

האם יימצא ההבדל בגובה הטיפ אותו ייתן הלקוח על פי מידת האטרקטיביות של המלצר/ית? האם מגדר הלקוח ממחנ את ההבדל בגובה הטיפ על פי האטרקטיביות?



סמינר: המפגש הרגשי בין לקוח ולוותן שירות
מנחה- פרופ' טלי סגר- גוטמן :: צוות המחקר- אביב יולזרי ושירה תמיר

תקציר סקירה

תפיסת האטרקטיביות של נותני שירות והשפעתה על לקוחות

מחקרים חקרו את השפעת האטרקטיביות של נותן השירות על תגובות הלקוח (Argo et al., 2008; Dong & Wyer, 2014). נמצא שהמראה של נותני השירות משחק תפקיד חיוני בראיונות לעבודה זו. מנהלים מעדיפים להעסיק עובדים אטרקטיביים בגלל הסברה ש"יפה זה טוב יותר" - סטריאוטיפ האטרקטיביות (Dion et al., 1972). סטריאוטיפ אטרקטיביות - אנשים בדרך כלל שופטים אחרים לפי המראה שלהם, הרושם שאדם עושה על הזולת הוא פונקציה של המראה שלו (Reingen & Kernan, 1993; Wan and Wyer, 2015). נמצא שאנשים שנראים טוב (אטרקטיביים) יכולים לגרום להשפעות ותוצאות חיוביות. לדוגמה, (Ergo, Dhal & Morales (2008 גילו שלקוחות מעריכים מוצר כטוב יותר כאשר הם תופסים את האדם שמשתמש בו כאטרקטיבי בעיניהם.

מגדר הלקוח והתנהגויות טיפים

מלצריות אטרקטיביות בעיני הלקוח הרוויחו טיפים גבוהים יותר מאשר מלצריות פחות אטרקטיביות, ואילו למלצרים לא הייתה השפעה בהקשר לאטרקטיביות. אטרקטיביות של נותנות שירות נמצאה כמשפיעה על התנהגות מתן הטיפ אצל גברים (Miller et al., 2007). דווח כי אודם אדום מעלה את גובה הטיפ בקרב לקוחות גברים (Guéguen & Jacob, 2012). בנוסף, נמצא כי מלצריות עם נתונים פיזיולוגיים מסויימים (למשל שיער בלונדיני) הגדילו את אחוז הטיפ שלהן (Lynn, 2009). מחקר נוסף מצא גם שגם קישוטי שיער קשורים לגובה הטיפ שתקבל המלצרית (Lynn & Simons, 2000); 2011 Guéguen & Jacob.

השערות

H1a: יימצא הבדל בגובה הטיפ על מי מידת האטרקטיביות של נותן/ת השירות.
H2a: ההבדל בגובה הטיפ על פי אטרקטיביות יימצא חזק יותר בקרב גברים.

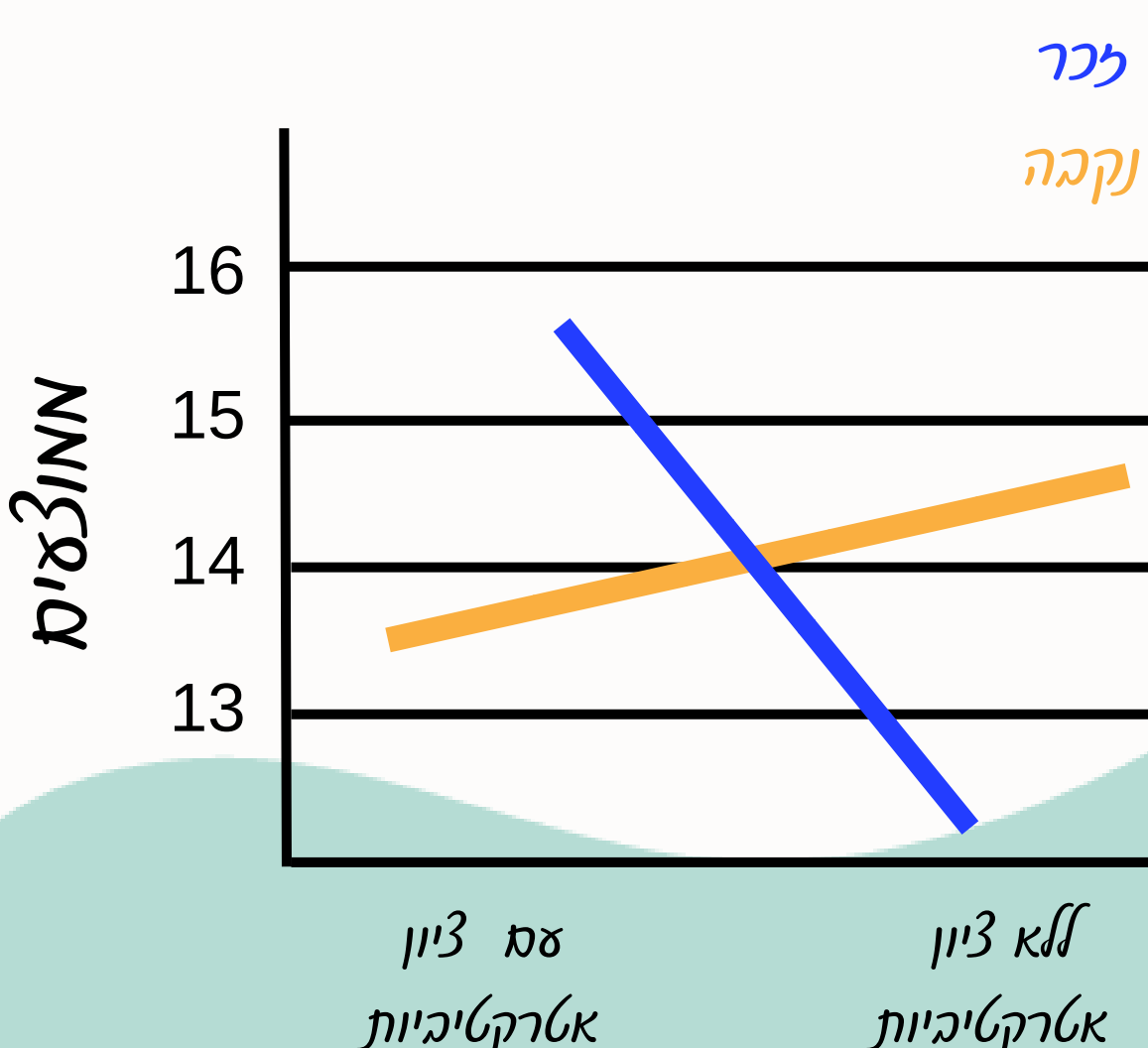
ממצאים ומסקנות ראשוניות

השערות המחקר הראשונה לא אוששה לא נמצא הבדל מובהק במבחן טי למדגמים בלתי תלויים בגובה הטיפ על פי ציון אטרקטיביות נותן/ת השירות.

רק כאשר לקחנו בחשבון את המגדר של הלקוח בגברים נמצא הבדל מובהק בגובה הטיפ המשוייך לאטרקטיביות ואילו בקרב נשים אין כמעט השפעה של האטרקטיביות על גובה הטיפ. אנו מניחות שהן מושפעות מפרמטרים שקשורים יותר לטיב התקשורת ולנחמדות וכו' לכן הקו הכתום לא משופע כמעט.

המחקר מחדש בכך שבחן את ההתערבות של מגדר הלקוח על הקשר בין אטרקטיביות לטיפ. עד היום ניבחנו בעיקר ההבדלים בקרב גברים בלבד על גובה הטיפ בהשוואה בין נותני שירות אטרקטיביים ופחות ובקרב נשים בלבד ולא ניבחנו ההשפעה המתערבת של מיגדר.

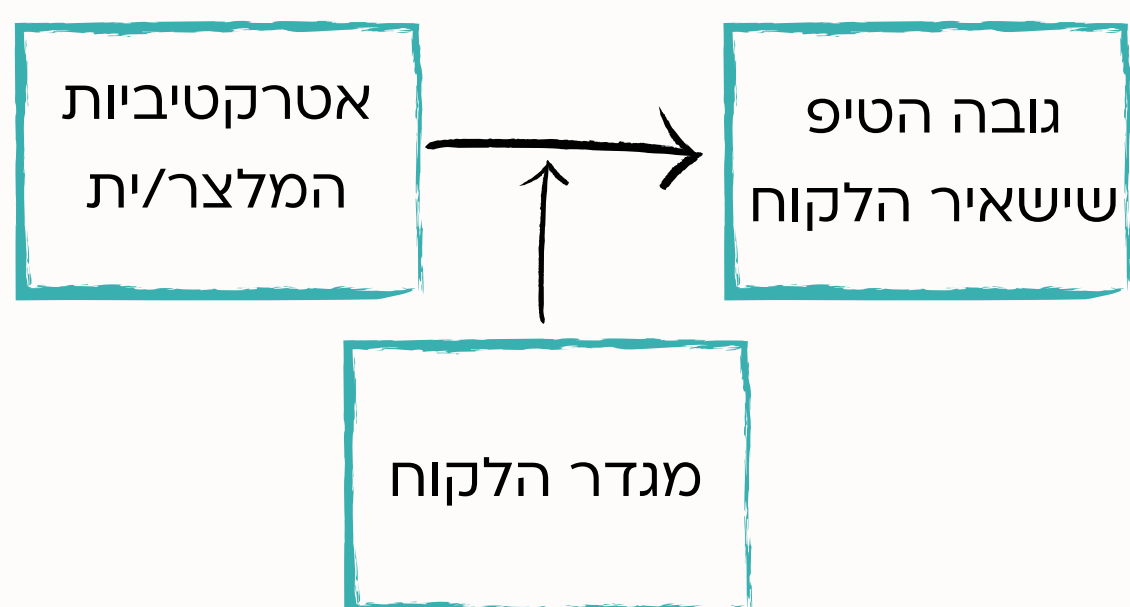
Sig.	F	Mean Square	df	Type III Sum of Squares	Source
.006	7.827	59.945	1	59.945	גובה הטיפ*מגדר



התנהגויות טיפ

שיטות הטיפ עוררו עניין היסטורי מנקודת מבט כלכלית ופסיכולוגית כאחד. הוצעו מספר תיאוריות כדי להסביר מדוע אנשים נותנים טיפ.
(א) מתן טיפ משפיע על איכות השירות.
(ב) נורמה חברתית מושרשת.
(ג) מספק תגמול עבור שירות טוב.
(ד) תומך ברעיון ההון העצמי.
(ה) מקדם יעילות כלכלית.
(ו) גורם ללקוחות לשלוט בנותני השירות (משום שהם רוצים טיפ גבוה יותר).
(ז) מניעת מעלבון מנותן השירות.
(ח) מספק תחושת אגו ללקוח.
Azar, 2007; Lynn, 2009; Lynn and Sturman, 2010).

שרטוט מודל המחקר



שיטה

מחקר זה הינו מחקר כמותי. לטובת בדיקת ההשערות, הועברו 2 שאלונים כך ששאלון אחד כלל עובדות על היות נותן/ת השירות אטרקטיבי/ת והשאלון השני לא ציין את נושא האטרקטיביות כלל. במחקר שלנו השיבו 66 נשים ו31 גברים. טווח הגילאים הינו 18-64 כך שהממוצע הגילאים עומד על 29.

כמה טיפ נהוג לשים בכל מקום בעולם?

