpowiedzi, metoda SERVPERF może być stosowana do oceny jakości usług rekreacyjnych. Dla wnikliwszej analizy zjawisk powinna być jednak uzupełniana badaniami wykonanymi za pomocą innych metod.

LITERATURA

- Adil M., Al Ghaswyneh M., Albkour A., (2013), *SERVQUAL and SERVPERF: A Review of Measures in Services Marketing Research*, "Global Journal of Management and Business Research Marketing", nr 16 (6).
- Berry L., Parasuraman A., Zeithaml V., (1990), *Delivering Quality Service. Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, Nowy Jork.
- Cronin J. J., Taylor S. A., (1994), *SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality*, "Journal of Marketing", nr 58 (1).
- Fogarty G., Catts R., Forlin C., (2000), *Measuring Service Quality with SERVPERF*, University of Southern Queensland.
- Gilmore A., (2003), *Services Marketing and Management*, Sage, Londyn.
- Jain S., Gupta G., (2004), *Measuring Service Quality: SERVQUAL vs. SERVPERF Scales*, "Vikalpa", nr 29 (2).
- Kouthouris C., Alexandris K., (2005), *Can Service Quality Predict Customer Satisfaction and Behavioral Intentions in the Sport Tourism Industry? An Application of the SERVQUAL Model in an Outdoors Setting*, "Journal of Sport and Tourism", nr 10 (2).
- Kucińska A., Kołowski M., (2009), *Zastosowanie metody SERPERV do oceny zadowolenia klienta*, Konferencja Innowacje w Zarządzaniu i Inżynierii Produkcji, Zakopane.
- Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L. L., (1988), *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, "Journal of Retailing", nr 64 (1).
- Stoma M., (2012), *Modele i metody pomiaru jakości usług*, Q & R Polska, Lublin.
- Williams Ch., Buswell J., (2003), *Service Quality in Leisure and Tourism*, CABI Publishing, Cambridge; <http://dx.doi.org/10.1079/9780851995410.0000>

ŹRÓDŁA INTERNETOWE:

- <http://www.termymaltanskie.com.pl/> [10.10.2013 r.].
- <http://www.termyuniejow.pl/> [10.10.2013 r.].
- <http://js.sagamorepub.com/jpra/article/view/1805> [10.10.2013 r.].
- http://www.ioz.pwr.wroc.pl/pracownicy/dobrowolska/2012-ZJU-W+sem/W7-8-12-ZJU-1metody_oceny_jakoscj_uslug.pdf [10.10.2013 r.].

APPLICATION OF THE SERVPERF METHOD IN ASSESSING THE QUALITY OF LEISURE SERVICES WITH PARTICULAR EMPHASIS ON THE SERVICES PROVIDED BY WATER PARKS

A b s t r a c t : The aim of the research is to determine whether SERVPERF method used to assess the quality of various services is an appropriate method for analyzing the quality of services provided by the water parks. Among the publications as sources of knowledge in this subject area are the following: *Service Marketing and Management* [Gilmore, 2003], *Measuring Service Quality: SERVQUAL vs. SERVPERF Scales* [Jain and Gupta 2004], *Application of SERVPERV to assess customer satisfaction* [Kucińska and Kołosowski, 2009], *Models and methods for measuring the service quality* [Stoma, 2012]. Finding the right method that will be used to assess the quality of recreation services is important because it will allow the smooth conduct of such research, and consequently give opportunities to improve the quality of those services, especially now, when we notice a sharp increase in their number, as well as expanding their circle of interested consumers.

K e y w o r d s : quality assessment; leisure services; SERVPERF method.