

מחאת הדיילות: את הכי יפה כשנוח לך!

הקשר בין סגנון הופעה (עם או בלי עקב) של נותן שירות לתפיסת איכות שירות

איכות שירות

סמינר העיצוב ככלי ניהולי

בהנחיית ד"ר איריס וילנאי-יעבץ

צוות המחקר: שירלי נאמן ושמרית תרם

שוב העקבים: דיילת אל על נחבלה בעלייה למטוס

כחצי שנה אחרי פרשת העקבים, נפצעה דיילת בעת שעלתה למטוס. בפוסט כועס ומתוסכל כתבה: "למה להסתכן בכל פעם מחדש? זה לא סוד שהעקבים שלנו בשילוב המדרגות הרעועות זה מתכון לאסון". דיילות רבות הגיבו לפוסט, חלקן סיפרו על חוויה דומה. אל על: "הדיילת מעדה בקצה גרם המדרגות עליו צועדים מדי יום מאות אנשי צוות, הדיילת שבה לעבודתה"

Abstract

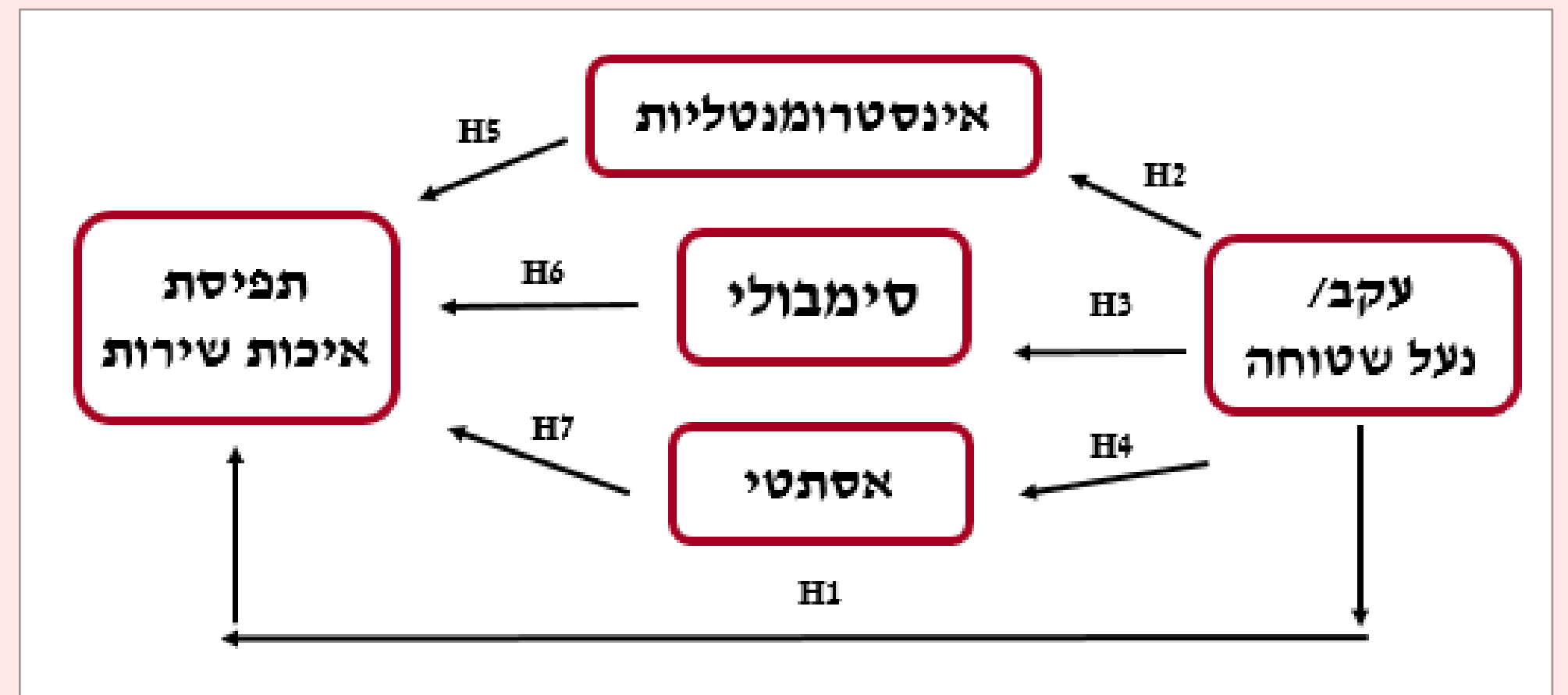
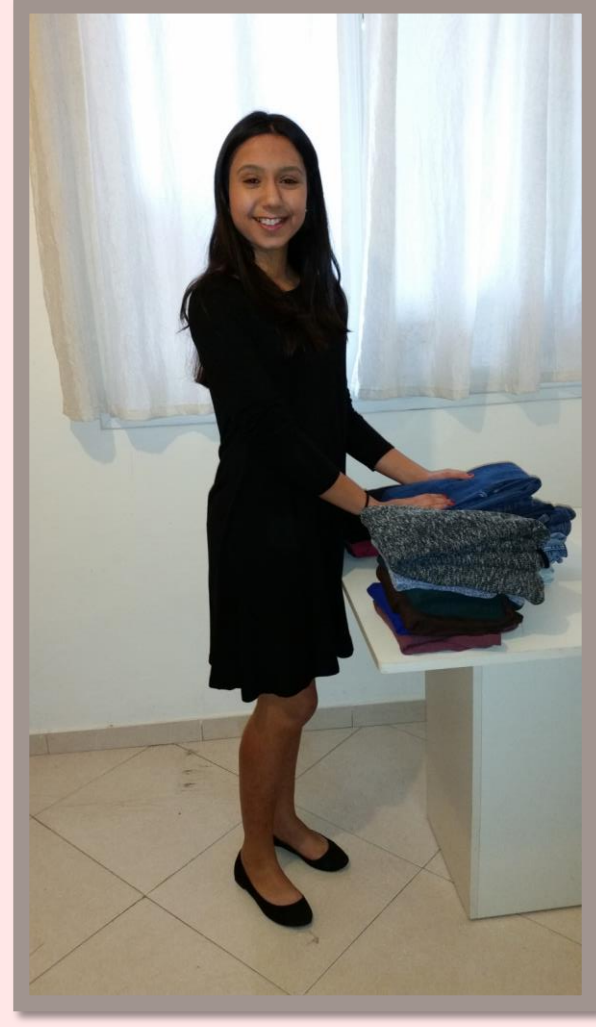
השערות

רקע

In an experimental manipulation we documented the effect of a saleswoman's shoes (high-heeled vs. no-heels) on customer expectations for service quality. Perceived instrumentality, but not aesthetics or symbolism, of the shoes mediated the impact of style of shoe on service quality expectations.

עקב גבוה לעומת נעל שטוחה.... יביא לתפיסת איכות שירות גבוהה יותר (H1), ייתפס כפחות אינסטרומנטלי (H2), יותר מקצועיות (H3), וייתפס כיותר אסתטי (H4)¹. בנוסף - תפיסת איכות השירות תהיה גבוהה יותר... ככל שתפיסת האינסטרומנטליות גבוהה יותר (H5), ככל שמסר המקצועיות גבוה יותר (H6), וככל שתפיסת האסתטיות גבוהה יותר (H7).

להופעת נותן השירות השפעה רבה על ציפיות הלקוח לגבי איכות השירות שתינתן לו¹. נמצא כי לבוש איש המכירות משפיע על תפיסת דימוי החנות ותפיסה זו משפיעה על תפיסת איכות השירות². מטרת מחקר זה הינה לבחון האם קיים קשר בין הופעת המוכרת הכוללת (או שאינה כוללת) נעלי עקב לבין הציפיות מאיכות השירות בחנות.



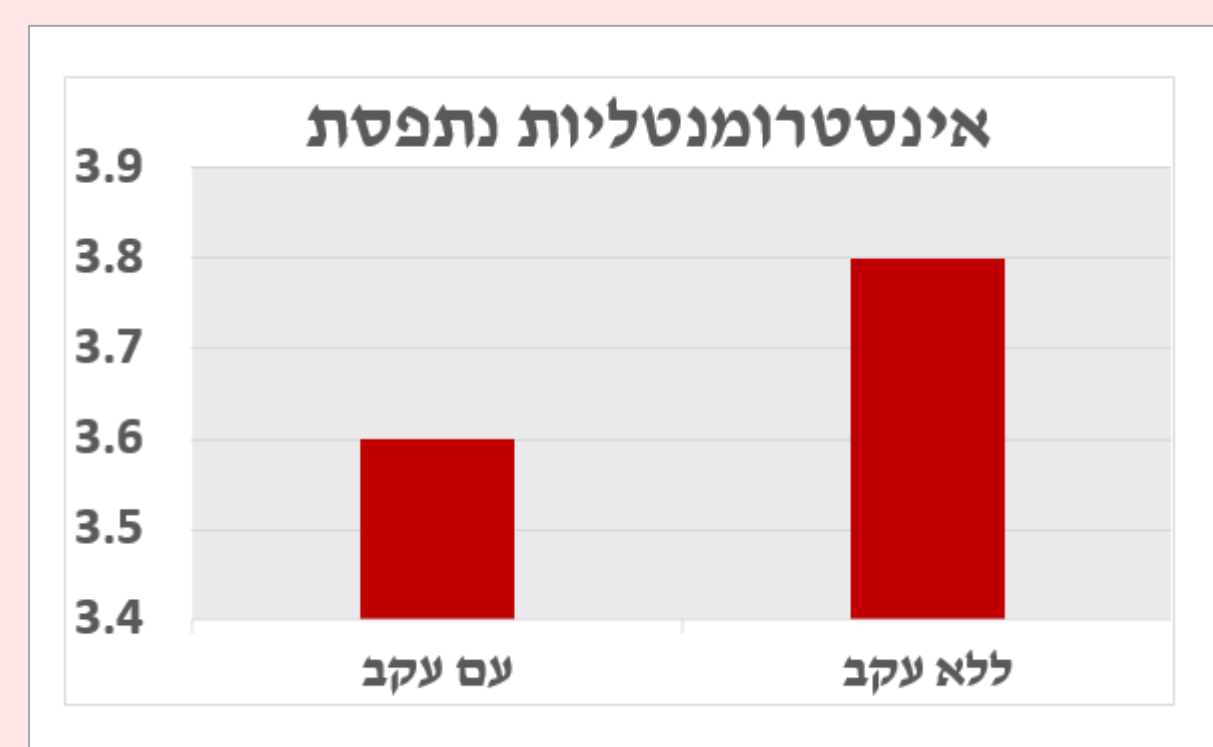
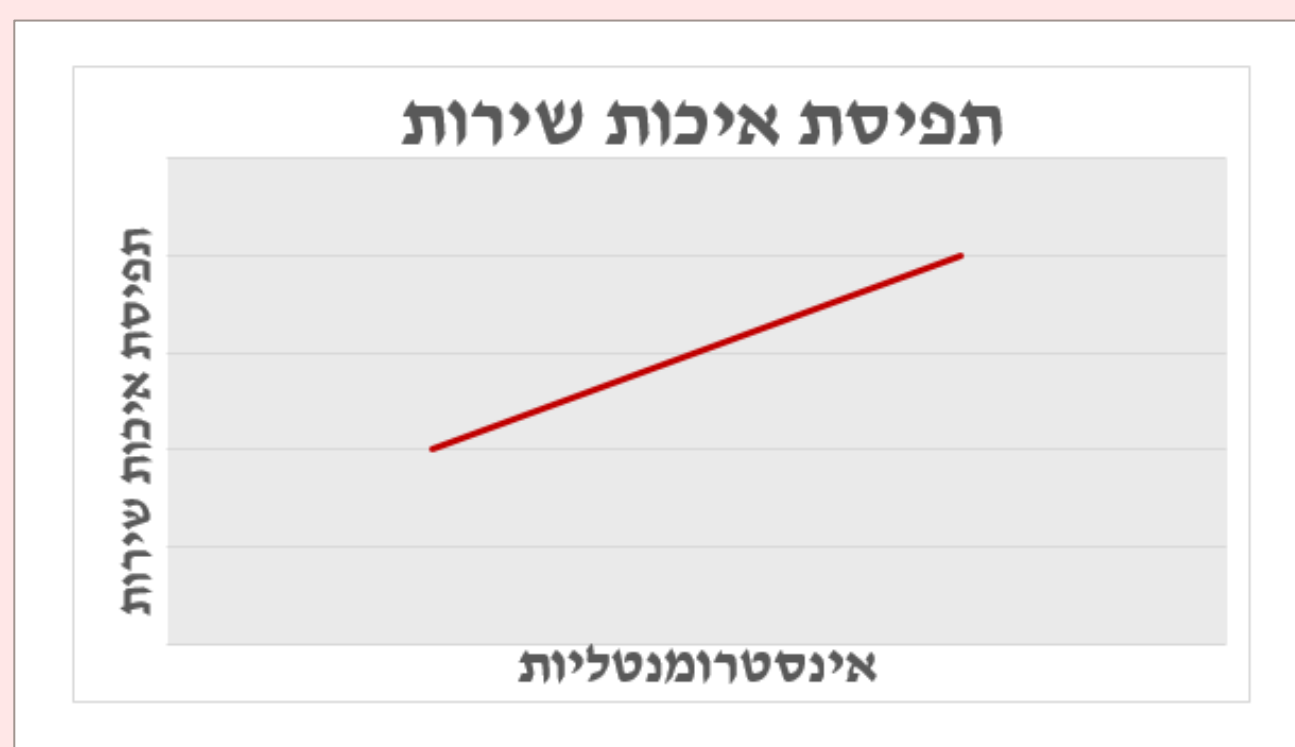
דיון

שיטה

לאופן בו לקוחות תופסים את נוחות לבוש נותן השירות חשיבות לתפיסת איכות השירות שלהם. במחקרנו הלקוחות התרשמו שנעלי העקב הופכים את המוכרת לבעלת יכולת נמוכה יותר לתפקד לעומת יכולותיה בנעליים שטוחות ולכן ציפו לשירות איכותי יותר מהמוכרת עם הנעליים השטוחות. ממצאים אלו תומכים למשל במאבק דיילות אל-על שדרשו לאפשר להן לעבוד במטוסים נעולות בנעליים שטוחות ולא, כפי שדרשה ההנהלה, בנעליים עם עקב גבוה.

בניסוי הופץ תיאור של חנות בגדים ושל מוכרת בצירוף תמונת המוכרת ושאלון ברשתות החברתיות, בקרב 113 נבדקים. השאלון כלל היגדים לגבי ציפיות מאיכות השירות שיתקבל מהמוכרת. הנבדקים חולקו ל-2 קבוצות באופן אקראי. השוני היחיד בין תנאי הניסוי היה שבתמונה אחת המוכרת נעלה נעלים עם עקב ובשנייה נעלים שטוחות. הנבדקים לא ידעו על קיומה של התמונה האחרת. ניתוח הנתונים בוצע באמצעות T-test ורגרסיה מרובה.

H5:
 $P < 0.05$
 $\beta = 0.312$



השערות 2 ו-5 אוששו

H2:
 $P < 0.05$
 $t = -1.7$

1. Vilnai-Yavetz, I. & Rafaeli, A. (2011). The effects of a service provider's messy appearance . Services Marketing Quarterly, 32(3), 161-180

2 Shao, C.Y., Ramser, C.D. & Wilson, P.H. (2005) The influences of appropriate service-contact-personnel dress on customer expectations of service quality, SB&E, 1-11