



סמינר: המפגש הרגשי - לקוח - נותן שירות

מנחה: ד"ר טלי סגר-גוטמן צוות המחקר: נטע גולדנברג ולימור גדליהו

מבוא

המודעות להעסקת מוגבלים בקרב מעסיקים ולקוחות, גוברת בשנים האחרונות. הספרות בנושא זה מצומצמת, לכן מטרת המחקר היא לבחון כיצד נתפס כיום שירות המתקבל מנותן שירות בעל מוגבלות. "אדם עם מוגבלות", מוגדר כבעל לקות פיזית, נפשית או שכלית לרבות קוגניטיבית, קבועה או זמנית, אשר בשלה מוגבל תפקודו באופן מהותי (אגמון, 1999). מפאת זאת, פעמים רבות תפיסת נותן שירות בעל מוגבלות מאופיינת בד"כ ע"י סטראוטיפים שונים ובכך שהמוגבלות פוגעת באיכות השירות בתחומים שונים. המחקר הנוכחי התבצע במסעדה בה נותני השירות הינם עיוורים ובחן האם לתפיסת הלקוח את יחס המסעדה (כמעסיק) כלפי נותן השירות המוגבל, יש השפעה על תפיסת הלקוח את איכות השירות; האם לשירות זה השלכות על כוונות התנהגות הלקוח והאם חשיפת עבר של הלקוח לבעלי מוגבלות, תשפיע על תפיסת איכות השירות.

מודל המחקר



שיטה

במחקר שדה השתתפו 100 לקוחות (48% גברים), בגילאי 17-67 ($SD = 13.08$), אשר סעדו במסעדת "בלאק-אאוט". המסעדה שייכת למרכז "נא לגעת", המעסיק נותני שירות בעלי מוגבלות, כאשר במסעדה זו המלצרים המועסקים הינם עיוורים. הנבדקים נבדקו בשיטת דגימה לא הסתברותית, בדגימת מכסה ודגימת נוחות, במטרה להגיע למכסת הנבדקים הדרושה. השאלונים אשר חולקו לנבדקים בסיום הסעודה, הופצו באופן ידני, בפרק זמן של שלושה שבועות. מילוי השאלון נעשה בהתנדבות. נתוני המחקר נותחו באמצעות תוכנת SPSS גרסה V20.

ממצאים

H1: נמצא קשר חיובי, **מובהק** ובעוצמה בינונית, בין תפיסת הלקוחות את יחס המסעדה כלפי נותני שירות בעלי מוגבלות, לבין תפיסת הלקוחות את איכות השירות. ($r = 0.458$; $p < 0.01$).

H2: נמצא קשר חיובי, **מובהק** ובעוצמה בינונית, בין תפיסת הלקוחות את איכות השירות, לבין המלצות מצד הלקוחות. ($r = 0.525$; $p < 0.01$)

H3: נמצא קשר חיובי, **מובהק** ובעוצמה חלשה, בין תפיסת הלקוחות את איכות השירות, לבין רגישות נמוכה למחיר. ($r = 0.263$; $p < 0.01$).

H4: ההשערה בדבר הקשר השלילי בין תפיסת הלקוחות את איכות השירות, לבין תלונות הלקוחות, לא אוששה.

H5: ההשערה בדבר הקשר החיובי בין רמת חשיפת הלקוחות בעבר לבעלי מוגבלויות, לבין תפיסת הלקוחות את איכות השירות, לא אוששה.

תפישת את איכות השירות	תפישת הלקוחות את יחס המסעדה כלפי נותני שירות מוגבלים	כוונות התנהגות הלקוחות	חשיפת הלקוחות בעבר לבעלי מוגבלויות	המלצות	רגישות למחיר	תלונות
1						
0.458**	1					
0.224*	0.232*	1				
0.140	0.057	-0.069	1			
0.525**	0.460**	0.176	0.086	1		
0.263**	0.116	0.545**	-0.112	0.118	1	
0.007	0.098	0.909**	-0.075	-0.120	0.243*	1

*P < 0.05

****P≤0.01**

***P≤ 0.001

דין

כפי ששוער, ממצאי המחקר מדגישים כי תפיסה חיובית מצד הלקוחות, את היחס של המסעדה (כמעסיקה) כלפי נותני שירות בעלי מוגבלות, קשורה לתפיסה חיובית של הלקוחות את איכות השירות. מחקר זה חידש בכך שהעלה את חשיבות בחינת ממד תפיסת העסק כמעסיק מוגבלים, כגורם נוסף אשר לו השפעה על תפיסת איכות השירות. לכן, על ארגונים לעודד העסקת מוגבלים ולהעניק להם תנאים ראויים, דבר אשר עשוי להעלות את תפיסת הלקוחות את איכות השירות הניתן על ידם. תפיסה חיובית מצד הלקוחות את איכות השירות הניתן להם על ידי נותני שירות בעלי מוגבלות, תביא לרמה גבוהה יותר של המלצות חיוביות מצד הלקוחות ולרמה נמוכה יותר של רגישות למחיר. לכן, יש לבחון את מידת ההשפעה של קבלת שירות מבעל מוגבלות. בהתאם למוזכר בספרות, ארגון אשר שירותו ידורג כאיכותי יותר, יזכה להמלצות חיוביות ועם רגישות נמוכה יותר למחיר מצד הלקוחות.

שתי ההשערות (H4-H5), לא אוששו, בחינת המשמעות של העדר האישוש תורחב בפרק דיון בסמינר זה.