

Transzformatív szolgáltatások kutatása fogyasztói megközelítésben COVID-19 járvány idején

Dr. Ercsey Ida
egyetemi docens

MTA GB Marketingtudományi Albizottság,
Nonbusiness marketing workshop,
Széchenyi István Egyetem
Győr, 2022. február 2.

- **SZAKIRODALOM**
 - **A transzformatív szolgáltatáskutatás célja**
 - **Nemzetközi kitekintés: COVID-19 hatása → transzformatív szolgáltatáskutatásra**
 - **Szolgáltatási interakció vizsgálata**
 - **Egészségfókuszú magatartás: maszk viselés, fizikai távolságtartás ← kommunikáció**
- **KÖVETKEZTETÉSEK, TOVÁBBI KUTATÁSI FELADATOK**

A transzformatív szolgáltatáskutatás:

- A „felemelő változások” létrehozására összpontosít, amelyek célja az egyének (fogyasztók és munkavállalók), családok, közösségek, társadalom és tágabb értelemben az ökoszisztéma életének javítása¹
- Olyan tényezőket vizsgál, amelyek növelik és csökkentik a célközönség jóllétét.
- Az egyének és a közösségek jóllétének fejlesztését tűzi ki célul, a jelen, és a jövő fogyasztóinak életminőségét kívánja jobbá tenni²

1. Anderson, L., Ostrom, A.L., Corus, C., Fisk, R.P., Gallan, A.S., Giraldo, M., Mende, M., Mulder, M., Rayburn, S.W., Rosenbaum, M.S., Shirahada, K., Williams, J.D., (2013). Transformative Service Research: An Agenda for the Future, *Journal of Business Research*, 66(8), 1203-1210..

2. Kenesei Zs.–Kolos K. 2018. Szolgáltatásmarketing: Múlt vagy jövő? *Vezetéstudomány/Budapest Management Review* 49(1): 2–12.

A transzformatív szolgáltatáskutatás:

- **A fogyasztói oldal vizsgálata: egyéni, kollektív és ökoszisztéma szintjéről is tanulmányozható.**
- **PI. A szolgáltatáshoz való hozzáférés javulása, az egyenlő elbánás biztosítása és az egyéni boldogság-érzés növekedése.**
- **PI. Szegénység, idősekkel kapcsolatos kutatások,**
- **A fogyasztók kiszolgáltatottsága jelentős: a pénzügyi és az egészségügyi szektorban.**
- **Transzformatív szolgáltatás: transzformatív misszió, transzformatív potenciál**

**Kutatási
módszer**

- **Kvalitatív: 12 fő, osztrák, 22-76 év, divat termék vásárlása**
- **Kvantitatív: megkérdezés: 281 hallgató, élelmiszer vásárlás**
- **Kvantitatív, kísérlet: 340 fő, átlag: 38 év, német**

Változók

- **Maszk viselés: attitűd, vásárlási magatartás változása**
- **Vevő: percepció és emóció változása a szolgáltatási interakcióban**
- **Frontvonalai személyzet: szakértelem (A-M), érzelmek megjelenítése**
- **Jóllét: WHO (5 változó)**

Eredmény

- **Attitűd: pozitív > negatív**
- **Maszk viselés interakcióban:**
 - **Negatív > pozitív > közömbös percepció**
 - **Negatív (bosszúság, nem érzi jól magát), és pozitív érzelem**
- **Maszkot viselő frontvonalai személyzet: verbális szakértelme döntő tényező az érzelmek megjelenítésével szemben**

Forrás: Saját szerkesztés Hofmann, V. et al. (2021): Masked smiles matter – employee verbal expertise and emotion display during COVID-19. The Service Industries Journal, 41:1-2, 107-137. alapján.

**Kutatási
módszer**

- **Kvantitatív: 88 fő, különböző szolgáltatások**
- **Kísérlet: 86 fő + 104 fő, supermarket**
- **Pilot: 242 fő, Kísérlet: 124 fő**

Változók

- **Fizikai távolságtartás (4 változó), félelem (2 változó)**
- **Prevenációs üzenet (negatív eredmények) és promóciós üzenet (pozitív eredmények)**
- **COVID-19 humanizálása: vizuális (ijesztő arc), nyelvi (Mr. Deadly COVID-19)**

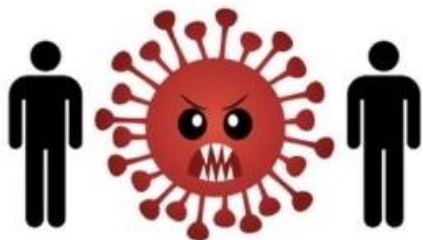
Eredmény

- **Prevenációs üzenet szignifikáns hatás → fizikai távolságtartásnak való megfelelésre**
- **Félelem → közvetítő szerep**
- **A koronavírus megszemélyesítése növelte a prevenációs fókuszú üzenet meggyőző hatását → a fizikai távolságtartásnak való megfelelésre**

Forrás: Saját szerkesztés: The Khoa, et.al. (2020). Using regulatory focus to encourage physical distancing in services: When fear helps to deal with Mr. Deadly COVID-19. The Service Industries Journal, 1–26. *alapján.*

Szolgáltatási interakció, fizikai távolságtartás, félelem, kommunikáció

Failing to maintain physical distance risks yourself of being infected with Mr. Deadly COVID-19 and endangers your personal life



1. ábra: A COVID-19 humanizálása

Maintaining physical distance protects yourself from being infected with Mr. Deadly COVID-19 and secures your personal life



Forrás: The Khoa, et.al. (2020). Using regulatory focus to encourage physical distancing in services: When fear helps to deal with Mr. Deadly COVID-19. The Service Industries Journal, 1–26.

- **COVID-19 hatása → egészségfókuszú magatartásra**
- **További kutatási feladatok:**
 - **Biztonsági zóna**
 - **Közös értékteremtés**
 - **Frontvonal vizsgálata: szolgáltatási interakció, jóllét**

Köszönöm a figyelmet!

