

Wachttijdbeleving in online en offline arbeidsbemiddeling



Liset Vergouw

29 mei 2018

Begeleider en examiner *dr P.W.T. Ghijzen*
Tweede beoordelaar *dr K. Gelderman*

Inhoudsopgave

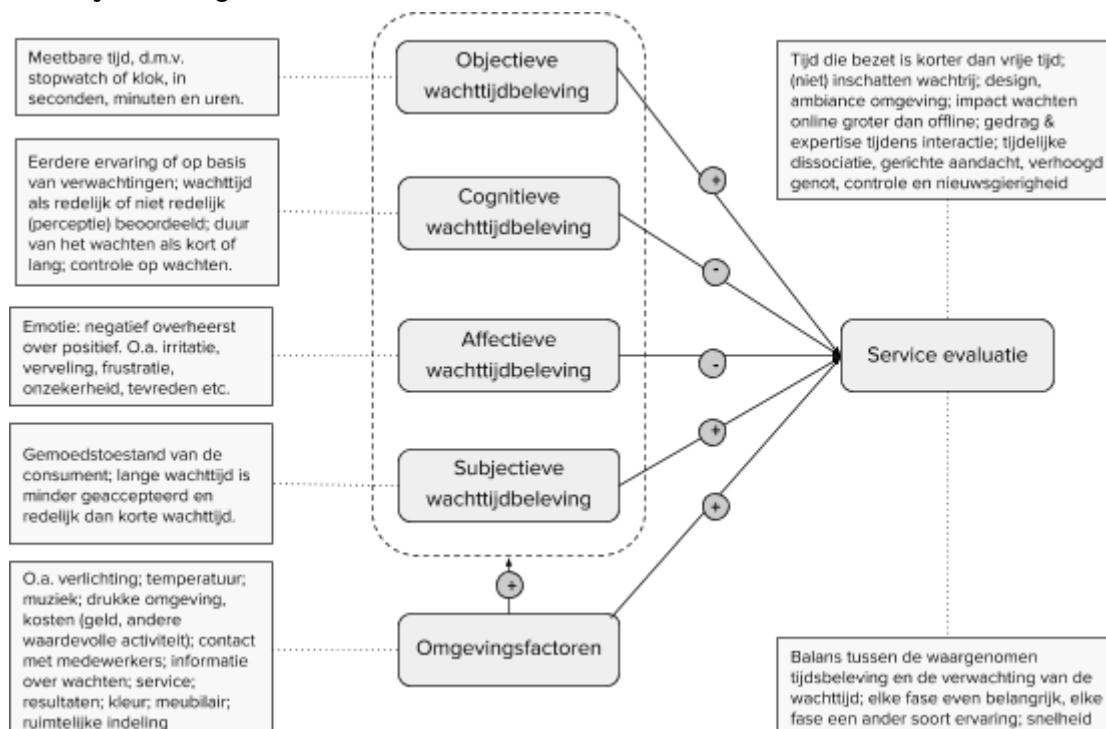
Inhoudsopgave	1
Samenvatting	2
1. Inleiding	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Relevantie	7
1.3 Probleemstelling	7
1.4 Overzicht van hoofdstukken	8
2. Theoretische achtergrond	9
2.1 Wat is wachttijdbeleving in de arbeidsbemiddeling?	9
2.2 Fasen in wachten	10
2.3 Wat is van invloed op wachttijdbeleving?	13
2.4 Evaluatie in online en offline wachttijdbeleving	16
2.5 Propositionen en raamwerk	18
3. Onderzoeksmethode	20
3.1 Dataverzameling	20
3.2 Betrouwbaarheid en validiteit	21
3.3 Dataverwerking	22
4. Resultaten onderzoek	23
4.1 Algemeen	23
4.2 Wachttijdbeleving door de fasen heen	24
4.3 Objectieve en subjectieve wachttijdbeleving	24
4.4 Cognitieve en affectieve factoren	25
4.5 Omgevingsfactoren	27
4.6 Online en offline communicatie	28
5. Conclusie, discussie en aanbevelingen	30
5.1 Conclusie	30
5.2 Discussie	32
5.3 Beperkingen van het onderzoek	34
5.4 Wetenschappelijke implicaties	36
5.5 Aanbevelingen voor de praktijk	37
Literatuurlijst	39
Bijlagen	45
Bijlage 1 Survey professional	45
Bijlage 2 Survey opdrachtgever	52
Bijlage 3 Overzicht items meervoudige regressie	60

Samenvatting

Het leveren van vele diensten gebeurt tegenwoordig online, bijvoorbeeld via mail, social media of online applicaties, alsook tegelijkertijd offline, voornamelijk in situaties waarin we face-to-face menselijk contact hebben, in een zogeheten *brick-and-mortar* omgeving. Onderdeel van het leveren van een dienst als proces is het wachten vooraf, tijdens en na de levering en in het bijzonder de perceptie van het wachten. Onderzoek naar verschillen in en overeenkomsten tussen online en offline wachttijdbeleving is echter schaars. Ook de invloed van factoren op de twee typen wachttijdbeleving is schaars. Concreet luidt de probleemstelling: Welke factoren beïnvloeden de online en offline wachttijdbeleving?

Op basis van de literatuur worden drie service fasen onderscheiden. De service-entree fase is voorafgaand aan de daadwerkelijke aanvang van service of het serviceproces valt een periode die vaak als lege tijd aan voelt. De in-service fase gaat van start zodra de daadwerkelijk service aanvangt. Aan het eind van de service fase, wanneer de daadwerkelijke service beëindigd is, start de service-exit fase. Er zijn vijf dimensies die in wachttijdbeleving meespelen. Objectieve wachttijd is het letterlijk bijhouden van de tijd. Subjectieve wachttijd is het gevoel dat je hebt bij de tijd die verstreken is, ongeacht de objectieve waarneming. Cognitieve wachttijd is de wijze waarop men rationeel reageert op de verstreken tijd, op basis van ervaring of verwachting. Affectieve wachttijd is het positieve of negatieve gevoel heeft bij de verstreken tijd. Omgevingsfactoren zijn een van de factoren die de subjectieve wachttijdbeleving en evaluatie over de kwaliteit van service beïnvloeden. Er kan hierbij gedacht worden aan sensorische input, maar ook aan kosten of de drukte van de ruimte waarin men zich bevindt.

In figuur 1 wordt een raamwerk gepresenteerd met factoren die van invloed zijn op wachttijdbeleving en het resultaat de service evaluatie.



figuur 1: Raamwerk wachttijdbeleving . De vormen met afgeronde hoeken vormen het raamwerk, waarin met positieve (+) en negatieve (-) symbolen de relatie wordt aangegeven tussen de dimensies in wachttijdbeleving. In de vormen met rechte hoeken, wordt een korte toelichting gegeven op deze dimensies.

Het empirisch onderzoek vindt plaats in de context van het arbeidsbemiddelingsproces. Dit proces kan worden beschreven als het door een opdrachtgever aangeven van een vacature tot en met de invulling van die vacature door een professional met tussenkomst door een arbeidsbemiddelingsbureau. De service entree fase wordt omschreven als het moeten wachten van opdrachtgevers tot geschikte kandidaten zich aandienen of worden aangeboden door het arbeidsbemiddelingsbureau voor een openstaande vacature. De professional ervaart een dergelijke fase indien hij (of zij) moet wachten op een reactie vanuit een arbeidsbemiddelingsbureau nadat hij zijn sollicitatie heeft ingediend. Een karakteristiek voorbeeld van de in-service fase betreft het in de rij staan van sollicitanten of de tijd tussen het sturen van de sollicitatiebrief naar een arbeidsbemiddelaar. Alsook het doorsturen van de sollicitatie naar de arbeidsbemiddelaar of het bespreken met de opdrachtgever dat er een vacante positie is, tot en met het accepteren of het afwijzen van een sollicitant. Een voorbeeld van de service exit fase is wanneer men een locatie wil verlaten, en in geval van arbeidsbemiddeling, wanneer iemand is aangenomen en de administratieve afhandeling begint.

Op basis van uit de literatuur afgeleide vragen, werd eerst een pretest van de vragenlijst uitgezet naar 5 personen en daarna in een grotere omvang en wel in drie social media netwerken van professional die via arbeidsbemiddeling naar werk hadden gezocht. In totaal omvatte dat netwerk 700 connecties. Daarnaast namen 41 van de 47 benaderde arbeidsbemiddelingsorganisaties deel aan het onderzoek. Uiteindelijk werd de vragenlijst uitgezet via een netwerk van 7000 professionals. Mogelijk is het aantal potentiële respondenten groter geweest dan dit aantal omdat snowballing werd toegepast. Uiteindelijk hadden in oktober 2017 in totaal 154 kandidaten en 41 opdrachtgevers de online survey compleet ingevuld. Door een te kleine groep respondenten bij de arbeidsbemiddelingsorganisaties, werd besloten om drie focusgroepsessies te organiseren.

Op basis van de beperkt gerapporteerde statistische resultaten en de antwoorden van de focusgroepen werd ondersteuning gevonden voor vier van de zeven proposities. Daarnaast werd een propositie gedeeltelijk ondersteund.

Propositie	Conclusie	Motivatie
1. Wachtijdbeleving speelt in elke fase van de service een even grote rol.	Geen ondersteuning	Doordat arbeidsbemiddeling over lange periode plaatsvindt, lijkt de wachtijdbeleving niet in elke fase een even grote rol te spelen.
2. Men meet wachtijd subjectief, niet objectief, waardoor subjectieve wachtijd een grotere rol in ondersteuning wachtijdbeleving speelt dan objectieve wachtijdbeleving.	Aanleiding tot ondersteuning	Men meet de wachtijd zelden objectief en eerder in dagen of weken. Echter lijkt het de verwachting die men over de wachtijd heeft na te komen.
3. Als persoonlijk contact (offline) niet aanwezig is doordat via elektronische communicatie (online) gecommuniceerd wordt, voelt wachtijd langer tussen de perioden van communicatie.	Gedeeltelijke ondersteuning	Er wordt gesuggereerd dat wachtijdbeleving niet verschilt tussen online en offline wachten. Tegelijkertijd wordt aangegeven dat persoonlijke noot mist en daardoor de verwachte wachtijd moeilijker kan worden ingeschat.
4. De omgevingsfactoren zijn het makkelijkst te beïnvloeden, waardoor omgevingsfactoren een positief effect op wachtijdbeleving hebben.	Geen ondersteuning	Men zich niet bewust met de omgeving bezighoudt tijdens het proces door de duur van het proces. Wel lijkt te worden aangegeven dat een rustige wachtruimte van belang is en

		wachttijdevaluatie kan verbeteren.
5. Cognitieve en affectieve factoren hebben een grotere invloed dan omgevingsfactoren op wachttijdbeleving.	Aanleiding tot ondersteuning	Emoties, met name negatieve, en informatie en verwachtingen lijken een invloed te hebben op de evaluatie van de wachttijd. Men houdt zich niet bewust met de omgeving bezig, dus lijkt cognitie en affectie een grotere invloed te hebben.
6. Negatieve cognitieve en affectieve factoren worden beter onthouden, waardoor deze de grootste invloed hebben in de wachttijdbeleving.	Aanleiding tot ondersteuning	Er wordt in de focusgroepsessies door meerdere personen aangegeven dat negatieve emoties langer onthouden worden. Positieve ervaringen worden verwacht. Daarmee geven respondenten aan dat zij vinden dat negatieve emoties meer invloed hebben op de wachttijdbeleving.
7. Als de wachttijdbeleving tijdens de service cognitief en affectief overwegend negatief wordt beïnvloed, is de service evaluatie ook negatief.	Aanleiding tot ondersteuning	Dit sluit aan op propositie 6. Men verwacht een positief resultaat en dus een korte wachttijd. Wanneer deze langer is dan verwacht of beloofd, evalueren respondenten de service negatief.

tabel 1: Overzicht conclusies ten aanzien van de proposities

Uit het onderzoek, gehouden in de context van arbeidsbemiddeling, komt naar voren dat sollicitanten en kandidaten wachttijdbeleving pas over een lange periode ervaren. De online wachttijdbeleving wordt bemoeilijkt door het ontbreken van directe sensorische feedback, zoals bijvoorbeeld een wachtrij, wordt er meer gesteund op informatie, verwachtingen en beloftes. Wanneer deze informatie met name online uitblijft, verwachtingen niet voldaan worden en beloftes niet nagekomen, ontstaat een negatieve ervaring, die kan leiden tot een negatieve service evaluatie.

Aan de hand van de bevindingen, leiden de twee belangrijkste aanbevelingen voor de praktijk mogelijk tot verbeterde wachttijdbeleving en de service evaluatie.

1. Manage verwachtingen. Maak online of offline expliciete afspraken, met name wanneer een persoonlijk contact niet aanwezig is. Dit kan negatieve gedachten en gevoelens bij de kandidaat en opdrachtgever voorkomen.
2. Kandidaten en opdrachtgevers hebben behoefte aan informatie. Zowel over het proces als ook over de verwachte wachttijd. Echter, zolang de informatie niet accuraat is en verwachting en/of beloftes hierin niet worden waargemaakt, zal de service-evaluatie nog steeds slecht worden beoordeeld.

Een suggestie voor verder onderzoek is het ontwerpen en uitvoeren van een praktijkonderzoek met een testgroep en een controlegroep waarbij omgevingsfactoren worden aangepast, om te zien of er verschil te zien is in wachttijdbeleving en –evaluatie in een online en offline omgeving.

1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt achtereenvolgens besproken wat de aanleiding van dit onderzoek is, wat de relevantie is van dit onderzoek, welke probleemstelling onderzocht zal worden en uit welke hoofdstukken dit onderzoek verder zal bestaan.

1.1 Aanleiding

In het dagelijks leven is wachten heel normaal. Het is onderdeel van de servicemaatschappij waarin wij leven. Wachten doen we zowel online, dus via mail, social media of online applicaties, als offline, dus in situaties waarin we face-to-face menselijk contact hebben in een *brick-and-mortar* omgeving. Demoulin & Djelassi (2013) stellen dat wachten op de locatie, ofwel offline, van de service verschilt van wachten buiten de locatie, ofwel online. Zo kan men offline, en zeker in een wachtrij, beter inschatten hoe lang de wachttijd zal zijn en hierop anticiperen. Online wachten, bijvoorbeeld aan de telefoon, geeft deze mogelijkheid niet en kan daarom langer aanvoelen. Sinds 1995 is het aantal gebruikers van het internet enorm gestegen. Zo waren er in december 1995 zestien miljoen internetgebruikers, 0,4% van de wereldbevolking, en zijn er volgens de statistieken van InternetWorldStats (2017) in maart 2017 3739 miljoen internetgebruikers, ofwel 49,6% van de wereldbevolking. De enorme groei op het internet werd in 1992 al voorspeld (Elwell, 1992), waarin een jaarlijkse groei aan gebruikers van 145% werd verwacht. De Daily Mail (2007) geeft aan dat er een grote groei is in online retail en dat consumenten steeds vaker online hun aankopen doen. Budde & Wansink (2017) stellen dat er sprake is van grote ontwikkelingen in Internet of Things en de Machine-2-Machine markt, dus de online (service)markt. Zij geven als voorbeelden bijvoorbeeld gezondheidszorg en de elektriciteitsmarkten. Demoulin & Djelassi (2013) voegen hier de bankensector en luchtvaartsector aan toe. In alle markten is een toename aan online service en daarmee online wachttijd en de beleving van deze wachttijd.

Tijdens het wachten is er sprake van een letterlijk gewachte tijd op een service (Bielen & Demoulin, 2007), welke je met een stopwatch zou kunnen meten (Ellis et al, 2005). Dit wordt objectieve wachttijd genoemd. De duur die de consument tijdens dit wachten ervaart en inschat, wordt subjectieve wachttijd genoemd (Bielen & Demoulin, 2007). Dit kan dus positief en negatief afwijken van de daadwerkelijk objectief gemeten wachttijd. De cognitieve wachttijd is de wijze waarop consumenten rationeel reageren op de duur van de objectieve wachttijd. De consument evalueert hierbij de objectieve wachttijd gebaseerd op eerdere ervaring of op basis van verwachtingen (Best, 1999). De consument heeft een verwachting over deze tijd, welke de wachttijdbeleving kan beïnvloeden (Demoulin & Djelassi, 2013). Tijdens het wachten heeft de consument een emotionele reactie op de subjectieve wachttijd (Pruyn & Smidts, 1998). Deze reacties zijn hoofdzakelijk negatief. Hierbij kan gedacht worden aan irritatie, verveeldheid, frustratie (Bielen & Demoulin, 2007). Door deze subjectieve ervaringen te verbeteren kan het mogelijk zijn om de negatieve waarnemingen die tijdens wachten onoverkomelijk zijn, zo veel mogelijk te minimaliseren (Chien & Lin, 2014).

In de toenemende wereldwijde, digitale en netwerkeconomie (Tapscott, 1996, in Agarwal en Karahanna, 2000) vertegenwoordigt informatietechnologie (IT) een aanzienlijke investering voor de meeste bedrijven en vormt dit een belangrijk aspect in het werk. Echter wordt deze waarde alleen gezien, wanneer de IT dusdanig wordt ingezet dat deze bijdraagt aan het

behalen van doelen. De cognitieve absorptie theorie richt zich op de relatie tussen cognitieve absorptie, een intrinsieke motivatie variabele, en technologisch gebruikersgedrag, waardoor men meer zinnigheid en plezier ervaart aan het gebruik van IT. Deze theorie bevat 5 dimensies (Agarwal en Karahanna, 2000): temporele dissociatie, gevestigde aandacht, verhoogd genot, controle en nieuwsgierigheid. Door deze dimensies te combineren valt te voorspellen dat bewegende beelden de aandacht beter vast weet te leggen, waardoor er betere aandacht en verbeterde emotionele reactie ontstaat (Lee, Chen & Ilie, 2012). Strategieën op basis van een psychologische benadering kunnen de consument afleiden waardoor de wachttijdbeleving vermindert. Dit kan door middel van auditieve en visuele afleiders. Door het gebruik van dergelijke afleiders, kan de emotionele reactie verbeteren en negatieve evaluatie verminderen (Bae & Kim, 2014).

Het wachten op service gebeurt in drie verschillende fases, namelijk de service-entree fase, de in-service fase en de service-exit fase (Von Bergh, 2015). Over het algemeen geldt dat de duur van het wachten in elke fase gereduceerd moet worden om de consumententevredenheid te verbeteren (Feinberg et al, 1996). De service-entree fase is de tijd voorafgaand aan de daadwerkelijke aanvang van service of het serviceproces en voelt voor de consument vaak als lege tijd (Hensley & Sulek, 2007; Dubé et al, 1991; KostECKI, 1996). Dit is bijvoorbeeld het moment waarop mensen in de wachtrij staan bij een (telefonische) klantenservice, zij bellen naar een telefoonnummer en in de wacht worden gezet of als men wacht om naar een tafel gebracht te worden in een restaurant. De inactiviteit die ervaren wordt tijdens het wachten, voelt langer dan hij in realiteit is (Chebat & Filiaggi, 1993). Deze inactieve periode tijdens het wachten wekt bij de consument rationele en emotionele gedachten en gevoelens op, welke positief en negatief kunnen zijn. Deze cognitieve en affectieve reacties hebben invloed op de servicebeleving. De in-service fase gaat van start zodra de daadwerkelijk service aanvangt (KostECKI, 1996). Wanneer de consument tijdens de daadwerkelijke service moet wachten, zorgt dit voor een gevoel van oponthoud en verminderde progressie (Haynes, 1990, Hui et al, 1998). Het moment waarop de consument de servicelocatie wil verlaten, is de start van de service-exit fase. Consumenten zien de service-exit fase vaak als tijdsverspilling en deze fase wordt daarmee gezien als een van de meest negatieve ervaringen tijdens service (van Riel et al, 2012).

De evaluatie van de kwaliteit van service wordt bepaald door een verschil tussen de waargenomen tijdsbeleving en de verwachting van de wachttijd conform de expectation disconfirmation theory. De wachttijdbeleving speelt hierin dus een grote rol. Doordat de wachttijdbeleving in elke fase anders ervaren kan worden, moet aan elke fase aandacht gegeven worden om de service te verbeteren (Von Bergh, 2015). Er zijn een aantal zaken die wachttijdbeleving beïnvloeden (Maister, 1985; Von Bergh, 2015). Zo kan de subjectieve wachttijdbeleving beïnvloed worden (Chien & Lin, 2014), en de omgevingsfactoren worden aangepast (Maister, 1985, Rust & Oliver, 1994). Door in deze omgevingsfactoren aanpassingen te verrichten, waarbij gedacht kan worden aan kwaliteit van interactie tussen consument en serviceverlener, aanpassingen in de fysieke omgeving en uitkomst kwaliteit, kan worden getracht de cognitieve en affectieve reactie te beïnvloeden (Rust & Oliver, 1994)

1.2 Relevantie

Von Bergh (2015) richtte zich niet op factoren, interventies en strategieën, die (een positieve) invloed kunnen hebben op het gevoel van tevredenheid over wachttijdbeleving. Baker, Parasuraman, Grewal, and Voss (2002, in Chien en Lin, 2014) benoemen dat de sfeer, het design en sociale elementen te includeren zijn als omgevingsfactoren. Chien en Lin (2014) richtten zich in hun onderzoek met name op het sociale element en noemen in hun onderzoek de sociale omgevingsfactoren zoals de verwachting van wachttijd en de acceptatie van de wachtduur, waarbij zij aangegeven dat dit nader onderzocht dient te worden. Bae & Kim (2014) onderzochten het effect van de omgevingsfactor 'wachttijd muziek'. Zij geven aan dat affectieve en emotionele factoren bij verschillende wachtfasen een andere wachttijdbeleving kunnen veroorzaken, maar dat hier nog beperkt onderzoek naar gedaan is. Daarnaast benadrukken zij dat onderzoek naar het reduceren van objectieve wachttijd zinvol kan zijn, als factor die wachttijdbeleving kan beïnvloeden.

Tevens blijkt vooralsnog weinig onderzoek gedaan naar de online wachttijdbeleving. Het onderzoek van Lee, Chen en Illie (2012) en het onderzoek van Demoulin & Djelassi (2013) zijn de eerste, en voor zover te achterhalen, de enige onderzoeken naar de online wachttijdbeleving. Zowel Lee, Chen en Illie (2012) als Demoulin & Djelassi (2013) onderschrijven het belang en relevantie van het onderzoeken van wachttijdbeleving van groepen consumenten die gebruik maken van andere, zogenaamde, online communicatie zoals mail, telefoon en online applicaties.

1.3 Probleemstelling

Vanuit de beperkingen en aanbevelingen vanuit de aangehaalde onderzoeken, blijkt dat er nog weinig onderzoek is gedaan naar het effect van verschillende factoren op wachttijdbeleving binnen de verschillende service fases. De meeste onderzoeken prioriteren de eerste fase van wachttijdbeleving om zo de wachttijdbeleving te optimaliseren. Echter blijkt uit recent onderzoek (Von Bergh, 2015) dat alle fasen in wachten gelijkwaardig invloed hebben op de wachttijdbeleving. Dit maakt dat het zinvol is om te kijken welke verschillen er bestaan in de invloed van omgevingsfactoren binnen de verschillende wachtfasen. Daarnaast is er een toenemende mate van online service, zoals webshops en (digitale) klantenservices, naast de traditionele offline settings, waardoor het zinvol lijkt te zijn om een analyse te maken van de verschillen en overeenkomsten in wachttijdbeleving van de online en offline wachttijdbeleving. Met de toenemende digitalisering van de samenleving waarin steeds meer mensen zich via telefoon, e-mail en social media zich richten tot bedrijven is het voor organisaties interessant op welke wijze zij de wachttijdbeleving van hun doelgroep het beste kunnen bedienen. Om reikwijdte van het onderzoek kleiner te maken, wordt het onderzoek beperkt tot de online en offline arbeidsbemiddeling. Er zijn vele momenten waar gewacht moet worden tijdens het arbeidsbemiddelingsproces. Zo kan genoemd worden dat een opdrachtgever, degene die een openstaande vacature heeft, moeten wachten tot geschikte kandidaten worden aangeboden en zal de professional, degene die aangeboden wordt aan een opdrachtgever ten aanzien van een vacature, moeten wachten op een reactie vanuit een arbeidsbemiddelingsbureau nadat hij zijn sollicitatie heeft ingediend.

Hieruit vloeit de volgende probleemstelling:

Welke factoren beïnvloeden wachttijdbeleving in online en offline arbeidsbemiddeling?

En de volgende onderzoeksvragen:

1. Hoe wordt wachttijdbeleving gedefinieerd?
2. Welke wacht fasen worden onderscheiden?
3. Hoe wordt wachten ervaren in de arbeidsbemiddeling?
4. Welke verschillen en overeenkomsten bestaan tussen offline en online wachten in de arbeidsbemiddeling?

1.4 Overzicht van hoofdstukken

In hoofdstuk twee is een theoretische achtergrond van wachttijdbeleving en wachten in de arbeidsbemiddeling te lezen. Hierin wordt gekeken naar de fasen in het wachten, hoe deze fasen terug zijn te vinden in verschillende stadia van arbeidsbemiddeling, de verschillende dimensies in wachten en hoe deze zich verhouden tot elkaar in proposities en een raamwerk.

In hoofdstuk drie wordt uiteengezet hoe de data in dit onderzoek verzameld werd, en hoe deze data verwerkt werd.

In hoofdstuk vier worden de resultaten van het onderzoek besproken. Er wordt hier gekeken naar de resultaten die getrokken kunnen worden per fase in het wachten. Ook wordt er gekeken naar de resultaten van de omgevingsfactoren. Als laatste wordt er gekeken naar de online en offline communicatie.

In hoofdstuk vijf worden conclusies gepresenteerd en bediscussieerd. Hier worden conclusies getrokken in de segmenten de definitie wachttijdbeleving, de fasen in het wachten, het wachten in arbeidsbemiddeling en in de verschillen en overeenkomsten in offline en online wachten in arbeidsbemiddeling. Er wordt gekeken naar de definitie wachttijdbeleving, de fasen in het wachten, het wachten in arbeidsbemiddeling, de verschillen en overeenkomsten in offline en online wachten in arbeidsbemiddeling en de beperkingen van dit onderzoek. Als laatste worden er management implicaties gegeven en een aantal aanbevelingen gedaan ten aanzien van vervolgonderzoek op basis van de resultaten en discussie die uit dit onderzoek voortvloeiden.

2. Theoretische achtergrond

In dit hoofdstuk wordt de theoretische achtergrond van dit onderzoek besproken, waarbij nader in wordt gegaan wachttijd in de arbeidsbemiddeling, fasen in het wachten, de invloeden op wachttijdbeleving, de service evaluatie van wachttijd en er worden tot slot proposities geformuleerd.

2.1 Wat is wachttijdbeleving in de arbeidsbemiddeling?

In het dagelijks leven is wachten heel normaal. Het is onderdeel van de servicemaatschappij waarin wij leven. Von Bergh (2015) beschrijft wachten als het anticiperen op een periode van tijd totdat het werk is afgerond voor de consument door een vertegenwoordiger van een bedrijf met de verwachting of hoop dat het resultaat de consument tevreden stelt. Chien & Lin (2014) definiëren wachttijdbeleving als een samenstelling uit de waargenomen, objectieve, wachttijd en de emotionele, affectieve, reactie op deze wachttijd (Chien & Lin, 2014). Von Bergh (2014) voegt hieraan toe dat subjectieve wachttijd en cognitieve wachttijd hierin gezamenlijk met objectieve- en affectieve wachttijd de wachttijdbeleving vormen. Maister (1985) omschrijft het gevoel dat 2 minuten wachten in de ene situatie kan voelen als een eeuwigheid, terwijl in andere situaties dit heel snel lijkt te gaan. Maister geeft hierbij aan dat er goed gekeken moet worden wat datgene is wat deze ervaring beïnvloed. Demoulin (2013) stelt dat wachten op de locatie van de service verschilt van wachten buiten de locatie. Zo kan men op locatie, ook wel offline, en zeker in een wachtrij, beter inschatten hoe lang de wachttijd zal zijn en hierop anticiperen. Extern wachten, ook wel online, bijvoorbeeld aan de telefoon, geeft deze mogelijkheid niet en kan daarom langer aanvoelen.

Binnen de arbeidsbemiddeling speelt deze wachttijdbeleving ook. Bij vraaggerichte arbeidsbemiddeling is de vacature van de opdrachtgever het vertrekpunt in de procedure. Organisaties die op deze manier werken zijn het uitzendbureau, werving- en selectiebureau, detachingsbureau en headhunters. Zij werken elk met een kleine variatie in hun werkwijze. *Een uitzendbureau* bemiddelt tussen professionals die werk zoeken en organisaties die tijdelijk nieuwe werknemers nodig hebben. Na bemiddeling treden professionals bij het uitzendbureau in dienst. Het einde van de opdracht betekent einde van het uitzendcontract en zowel de professional als het uitzendbureau kunnen het contract elke dag beëindigen (Dorrepaal & Weima-Oberink, 2015).

Een detachingsbureau bemiddelt tussen professionals die werk organisaties die tijdelijk nieuwe werknemers nodig hebben. De professional is in dienst van de detacheerder, maar de professional heeft een opzegperiode en kan niet op elk moment stoppen met de opdracht. Dit kan zowel een intermediair zijn, maar ook een organisatie die hun werknemer tijdelijk bij een andere organisatie gedurende een opdracht plaatst. De intermediair of organisatie blijft verantwoordelijk voor hun professional (Dorrepaal & Weima-Oberink, 2015).

Een wervings- en selectiebureau bemiddelt tussen professionals die werk zoeken en organisaties die een medewerker rechtstreeks voor bepaalde dan wel onbepaalde tijd in vaste dienst willen aanstellen. Na bemiddeling treedt de professional in dienst bij de organisatie. De organisatie draagt een percentage, ook wel fee genoemd, van het loon af aan het wervings- en selectiebureau als de opdracht is ingevuld. Wanneer een zzp'er via een wervings- en selectiebureau een opdracht invult, wordt de factuur van de zzp'er door het wervings- en selectiebureau betaald, waarna er een factuur met fee - zoals vooraf besproken -

vanuit het wervings- en selectiebureau naar de organisatie wordt gestuurd (Dorrepaal & Weima-Oberink, 2015).

Een headhunter werkt zoals een wervings- en selectiebureau met als verschil dat de headhunter alleen wordt ingezet op schaarste vacatures en vacature niet openbaar wordt geplaatst. De headhunter neemt discreet contact op met geschikte professionals, ook omdat ze mogelijk nog een baan hebben, om te informeren of ze interesse hebben in de betreffende vacature (Dorrepaal & Weima-Oberink, 2015).

Het proces van arbeidsbemiddeling loopt bij al deze vraaggerichte arbeidsbemiddelingsbureaus globaal hetzelfde. Allereerst is er acquisitie bij de opdrachtgever, waar een bureau het vertrouwen van een opdrachtgever wint dat zij de vacature kunnen vervullen. Wanneer het vertrouwen is gewonnen, komt officieel de aanvraag van de opdrachtgever om een of meerdere vacatures in te vullen. Er volgt hierop een intakegesprek bij de opdrachtgever, waar gesproken wordt over de prijs- en leveringsvoorwaarden, de functie-eisen van de in te vullen vacature en hoe het sollicitatieproces wordt ingericht (Dorrepaal & Weima-Oberink, 2015, Breugh, 2008). Hierna gaat het bureau aan de slag met het werven van kandidaten. Wanneer genoeg mogelijke kandidaten voor de vacature zijn vastgesteld, wordt op basis van hun CV en hun gesprek met het bureau geselecteerd en gematched welke kandidaten goed overeenkomen met de eisen van de opdrachtgever. Deze kandidaten komen op een shortlist en worden aangeboden aan de opdrachtgever. Wanneer de opdrachtgever het profiel ook interessant vindt, volgen een of meerdere sollicitatiegesprekken en/of skill tests (Dorrepaal & Weima-Oberink, 2015, Wehner et al, 2012, Breugh, 2008). Wanneer de opdrachtgever tevreden is over de kandidaat, mag de kandidaat starten in de functie. Hierna volgt een evaluatie met de opdrachtgever over het verlopen proces en wordt bepaald of een nieuwe vacature bij het arbeidsbemiddelingsbureau wordt uitgezet. Voor deze vacature wordt dan weer opnieuw het proces in gang gezet, op het winnen van vertrouwen na - dat heeft het bureau dan al bewezen (Dorrepaal & Weima-Oberink, 2015).

2.2 Fasen in wachten

De consument en de producent zien het serviceproces op een verschillend moment aanvangen en beëindigen. De consument ziet de service aanvangen op het moment dat hij arriveert op de plek waar de service plaatsvindt en beëindigen op het moment dat hij deze plek verlaat. Vanuit productie perspectief begint de service pas op het moment dat daadwerkelijk service actie wordt ingezet en beëindigd op het moment dat er geen service meer geleverd wordt. Wanneer deze twee perspectieven worden samengevoegd, zijn er drie fasen te onderscheiden: service-entree fase, in-service fase en service-exit fase (Von Bergh, 2015) In het algemeen geldt dat de duur van het wachten in elke fase gereduceerd moet worden om consumenttevredenheid te verbeteren (Feinberg et al, 1996). Daarnaast wordt aangenomen dat de wachttijd ervaring binnen elke fase een ander effect heeft op service evaluatie (Dube-Rioux et al, 1989; Hensley & Sulek, 2007).

De verschillende fasen die in de volgende paragrafen, 2.2.1, 2.2.2 en 2.2.3, worden beschreven, zijn op basis van de door Von Bergh's omschreven theorie, welke op zijn beurt is gebaseerd op Piaget's (1970) theory of stages (in Von Bergh, 2015).

2.2.1 Service-entree fase

Voorafgaand aan de daadwerkelijke aanvang van service of het serviceproces valt een periode die vaak als lege tijd aan voelt (Hensley & Sulek, 2007; Dubé et al, 1991; Kostecki, 1996). Dit is bijvoorbeeld het moment waarop mensen in de wachtrij staan bij een (telefonische) klantenservice of als men wacht om naar een tafel gebracht te worden in een restaurant. De inactiviteit die ervaren wordt tijdens het wachten, voelt langer dan hij in realiteit is (Chebat & Filiaggi, 1993). Maister (1985) geeft aan dat consumenten aan de slag willen en het gevoel willen krijgen dat zij erkend worden. Het eerste contact tussen de consument en producent van de service geeft de consument het gevoel dat de service is gestart. Wat hierbij ook van belang is, is de eerste indruk die hierbij achtergelaten wordt, die een groot effect heeft op de gehele evaluatie van de service (Kostecki, 1996). Het gevoel van (langdurig) wachten op de aanvang van de service heeft een negatief effect op de service evaluatie (McGuire et al, 2010; Pruyn & Smidts, 1998).

2.2.2 In-service fase

De in-service fase gaat van start zodra de daadwerkelijk service aanvangt. De start van dit moment kan in verschillende organisatietypen anders zijn en het lijkt van belang aan te houden wanneer de consument het gevoel heeft dat de service is begonnen (Kostecki, 1996). De consument is betrokken in het service proces (Katz et al, 1991). In deze fase verwacht de consument omringd te worden met allerlei activiteiten die in het kader zijn van de verwachte service. Wanneer de consument tijdens de daadwerkelijke service moet wachten, zorgt dit voor een gevoel van oponthoud en verminderde progressie (Haynes, 1990, Hui et al, 1998). Het gevoel van (langdurig) wachten tijdens de service heeft een negatief effect op de service evaluatie (Dubé et al, 1991), al is dit effect minder sterk dan tijdens de service-entree fase (Hensley & Sulek, 2007).

2.2.3 Service-exit fase

Aan het eind van de service fase, wanneer de daadwerkelijke service beëindigd is, start de service-exit fase (Dube- Rioux et al, 1989; Hensley & Sulek, 2007). Het daadwerkelijke moment waarop dit moment aanvangt is wanneer de consument de servicelocatie wil verlaten. Dit geldt voor zowel het verlaten van een daadwerkelijke locatie zoals een restaurant als het verlaten van bijvoorbeeld een telefonische dienstverlening door een gesprek te beëindigen.

Consumenten zien de service-exit fase vaak als tijdsverspilling en wordt daarmee gezien als een van de meest negatieve ervaringen tijdens service (van Riel et al, 2012). Hiermee is het een van de grootste oorzaken van een ontevreden gevoel (Kostecki, 1996). Dit ontevreden gevoel wordt met onnodig wachten geassocieerd, waardoor men niet met de volgende activiteit aan de slag kan gaan (Fullerton & Taylor, 2015).

2.2.4 Service fasen in de arbeidsbemiddeling

Arbeidsbemiddeling hangt, zoals elk ander aspect van het bedrijfsleven, af van snelheid en nauwkeurigheid. Met toenemend aantal gekwalificeerde professionals die op een afnemend aantal banen solliciteert, moeten HR-professionals manieren vinden om snel applicaties te sorteren, terwijl de beste kandidaten nauwkeurig worden gekozen. Steeds vaker worden

sociale netwerkapparatuur gebruikt om hierbij te helpen (Human Resource Management, 2013). Het sollicitatieproces en beoordeling van kandidaten verloopt vaker via platformen (Human Resource Management, 2014), bijvoorbeeld Otys, Capterra en Recruitee, om zo sneller te kunnen werken en eenvoudiger professionals te beoordelen (Human Resource Management, 2014). Daarnaast worden steeds meer vacatures op het internet gedeeld, op bijvoorbeeld sites als Monsterboard, Glassdoor en Indeed, maar ook sociale media kunnen op een aantal manieren worden gebruikt om werving te vergemakkelijken. Facebook en Twitter kunnen worden gebruikt om verkeer naar een carrière pagina of blog te sturen waar informatie over werving platforms vaak bijgewerkt wordt. LinkedIn blijft een populair platform voor werving met ongeveer 90 procent van de HR-professionals die het gebruiken als hulpmiddel om nieuw personeel te huren (Human Resource Management, 2012). Als laatste worden vacatures op eigen 'werken bij' sites van organisaties zelf of op de websites van verschillende arbeidsbemiddelingsbureaus geplaatst. Smartphones hebben ook de manier waarop bedrijven werven en de manier waarop kandidaten op zoek zijn naar posities veranderd. Veel mensen vandaag, met name jonge volwassenen, gebruiken hun telefoons om online te gaan in plaats van toegang tot informatie via de computer. Daarom moeten bedrijven die jonge kandidaten aantrekken, zoals recente afgestudeerden, hun wervingsinformatie toegankelijk maken voor smartphone gebruikers (Human Resource Management, 2013). Dit zorgt ervoor dat het eerste contact tussen recruitment, HR of een arbeidsbemiddelingsbureau vaker via online communicatie verloopt, zoals mail of zelfs automatisch via de recruitmentsystemen.

In het kader van dit onderzoek is bij de verschillende fases van arbeidsbemiddeling, zoals benoemd in paragraaf 2.1, aangegeven aan welke fase van wachten deze gekoppeld wordt. Dit is in onderstaande tabel schematisch weergegeven.

Fase in arbeidsbemiddeling	Fase in wachten kandidaat	Fase in wachten opdrachtgever
Acquisitie bij opdrachtgever	n.v.t.	n.v.t.
Aanvraag invullen vacature vanuit opdrachtgever	n.v.t.	Service-entree fase
Intakegesprek bij opdrachtgever	n.v.t.	In-service fase
Wervingsproces	Service-entree fase	In-service fase
Selectie en matchen	In-service fase	In-service fase
Shortlist met aanbieding	In-service fase	In-service fase
Sollicitaties bij opdrachtgever	In-service fase	In-service fase
Contract tekenen	Service-exit fase	Service-exit fase
Evaluatie	Service-exit fase	Service-exit fase

Tabel 2: fases in de arbeidsbemiddeling en service fases

2.3 Wat is van invloed op wachttijdbeleving?

Er verschillende dimensies binnen wachttijdbeleving die van invloed hebben op hoe wachttijd ervaren wordt. Er wordt daarbij gekeken naar objectieve wachttijd, subjectieve wachttijd, omgevingsfactoren en kwaliteit van service, cognitieve wachttijd en affectieve wachttijd.

2.3.1 Objectieve wachttijd

De objectieve wachttijd is de tijd dat consumenten wachten op een service (Bielen & Demoulin, 2007). Deze tijd kan letterlijk met een stopwatch gemeten worden (Ellis et al, 2005). Hoewel het belangrijk is dat deze tijd geoptimaliseerd wordt door de producent, is het belangrijk stil te staan bij het feit dat consumenten wachttijd verschillend ervaren (Maister, 1985). De consument zelf zal zelden letterlijke wachttijd meten, maar uitgaan van hun interne klok en vervlogen tijd inschatten (Chebat et al, 1995; Klapproth, 2009; Katz et al, 1991). In een studie, uitgevoerd door Rose e.a. (2005, in Lee, Chen en Ilie, 2012), werd geconstateerd dat de objectieve downloadtijd geen kritieke factor was in de houding naar online retailers toe.

2.3.2 Subjectieve wachttijd

De subjectieve wachttijd is de wijze waarop consumenten de objectieve wachttijd ervaren en inschatten (Bielen & Demoulin, 2007). Barnett en Saponaro (1985) en Hornik (1984) suggereren dat de duur van het wachten nog beter gemeten kan worden door subjectieve wachttijd dan door objectieve wachttijd. Andere auteurs (Barnett and Saponaro 1985; Taylor 1994; Tom and Lucey 1997) tonen aan dat de subjectieve wachttijd mogelijk nog belangrijker is dan de objectieve wachttijd tijdens het bepalen van de consumentenbeleving, -evaluatie, en -gedrag. Daarnaast geven Thompson e.a. (1996) aan dat kortere subjectieve wachttijd werd geassocieerd met een algemene positieve beleving, zelf wanneer de daadwerkelijke wachttijd niet als positief werd benoemd. In tegenstelling tot de objectieve wachttijd, hangt de wijze waarop consumenten de wachttijd ervaren van verschillende factoren af (Hornik, 1984; Pruyn and Smidts, 1998; Antonides et al, 2002). Deze factoren zijn onder andere culturele verschillen, omgevingsfactoren en de gemoedstoestand van de consument. Iedere afzonderlijke consument kan de relatieve, objectieve wachttijd anders ervaren (van Riel et al, 2012) en zal dan ook anders reageren afhankelijk van de wijze waarop de subjectieve wachttijd wordt ervaren (Chebat et al, 1995). Om deze reden is de subjectieve wachttijd een belangrijke indicator voor wachttijd tevredenheid (Davis & Heineke, 1998; Hornik, 1984). De subjectieve wachttijd beïnvloedt hoe acceptabel het wachten is, waarbij geldt dat een langere wachttijd minder geaccepteerd wordt en minder redelijk lijkt dan een korte wachttijd (Houston et al, 1998). Dit werd ook erkend door Tom & Lucy (1997), die constateerden dat consumententevredenheid werd bepaald door de subjectieve wachttijd en niet door de objectief gemeten tijd. Maister (1985) en Houston et al (1998) geven aan dat hoe waardevoller een service voor de consument aanvoelt, hoe langer hij wil wachten. Andersom geldt dat het wachten op een weinig waardevolle service voor de consument ondraagbaar kan aanvoelen. Houston et al (1998) geven aan dat ook online geldt wanneer de transactie belangrijk genoeg is, de consument het wachten als meer acceptabel ervaart. Dit is met name zo wanneer de consument het gevoel heeft geen andere keus te hebben dan te wachten. Hiervoor wordt door hen echter geen empirisch bewijs voor geleverd.

2.3.3 Omgevingsfactoren en kwaliteit van service

Omgevingsfactoren zijn een van de factoren die de subjectieve wachttijdbeleving en evaluatie over de kwaliteit van service beïnvloeden. De omgeving in een online dan wel offline omgeving verschilt zeer, waardoor er gekozen is deze factor extra toe te lichten. Omgevingsfactoren zijn immaterieel en auditief of sensueel, zoals de effecten van de verlichting, temperatuur en muziek (Baker, Grewal en Parasuraman, 1994; Baker et al, 2002). Ontwerpfactoren zijn tastbaar en visueel, zoals de effecten van kleur, meubilair en ruimtelijke indeling (Baker et al, 1994; Baker et al, 2002). Bij het wachten op de service kan de fysieke omgeving een belangrijke factor spelen in het beheren van de tijdwaarneming en de emotionele reactie op het wachten van de consument. Er wordt aangenomen dat fysieke elementen de verwachte wachttijd kunnen verminderen (Kellaris & Kent, 1991) en dat deze fysieke elementen de emotionele reacties van de consument tijdens het wachten positief beïnvloeden (Baker & Cameron, 1996; Cameron et al, 2003). Hui et al (1997) geven aan dat fysieke elementen zowel de verwachte wachttijd als de emotionele respons op het wachten beïnvloeden.

Antonides et al (2002) geven aan dat de kosten van het wachten ook een belangrijke invloed hebben op de reactie van de consument. Allereerst zorgt wachten er voor dat de kosten van de dienstverlening stijgen. Daarnaast kunnen consumenten die wachten ook kosten maken voor parkeren (Houston et al, 1998) of telefoonkosten (Antonides, 2002). Daarnaast kunnen consumenten andere taken op zich hebben wachten die waardevoller zijn dan wachten en is wachten zelf een activiteit waar de consument weinig nut vandaan haalt, waardoor de kosten die wachten met zich meebrengen niet in verhouding staan tot het deelnemen aan andere activiteiten (Bivens and Volker, 1986; Janakiraman et al, 2011).

Demoulin & Djelassi (2013) geven aan dat de negatieve affectieve reactie, ofwel de negatieve emotionele wachttijdbeleving, op consumenten sterker wordt wanneer zij zich zorgen maken over de wachttijd en online transacties. Wachten op een online bestelling geeft een nog grotere onzekerheid dan wachten in een fysieke wachtrij. Dienstverleners van deze organisaties kunnen ter plekke ook nog informatie verlenen over verwachte vertraging en de oorzaak van de vertraging. Dit in tegenstelling tot consumenten die niet op locatie van de dienstverlener op hun service wachten, waardoor zij geen eigen inschatting kunnen maken en zelf het dienstverleningsproces kunnen observeren of informatie kunnen ontvangen van het personeel met details over wacht- of levertijd en daarmee een grotere onzekerheid kennen in het wacht proces. Hun gevoel van zorg komt voort uit afwezigheid van een directe relatie of contact tussen de consument en de dienstverlener (Demoulin & Djelassi, 2013; Baker et al, 2002). Taylor (1994) benadrukt dat onzekerheid bij de consument voor een toename van affectieve reacties zorgt. Het is daarom belangrijk de wachttijdbeleving online te managen, wat verklaart waarom veel dienstverleners feedback verschaffen tijdens het wachten, bijvoorbeeld door middel van een indicatiebalk of andere visuele ondersteuning hoe lang het laden van een pagina of andere wachttijd in beslag neemt (Hong, Hess & Hardin, 2013). Hoewel onderzoek suggereert dat (visuele) feedback de wachttijd dragelijk maakt (Nah, 2004 in Hong, Hess & Hardin, 2013), geeft ander onderzoek aan dat begeleiding of (visuele) feedback beperkt zou moeten worden (Ryan & Valverde, 2003).

Perceived crowding, of waargenomen drukte door een menigte, wordt gezien als een sociale indringing binnen de elementen van de omgeving (Hui & Bateson, 1991). Perceived crowding is de perceptie van psychologische stress van een individu wanneer de ruimte beperkt is (Stokols, 1972). Zo kunnen consumenten het gevoel hebben dat hun privacy of persoonlijke ruimte wordt geschonden, wanneer ze zien of ervaren dat de omgeving druk is (Hui & Bateson, 1991).

2.3.4 Cognitieve wachttijd

De cognitieve wachttijd is de wijze waarop consumenten rationeel reageren op de duur van de objectieve wachttijd. De consument evalueert hierbij de objectieve wachttijd gebaseerd op eerdere ervaring of op basis van verwachtingen (Best, 1999). De consument evalueert hierbij ook de wachttijd als redelijk of niet redelijk en de duur van het wachten als kort of lang (Durrande-Moreau, 1999; Pruyn & Smidts, 1998; Bielen & Demoulin, 2007). De cognitieve wachttijd wordt ook beïnvloed door de perceptie door wat de consument als redelijk beschouwd (Chuo & Heywood, 2014; Hui & Zhou, 1996; Shaikh et al, 2013). Het is belangrijk voor de consument om het gevoel te hebben dat zij controle hebben over de wachttijd, of dat de producent hier voldoende controle over heeft (Hui & Zhou, 1996; Shaikh et al, 2013). Wanneer er gekeken wordt naar webpagina downloads, zorgt (te lang) wachten ervoor dat de consument zijn wachten staakt en de dienstverlening elders zoekt (Janakiraman et al, 2011), Nah (2004) concludeert dat de maximale wachttijd online slecht twee seconden is. Langere wachttijden kunnen er voor zorgen dat de consument negatieve gevoelens als frustratie ontwikkelt, waardoor zij hun aankoop links laten liggen (Dennis and Taylor 2006; Rajala and Hantula 2000; Rose et al, 2005).

2.3.5 Affectieve (emotionele) wachttijd

De affectieve wachttijd is gerelateerd aan de emotionele reactie van de consument op de subjectieve wachttijd (Pruyn & Smidts, 1998). Deze reacties zijn hoofdzakelijk negatief. Hierbij kan gedacht worden aan irritatie, verveling, frustratie (Bielen & Demoulin, 2007,). In enkele uitzonderingen voelt de consument zich vrolijk, zoals in de wachtrij van een pretpark. Deze emoties worden deze gevoelens versterkt, waarbij de consument zich ook steeds meer genegeerd voelt (van Riel et al, 2012; McGuire et al, 2010). Dit negatieve gevoel wordt veroorzaakt door een onzekerheid die de consument heeft (Hui et al, 1998). Wanneer de consument zich onheus bejegend voelt ten aanzien van de mede consument, doordat de producent werkeloos staat toe te kijken of wanneer de subjectieve wachttijdbeleving toeneemt, zal de irritatie toenemen (Pruyn & Smidts, 1993; Maister, 1985). Daarnaast kan de consument zich zorgen maken. Zich zorgen maken is een emotie die voortkomt uit een bezorgdheid over iets dat uit het bereik van iemands mogelijkheden ligt. Het wordt gedefinieerd door gedachten about onzekere gebeurtenissen met ongewenste consequenties (MacGregor, 1991 in Demoulin & Djelassi, 2013). Wachttijdbeleving wordt door Chien & Lin (2014) gedefinieerd als een samenstelling uit de waargenomen wachttijd en de emotionele reactie op deze wachttijd. Door deze subjectieve ervaringen te verbeteren kan het mogelijk zijn om de negatieve waarnemingen die tijdens wachten onoverkomelijk zijn zo veel mogelijk te minimaliseren (Chien & Lin, 2014). De negatieve emoties verstoren de wachttijdbeleving en moeten dan ook zoveel mogelijk geminimaliseerd worden (Dickson et

al, 2005) De affectieve wachttijd is zeer belangrijk in de evaluatie van de consument, omdat dit voor een groot deel bepaald hoe de consument zich bij de service voelt en of hij deze opnieuw zal afnemen.

2.4 Evaluatie in online en offline wachttijdbeleving

Er zijn een aantal zaken die wachttijdbeleving beïnvloeden. Zo voelt tijd die bezet is korter dan vrije tijd. Hierdoor valt de suggestie om tijd op te vullen zodat deze tijd zelf iets te bieden heeft, maar die wel in enige mate gerelateerd is aan de service die nog komt (Maister 1985). Demoulin & Djelassi (2013) geven aan dat wachten op dienstverlening op een online website verschilt duidelijk van wachten in een rij op locatie van een organisatie. Hierbij geldt met name dat tijdens het wachten in een fysieke rij een consument zelf kan inschatten wat de wachttijd zal zijn, gebaseerd op de lengte van de rij en de gemiddelde tijd die nodig is om elke consument te helpen. Ook Lee, Chen en Ilie (2012) geven aan dat het wachten online verschilt van 'traditioneel' wachten op de volgende manieren, namelijk dat (1) de consument heeft de verwachting dat de wachttijd online korter zal zijn en heeft hierdoor minder geduld, (2) de subjectieve wachttijd bij consument online kan worden gemanipuleerd door het ontwerp van de website en (3) de impact van wachten online een grotere invloed heeft op de evaluatie van de service dan dit van invloed is op wachten in een offline omgeving.

Volgens Demoulin & Djelassi (2013) bestaat wachttijd evaluatie uit twee aspecten: het cognitieve aspect en het affectieve, emotionele aspect. Zij geven aan dat het belangrijk is dat het verschil tussen de verwachte en de ervaren levertijd van een service gunstig moet zijn, wanneer de verwachte levertijd langer dan de ervaren levertijd is. Zij geven aan dat dit betekent dat consumenten de aanvaardbaarheid van het wachten beoordelen door hun verwachting te vergelijken met met de door hen ervaren prestaties van de service leverende organisatie. Over het algemeen geldt dat de duur van het wachten in elke fase gereduceerd moet worden om de consumenttevredenheid te verbeteren (Feinberg et al, 1996). Daarnaast zijn er verschillende dimensies waarin kwaliteit gemeten kan worden, zoals Rust & Oliver (1994) beschrijven. Zij baseren hun model op het Hierarchical Service Quality Model (Von Berg, 2015). Rust en Oliver (1994) beschrijven dat bij interactie kwaliteit wordt gekeken naar het gedrag en de expertise die plaatsvindt in de interactie tussen consument en producent. Bij fysieke omgevingskwaliteit wordt gekeken naar ambiance, design en sociale factoren binnen de omgeving van de service. Bij de evaluatie van de uiteindelijke kwaliteit wordt er gekeken naar het bieden van een goede ervaring door middel van wachttijd. Demoulin & Djelassi (2013) demonstreren dat service evaluatie sterk afhankelijk is van zowel cognitieve als affectieve responses ten aanzien van levertijd. Zij geven aan dat wanneer de kansen hoog zijn tijdens het wachten, de service evaluatie gedeeltelijk beïnvloed wordt door wachttijd aanvaardbaarheid.

Strategieën op basis van een psychologische benadering kunnen de consument afleiden waardoor de wachttijdbeleving vermindert. Dit kan door middel van auditieve en visuele afleiders. Door het gebruik van dergelijke afleiders, kan de emotionele reactie verbeteren en negatieve evaluatie verminderen (Bae & Kim, 2014). De wachttijdbeleving online en de servicekwaliteit kan zich berusten op een tweetal theorieën; de cognitieve absorptie theorie (Agarwal & Karahanna, 2000) en tijdsperceptie theorieën specifiek onderzocht tijdens het

online wachten (Hong, Hess & Hardin, 2013). De cognitieve absorptie theorie is vrij nieuw theoretisch perspectief dat de holistische algehele- online ervaring bekijkt ten aanzien van het gebruik nieuwe technologie (Agarwal & Karahanna, 2000). Deze theorie stamt vanuit een psychologische theorie die absorptie als op zichzelf staande eigenschap ziet (Csikszentmihalyi, 1990 in Lee, Che & Ilie, 2012) Cognitieve absorptie omvat de totale ervaring die een consument met IT heeft. Cognitieve absorptie in online omgevingen bestaat uit vijf dimensies; tijdelijke dissociatie, gerichte aandacht, verhoogd genot, controle en nieuwsgierigheid. Cognitieve absorptie wordt waarschijnlijk bereikt wanneer de technologie visueel rijk en aantrekkelijk is (Agarwal & Karahanna, 2000). Door deze dimensies te combineren valt te voorspellen dat bewegende beelden de aandacht beter vast weet te leggen, waardoor er betere aandacht en verbeterde emotionele reactie ontstaat (Lee, Chen & Ilie, 2012). Bij het toepassen van tijdsperceptie theorieën tijdens online wachten, is het retrospectieve paradigma bijzonder relevant. Consumenten zullen meestal niet wachten of de wachttijd niet bijhouden wanneer zij online service (willen) ontvangen. Echter wanneer het wachten voortduurt, zullen consumenten zich afvragen wat de hoeveelheid wachttijd is die zij al hebben gewacht. Dit komt voort uit overwegingen of de website functioneert of dat ze moeten wachten totdat deze volledig is geladen (Hong, Hess & Hardin, 2013)

De evaluatie in kwaliteit van service wordt bepaald door een balans tussen de waargenomen tijdsbeleving en de verwachting van de wachttijd. De wachttijdbeleving speelt hierin een grote rol (Von Bergh, 2015). Zoals eerder gezegd, beïnvloed subjectieve wachttijd hoe acceptabel het wachten is, waarbij geldt dat een langere wachttijd minder geaccepteerd wordt en redelijk lijkt dan een korte wachttijd (Houston et al, 1998). Daarbij lijkt te gelden dat er een halo effect aanwezig (Maister, 1985). Dit wil zeggen dat de positieve en negatieve waarnemingen van de consument door blijven spelen in de beleving in latere fases. Maister (1985) raadt daarom aan vooral geld, tijd en aandacht in het verbeteren van de servicekwaliteit in de eerste fases te stoppen. Echter blijkt uit onderzoek van Von Bergh (2015) dat elke service fase evenveel aandacht verdient omdat in elke fase de wachttijdbeleving anders ervaren wordt.

Het begrijpen van de reactie van de consument op de servicetijd heeft een enorm strategisch belang. Een van de meest belangrijke en impactvolle attributen voor online (bankieren) service is de snelheid van de dienstverlening (Joseph and Stone, 2003 in Demoulin & Djelassi, 2013). Dit geldt ook voor online retailers, waarbij tijdige levering zeer belangrijk is (Rolland & Freeman, 2010). Levertijd van online en offline services kan zelfs bepalen voor welk kanaal, online of offline, de consument kiest (Gupta e.a., 2004).

2.5 Proposities en raamwerk

2.5.1 Probleemstelling

De probleemstelling van het onderzoek luidt: Welke factoren beïnvloeden wachttijdbeleving in online en offline arbeidsbemiddeling?

2.5.2 Proposities

Naar aanleiding van het literatuuronderzoek werden de volgende proposities geformuleerd:

Propositie 1

Wachttijdbeleving speelt in elke fase van de service een even grote rol.

Propositie 2

Men meet wachttijd subjectief, niet objectief, waardoor subjectieve wachttijd een grotere rol in wachttijdbeleving speelt dan objectieve wachttijdbeleving.

Propositie 3

Als persoonlijk contact (offline) niet aanwezig is doordat via elektronische communicatie (online) gecommuniceerd wordt, voelt wachttijd langer tussen de perioden van communicatie.

Propositie 4

De omgevingsfactoren zijn het makkelijkst te beïnvloeden, waardoor omgevingsfactoren een positief effect op wachttijdbeleving.

Propositie 5

Cognitieve en affectieve factoren hebben een grotere invloed dan omgevingsfactoren op wachttijdbeleving.

Propositie 6

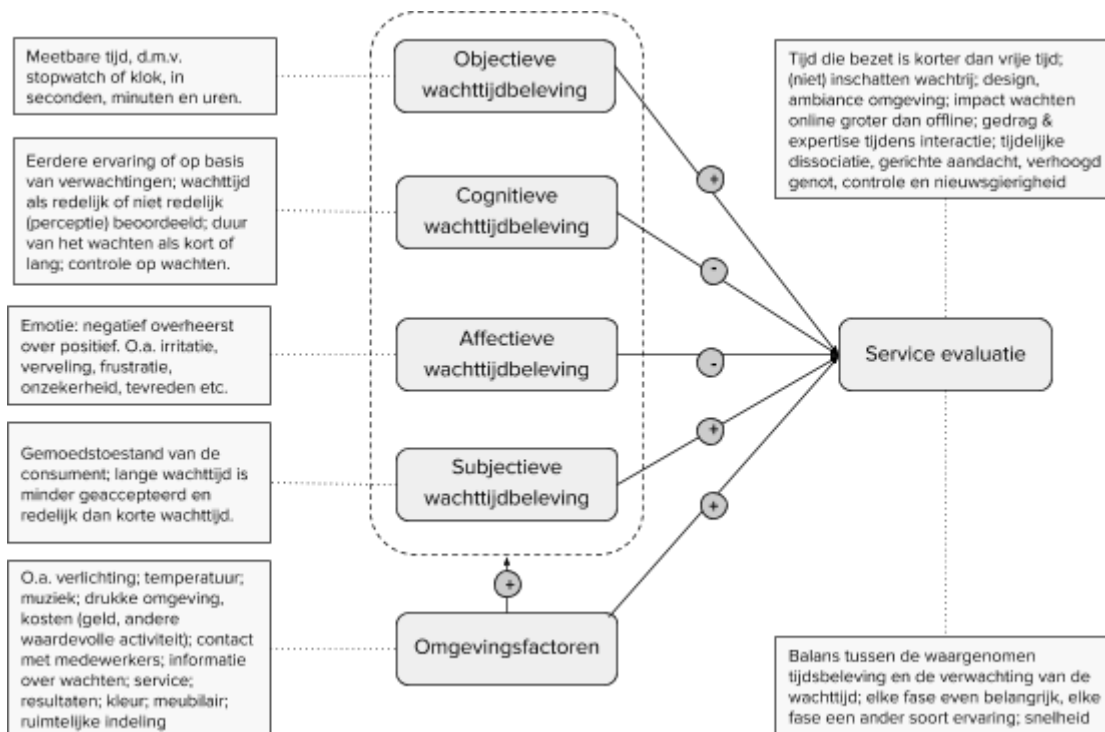
Negatieve cognitieve en affectieve factoren worden beter onthouden, waardoor deze de grootste invloed hebben in de wachttijdbeleving.

Propositie 7

Als de wachttijdbeleving tijdens de service cognitief en affectief overwegend negatief wordt beïnvloed, is de service evaluatie ook negatief.

2.5.3. Raamwerk

In het raamwerk, te zien in figuur 2, worden schematisch de mogelijke causale verbanden, op basis van het literatuuronderzoek, weergegeven. Hierin is zichtbaar welke variabele mogelijk het gevolg is van welke variabele. Daarnaast wordt zichtbaar gemaakt welke meetbare factoren hierbij te scharen zijn.



figuur 2: Raamwerk. De vormen met afgeronde hoeken vormen het raamwerk, waarin met positieve (+) en negatieve (-) symbolen de relatie wordt aangegeven tussen de dimensies in wachttijdbeleving. In de vormen met rechte hoeken, wordt een korte toelichting gegeven op deze dimensies.

In het raamwerk is te zien dat de objectieve wachttijdbeleving en subjectieve wachttijdbeleving vermoedelijk een (voornamelijk) positieve invloed zullen uitoefenen op de wachttijdbeleving, waar cognitieve wachttijdbeleving en affectieve wachttijdbeleving vermoedelijk een (voornamelijk) negatieve invloed uitoefenen op wachttijdbeleving. De omgevingsfactoren oefenen vermoedelijk een positieve invloed uit op de subjectieve wachttijdbeleving en op de service evaluatie. In het algemeen wordt aangenomen dat wachttijdbeleving een negatieve invloed uitoefent op de service evaluatie, doordat met name de verwachting en emotie die een grote invloed uitoefenen op de wachttijdbeleving. Deze factoren zijn moeilijk te beïnvloeden en lijken met name een negatieve wachttijdbeleving te creëren, want de service evaluatie negatief beïnvloed,

3. Onderzoeksmethode

Dit onderzoek naar wachttijdbeleving in online en offline situaties in de verschillende service fasen van arbeidsbemiddeling was kwalitatief van aard. De vraagstelling in dit onderzoek was van dusdanige aard dat dit als een explorerend en verklarend onderzoek gezien kon worden (Saunders et al, 2012). Het onderzoek wilde met de antwoorden uit de literatuur- en praktijkstudie gerichte antwoorden geven op vragen en zo de bestaande kennis te verrijken en verbreden. De datacollectie van het onderzoek was inductief van aard en zou een analyse opleveren op basis van de geobserveerde gegevens betreffende de factoren die online en offline wachttijdbeleving in de arbeidsbemiddeling beïnvloeden.

In verband met de tijd die beschikbaar was in het kader van studie, werd gekozen een cross-section study: een kortdurend onderzoek om de huidige situatie vast te stellen (Saunders et al, 2012). Initieel werd een vragenlijst gebruikt, zie bijlage 1 en 2, om een grote en diverse groep aan te spreken. Uit gesprek met SPSS expert Ruben Geert van den Berg (persoonlijke communicatie, 30 november 2017) bleek dat de aard van een survey er voor zorgt dat de reikwijdte van het aantal vragen niet erg groot is, doordat er redelijkerwijs aan respondenten een limiet zit aan het aantal vragen dat gesteld kan worden om statistisch te kunnen analyseren. Het onderzoek werd daarom uitgebreid door middel van drie focusgroepen met kandidaten, arbeidsbemiddelaars en opdrachtgevers op dit gebied om aanvullende informatie ten aanzien van het onderwerp te vergaren.

3.1 Dataverzameling

Saunders et al (p. 282, 2012) geven aan dat ter collectie van een goede steekproef, in geval van verkennend onderzoek, er het beste gebruikt kan worden gemaakt van vrijwillig onderzoek. In dit onderzoek werd gekozen voor de sneeuwbal techniek. Hierbij werd tijdens initiële verspreiding aan de deelnemers gevraagd of zij het onderzoek ook wilden verspreiden onder hun netwerk. Op deze manier verspreidde de survey zich als een olievlek over de populatie en werd de steekproef zo groot mogelijk.

De vragen werden beantwoord op basis van een vijf-punts Likert-schaal, waarbij negatieve vraagstellingen voor gebruik tijdens de data analyse gehercodeerd werden. De vragenlijst werd gemaakt Google Formulieren. Na het sluiten van de vragenlijst, werden de antwoorden uit Google Formulieren in Excel geïmporteerd, waarna deze in het analyseprogramma SPSS werden geüpload. Het gebruik van websurveys was snel en minder arbeidsintensief dan het handmatig verwerken van papieren surveys. Daarnaast werd de kans op menselijke fouten in de verwerking van de vragenlijst naar verwerkingsprogramma aanzienlijk kleiner (Cole, 2005).

De vragenlijst die voor dit onderzoek werd gebruikt, werd verspreid onder afnemers van diensten van arbeidsbemiddelingsbureaus. Hieronder vielen zij die een vacature vervuld willen zien (opdrachtgevers) en zij die een vacature willen invullen (kandidaten). De deelnemers werd gevraagd de vragenlijst alleen in te vullen indien zij zelf op enig moment in contact zijn geweest met een arbeidsbemiddelingsbureau, als opdrachtgever dan wel als opdrachtnemer. In de vragenlijst werden de beïnvloedende factoren (omgevingsfactoren, objectieve wachttijdbeleving, subjectieve wachttijdbeleving, cognitieve wachttijdbeleving en affectieve wachttijdbeleving) in de verschillende wachtfasen gesteld in zowel online als offline

situaties, om zo de gestelde proposities te kunnen toetsen.

3.1.1 Pretest

Voorafgaand aan het uitsturen van de vragenlijst onder de beoogde doelgroep, werd deze eerst getest. Er werden vier personen gevraagd de vragenlijst in te vullen en te reageren op de inhoud en de uitstraling van de vragenlijst, ieder vanuit hun eigen expertise. Additioneel werd een academicus gevraagd om de vragenlijst in te vullen. De vragenlijst werd aan de hand van deze feedback aangepast in bewoording, om de kern van de vraag beter over te brengen.

Na het uitvoeren van de pretest, en de benodigde aanpassingen, werd de survey verspreid op social media zoals in het persoonlijk netwerk van de onderzoekster in LinkedIn (500 connecties), Facebook (100 connecties) en Twitter (100 connecties). Binnen dit netwerk bevond zich met name een groep professionals die via een arbeidsbemiddelaar een baan gezocht hebben. Ook werden via telefoon organisaties benaderd met de vraag of zij de survey onder hun HR en arbeidsbemiddelingspersoneel willen verspreiden. Dit betrof organisaties die arbeidsbemiddelingsbureaus inschakelen om voor hen openstaande functies in te vullen. De organisaties waarmee een relatie bestond, reageerden hier positief op, waardoor vanuit 37 verschillende organisaties 41 reacties werden verzameld. Deze organisaties bevinden zich met name in het noorden van het land en in de randstad. Tien organisaties waarmee geen relatie bestond, zagen geen reden deel te nemen aan dit onderzoek. Deze redenen werden niet nader gespecificeerd.

3.2 Betrouwbaarheid en validiteit

Om de variabelen te testen en te analyseren, werd gekeken naar de betrouwbaarheid en de validiteit van het onderzoek.

3.2.1 Betrouwbaarheid

De betrouwbaarheid toont de nauwkeurigheid en precisie van de schaal die wordt gebruikt om de variabelen te meten. (Dunn et al, 1994). Om betrouwbaar te zijn, moet Cronbach's Alpha coëfficiënt niveau hoger zijn dan 0,7 om interne consistentie aan te tonen. Cronbach's Alpha niveaus tussen 0,6 en 0,7 zijn aanvaardbaar (Dunn et al., 1994). De gehanteerde schalen in dit onderzoek hadden allen een Cronbach's Alpha score hoger dan 0,7.

3.2.2 Inhoudsvaliditeit

Dunn et al. (1994) verklaren dat variabelen alleen kunnen worden gemeten als de constructen van deze variabelen in de literatuur worden gedefinieerd. In dit onderzoek worden vijf variabelen gepresenteerd, namelijk omgevingsfactoren, objectieve wachttijdbeleving, subjectieve wachttijdbeleving, cognitieve wachttijdbeleving en affectieve wachttijdbeleving. Deze variabelen hebben elk invloed op de wachttijdbeleving in verschillende service fasen en daarmee invloed op de ervaren kwaliteit van service en hoe de uiteindelijke service wordt geëvalueerd. In dit onderzoek worden deze variabelen gebruikt, om te bepalen of deze variabelen in de drie service fasen binnen de arbeidsbemiddeling verschillen, wanneer de service online dan wel offline verleend wordt. De validiteit werd door middel van hoofdstuk 2 in dit onderzoek gewaarborgd. Daarnaast werden de items ontleend of gebaseerd op bestaande vragenlijsten, zoals de vragenlijst van Von Bergh (2015) en de

ServQual en ServPerf (Cronin & Taylor, 1994). Hiermee werd de content validiteit gewaarborgd.

3.3 Dataverwerking

Allereerst is het navolgende belangrijk om te constateren. Er werden twee vragenlijsten gebruikt in dit onderzoek, die nagenoeg dezelfde vragen bevatten, maar waarbij de eerste vragenlijst (61 items) zich richtte op de kandidaten (N=7000) bij een arbeidsbemiddelingsbureau, richtte de tweede vragenlijst (64 items) zich op opdrachtgevers aan een arbeidsbemiddelingsbureau (N=47). De vragenlijsten bevatten voor veel statistische toetsen te weinig responsen, zo waren er (N=154) respondenten bij de kandidaten en (N=41) respondenten bij de opdrachtgevers. Met name de vragenlijst gericht op opdrachtgevers heeft een te kleine groep respondenten en werd daarom alleen beschrijvend meegenomen in verdere resultaatbeschrijving.

Het raamwerk werd statistisch getest door gebruik te maken van SPSS 24.0. Hier werden verschillende analyses in uitgevoerd. Allereerst werd een descriptives en frequenties analyse uitgevoerd. Daarna werd een mean absolute score voor de correlaties uitgevoerd, om na te gaan welke items geschikt waren voor een factoranalyse, daar er te veel items waren ten aanzien van het aantal respondenten in dit onderzoek. Op basis hiervan werden enkele schalen gevormd en een lineaire regressie uitgevoerd. Er werd vervolgens een meervoudige regressie uitgevoerd op basis van de gevormde schalen en vervolgens op basis van single items om de wachttijdbeleving te voorspellen in de verschillende service fasen 'service entree', 'in-service', en 'service exit' op basis van verschillende evaluatieparameters 'omgeving', 'betrouwbaarheid', 'responsiviteit', 'vertrouwen' en 'empathie' uit de variabelen 'omgeving', 'objectieve wachttijdbeleving' en 'cognitie en affectie'. Over het algemeen was de regressie niet significant. Initieel werd gestart met regressie volgens de Entree methode. Echter werd hier zo minimaal significantie en regressie in gevonden, dat vervolgd werd met een Backward Methode om zo na te gaan welke items het meest significant regressie toonden met verschillende evaluatieschalen. Er werd gekeken naar items die een $p < 0,005$ en een hoge waarde ($> 1,96$ met een zekerheidsinterval van 95%) op de T-Toets, waaruit dan wel voldoende correlatie tussen afhankelijke en onafhankelijke variabele blijkt en waarbij β voldoende afwijkt van 0. Er bleven daarmee 16 items over, verspreid over de drie service fasen, die statistisch significant waren en daarom mee werden genomen in analyse, conclusie en discussie. In bijlage 4 is een overzicht van alle items die aan deze criteria voldoen. Hieronder wordt weergegeven welke items vanuit de multiple regressie werden meegenomen in resultaten analyse.

4. Resultaten onderzoek

Aan het onderzoek deden 154 kandidaten mee, waarvan 82 man en 72 vrouw. Hun top vijf ten aanzien van het insturen van een sollicitatie(brief), was als volgt: [1] per e-mail (M. 3,81) [2] uploaden op een website (3,24) [3] persoonlijk afgeven (M.2,55) [4] via social media (2,45) [5] per post (M. 1,88). Aan het onderzoek deden 41 opdrachtgevers mee, waarvan 24 man en 17 vrouw. Hun top vijf ten aanzien van het insturen van een vacaturetekst is als volgt: [1] per e-mail (M. 3,68) [2] persoonlijk afgeven (3,12) [3] uploaden op een website(M.2,95) [4] via social media (2,00) [5] per post (M. 1,07).

4.1 Algemeen

In de volgende alinea's wordt weergegeven welke items naar aanleiding van analyse voldeden aan de in hoofdstuk 3.3 gestelde eisen. Deze items worden meegenomen in hoofdstuk 4.2 en verder. De overige items hebben onvoldoende statistische significantie en worden daarom niet meegenomen in verdere analyse en onderbouwing van de proposities. Dit heeft als gevolg dat er daarom niet in elke fase dezelfde onderwerpen besproken kunnen worden, omdat er niet in elke fase dezelfde onderwerpen naar voren komen die als statistisch significant beschouwd worden.

4.1.1. Service Entree fase

Om na te gaan welke items in de service entree fase voldoende statistische significantie hadden, werd gekozen om een meervoudige regressie analyse uit te voeren met de items van de service entree fase. De vragen uit de vragenlijst werden als onafhankelijk items gebruikt, en de evaluatieschalen omgeving, betrouwbaarheid, responsiviteit, vertrouwen en empathie werden als afhankelijke items gebruikt. De items 'geen kosten maken ' en 'een rustige wachtruimte' kwamen uit deze regressie analyse naar voren als items met voldoende significant resultaat. In hoofdstuk 2.3.3. op pagina 13 en verder van dit onderzoek wordt omschreven wat bedoeld wordt met het maken van kosten tijdens arbeidsbemiddeling.

4.1.2. In-Service fase

Om na te gaan welke items in de in-service fase voldoende statistische significantie hadden, werd gekozen om een meervoudige regressie analyse uit te voeren met de items van de in-service fase. De vragen uit de vragenlijst werden als onafhankelijk items gebruikt, en de evaluatieschalen omgeving, betrouwbaarheid, responsiviteit, vertrouwen en empathie werden als afhankelijke items gebruikt. De items 'persoonlijke kennismaking met het arbeidsbemiddelingsbureau, 'persoonlijke sollicitatie met de opdrachtgever', 'sollicitatie via Skype opdrachtgever', 'geen kosten maken' en 'een rustige wachtruimte' kwamen uit deze regressie analyse naar voren als items met voldoende significant resultaat.

4.1.3. Service Exit fase

Om na te gaan welke items in de in-service fase voldoende statistische significantie hadden, werd gekozen om een meervoudige regressie analyse uit te voeren met de items van de service exit fase. De vragen uit de vragenlijst werden als onafhankelijk items gebruikt, en de evaluatieschalen omgeving, betrouwbaarheid, responsiviteit, vertrouwen en empathie werden als afhankelijke items gebruikt. De items 'Informereren ongeschiktheid', 'persoonlijk contract tekenen' en 'kennis over de verwachte wachttijd' kwamen uit deze regressie analyse naar voren als items met voldoende significant resultaat.

4.2 Wachtijdbeleving door de fases heen

Propositie 1, 'wachtijdbeleving speelt in elke fase van de service een even grote rol', is statistisch niet te bewijzen, maar komt wel naar voren uit de analyse. Uit de multiple linear regression analyse komt naar voren dat er onvoldoende items zijn die een correlatie hebben met de wachtjidevaluatie items. Er is dus onvoldoende correlatie tussen de items per evaluatieschaal in zowel de service entree fase, in-service fase en service exit fase die bij ofwel de objectieve wachtijdbelevingsfactoren, de cognitieve en affectieve factoren of de omgevingsfactoren. Het uitvoeren van een ANOVA test, om de drie fasen naast elkaar te vergelijken, is hierdoor niet mogelijk. Uit de focusgroepen (2017) komt daar enige informatie over naar voren, zo wordt er bijvoorbeeld gezegd "Het is meer een gevoel in die beleving [dan letterlijk tijd bijhouden]. Het is wel zo dat dat op het moment dat je een tijdje niets hoort, dat je dan gaat terugrekenen hoe lang het laatste moment was waarop je contact hebt gehad. Tenminste, dat doe ik zelf dan. Van ligt het aan mij of ligt het aan de ander. Of wat is er aan de hand?", en wordt er ook gezegd: "Op het moment dat je af en toe een korte update krijgt, dus bijvoorbeeld van we zijn nog aan het zoeken dan weet je dat er aan gewerkt wordt en het geen aandacht behoeft om het weer in control te krijgen. Ik zelf ga pas meten als het mis gaat, of [ik] het gevoel heb dat het mis lijkt te gaan". Ook wordt er gezegd: "ik denk dat wachtijd een bepaalde [exponentiële] curve heeft. En daar bedoel ik mee, in het begin is het [wachten] niet zo erg en het [wachten] wordt steeds sneller erg. Het gevoel van 'ik heb nou nog niks gehoord'. Dan ga je je een beetje storen, hoor je nog niets, dan wordt het nog erger, maar dat is een curve die zich steeds meer buigt. ". Daarnaast werd er gezegd "Het belang, het belang dat je hebt [zorgt ervoor dat de ervaring sneller of langzamer gaat]. Hoe graag je het wilt. Als jij denkt, ik vind het toch niet zo'n leuke baan, dan zal het je niet interesseren. Maar als jij denkt, dit is mijn droombaan, dan is je belang groot. Dus dan gaat dat gevoel sneller."

Er kan door onvoldoende waarneming niet vastgesteld worden dat wachtijd en wachtjidebeleving in de arbeidsbemiddeling in elke servicefase een even grote rol speelt. Er wordt waargenomen dat wachtijd niet precies wordt bijgehouden. Ook komt naar voren dat het belang van de baan, en het verkrijgen van informatie de wachtjidebeleving zwaarder meewegen in de wachtjidebeleving in de beleving van de kandidaat. Daarnaast wordt de wachtjidebeleving bij het ontbreken van informatie in de loop van het wachten steeds negatiever.

4.3 Objectieve en subjectieve wachtjidebeleving

Ten aanzien van Propositie 2, 'wachtijd wordt subjectief gemeten waardoor de subjectieve wachtjidebeleving een grotere rol in wachtjidebeleving speelt dan de objectieve wachtjidebeleving', wordt het volgende gezegd in de focusgroepen (2017): "Nee, ik houd [de tijd] niet bij, ik heb daar geen stopwatch bij. Kandidaten stellen het vreselijk op prijs als een recruiter heel snel laat weten dat je hun sollicitatie ontvangen hebt. En dan bedoel ik niet een computer gegenereerd mailtje maar gewoon even een telefoontje ik heb je aanvraag, ik heb jou gezien, ik ga er mee aan de gang." Ook wordt er gezegd: "Wat is dan lang en wat is kort? En voor mij is het lang als ik inderdaad niet op tijd een reactie krijg" Tevens wordt er gezegd: "Als ik op zoek ben naar iets nieuws [werk] en het duurt niet weken, maar maanden ofzo, dan gaat het me wel lang duren." Ook wordt er gezegd: "Als opdrachtgever hadden wij een een week geen contact [met de recruiter] van moeten we er nu nog een [recruiter ed.] bij gaan zoeken? Hoe krijgen we kandidaten aan tafel? Terwijl als kandidaat heb ik op dit moment dat kan me werkelijk niet schelen of het nou een week duurt of een maand duurt: I don't care. Als er uiteindelijk wat er uiteindelijk naar me toe komt maar een juiste match is." Daarnaast wordt er

gezegd: "Je maakt met elkaar een afspraak in hoeveel dagen waarin verwacht wordt een kandidaat of meerdere kandidaten voorgesteld kunnen worden. Of juist dat het langer gaat duren. Het maakt niet zoveel uit, als het maar beschreven is, maar dan wel in werkdagen." **Als laatste wordt er gezegd:** "Als je mij bemiddelt [als recruiter] en [ten aanzien van] de afspraak vertel je me 'er is iets tussen gekomen, het spijt me vreselijk, we moeten het uitstellen'. Op dat moment gaat die dag er na, of die week erna gaat niet extra lang duren want ik weet waar ik aan toe ben. Het is gewoon expectation management. "

Ten aanzien van de propositie geldt dat deze niet kan worden bewezen door onvoldoende waarneming, maar dat wel wordt waargenomen dat men wachten in de wachttijdbeleving niet bewust objectief bijhoudt. Men maakt afspraken met de arbeidsbemiddelaar en op het moment dat deze afspraken niet na worden gekomen, dan voelt het wachten langer. Als men voldoende informatie heeft waarom er vertraging plaatsvindt of wat er gaande is in het zoekproces, dan lijkt de wachttijdbeleving minder negatief. Verwachtingen managen lijkt zeer belangrijk.

4.4 Cognitieve en affectieve factoren

Propositie 7 en propositie 6 gaan beide over de (negatieve) cognitieve en affectieve factoren. De twee proposities stellen namelijk dat 'wanneer de cognitieve en affectieve factoren overwegend negatief worden beïnvloed, is de service evaluatie ook negatief' en 'de negatieve factoren worden beter onthouden, waardoor deze de grootste invloed hebben op de wachttijdbeleving'. De volgende resultaten, ten aanzien van propositie 6 en 7, komen naar voren uit de meervoudige regressie en worden in de volgende paragrafen besproken ten aanzien van betrouwbaarheid, responsiviteit vertrouwen en empathie.

4.4.1. Betrouwbaarheid

Het informeren wanneer iemand niet geschikt worden geacht, ($p=.0002$, $st.\beta=0,234$, $t.=3,164$) toonden de service exit fase een significante relatie ten aanzien van betrouwbaarheid, met een verklaarde variantie van ($R^2=$) 0,200. Dit ondersteunt propositie 6 en 7, omdat wanneer men snel wordt geïnformeerd de betrouwbaarheid van de service tijdens het wachten hoger wordt geëvalueerd in de service exit fase.

4.4.2. Responsiviteit

Persoonlijk kennismaken met een arbeidsbemiddelingsbureau, ($p.=0,002$, $st.\beta=0,238$, $t.=3,115$) en persoonlijk sollicitatiegesprek, ($p.=0,001$, $st.\beta=0,241$, $t.=3,240$) toonden een significante relatie ten aanzien van responsiviteit, met een verklaarde variantie van ($R^2=$) 0,250. Wat geconcludeerd lijkt te kunnen worden is dat het niet ontvangen van informatie bij vertraging en het online kennismaken een negatief effect lijkt te hebben op de evaluatie van de wachttijdbeleving in deze fase met betrekking tot de responsiviteit in de in-service fase. Een persoonlijk sollicitatiegesprek lijkt daarentegen wel een positief effect op de evaluatie in wachttijdbeleving te hebben met betrekking tot de responsiviteit in de in-service fase.

4.4.3. Vertrouwen

Het niet ontvangen van informatie bij vertraging tijdens de in-service fase, ($p.=0,004$, $st.\beta=-0,231$, $t.=2,067$) toonde een significante relatie met vertrouwen, met een verklaarde variantie van ($R^2=$) 0,180. Geconcludeerd lijkt te kunnen dat het niet verstrekken van

informatie een negatief effect heeft op de evaluatie in wachttijdbeleving met betrekking tot het vertrouwen in de in-service fase.

Informatie over de verwachte wachttijd tijdens de service-exit fase, ($p.=0,000$, $st.\beta=0,324$, $t.=4,244$) toonde een significante relatie ten aanzien van evaluatieschaal 4, vertrouwen, met een verklaarde variantie van ($R^2=$) 0,150. Geconcludeerd lijkt te kunnen dat het verstrekken van informatie een positief effect heeft op de evaluatie in wachttijdbeleving met betrekking tot het vertrouwen in de service exit fase.

4.4.4. Empathie

Persoonlijk kennismaken met een arbeidsbemiddelingsbureau, ($p.=0,004$, $st.\beta=0,177$, $t.=2,067$), sollicitatie via Skype, ($p.=0,002$, $st.\beta=-0,317$, $t.=-3,135$) en het verblijven in een rustige ruimte, ($p.=0,003$, $st.\beta=-0,609$, $t.=-3,073$) toonden een significante relatie met empathie, met een verklaarde variantie van ($R^2=$) 0,220.

Informereren wanneer iemand niet geschikt wordt geacht, ($p.=0,004$, $st.\beta=0,291$, $t.=2,961$) en informatie over de verwachte wachttijd tijdens de service exit fase, ($p.=0,000$, $st.\beta=0,395$, $t.=3,799$) toonden een significante relatie met empathie, met een verklaarde variantie van ($R^2=$) 0,224.

In de focusgroepen worden hier de volgende passages uit gesprekken over naar voren gehaald. *"De subjectieve [wachttijd (...)] wordt altijd gekleurd door het resultaat. / Ja, maar tijdens het wachten is er nog geen resultaat. / Nee, maar als iemand lang moet wachten en er komt een positief resultaat dan zal die het anders ervaren, dan je moet én lang wachten en het is ook nog eens negatief."* Tevens de volgende passage: *"Negatief blijft zeker langer hangen dan een positieve ervaring. Ook natuurlijk uitgesproken positieve ervaringen. / Nou dat ben ik niet helemaal met je eens. Natuurlijk blijven positieve ervaringen ook plakken, maar dat is ook eigenlijk iets dat je verwacht. Dus, dus dat blijft minder. Een negatieve ervaring blijft echt langer plakken. / Dat denk ik ook wel. Gewoon ook alleen al psychologisch. Een beetje hygiëne factor: Als het goed is, merk je er niks van, pas als het tegenvalt, valt het op."* Tevens wordt het volgende gezegd: *"Ja ik heb dat wel met zo'n bedrijf als Huxley [groot recruitersbedrijf], dat is nooit heel positief. Maar over het algemeen herinner ik me heel weinig negatieve dingen. Niet alleen voor sollicitaties of wachten, maar überhaupt herinner ik me eigenlijk alleen maar positieve dingen. / Het is ook niet dat ik alleen maar wrok koester naar die bedrijven, maar als je een balans [op]maakt, dan komt die emotie naar boven en dan ervaar ik dat negatieve. Maar ik heb ook wel eens een hele positieve terugkoppeling heb gehad. Waarbij ik echt merkte dat iemand echt zijn best heeft gedaan om een goede motivatie te schrijven waarom het niet past, of dat je dan te weinig ervaring hebt of iets. En dan merk je dat iemand, ook weer dat persoonlijke, dat iemand een persoonlijk reactie geeft en dat blijft iets positief hangen. Ik denk dat als het negatief wordt en de frustratie neemt de overhand, dat (...) gevoelsmatiger dat het [wachten] veel te langzaam gaat. / Ja, dat denk ik ook."* Als laatste: *"Als je aangeeft: het gaat een of twee weken duren, dan schep je ook die verwachting: verwachtingsmanagement. Ook aan de opdrachtgever."*

Hieruit lijkt geconcludeerd te kunnen worden dat negatieve gevoelens in het algemeen langer blijven hangen dan positieve gevoelens. De aanname die in de focusgroepen (2017) gemaakt wordt, is dat dit komt doordat er bij voorbaat van een positieve ervaring uitgegaan wordt en dit daarom minder opvalt, tenzij dit de verwachting overtreft. Er lijkt uit de statistische gegevens te zien dat een rustige ruimte een positief effect heeft op de evaluatie van wachttijdbeleving met betrekking tot de empathie in de service entree fase. Daarbij lijkt te

kunnen worden toegevoegd dat persoonlijk kennismaken met een arbeidsbemiddelingsbureau een positief effect heeft op de evaluatie in wachttijdbeleving met betrekking tot de empathie in de in-service fase. Echter lijkt ook geconcludeerd te kunnen worden dat het solliciteren via Skype een negatief effect kan hebben op de evaluatie in wachttijdbeleving met betrekking tot de empathie in de in-service fase. Als laatste lijkt te kunnen worden geconcludeerd dat het verstrekken van informatie een positief effect heeft op de evaluatie in wachttijdbeleving met betrekking tot de empathie in de service exit fase.

4.5 Omgevingsfactoren

Propositie 5 ligt in lijn met propositie 6 en propositie 7, de cognitieve en affectieve factoren, namelijk dat 'zij een grotere invloed hebben op wachttijdbeleving dan omgevingsfactoren op wachttijdbeleving'. Propositie 4, 'omgevingsfactoren zijn het makkelijkst te beïnvloeden', haakt hierop in waardoor omgevingsfactoren een positief effect hebben op wachttijdbeleving'. De volgende resultaten komen naar voren uit de meervoudige regressie.

Het maken van kosten ($p.=0,000$, $st.\beta=-0,448$, $t.=-3,719$) en een rustige ruimte, ($p.=0,002$, $st.\beta=0,265$, $t.=3,230$) toonden een significant resultaat ten aanzien van de omgeving, met een verklaarde variantie van ($R^2=$) 0,220. Geconcludeerd lijkt te kunnen worden dat een rustige ruimte een positief effect kan hebben op de evaluatie in wachttijdbeleving met betrekking tot de omgeving in de service entree fase. Echter kan mogelijk ook geconcludeerd worden dat het maken van kosten een negatief effect heeft op de evaluatie in wachttijdbeleving met betrekking tot de omgeving in de service entree fase. Het op locatie tekenen van een contract, ($p.=0,004$, $st.\beta=0,227$, $t.=2,891$) toonde een significante resultaat ten aanzien van de omgeving, met een verklaarde variantie van ($R^2=$) 0,122. Geconcludeerd lijkt te kunnen worden, dat het op locatie tekenen van een contract een positief effect op de evaluatie in wachttijdbeleving met betrekking tot de omgeving in de service exit fase.

Hoewel de gegevens van de opdrachtgeversvragenlijst statistisch niet gebruikt kon worden, hieronder wel een tabel met de belangrijkste metingen van de omgevingsfactoren:

Factor	Service entree	In-service	Service exit	Gemiddelde
Gemakkelijk informatie opdoen	4,51	4,27	4,15	4,31
Verwachte wachttijd	4,10	3,93	3,83	3,95
Indicatiebalk website	3,22	3,44	3,32	3,33
Kosten	3,34	3,22	3,12	3,23
Rust wachtruimte	3,00	2,76	2,61	2,79
Kleur wachtruimte	2,49	2,56	2,44	2,50
Muziek	2,24	2,29	2,17	2,23

tabel 3: Opdrachtgeversvragenlijst. Gemiddelde scores op de Likert-Schaal per servicefase en een gemiddelde van al deze scores.

Hieruit kan, met enige terughoudendheid, geconcludeerd worden dat voor opdrachtgevers (gemakkelijk) informatie opdoen op de website en geïnformeerd worden over de wachttijd ten aanzien van een in te vullen vacature de meest belangrijke factoren zijn die de wachttijdbeleving beïnvloeden.

In de opmerkingen die meegegeven werden in de vragenlijst van de kandidaten kwam naar voren: "waarschijnlijk komt er uit de resultaten dat ik bereid ben om te betalen voor wachten, maar dat is niet zo". In de focusgroepen (2017) komt naar voren: "*Ik kan nooit zes weken lang op dezelfde*

plek zijn, dus ik denk dat daardoor ook de omgeving minder meespeelt." Ook wordt gezegd: "Op het moment dat het gaat over een sollicitatieproces, dan merk je dat die tijd al, relatief gezien, langer is en dan zul je het wachten zelf ook op een andere manier ervaren. (...) op het moment dat het zo iets persoonlijk (...) namelijk een sollicitatieproces (...), dat los je niet op zeg maar met wachten aan de telefoon, of wachten op een e-mail. Dat is (...) veel persoonlijker contact, dat verwacht je ook."

Daarnaast: "Het is ook fijn als je hoort wanneer je kunt verwachten dat de recruiter (...) contact met je opneemt of van zich laat horen want dan weet je waar je aan toe bent. Het is helemaal fijn als ze zich houden aan de toezegging." Als laatste wordt er gezegd: "Je moet in mijn beleving ook uitleggen wat er gebeurt want als iemand solliciteert op een functie waar directeurs, HR mensen, psychologische testers etc. iets van moeten vinden: dan duurt zo'n procedure gewoon een aantal weken"

Hieruit kan mogelijk geconcludeerd worden dat men zich niet bewust met de omgeving bezighoudt tijdens het solliciteren, omdat de service die de arbeidsbemiddelaar biedt zich over enkele weken uitspreidt. Wat wel een belangrijke omgevingsfactor lijkt te zijn, is persoonlijk contact, het informeren van mensen en het nakomen van afspraken. Door het managen van verwachtingen, kan de wachttijdbeleving worden beïnvloed.

4.6 Online en offline communicatie

Over propositie 3, 'bij elektronisch communicatie [online] voelt de wachttijd langer tussen perioden van communicatie', wordt de volgende informatie gevonden in de focusgroepen (2017). Allereerst een aantal statements van voorstanders van persoonlijk [offline] contact. "[Ik heb het] liefst persoonlijk [contact]. Zo'n [online] dashboard is leuk, maar het geeft geen duidelijk beeld hoe de zaken ervoor staan. /Afhankelijk van de kwaliteit van het dashboard heb ik er niet zo'n probleem mee. / Met oog op de toekomst, is het wel fijn om dat als een back up te hebben. Zodat je kan zien als je inlogt in 'Mijn Profiel' wat de status is." Ook wordt gezegd: "Ik ben geen voorstander van [online communicatie]. Ik vind het prima om informatie uit te wisselen via e-mail, maar het moet niet het enige medium zijn. Bijvoorbeeld een interview via Skype vind ik al weer anders dan een interview met een kandidaat aan het andere eind van de tafel / Soms is het niet anders mogelijk, (...) bij internationale kandidaten is Skype het meest efficiënt". Als laatste: "Op een moment dat een werkgever of recruiter bijvoorbeeld in Amsterdam zit (...) dan wil ik daar gewoon langs. En zeker bij werkgevers, daar wil ik gewoon een stuk van de sfeer proeven."

Hieruit kan waarschijnlijk geconcludeerd worden dat – in ogen van de voorstanders van offline communicatie -hoewel online communicatie voordelig lijkt te zijn om informatie uit te wisselen, door bijvoorbeeld het gebruik van e-mail, en een weergave te krijgen van de informatie en het in sommige gevallen niet anders kan dan gesprekken via Skype of e-mail, kijkt men elkaar graag in de ogen kijkt wanneer het om arbeidsbemiddeling gaat.

Er zijn ook voorstanders van elektronische [online] communicatie. "[Online communicatie] ik vind dat prachtig. Het is een enorme tijdsbesparing. Het is niet dat dat persoonlijk contact uit de weg gaat. Met bellen en mailen kan je tegenwoordig gewoon handelen. En websites waarop je alles kunt uploaden. En je kan gewoon goed met elkaar samenwerken. Op het moment dat er een [sollicitatie]gesprek plaatsvindt, dan is persoonlijk contact natuurlijk weer heel belangrijk, anders mis je non-verbale communicatie. Maar gewoon in het voortraject." Ook wordt er gezegd: "Thuiswerken of op locatie werken, dat dat steeds normaler is geworden. En zo wil je dan ook in die recruitment gesprekken kunnen handelen. Dus meer multimedia, meerdere locaties of wat dan ook. Dat moet allemaal niet zo uitmaken. Hoe langer het [proces] loopt, hoe meer afwijking van een kort, vast afgebakend smal pad qua procedureverloop, mogelijk is. Omdat je ook dan wel ziet, dat er de relatie

tussen recruiter en klant achter zit. Waardoor het dus zeg maar hier ook weer anders kan lopen etcetera. Dus dan ben je zelf ook flexibeler." Als laatste: "Ik denk als je eerder dan verwacht bericht krijgt [door online communicatie] (...) dat je dan er nog niet aan toe bent geweest om goed na te denken over hoe lang het eigenlijk is en dat het dan sneller lijkt dan het werkelijk is.

Hieruit kan mogelijk geconcludeerd worden dat online communicatie tijdbesparend kan werken. Online werken past in de huidige vorm van samenwerken die anno 2018 bestaat: flexibel, op locatie en op afstand. Online communicatie werkt snel en kan er daarmee voor zorgen dat men eerder dan verwacht een bericht krijgt, wat bijdraagt aan een positieve wachttijdbeleving. Echter voeren ook voorstanders van online communicatie de feitelijke sollicitatiegesprekken het liefst aan tafel, dus offline.

De resultaten vanuit hoofdstuk vier worden in de tabel op de volgende pagina schematisch weergegeven.

	Betrekking op evaluatieschaal	P.-waarde	st.β-waarde	t.-waarde
Service entree fase				
Kosten maken	Omgeving	0,000	-0,448	3,719
Rustige wachtruimte	Omgeving	0,002	0,265	3,230
In-service fase				
Persoonlijke kennismaking bureau	Responsiviteit	0,002	0,238	3,115
Persoonlijke kennismaking bureau	Empathie	0,004	0,177	2,067
Persoonlijk sollicitatiegesprek	Responsiviteit	0,001	0,241	3,240
Informatie over vertraging	Empathie	0,004	0,231	2,067
Sollicitatie via Skype	Empathie	0,002	0,317	-3,135
Rustige wachtruimte	Empathie	0,003	0,609	-3,073
Service exit fase				
Het informeren bij ongeschiktheid	Betrouwbaarheid	0,002	0,234	3,164
Het informeren bij ongeschiktheid	Empathie	0,004	0,291	2,961
Informatie over verwachte wachttijd	Empathie	0,000	0,395	3,799
Informatie over verwachte wachttijd	Vertrouwen	0,000	0,324	4,244
Tekenen van contract op locatie	Omgeving	0,004	0,227	2,891

tabel 4: Kandidatenvragenlijsten. Significante scores, per servicefase. Multiple regressie werd uitgevoerd met evaluatieschalen, die bestonden uit de factoren 'informatie opdoen, verwachte wachttijd, indicatiebalk website, kosten, rust wachtruimte, kleur, muziek'.

5. Conclusie, discussie en aanbevelingen

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de volgende onderzoeksvragen op basis van de resultaten gevonden in hoofdstuk vier.:

1. Hoe wordt wachttijdbeleving gedefinieerd?
2. Welke wacht fasen worden onderscheiden?
3. Hoe wordt wachten ervaren in de arbeidsbemiddeling?
4. Welke verschillen en overeenkomsten bestaan tussen offline en online wachten in de arbeidsbemiddeling?

Daarnaast worden de resultaten en conclusie bediscussieerd, worden wetenschappelijke implicaties en management implicaties weergegeven en tot slot worden beperkingen ten aanzien van dit onderzoek besproken en suggesties voor vervolgonderzoek gepresenteerd.

5.1 Conclusie

Het onderhouden van contact met de klant, het informeren van de klant en het houden van afspraken wordt door het hele proces heen erg belangrijk gevonden door de kandidaten. Men geeft in de focusgroepen aan dat zij, zowel als kandidaat als opdrachtgever, starten met het bijhouden van de tijd, indien afspraken niet nagekomen worden. Als afspraken gemaakt worden en deze niet nagekomen worden, voelt het wachten langer. Wel wordt aangegeven op dat het belang van de baan voor de kandidaat en het verkrijgen van informatie over het sollicitatieproces, zwaarder kunnen meewegen in de wachttijdbeleving. Zij geven aan dat naarmate de baan belangrijker is, omdat zij werkloos zijn of omdat zij deze baan erg graag willen bemachtigen, zij het wachten sneller als vervelend kunnen ervaren. Daarnaast wordt het wachten bij het ontbreken van informatie over het sollicitatieproces in de loop van het wachten steeds negatiever (focusgroepen, 2017). Dit komt overeen met de bevindingen van Demoulin & Djelassi (2013) en Baker et al (2002), zoals deze geciteerd worden in hoofdstuk 2.

Men houdt zich niet bewust met de omgeving bezig, doordat de service die de arbeidsbemiddelaar biedt zich over enkele weken uitspreidt (focusgroepen, 2017). De belangrijkste omgevingsfactor is persoonlijk (offline) contact, dat met name in de in service fase en de service exit fase een belangrijke rol speelt. Het solliciteren en afhandelen van contracten wordt het liefst persoonlijk gedaan. De rust van de ruimte waarin men zich bevindt, speelt door het wachten heen ook een belangrijke rol, hoewel de rust van de ruimte in verschillende fases een positief of negatief effect heeft op de wachttijdbeleving (vragenlijsten, 2017 en focusgroepen, 2017). Op basis van de onderzoeksgegevens lijkt er onvoldoende ondersteuning om propositie 4 te bewijzen.

Verwachtingsmanagement is belangrijk tijdens het arbeidsbemiddelingsproces, zeker omdat negatieve gevoelens langer blijven hangen dan positieve gevoelens (vragenlijsten, 2017 en focusgroepen, 2017). Er wordt verwacht dat de service volgens verwachting en afspraken geleverd wordt, waardoor bijzonder positieve ervaringen minder snel aanwezig zijn, tenzij er excellente service gegeven wordt en verwachtingen worden overtroffen (focusgroepen, 2017). De gevonden onderzoeksresultaten geven aanleiding om aan te nemen dat propositie 6 en propositie 7 bewezen kunnen worden wanneer verder onderzoek gedaan wordt.

Het belangrijk om te constateren dat arbeidsbemiddeling zich vrijwel nooit geheel online of geheel offline afspeelt. Het is vaak een combinatie van elementen, passend in het huidige tijdsbeeld, om efficiënt werken met kwaliteit bieden te combineren.

Een belangrijk verschil tussen online en offline wachten is de ruimte waarin men zich bevindt. Demoulin & Djelassi (2013) stellen dat wachten op de locatie, ofwel offline, van de service verschilt van wachten buiten de locatie, ofwel online. Zo kan men offline, en zeker in een wachtrij, beter inschatten hoe lang de wachttijd zal zijn en hierop anticiperen. Online wachten, bijvoorbeeld aan de telefoon, geeft deze mogelijkheid niet en kan daarom langer aanvoelen. Offline arbeidsbemiddeling betekent dat men letterlijk in dezelfde ruimte is, elkaar kan zien en in potentie aanraken. Online arbeidsbemiddeling vindt plaats op afstand zonder dat men zich in dezelfde ruimte bevindt. Dit kan zijn via de telefoon, via e-mail, op websites of dashboards, op social media of VoIP oplossingen zoals Skype. Een ander groot verschil is de reactietijd die men verwacht (focusgroepen, 2017). Doordat er een afspraak gemaakt moet worden om elkaar te treffen voor overleg, duurt het soms even voor men elkaar offline van informatie kan voorzien. Online, bijvoorbeeld via e-mail, kan dit in principe binnen enkele minuten gebeurd (focusgroepen, 2017). Een ander belangrijk verschil is het bijhouden van de voortgang van het arbeidsbemiddelingsproces. Online kan dit via e-mail threads of dashboards nagegaan worden, terwijl dit offline niet zo makkelijk na te gaan is. Echter is er offline wel meer detail en interpretatie van woorden mogelijk, waardoor de kwaliteit van de informatie hoger kan zijn (focusgroepen, 2017).

Op basis van de uitkomsten van de vragenlijsten en focusgroepen wordt gesuggereerd dat overeenkomsten in online en offline wachten gevonden kunnen worden in het verwachten van informatie door de kandidaat en de verwachting die de kandidaat over de serviceverlening heeft tijdens het arbeidsbemiddelingsproces. Het maakt daarbij niet uit op welke wijze men wacht. Er is altijd behoefte aan het krijgen van informatie over de service en over de wachtermijn en een goed verwachtingsmanagement. Er is op basis van de gevonden resultaten in de literatuur, de vragenlijsten en de focusgroepen gedeeltelijke ondersteuning voor propositie 3. Er is verder onderzoek noodzakelijk om hier meer duidelijkheid in te verschaffen.

Propositie	Conclusie	Motivatie
1. Wachttijdbeleving speelt in elke fase van de service een even grote rol.	Geen ondersteuning	Doordat arbeidsbemiddeling over lange periode plaatsvindt, lijkt de wachttijdbeleving niet in elke fase een even grote rol te spelen.
2. Men meet wachttijd subjectief, niet objectief, waardoor subjectieve wachttijd een grotere rol in ondersteuning wachttijdbeleving speelt dan objectieve wachttijdbeleving.	Aanleiding tot	Men meet de wachttijd zelden objectief en eerder in dagen of weken. Echter lijkt het de verwachting die men over de wachttijd heeft na te komen.
3. Als persoonlijk contact (offline) niet aanwezig is doordat via elektronische communicatie (online) gecommuniceerd wordt, voelt wachttijd langer tussen de perioden van communicatie.	Gedeeltelijke ondersteuning	Er wordt gesuggereerd dat wachttijdbeleving niet verschilt tussen online en offline wachten. Tegelijkertijd wordt aangegeven dat persoonlijke noot mist en daardoor de verwachte wachttijd moeilijker kan worden ingeschat.
4. De omgevingsfactoren zijn het makkelijkst te beïnvloeden, waardoor omgevingsfactoren een positief effect op wachttijdbeleving hebben.	Geen ondersteuning	Men zich niet bewust met de omgeving bezighoudt tijdens het proces door de duur van het proces. Wel lijkt te worden aangegeven dat

		een rustige wachtruimte van belang is en wachttijdevaluatie kan verbeteren.
5. Cognitieve en affectieve factoren hebben een grotere invloed dan omgevingsfactoren op wachttijdbeleving.	Aanleiding tot ondersteuning	Emoties, met name negatieve, en informatie en verwachtingen lijken een invloed te hebben op de evaluatie van de wachttijd. Men houdt zich niet bewust met de omgeving bezig, dus lijkt cognitie en affectie een grotere invloed te hebben.
6. Negatieve cognitieve en affectieve factoren worden beter onthouden, waardoor deze de grootste invloed hebben in de wachttijdbeleving.	Aanleiding tot ondersteuning	Er wordt in de focusgroepsessies door meerdere personen aangegeven dat negatieve emoties langer onthouden worden. Positieve ervaringen worden verwacht. Daarmee geven respondenten aan dat zij vinden dat negatieve emoties meer invloed hebben op de wachttijdbeleving.
7. Als de wachttijdbeleving tijdens de service cognitief en affectief overwegend negatief wordt beïnvloed, is de service evaluatie ook negatief.	Aanleiding tot ondersteuning	Dit sluit aan op propositie 6. Men verwacht een positief resultaat en dus een korte wachttijd. Wanneer deze langer is dan verwacht of beloofd, evalueren respondenten de service negatief.

tabel 5: Overzicht conclusies ten aanzien van de proposities

5.2 Discussie

Meerdere respondenten gaven aan dat zij twijfels hadden wie daadwerkelijk de klant was van het arbeidsbemiddelingsbureau, de opdrachtgever of de kandidaat. Meerdere respondenten gaven ook aan dat zij dachten dat arbeidsbemiddelingsbureaus met name gefocust zijn op de opdrachtgever en weinig aandacht hebben voor de klant.

Uit de literatuur komt naar voren dat wachten een periode in tijd is waarin geanticipeerd wordt op afronding van werk of service, waarin objectieve, subjectieve, affectieve en cognitieve wachttijdbeleving alsmede de omgevingsfactoren de wachttijdevaluatie beïnvloeden (Von Bergh, 2015, Chien&Lin, 2014). Op basis van dit empirisch onderzoek wil ik een opmerking plaatsen bij deze definitie, die uit lijkt te gaan van een periode waarin slechts éénmaal aan het eind van de service de evaluatie van de wachttijd plaatsvindt. Echter lijkt in dit onderzoek door de respondenten aangegeven te worden dat er in het langdurige proces van solliciteren, wat soms enkele weken kan duren, op meerdere momenten en tijdens meerdere service fasen een evaluatie plaatsvindt van de wachttijd.

In de literatuur wordt voorgesteld dat wachten zich in drie fasen verdeelt: de service entree fase, de in-service fase en de service exit fase. Daarbij wordt ook een aannname gedaan over het verloop en volgorde van de arbeidsbemiddeling. Wat meermaals in de focusgroepen (2017) wordt aangegeven is dat men zich in het verloop van de arbeidsbemiddeling herkent. Er wordt in de literatuur geen uitspraak gedaan of deze fasen onderscheiden of herkent worden door deelnemers. Een verklaring voor het niet herkennen in verloop van het arbeidsbemiddelingsproces kan zijn dat elk bedrijf de werving en recruiting op hun eigen manier inricht op basis van bedrijfscultuur en -gewoontes. Arbeidsbureaus dienen zich hieraan te conformeren. Daarnaast zal elk bedrijf een eigen reactietermijn hebben op sollicitaties. Andersom kan het ook zo zijn dat sollicitanten reageren op vacatures, maar bij kennismaking met het arbeidsbureau al horen dat zij niet geschikt zijn en daardoor opnieuw

een sollicitatie doen op basis van suggesties die de arbeidsbemiddelaar doet. Eveneens kan de verklaring zijn dat arbeidsbemiddelingsbureaus een eigen werkwijze hebben die niet voldoen aan de verwachting die een opdrachtgever of sollicitant heeft.

Zoals afgeleid van literatuur in de vorm van een propositie is dat elke fase in het wachten even belangrijk is. Hoewel hiervoor geen sluitende informatie is gevonden, zowel niet in de statistiek als ook niet in de focusgroepen, lijkt dit op basis van de gevonden informatie wel te kloppen. Wel blijkt binnen elke fase van het wachten door respondenten aangegeven te worden dat zij informatie willen ontvangen over verschillende zaken, naast andere zaken die de wachttijdbeleving positief of negatief kunnen beïnvloeden. In de twee focusgroep werd door alle deelnemers, zowel kandidaten als opdrachtgevers, aangegeven dat informatie over de service en over de wachttijd het belangrijkste voor hen is ten aanzien van de wachttijdbeleving. Een verklaring hiervoor is dat met deze informatie de verwachting van de wachttijdbeleving gemanaged kan worden en daarmee een inschatting kan worden gemaakt ten aanzien van de duur van het wachten en de beleving ervan.

Wachten in arbeidsbemiddeling

Wat verder opvalt in de analyse van de statistische resultaten en vanuit de interviews is dat in elke van de wachtfases informatie heel belangrijk wordt gevonden. Dit kan mogelijk verklaard worden door het belang dat men hecht aan een sollicitatie, zoals dit wordt aangegeven in de focusgroep interviews. Het hechten van belang van verkrijgen van informatie kan verklaard worden door de tijd waarover het proces zich verspreid. Doordat de kandidaten, recruiters en opdrachtgevers zich niet op dezelfde locatie bevindt gedurende het proces, en er niet inzichtelijk is welke acties precies worden ondernomen, kan informatie als heel belangrijk worden gezien, terwijl het precies bijhouden van de tijd ondergeschikt raakt hieraan. Het niet geïnformeerd zijn, leidt tot een negatieve wachttijdbeleving en deze negatieve beleving groeit, op basis van de ervaring uit de focusgroepen (2017), exponentieel. Dit kan worden verklaard doordat irritatie ontstaat bij het niet weten waar men aan toe is, waardoor het uitblijven van additionele van informatie voor extra irritatie zorgt. Deze irritatie wordt vergroot door het besef van het eerder ontbreken van informatie, waardoor de irritatie in korte tijd snel groter wordt. Dit kan verklaren waarom het managen van verwachtingen ten aanzien van de wachttijd essentieel kan zijn voor het realiseren van een positieve wachttijdbeleving.

Een bevinding uit het onderzoek is dat een rustige (wacht)ruimte in de service entree fase als positief gezien wordt, terwijl deze in de in-service fase als negatief wordt beoordeeld. Mogelijk heeft de kandidaat tijdens de in-service fase geen behoefte aan een rustige wachtruimte, omdat men dan juist wil ervaren hoe men zich beweegt in een ruimte, dus hoe de sollicitant zich gedraagt op de werklocatie en hoe de organisatiecultuur is. De ruimte waarin men wacht, kan hierin al een idee verschaffen op het moment dat hier anderen rondlopen. Terwijl tijdens de service entree fase, waarin men een sollicitatiebrief schrijft of een opdracht uitstuurt naar een bemiddelingsbureau, juist wil vertrouwen op de eigen rustige omgeving waarin zonder rumoer de juiste teksten geschreven kunnen worden.

Wat ook opvallend is dat de wachttijdevaluatie tijdens de service entree negatief beoordeeld wordt als er kosten worden gemaakt, terwijl het kosten maken tijdens de in-service fase juist een positief effect heeft. Dit zou kunnen verklaard worden doordat de service daadwerkelijk is aangevangen en de kosten als een noodzakelijk gevolg ervaren worden van een dienst die

men ondergaat. Sollicitanten zijn mogelijk bereid om kosten te maken in deze fase om bijvoorbeeld persoonlijk langs te gaan bij de arbeidsbemiddelaar of de toekomstige werkgever. Het persoonlijk kennismaken en solliciteren heeft namelijk een positieve invloed op de wachttijdbeleving, terwijl online kennismaken en solliciteren een negatieve invloed heeft op de wachttijdbeleving. Dit valt, zoals eerder gezegd, mogelijk te verklaren doordat men dan juist wil ervaren hoe men zich beweegt in een ruimte, dus hoe de sollicitant zich gedraagt op de werklocatie en hoe de organisatiecultuur is (focusgroepen, 2017). De literatuur zegt hier over dat perceived crowding, of waargenomen drukte door een menigte, wordt gezien als een sociale indringing binnen de elementen van de omgeving (Hui & Bateson, 1991). Perceived crowding is de perceptie van psychologische stress van een individu wanneer de ruimte beperkt is (Stokols, 1972). Zo kunnen consumenten het gevoel hebben dat hun privacy of persoonlijke ruimte wordt geschonden, wanneer ze zien of ervaren dat de omgeving druk is (Hui & Bateson, 1991). Door het kunnen zien van de ruimte, kan men dus zien of hun perceptie van de drukte en de omgeving past bij hun persoonlijke voorkeur. Dit zou ook verklaard kunnen worden doordat men de personen in de organisatie wil zien en elkaar persoonlijk zien minder afstandelijk voelt dan online elkaar ontmoeten, of andere redenen die uit later onderzoek naar voren kunnen komen.

Verschillen en overeenkomsten in offline en online wachten in arbeidsbemiddeling

De belangrijkste verschillen tussen online en offline wachten zijn: de (wacht)ruimte waarin men zich bevindt, de reactietijd die men verwacht en het bijhouden van de voortgang van het arbeidsbemiddelingsproces. De laatste twee verschillen kunnen mogelijk verklaard worden door de karakteristieken van het wereldwijde web en online zijn. Zo wordt het volgende gezegd: Generatie Einstein, ook wel de Google-generatie genoemd, dat zijn zij die na 1985 geboren zijn en opgegroeid zijn in de digitale informatiemaatschappij. Voor hen is het vanzelfsprekend om altijd online en bereikbaar te zijn (Marketingmed.nl, 2018). Doordat online zijn met zich meebrengt dat er altijd een reactie is, wordt met online solliciteren of online werven verwacht dat er meteen een bericht is dat je gezien bent. Geen reactie zou onzekerheid met zich mee kunnen brengen of de directe overdracht van informatie wel correct is verlopen.

Vanuit het oogpunt van de overeenkomsten, zou dit ook een verklaring kunnen zijn waarom ook online het verkrijgen van informatie en het managen van verwachtingen net zo belangrijk is als offline. Juist door de wijze waarop online communiceren werkt, wordt terugkoppeling verwacht en kan het uitblijven van deze informatie reden zijn om een slechte verwachting te hebben ten aanzien van toekomstige informatie, service- en dienstverlening.

5.3 Beperkingen van het onderzoek

Tijdens dit onderzoek zijn een aantal beperkingen naar voren gekomen. Allereerst de validiteitsbeperkingen, vervolgens beperkingen in het opstellen van de vragenlijsten en als laatste beperkingen in het uitvoeren van het onderzoek en de omvang grootte van het onderzoek.

De inhoudsvaliditeit lijkt gewaarborgd te zijn. Hoewel er niet volgens genormeerde procedures is gehandeld, werd literatuuronderzoek op basis van verschillende bronnen uitgevoerd, dat heeft geresulteerd in een beeld van wachttijdbeleving en daarbij een beeld

van de fasen van wachten in de arbeidsbemiddeling. De constructvaliditeit is in dit literatuuronderzoek niet voldoende adequaat gewaarborgd, doordat ook hier niet volgens genormeerde procedures is gehandeld. Tijdens het opstellen van de vragen in de vragenlijst, werden meerdere factoren binnen één vraag gebundeld, waardoor veel vragen meerdere begrippen tegelijkertijd proberen te meten. Hoewel ook de interne validiteit niet te kwalificeren valt, doordat geen genormeerde procedures gevolgd werd, lijkt de wijze waarop de vragen zijn opgeschreven er voor te zorgen dat de interne validiteit niet is gewaarborgd. De vragen en hun meetschaal (5 punts Likertschaal) lijken, hoewel een pre-test werd uitgevoerd, niet genoeg te zijn getest voorafgaand aan het onderzoek uitzetten in de praktijk, waardoor ook de statistische analyse bemoeilijkt werd. Er werd als terugkoppeling door de respondenten vaak gegeven dat zij de vragen niet goed begrepen. Door een meer extensieve pre-test had dit mogelijk voorkomen kunnen worden. Daarnaast werden kleine groepen gebruikt in de focusgroepen, wat niet altijd tot een diepgaande discussie leidde en mogelijk tot sociaal wenselijke antwoorden heeft geleid, of mogelijk meer de vorm van monoloog in plaats van dialoog aannam. Ten aanzien van de externe validiteit van dit onderzoek valt tenslotte op te merken dat, met oog op de interne validiteit, de resultaten van dit onderzoek weinig generaliseerbaar zijn.

Tijdens het analyseren van de antwoorden van de vragenlijsten werd geconstateerd dat veel vragen meerdere factoren tegelijkertijd meette, bijvoorbeeld cognitie en affectie. Veel stellingen rondom wachttijdbeleving op elkaar lijken. Dat kan verwarrend werken op de respondenten, die dan mogelijk stellingen te weinig bestuderen. Tijdens de afname van de vragenlijst bleek een van de respondenten op te merken dat de beschreven sollicitatieprocedure (Dorrepaal & Weima-Oberink, 2015) niet overeenkomst met de reële arbeidsbemiddelingssituatie. Mogelijk dat deze afwijking het voor de respondent niet altijd eenvoudig maakt om de vragenlijst in te vullen. Daarnaast werd er bij aanvang van het onderzoek in de vragenlijst van de kandidaten gesproken over de klant van het arbeidsbemiddelingsbureau. Meerdere respondenten gaven aan dat zij twijfels hadden wie daadwerkelijk de klant was van het arbeidsbemiddelingsbureau, de opdrachtgever of de kandidaat. Dit is na de 10 ingevulde vragenlijsten tijdens het onderzoek aangepast. Deze aanpassing leidt ertoe dat de antwoorden van de groepen voor en na de aanpassing, stellingen mogelijk anders beantwoord hebben. Tijdens het aanpassen van de vragenlijst, werd per ongeluk één item verwijderd, waardoor er een hoog aantal missing items was op dit item in de opgeleverde database met antwoorden. Ook werd er achteraf geconstateerd dat de 5 punt Likert schaal er voor zorgde dat te weinig variatie in antwoorden aanwezig was, waardoor de standaarddeviatie op het merendeel van de antwoorden erg laag was. Dit zorgde er bij statistische analyse voor dat er veel multicollineariteit aanwezig was. Ook gaf deze beperking veel problemen met betrekking tot de factoranalyse en het maken van schalen was zeer beperkt mogelijk, waardoor statistische analyse minder uitgebreid was dan vooraf bedacht was.

De respondentengroepen waren minimaal wat betreft omvang. Achteraf bleek dat minder dan 150 respondenten statistisch niet werkbaar is om met meerdere groepen te werken, en leiden tot weinig betrouwbare resultaten. Deze (onderscheiden) groepen dienen normaliter te bestaan uit elk ... respondenten. Hierdoor was met een response van ... opdrachtgever de vragenlijst onder opdrachtgevers uitgesloten van verdere statistische analyse. Om voldoende

spreiding te hebben ten aanzien van de factoranalyse is als vuistregel: 'N respondenten / 10 = aantal variabelen die in de factoranalyse ingevoerd kunnen worden. Dit betekent in geval van de kandidatenvragenlijst dat er $154/10 = 15,4$ items gebruikt kunnen worden in de factoranalyse. Daar er 61 items in de vragenlijst zijn, waren er bij lange na niet genoeg respondenten om uiteindelijk een betrouwbare analyse te maken.

5.4 Wetenschappelijke implicaties

Wachttijdbeleving in de arbeidsbemiddeling lijkt enigszins anders te verlopen dan zoals wachttijdbeleving in de literatuur werd gesteld. Zo is het verloop van de service verspreid over enkele weken waar de beschreven service in de literatuur altijd vrij direct is, denk bijvoorbeeld aan onderzoeken die zich richten op serviceverlening in een (fastfood) restaurant of het storten van geld op een bank. In een restaurant of een bank (Houston et al, 1998 en Demoulin & Djelassi, 2013) is de service binnen enkele minuten of uren verricht. Daarnaast hangt er mogelijk minder waarde aan de service, tegenover het vinden van een baan dat essentieel kan zijn voor het levensonderhoud van een persoon (focusgroep, 2018). Wat daarnaast anders is dan de gevonden beschreven literatuur, is dat de service in de arbeidsbemiddeling zich niet op een plek afspeelt, en daarbij zowel online als offline plaatsvindt. Zo is er een gedeelte waarbij de kandidaat op afstand een sollicitatie indient, en de opdrachtgever zijn opdracht aanlevert. Daarna is er een kennismaking met het arbeidsbureau, die op verschillende locaties plaats kan vinden. Vervolgens is er een sollicitatiegesprek bij de opdrachtgever, met een daaraan opvolgende terugkoppeling. Als laatste is er de afhandeling en opvolging van een afgewezen of aangenomen kandidaat. Dit geeft aanleiding dit in volgend onderzoek nader te onderzoeken.

De volgende aanbevelingen komen voort uit de conclusie en discussie van dit onderzoek.

- Allereerst is het zinvol ditzelfde onderzoek nogmaals uit te voeren, met enkele aanpassingen. Zo wordt gedacht worden aan een grotere onderzoeksgroep, zodat er minder problemen optreden met het aantal items ten aanzien van het aantal deelnemers.
- Daarnaast dient ook gekeken te worden naar de vragen die gesteld werden in het onderzoek. Deze dienen aangepast te worden zodat zij elk slechts één begrip meten. Hierdoor vertonen de vragen waarschijnlijk minder multicollineariteit en verloopt uiteindelijk de regressie analyse zodanig dat meer inzicht wordt verkregen welke factoren ertoe doen en welke niet. Daarbij kan ook gedacht worden om deelnemers aan het onderzoek te bevragen naar de beleving wachtruimte, ervaringen op de werkvloer en hoe groot zij het belang vinden van (het ervan van) organisatiecultuur.
- Als derde dient de Likertschaal van de meerkeuzevragen te worden opgeschaald van een 5 punt Likertschaal naar een 7 of 10 punt Likertschaal. Hierdoor is er meer kans dat er gespreid gescoord wordt. Hierdoor wordt het waarschijnlijker dat statistische analyse op meer punten significant resultaat vertoont.
- Ook dient een complete en samenhangende set vragen ontwikkeld te worden, waarin elke factor die de wachttijdbeleving mogelijk beïnvloed naar voren komt. Deze set vragen wordt in elke fase opnieuw gesteld, zodat er na te gaan is of de wachttijdbeleving in elke fase van de arbeidsbemiddeling een even grote rol speelt. Met deze vragen is dan ook een ANOVA analyse uit te voeren voor elke factor die de wachttijdbeleving beïnvloed in elke fase. Daarnaast dient een grotere groep

respondenten bevestigd te worden, waarbij het ook mogelijk is om bijvoorbeeld de analyse van alle vragen te maken alsook de vragenlijst onder opdrachtgevers met dusdanig veel reacties te krijgen, waardoor ook hiervan analyse mogelijk wordt gemaakt.

- Indien niet ervoor gekozen wordt om dit onderzoek eerst in een verbeterde en aangepaste versie uit te voeren, kan het zich richten op het aanpassen van de omgevingsfactoren en het nagaan of er daadwerkelijk verschil te zien is in de wachttijdbeleving. Er kan gedacht worden aan een onderzoek met een testgroep en een controlegroep, waarbij in de testgroep een omgevingsfactor, bijvoorbeeld het wel of niet maken van kosten, wordt aangepast. Daarna kan door middel van evaluatieformulieren nagegaan worden wat de verwachting was in de wachttijdbeleving en wat de daadwerkelijke wachttijdbeleving was.

5.5 Aanbevelingen voor de praktijk

Zoals in de paragraaf hiervoor wordt aangegeven, lijkt wachttijdbeleving in de arbeidsbemiddeling lijkt enigszins anders te verlopen dan zoals wachttijdbeleving in de literatuur werd gesteld. Doordat dit arbeidsbemiddelingsproces op meerdere locaties en over een lange tijd plaatsvindt, is het dus zaak om te kijken naar de zaken die voor de arbeidsbemiddelaar aan te passen zijn, waardoor zowel de kandidaat, de opdrachtgever als de arbeidsbemiddelaar de service en de wachttijdbeleving als goed beoordelen. Het lijkt op basis van de bevindingen in dit onderzoek daarom aan te raden de volgende punten te implementeren in de bedrijfsvoering.

1. Informeer de klant.

Geef regelmatig terugkoppeling aan de kandidaat en opdrachtgever van de status rondom een vacature, ook als er geen verandering is. Dit zorgt voor een gevoel van aandacht en vertrouwen. Het managen van verwachtingen is essentieel voor de wachttijdbeleving. Er komt naar voren uit het onderzoek dat negatieve gedachten en gevoelens overheersen en blijven lang hangen, vooral ten aanzien van het ervaren gebrek aan (voortgangs)informatie. Investeer in een systeem dat helpt in het verspreiden van informatie, of zorg ervoor dat werknemers de tijd en mogelijkheid hebben om de kandidaat en opdrachtgever met regelmaat van informatie te voorzien. Investeer in het ontwikkelen van kwaliteitsprocessen die hierin (nieuwe) werknemers ondersteunen.

2. Ken de klant.

Uit de focusgroepen komt naar voren dat de ene kandidaat of opdrachtgever het prettig vindt om zo veel mogelijk online af te handelen, terwijl de ander het juist prettig vindt om één op één zaken af te stemmen. Het is daarin de afweging tussen snel en/of efficiënt te werken of persoonlijk te werken. Het is aan te raden om te investeren in een persoonlijke kennismaking, waarin verwachtingen wederzijds besproken worden. Hierin kan uitgelegd worden op welke moment persoonlijk contact dan wel digitaal contact wordt onderhouden en op welke frequentie de kandidaat of opdrachtgever bericht mag verwachten.

3. Neem tijd voor persoonlijke ontmoetingen.

Veel kandidaten hechten waarde aan het zien van de persoon waar de komen te werken, het bedrijf en sfeer die daar heerst en veel opdrachtgevers halen veel van

hun informatie uit non-verbale communicatie, die het best in persoon te zien is (focusgroepen, 2018). Stem af met de opdrachtgever welke stappen de kandidaat in het sollicitatieproces kan verwachten, zodat de kandidaat weet op welk moment zij elkaar zullen ontmoeten - mits de kandidaat zo ver in het sollicitatieproces komt.

4. Wees persoonlijk in benadering en afspraken na.

Kandidaten en opdrachtgevers hebben, zoals naar voren komt in dit onderzoek, behoefte aan informatie. Zowel over het proces als over de verwachte wachttijd. Echter, zolang de informatie niet accuraat is en verwachting en/of beloftes hierin niet worden waargemaakt, zal de service-evaluatie, die bepalend is voor de wachttijd, nog steeds slecht worden beoordeeld.

Door na te gaan welke zaken de klant belangrijk vindt aan het begin van de service, kan zo goed mogelijk ingespeeld worden op deze behoeftes en kunnen informatie, verwachting en beloftes hierop afgestemd worden. Zorg ook hier voor afstemming wat de kandidaat en opdrachtgever kunnen en mogen verwachten. Investeer dus in manieren om afspraken te documenten en uit te voeren. Dit kan door middel van gestandaardiseerde kwaliteitsprocessen, maar ook door CRM systemen waarin herinneringen ingesteld kunnen worden wanneer een kandidaat of opdrachtgever bepaalde informatie verwacht.

Literatuurlijst

Agarwal, R., & Karahanna, E. (2000). Time Flies When You're Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs About Information Technology Usage. *MIS Quarterly*, 24(4), 665-694. doi:10.2307/3250951

Antonides, G., Verhoef, P.C., & van Aalst, M. (2002). Consumer Perception and Evaluation of Waiting Time: A Field Experiment. *Journal of Consumer Psychology*, 12(3), 193- 202. doi: 10.1207/S15327663JCP1203_02

Bae, G. & Kim, D.Y. (2014) The Effects of Offering Menu Information on Perceived Waiting Time. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(7), 746-767. doi: 10.1080/19368623.2014.879547

Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Phillips, L. W. (1991). Assessing Construct Validity in Organizational Research. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 421-458. Geraadpleegd van www.jstor.org

Baker, J., & Cameron, M. (1996). The effects of the service environment on affect and consumer perception of waiting time: An integrative review and research propositions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(4), 338-349. doi:ISSN: 0092-0703

Baker, J., Grewal, D., & Parasuraman, A. (1994). The influence of store environment on quality inferences and store image. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(4), 328-339. ISSN: 0092-0703

Baker, J., Parasuraman, A., Grewal, D., & Voss, G. B. (2002). The influence of multiple store environment cues on perceived merchandise value and patronage intentions. *Journal of Marketing*, 66(2), 120-141. ISSN: 0022-2429

Barnett, A., & Saponaro, A. (1985). Misapplications Reviews: The Parable of the Red Line. *Interfaces*, 15(2), 33-39. doi:0092-2102/85/1502/0033

Bergh, D. G. von. (2015). *Waiting Time Satisfaction in Multi-Stage Services: An Exploration Across and Within Industries*. Ede, Nederland: GVO drukkers & vormgevers B.V..

Best, J.B. (1999). *Cognitive Psychology*. Belmont, CA: Wadsworth.

Bielen, F., & Demoulin, N. (2007). Waiting Time Influence on the Satisfaction-Loyalty Relationship in Services. *Managing Service Quality*, 17(2), 174-193. doi: 10.1108/09604520710735182

Bivens, G. E., & Volkers, C. B. (1986). A Value-Added Approach to Household Production: The Special Case of Meal Preparation. *Journal of Consumer Research*, 13(2), 172-179. ISSN: 0093-5301

Breaugh, J. A. (2008). Employee recruitment: Current knowledge and important areas for future research. *Human Resource Management*, 18(3), 103-118. doi:10.1016/j.hrmr.2008.07.003

Cameron, M. A., Baker, J., Peterson, M., & Braunsberger, K. (2003). The effects of music, wait-length evaluation, and mood on a low-cost wait experience. *Journal of Business Research*, 56(6), 421-430. doi:10.1016/S0148-2963(01)00244-2

Chebat, J.C., & Filiaggi, A.J. (1993). The Impact of Waiting in Line on Consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 11(2), 35-40. doi: 10.1108/ 02652329310025938

Chebat, J.C., Genlinas-Chebat, C., Vaninsky, A., & Filiatrault, P. (1995). The Impact of Mood on Time Perception, Memorization, and Acceptance of Waiting. *Genetic, Social & General Psychology Monographs*, 121(4), 411-425.

Chien en Lin (2014). The Effects of the Service Environment on Perceived Waiting Time and Emotions. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries* 10 (1002). 319-328.

Chuo, H.Y., & Heywood, J.L. (2014). An Optimal Queuing Wait for Visitors' Most Favorite Ride at Theme Parks. *Advances in Hospitality and Leisure*, 10, 57-73. doi: 10.1108/S1745-354220140000010003

Cole, S.T.. (2005). Comparing mail and web-based survey distribution methods: Results of surveys to leisure travel retailers. *Journal of Travel Research*, 43(4), 422-430. doi: 10.1177/0047287505274655

Davis, M.M., & Heineke, J. (1998). How Disconfirmation, Perception and Actual Waiting Times Impact Customer Satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*, 9(1), 64-73. doi: 10.1108/09564239810199950

Demoulin, N. T. M., & Djelassi, S. (2013). Customer responses to waits for online banking service delivery. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(6), 442-460. doi:10.1108/09590551311330825

Dennis, A. R., and Taylor, N. J. (2006). Information Foraging on the Web: The Effects of 'Acceptable' Internet Delays on Multi-Page Information Search Behavior. *Decision Support Systems* 42(2) 810-824. doi:10.1016/j.dss.2005.05.032

Dickson, D., Ford, R.C., & Laval, B. (2005). Managing Real and Virtual Waits in Hospitality and Service Organizations. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(1), 52-68. doi: 10.1177/0010880404271560

Dorrepaal, I., & Weima-Oberink, M. (2015). *De wereld van arbeidsbemiddeling* (2e ed.). Bussum, Nederland: Coutinho.

Dubé, L., Schmitt, B.H., & Leclerc, F. (1991). Consumers' Affective Response to Delays at

Different Phases of a Service Delivery. *Journal of Applied Social Psychology*, 21(10), 810-820. doi: 10.1111/j.1559-1816.1991.tb00444.x

Dube-Rioux, L., Schmitt, B.H., & Leclerc, F. (1989). Consumers' Reactions to Waiting: When Delays Affect the Perception of Service Quality. *Advances in Consumer Research*, 16(1), 59-63.

Dunn, S. C., Seaker, R. F., & Waller, M. A. (1994). Latent variable in business logistics research: scale development and validation",. *Journal of Business Logistics*, 15(2), 145-173. Geraadpleegd van www.ebscohost.com

Durrande-Moreau, A. (1999). Waiting for Service: Ten Years of Empirical Research. *International Journal of Service Industry Management*, 10(2), 171-194. doi: 10.1108/09564239910264334

Feinberg, R.A., Widdows, R., & Steidle, R. (1996). Customer (Dis)Satisfaction and Delays: The Robust Negative Effects of Service Delays. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 9, 81-85.

Fullerton, G., & Taylor, S. (2015). Dissatisfaction and Violation: Two Distinct Consequences of the Wait Experience. *Journal of Service Theory and Practice*, 25(1), 31-50. doi: 10.1108/JSTP-10-2013-0237

Gupta, A., Su, B., & Walter, Z. (2004). An Empirical Study of Consumer Switching from Traditional to Electronic Channels: A Purchase-Decision Process Perspective. *International Journal of Electronic Commerce*, 8(3), 131-161. doi:1086-4415/2004

Haynes, P.J. (1990). Hating to Wait: Managing the Final Service Encounter. *Journal of Services Marketing*, 4(4), 20-26. doi: 10.1108/EUM0000000002522

Hensley, R.L., & Sulek, J. (2007). Customer Satisfaction with Waits in Multi-Stage Services. *Managing Service Quality*, 17(2), 152-173. doi: 10.1108/ 09604520710735173

Hornik, J. (1984). Subjective Vs. Objective Time Measures: A Note on the Perception of Time in Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 11(1), 615-618.

Houston, M. B., Bettencourt, L. A., & Wenger, S. (1998). The Relationship Between Waiting in a Service Queue and Evaluations of Service Quality: A Field Theory Perspective. *Psychology & Marketing*, 15(8), 735-753. doi:CCC 0742-6046/98/080735-19

Hui, M. K., & Bateson, J. E. G. (1991). Perceived Control and the Effects of Crowding and Consumer Choice on the Service Experience. *Journal of Consumer Research*, 18(2), 174-184. doi:10.1037/h003270

Hui, M. K., Dube, L., & Chebat, C. J. (1997). The impact of music on consumers' reactions to waiting for services. *Journal of Retailing*, 73(1), 87-104. doi:10.1016/S0022-4359(97)90016-6

Hui, M.K., Thakor, M.V., & Gill, R. (1998). The Effect of Delay Type and Service Stage on Consumers' Reactions to Waiting. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 469-480. doi: 10.1086/209522

Hui, M.K., & Zhou, L. (1996). How Does Waiting Duration Information Influence Customers' Reactions to Waiting for Services? *Journal of Applied Social Psychology*, 26(19), 1702-1717. doi: 10.1111/j.1559-1816.1996.tb00093.x

Human Resource Management. (2013). Recruitment goes virtual: Use web-based technology intelligently for best results in recruitment. *Human Resource Management International Digest*, 21(3), 19-21. doi:10.1108/09670731311318424

Human Resource Management. (2014). FiveTen Group speeds and hones global recruitment: Software helps consultants to spend more time with clients. *Human Resource Management International Digest*, 22(2), 8-10. doi:10.1108/HRMID-03-2014-0024

Janakiraman, N., Meyer, R. J., & Hoch, S. J. (2011). The Psychology of Decisions to Abandon Waits for Service. *Psychology & Marketing*, 48(6), 970-984. doi:10.1509/jmr.10.0382

Katz, K.L., Larson, B.M., & Larson, C.L. (1991). Perception for the Waiting-in-Line Blues: Entertain, Enlighten, and Engage. *Sloan Management Review*, 32(2), 44-53.

Kellaris, J., & Kent, R. J. (1991). Exploring tempo and modality effects on consumer responses to music. *Advances in Consumer Research*, 18(1), 243-248. ISSN: 0098-9258

Kostecki, M. (1996). Waiting Lines as a Marketing Issue. *European Management Journal*, 14(3), 295-303. doi: 10.1016/0263-2373(96)00009-6

Lee, Y., Chen, A. N. K., & Ilie, V. (2012). Can Online Wait Be Managed? The Effect Of Filler Interfaces And Presentation Modes On Perceived Waiting Time Online. *MIS Quarterly* 36(2), pp. 365-394.

Maister, D. H. (1985). The Psychology Of Waiting Lines. Geraadpleegd van <http://davidmaister.com/articles/the-psychology-of-waiting-lines/>

McGuire, K.A., Kimes, S.E., Lynn, M., Pullman, M.E., & Lloyd, R.C. (2010). A Framework for Evaluating the Customer Wait Experience. *Journal of Service Management*, 21(3), 269-290. doi: 10.1108/17575811080000436

Nah, F. F. (2004). A Study On Tolerable Waiting Time: How Long Are Web Users Willing to Wait? *Behaviour & Information Technology*, 23(3), 153-163. Geraadpleegd van web.a.ebscohost.com

Piaget, J. (1970). *Piaget's Theory*. In P. Mussen (Ed.), *Carmichael's Manual of Child Psychology* (pp. 703-732). New York: Wiley.

Pruyn, A., & Smidts, A. (1993). *Customers' Evaluation of Queues: Three Exploratory Studies*. In W.F. van Raaij & G. Bamossy (Eds.), *European Advances in Consumer Research* (Vol. 1, pp. 371-382). Provo, UT: Association of Consumer Research.

Pruyn, A., & Smidts, A. (1998). Effects of Waiting on the Satisfaction with the Service: Beyond Objective Time Measures. *International Journal of Research in Marketing*, 15(4), 321-334. doi: 10.1016/s0167-8116(98)00008-1

Rajala, A. K., & Hantula, D. A. (2000). Towards a Behavioral Ecology of Consumption: Delay-Reduction Effects on Foraging in a Simulated Internet Mall. *Managerial and Decision Economics*, 21(3/4), 145-158. Geraadpleegd van <http://www.jstor.org/stable/3108172>

Riel, A.C.R. van, Semeijn, J., Ribbink, D., & Bomert-Peters, Y. (2012). Waiting for Service at the Checkout: Negative Emotional Responses, Store Image and Overall Satisfaction. *Journal of Service Management*, 23(2), 144-169. doi: 10.1108/09564231211226097

Rolland, S., & Freeman, I. (2010). A new measure of e-service quality in France. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38(7), 497-517. doi:10.1108/09590551011052106

Rose, G. M., Meuter, M. L., & Curran, J. M. (2005). On-line Waiting: The Role of Download Time and Other Important Predictors on Attitude toward E-retailers. *Psychology & Marketing*, 22(2), 127-151. doi:10.1002/mar.20051

Rust, R.T., & Oliver, R.L. (1994). Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier. In R.T. Rust & R.L. Oliver (Eds.), *Service Quality: New Directions in Theory and Practice* (pp. 1-19). Thousand Oaks, CA: Sage.

Shaikh, S.B., Witting, M.D., Winters, M.E., Brodeur, M.N., & Jerrard, D.A. (2013). Support for a Waiting Room Time Tracker: A Survey of Patients Waiting in an Urban Ed. *The Journal of Emergency Medicine*, 44(1), 225-229. doi: 10.1016/j.jemermed. 2012.02.053

Stokols, D. (1972). On The Distinction Between Density And Crowding: Some Implications For Future Research. *Psychological Review*, 79(3), 275-277. doi:10.1037/h003270

Taylor, S. (1994). Waiting for service: the relationship between delays and evaluations of service. *Journal of Marketing*, 58(2), 56-69. ISSN: 0022-2429

Thompson, D. A., Yarnold, P. R., Williams, D. R., & Adams, S. L. (1996). Effects of Actual Waiting Time, Perceived Waiting Time, Information Delivery, and Expressive Quality on patient Satisfaction in the Emergency Department. *Annals of Emergency Medicine*, 28(6), 657-665. doi:10.1016/S0196-0644(96)70090-2

Tom, G., & Lucey, S. (1997). A Field Study Investigating the Effect of Waiting Time on Customer Satisfaction. *Journal of Psychology*, 131(6), 655-660. ISSN: 0022-3980

Wehner, M. C., Giardini, A., & Kabst, R. (2012). Graduates' Reactions To Recruitment Process Outsourcing: A Scenario Based Study. *Human Resource Management*, 51(4), 601-624. doi:10.1002/hrm.21490

Digitale bronnen

Budde, P., & Wansink, K. (2017, 24 maart). BuddeComm Intelligence Report - Key Global M2M and IoT Trends. Geraadpleegd op 09 juli, 2017, van <https://www.budde.com.au/Research/BuddeComm-Intelligence-Report-Key-Global-M2M-and-IoT-Trends>

Elwell, C. (1992). Online Services: Review, Trends, and Forecast. Geraadpleegd op 09 juli, 2017, van <https://www.eff.org/nl/effector/3/1>

Internet growth statistics. (2017, 01 maart). Geraadpleegd op 09 juli, 2017, van <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>

Daily Mail, Redactie. (2007, 09 augustus). Online shopping booming while high street dwindles. Geraadpleegd op 09 juli, 2017, van <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-474328/Online-shopping-booming-high-street-dwindles.html>

Gerritsen, Judy (2015, 02 juni) Altijd online, een overvol breid? Geraadpleegd p 09 januari 2017, van <https://marketingmed.nl/altijd-online-generatie-invloed-brein/>

Bijlagen

Bijlage 1 Survey professional

Vorm

Vorm	Gebruiken ja/nee
Categoriseringsvragen	nee
Ranken / ordeningsvragen	nee
Beoordelingsvragen (sterk mee eens tot sterk mee oneens)	ja
Kwantiteitsvragen (hoeveelheid)	ja
Matrixvragen (meerdere gelijksoortige vragen gelijktijdig beantwoorden)	ja
Open vragen	ja
Gesloten vragen	nee
Lijsten (aanvinken wat van toepassing is)	nee

Vraagsoort

Opinie vragen

Wat vind je?

Hoe voelt iemand over een iets of een situatie, of vinden ze het waar/niet waar.

Lengte

niet meer dan 4-6 pagina's, om volledig invullen te faciliteren - of niet langer dan 10 minuten invulduur.

Software

Google questionnaire software (gratis)

Introductie

Geachte heer, mevrouw,

Als student aan de Open Universiteit voer ik onderzoek uit naar wachttijdbeleving in de arbeidsbemiddeling, zowel hoe de professional dit ervaart als de opdrachtgever van een arbeidsbemiddelingsbureau. Met uw mening wil ik meer inzicht krijgen in de ervaring die u als professional heeft in het wachten en de kwaliteit van dienstverlening die u ervaart in de arbeidsbemiddeling. Bent u opdrachtgever van een arbeidsbemiddelingsbureau? Dan wil ik u vragen in plaats van deze vragenlijst, de volgende vragenlijst in te vullen:

<https://goo.gl/forms/ioqt8mtJjfafyaxB3>

De vragenlijst die ik hiervoor ontwikkeld heb, ligt voor u en kost ongeveer tien minuten om volledig in te vullen. Het gaat bij alle vragen en stelling om uw mening, er is dus geen goed of fout antwoord. Ik wil u vragen de vragenlijst zo eerlijk mogelijk in te vullen. De antwoorden zullen anoniem worden verwerkt. U heeft de mogelijkheid uw e-mail adres achter te laten, indien u de samenvatting van mijn onderzoek ter zijner tijd wilt ontvangen.

Elke nieuwe pagina van het onderzoek start met een kleine introductietekst om de vragen in een beter kader te plaatsen. Ik verzoek u vriendelijk deze tekst door te lezen voor u de vragen beantwoordt.

Graag wil ik u alvast hartelijk danken voor uw medewerking aan dit onderzoek.

Liset Vergouw
Student Open Universiteit

Begeleid door dr. P.W.T. Ghijsen

Onderzoeksvraag	Variabele(n) nodig	Detailniveau waarop data verzameld wordt
Introductie		
Wat is uw geslacht	Geslacht	Man of vrouw
Wat is uw leeftijd	Leeftijd van de deelnemer	open veld, beroepsbevolking tussen 20-65 jaar
Wachttijdbeleving aanvang service		
De aanvang van de service is het moment dat u een sollicitatiebrief stuurt naar een arbeidsbemiddelingsbureau.		
Ik lever mijn sollicitatie het liefst op de volgende wijze aan:	[Omgeving] Wijze van aanleveren [online] [offline]	Linear kolommen (1 minste voorkeur - 5 meeste voorkeur) - Uploaden op een website - Ik geef mijn sollicitatie het liefst persoonlijk af - Social Media (zoals Facebook of LinkedIn) - Per post - Per e-mail
Wanneer ik mijn sollicitatie alleen online kan inleveren, wil ik graag meteen weten of mijn sollicitatie is	[Objectief] bevestiging	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

ontvangen.	[Online]	
Ik hecht er waarde aan dat iemand mij telefonisch een ontvangstbevestiging geeft van mijn sollicitatie.	[Affectief] Waarde / emotie	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
	[Offline]	
Ik verwacht een reactie op mijn sollicitatie binnen ... werkdagen (Een reactie op een sollicitatie betekent in deze context dat het arbeidsbemiddelingsbureau contact opneemt om aan te geven of een sollicitatie in behandeling wordt genomen. Het gaat hier niet om een ontvangstbevestiging.)	[Objectief] wachtijd in werkdagen	- Direct - Binnen 1 werkdag - Binnen 2-3 werkdagen - Binnen 3-5 werkdagen - Meer dan 5 werkdagen
Ik vind het prettig als ik geïnformeerd word hoe lang ik moet wachten op een reactie op mijn sollicitatie.	[Cognitief] verwachting scheppen	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
<i>[NEGATIEF]</i> Ik vind wachten vervelend als ik niet weet hoe lang ik moet wachten op een reactie op mijn sollicitatie.	[Affectief] Emotie [Cognitief] Eerdere ervaring of op basis van verwachtingen, wachtijd als redelijk of niet redelijk (perceptie), duur van het wachten als kort of lang, controle op wachten	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
<i>[NEGATIEF]</i> Ik vind het vervelend om te wachten op een reactie op mijn sollicitatie, ook wanneer ik geïnformeerd ben hoe lang ik moet wachten.	[Affectief] Emotie [Cognitief] Eerdere ervaring of op basis van verwachtingen, wachtijd als redelijk of niet redelijk (perceptie), duur van het wachten als kort of lang, controle op wachten	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
Ik houd graag de voortgang van mijn sollicitatie online bij, bijvoorbeeld op een beschermde omgeving van een website of via e-mail.	[Objectief] Verwachting [online]	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
Geef hieronder aan hoe de volgende factoren het wachten tijdens aanvang	[Omgevingsfactoren]	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert) in kolommen

van de service beïnvloeden:

(De aanvang van de service is het moment dat u een sollicitatiebrief stuurt naar een arbeidsbemiddelingsbureau. U kijkt bij alle onderstaande situaties hoe deze uw wachttijdbeleving tijdens de aanvang worden beïnvloed.)

1. Ik vind het belangrijk geen kosten (telefoon- of parkeerkosten) te maken tijdens het wachten op een reactie op mijn sollicitatie.
2. Ik hoor graag muziek tijdens het wachten.
3. Ik vind het belangrijk dat er op de website een indicatiebalk zichtbaar is tijdens het laden van een pagina
4. Ik vind het belangrijk dat er wordt aangegeven wat de verwachte wachttijd is op reactie op mijn sollicitatie.
5. Ik vind het belangrijk dat de ruimte waarin ik wacht rustig is.
6. Ik vind het belangrijk dat de kleur van de ruimte waarin ik wacht rustig is.
7. Ik vind het belangrijk dat de website het mij gemakkelijk maakt te vinden wat ik zoek.

Wachttijdbeleving tijdens service

Deze fase start zodra het arbeidsbemiddelingsbureau met u in gesprek gaat over de in te vullen vacature.

Ik ga graag persoonlijk bij een arbeidsbemiddelingsbureau op gesprek om aan hen te vertellen wat mij een geschikte kandidaat maakt voor de functie.	[omgevingsfactoren] [offline]	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
---	--	--

Ik ga graag via Skype met een arbeidsbemiddelingsbureau in gesprek om te vertellen wat mij een geschikte kandidaat maakt voor de functie.	[omgevingsfactoren] [offline]	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
---	--	--

<i>[NEGATIEF]</i> Ik vind het vervelend wanneer ik niet word ingelicht door een arbeidsbemiddelingsbureau in het geval van vertraging in een sollicitatieprocedure.	[Affectief] Emoties: irritatie, verveling, onzeker, bezorgd [Cognitief] Eerdere ervaring of op basis van verwachtingen, wachttijd als redelijk of niet redelijk (perceptie), duur van het wachten als kort of lang, controle op wachten	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
---	--	--

Ik houd een sollicitatiegesprek met de opdrachtgever het liefst via elektronische communicatie, zoals Skype. De opdrachtgever is de organisatie waar het daadwerkelijke werk plaats zal vinden.	[Omgeving] contact met medewerkers	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
--	--	--

Ik houd een sollicitatiegesprek met de opdrachtgever het liefst in een één op	[Omgeving] contact met medewerkers	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
---	---	--

één gesprek met opdrachtgever.

Geef hieronder aan hoe de volgende factoren het wachten tijdens de service beïnvloeden:

Let op: deze vraag is niet gelijk aan de vorige sectie, want het gaat over een andere fase. Deze 'in-service' fase start zodra het arbeidsbemiddelingsbureau met u in gesprek gaat over de in te vullen vacature. U kijkt bij alle onderstaande situaties hoe deze uw wachttijdbeleving tijdens het verloop van het arbeidsbemiddelingsproces worden beïnvloed.

[Omgevingsfactoren]

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert) in kolommen

1. Ik vind het belangrijk geen kosten (telefoon- of parkeerkosten) te maken tijdens het wachten op een reactie op mijn sollicitatie.
 2. Ik hoor graag muziek tijdens het wachten.
 3. Ik vind het belangrijk dat er op de website een indicatiebalk zichtbaar is tijdens het laden van een pagina
 4. Ik vind het belangrijk dat er wordt aangegeven wat de verwachte wachttijd is op reactie op mijn sollicitatie.
 5. Ik vind het belangrijk dat de ruimte waarin ik wacht rustig is.
 6. Ik vind het belangrijk dat de kleur van de ruimte waarin ik wacht rustig is.
 7. Ik vind het belangrijk dat de website het mij gemakkelijk maakt te vinden wat ik zoek.
-

Wachttijdbeleving aan het eind van de service

Dit is de fase waarin de service eindigt is, start op het moment dat u hoort dat u aangenomen bent bij de opdrachtgever en u alleen nog administratieve zaken zoals het tekenen van het contract hoeft te regelen.

Dit kan ook het moment zijn dat u hoort dat u niet geschikt bent bevonden voor de functie.

Indien een arbeidsbemiddelingsbureau mij niet geschikt acht voor de functie, dan hoor ik dat graag meteen na het gesprek met het arbeidsbemiddelingsbureau.

[Objectief]
te meten wachttijd
(geen wachttijd)

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

Wanneer ik mijn contract teken, doe ik dat het liefst op het kantoor van het arbeidsbemiddelingsbureau.

[Omgeving]
contact met medewerkers,
informatie over wachten
[offline]

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

Wanneer ik mijn contract teken, doe ik dat het liefst door het contract thuis te ondertekenen en naar het arbeidsbemiddelingsbureau te e-mailen.

[Omgeving]
[online]

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

[NEGATIEF] Ik zie op tegen de administratieve afhandeling, zoals het tekenen van het contract en opgeven van financiële gegevens.

[Cognitief]
Eerdere ervaring of op basis van verwachtingen
[Affectief]
Emoties: irritatie, verveling, onzeker, bezorgd

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

Ik vind het belangrijk dat de administratieve afhandeling zo min

[Subjectief]
lange wachttijd

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

mogelijk van mijn tijd in neemt.	minder geaccepteerd en redelijk dan korte wachttijd	
Wanneer ik niet geschikt word geacht voor de functie, hoor ik dit graag via elektronische communicatie zoals e-mail of sms.	[Omgevingsfactoren] [online]	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
Wanneer ik niet geschikt word geacht voor de functie, hoor ik dit graag via een-op-een gesprek. Hier investeer ik graag (reis)tijd in.	[Omgeving] de kosten (geld, andere waardevolle activiteit), contact met medewerkers, [offline]	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
Geef hieronder aan hoe de volgende factoren het wachten aan het eind van de service beïnvloeden: Let op: deze vraag is niet gelijk aan de vorige sectie, want het gaat over een andere fase. Dit is de fase waarin de service eindig is, start op het moment dat u hoort dat u aangenomen bent bij de opdrachtgever en u alleen nog administratieve zaken zoals het tekenen van het contract hoeft te regelen. Dit kan ook het moment zijn dat u hoort dat u niet geschikt bent bevonden voor de functie. U kijkt bij alle onderstaande situaties hoe deze uw wachttijdbeleving tijdens het beëindigen van service worden beïnvloed.	[Omgevingsfactoren]	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert) in kolommen 1. Ik vind het belangrijk geen kosten (telefoon- of parkeerkosten) te maken tijdens het wachten op een reactie op mijn sollicitatie. 2. Ik hoor graag muziek tijdens het wachten. 3. Ik vind het belangrijk dat er op de website een indicatiebalk zichtbaar is tijdens het laden van een pagina 4. Ik vind het belangrijk dat er wordt aangegeven wat de verwachte wachttijd is op reactie op mijn sollicitatie. 5. Ik vind het belangrijk dat de ruimte waarin ik wacht rustig is. 6. Ik vind het belangrijk dat de kleur van de ruimte waarin ik wacht rustig is. 7. Ik vind het belangrijk dat de website het mij gemakkelijk maakt te vinden wat ik zoek.

Service-evaluatie

De service-evaluatie vindt plaats wanneer de service is afgerond. De arbeidsbemiddeling heeft plaatsgevonden en er is ofwel kenbaar gemaakt dat u niet geselecteerd bent op de functie of u bent aangenomen en de contacten zijn getekend. Dit is het moment waarop u uw eindoordeel over de gehele service, van aanvang tot afronding, beoordeeld.

Geef hieronder aan hoe de volgende factoren uw evaluatie over het arbeidsbemiddelingsbureau beïnvloeden:	[omgevingsfactoren] - Tangibles	1. Het arbeidsbemiddelingsbureau maakt gebruik van moderne technieken 2. Het arbeidsbemiddelingsbureau maakt gebruik van visueel aantrekkelijke faciliteiten 3. Het personeel van het arbeidsbemiddelingsbureau is netjes en verzorgd gekleed. 4. De hulpmiddelen, zoals een online account, die het arbeidsbemiddelingsbureau gebruikt, zijn aantrekkelijk.
	[Cognitief] - Betrouwbaarheid	5. De dienst wordt geleverd zoals beloofd is door het arbeidsbemiddelingsbureau 6. Klachten en problemen worden opgelost door het arbeidsbemiddelingsbureau 7. Het arbeidsbureau levert de service in één keer goed.

-
8. De arbeidsbemiddeling vindt plaats op binnen het afgesproken tijds kader.
9. Het arbeidsbemiddelingsbureau maakt geen fouten.

[Subjectief]
- Responsiviteit

10. Het arbeidsbemiddelingsbureau houdt sollicitanten op de hoogte wanneer de service wordt geleverd.
11. Het arbeidsbemiddelingsbureau voert werkzaamheden direct uit.
12. Het arbeidsbemiddelingsbureau is bereid om te helpen.
13. Het arbeidsbemiddelingsbureau beantwoordt vragen waar mogelijk.

[Cognitief]
- Vertrouwen

14. Het arbeidsbemiddelingsbureau zorgt voor vertrouwen bij de sollicitant
15. Het arbeidsbemiddelingsbureau zorgt voor een veilige en vertrouwde omgeving
16. Het arbeidsbemiddelingsbureau behandelt de sollicitant met hoffelijkheid.
17. Het arbeidsbemiddelingsbureau heeft de kennis en kunde om vragen te beantwoorden.

[Affectief]
- Empatie

18. Het arbeidsbemiddelingsbureau geeft de klant individuele aandacht.
19. Het arbeidsbemiddelingsbureau handelt met zorg.
20. Het arbeidsbemiddelingsbureau handelt in het belang van de sollicitant.
21. Het arbeidsbemiddelingsbureau begrijpt de behoefte van de sollicitant.
22. Het arbeidsbemiddelingsbureau heeft handige openingstijden..

Afsluitend

De vragenlijst is afgelopen. Ik dank u hartelijk voor de genomen tijd en moeite.

Heeft u nog informatie die u niet kwijt kon of opmerkingen ten aanzien van de vragenlijst? Indien u vragen heeft, laat u dan uw e-mailadres achter zodat ik uw vraag kan beantwoorden.

[Overig]
Aanvullende informatie

Open veld

Wilt u een samenvatting van mijn onderzoek ontvangen? Vul dan hieronder uw e-mailadres in. Uw e-mailadres wordt alleen voor dit doeleinde gebruikt en na verzending verwijderd uit de database.

[Overig]
Aanvullende informatie

Open veld

Bijlage 2 Survey opdrachtgever

Vorm

Vorm	Gebruiken ja/nee
Categoriseringsvragen	nee
Ranken / ordeningsvragen	nee
Beoordelingsvragen (sterk mee eens tot sterk mee oneens)	ja
Kwantiteitsvragen (hoeveelheid)	ja
Matrixvragen (meerdere gelijksoortige vragen gelijktijdig beantwoorden)	ja
Open vragen	ja
Gesloten vragen	nee
Lijsten (aanvinken wat van toepassing is)	nee

Vraagsoort

Opinie vragen

Wat vind je?

Hoe voelt iemand over een iets of een situatie, of vinden ze het waar/niet waar.

Lengte

niet meer dan 4-6 pagina's, om volledig invullen te faciliteren - of niet langer dan 10 minuten invulduur.

Software

Google questionnaire software (gratis)

Introductie

Geachte heer, mevrouw,

Als student aan de Open Universiteit voer ik onderzoek uit naar wachttijdbeleving in de arbeidsbemiddeling, zowel hoe de professional dit ervaart als de opdrachtgever van een arbeidsbemiddelingsbureau. Met uw mening wil ik meer inzicht krijgen in de ervaring die u als professional heeft in het wachten en de kwaliteit van dienstverlening die u ervaart in de arbeidsbemiddeling. Bent u een professional die ervaring heeft met het solliciteren bij een arbeidsbemiddelingsbureau? Dan wil ik u vragen in plaats van deze vragenlijst, de volgende vragenlijst in te vullen: <https://goo.gl/forms/Rf0ZTLYv9kkTsOmH3>

De vragenlijst die ik hiervoor ontwikkeld heb, ligt voor u en kost ongeveer tien minuten om volledig in te vullen. Het gaat bij alle vragen en stelling om uw mening, er is dus geen goed of fout antwoord. Ik wil u vragen de vragenlijst zo eerlijk mogelijk in te vullen. De antwoorden zullen anoniem worden verwerkt. U heeft de mogelijkheid uw e-mail adres achter te laten, indien u de samenvatting van mijn onderzoek ter zijner tijd wilt ontvangen.

Elke nieuwe pagina van het onderzoek start met een kleine introductietekst om de vragen in een beter kader te plaatsen. Ik verzoek u vriendelijk deze tekst door te lezen voor u de vragen beantwoordt.

Graag wil ik u alvast hartelijk danken voor uw medewerking aan dit onderzoek.

Liset Vergouw
Student Open Universiteit

Begeleid door dr. P.W.T. Ghijsen

Onderzoeksvraag	Variabele(n) nodig	Detailniveau waarop data verzameld wordt
Introductie		
Wat is uw geslacht	Geslacht	Man of vrouw
Wat is uw leeftijd	Leeftijd van de deelnemer	open veld, beroepsbevolking tussen 20-65 jaar
Wachttijdbeleving aanvang service		
De aanvang van de service is het moment dat u een aanvraag uitstuurt naar een arbeidsbemiddelingsbureau om hen de vacature te laten invullen..		
Ik lever mijn aanvraag het liefst op de volgende wijze aan:	[Omgeving] Wijze van aanleveren [online] [offline]	Linear kolommen (1 minste voorkeur - 5 meeste voorkeur) - Uploaden op een website - Ik geef mijn aanvraag het liefst persoonlijk af - Social Media (zoals Facebook of LinkedIn) - Per post - Per e-mail
Wanneer ik mijn aanvraag alleen online kan inleveren, wil ik graag meteen weten of mijn sollicitatie is ontvangen.	[Objectief] bevestiging [Online]	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

Ik hecht er waarde aan dat iemand mij telefonisch een ontvangstbevestiging geeft van mijn aanvraag.	[Affectief] Waarde / emotie [Offline]	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
Ik verwacht een reactie op mijn aanvraag binnen ... werkdag(en) (Een reactie op een aanvraag betekent in deze context dat het arbeidsbemiddelingsbureau contact opneemt om aan te geven of een aanvraag in behandeling wordt genomen. Het gaat hier niet om een ontvangstbevestiging.)	[Objectief] wachttijd in werkdagen	- Direct - Binnen 1 werkdag - Binnen 2-3 werkdagen - Binnen 3-5 werkdagen - Meer dan 5 werkdagen
Ik vind het prettig als ik geïnformeerd word hoe lang ik moet wachten op een reactie op mijn aanvraag.	[Cognitief] verwachting scheppen	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
<i>[NEGATIEF]</i> Ik vind wachten vervelend als ik niet weet hoe lang ik moet wachten op een reactie op mijn aanvraag.	[Affectief] Emotie [Cognitief] Eerdere ervaring of op basis van verwachtingen, wachttijd als redelijk of niet redelijk (perceptie), duur van het wachten als kort of lang, controle op wachten	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
<i>[NEGATIEF]</i> Ik vind het vervelend om te wachten op een reactie op mijn aanvraag ook wanneer ik geïnformeerd ben hoe lang ik moet wachten.	[Affectief] Emotie [Cognitief] Eerdere ervaring of op basis van verwachtingen, wachttijd als redelijk of niet redelijk (perceptie), duur van het wachten als kort of lang, controle op wachten	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
Ik houd graag de voortgang van mijn aanvraag online bij, bijvoorbeeld op een beschermde omgeving van een website of via e-mail.	[Objectief] Verwachting [online]	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)
Geef hieronder aan hoe de volgende factoren het wachten tijdens aanvang van de service beïnvloeden: (De aanvang van de service is het moment dat u een aanvraag uitstuurt naar een	[Omgevingsfactoren]	Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert) in kolommen 1. Ik vind het belangrijk geen kosten (telefoon- of parkeerkosten) te maken tijdens het wachten op een reactie.

arbeidsbemiddelingsbureau om hen de vacature te laten invullen. U kijkt bij alle onderstaande situaties hoe deze uw wachttijdbeleving tijdens de fase beïnvloeden..)

2. Ik hoor graag muziek tijdens het wachten.
3. Ik vind het belangrijk dat er op de website een indicatiebalk zichtbaar is tijdens het laden van een pagina
4. Ik vind het belangrijk dat er wordt aangegeven wat de verwachte wachttijd is op een reactie.
5. Ik vind het belangrijk dat de ruimte waarin ik wacht rustig is.
6. Ik vind het belangrijk dat de kleur van de ruimte waarin ik wacht rustig is.
7. Ik vind het belangrijk dat de website het mij gemakkelijk maakt te vinden wat ik zoek.

Wachttijdbeleving tijdens service

Deze fase start zodra het arbeidsbemiddelingsbureau met uw aanvraag heeft ontvangen en met u in gesprek gaat over de in te vullen vacature.

Ik ga graag persoonlijk met een arbeidsbemiddelingsbureau in gesprek om aan het te vertellen hoe ik een geschikte kandidaat voor de functie voor me zie.

[omgevingsfactoren]
[offline]

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

Ik ga graag via de telefoon of Skype met een arbeidsbemiddelingsbureau om te vertellen hoe ik een geschikte kandidaat voor de functie voor me zie.

[omgevingsfactoren]
[offline]

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

[NEGATIEF] Ik vind het vervelend wanneer ik niet word ingelicht door een arbeidsbemiddelingsbureau in het geval van vertraging in een sollicitatieprocedure.

[Affectief]
Emoties: irritatie, verveling, onzeker, bezorgd
[Cognitief]
Eerdere ervaring of op basis van verwachtingen, wachttijd als redelijk of niet redelijk (perceptie), duur van het wachten als kort of lang, controle op wachten

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

Ik houd graag de voortgang van mijn opdracht rondom de openstaande vacature online bij, zoals via e-mail of via een recruitmentsysteem.

[omgeving]
[offline]

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

Ik houd graag de voortgang van mijn opdracht rondom de openstaande vacature via persoonlijk contact bij, zoals via de telefoon.

[omgeving]
[online]

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

Indien een

[objectief]

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

<p>arbeidsbemiddelingsbureau een kandidaat geschikt acht voor de functie, dan hoor ik dat graag direct.</p>		
<p>Indien een arbeidsbemiddelingsbureau met meerdere kandidaten in gesprek is die zij geschikt acht, vind ik het niet erg om te wachten op hun advies als ik daarmee meerdere kandidaten tegelijkertijd aangeboden krijg.</p>	<p>[cognitief] verwachting</p>	<p>Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)</p>
<p>Wanneer het arbeidsbemiddelingsbureau geen kandidaten geschikt acht voor de functie, hoor ik dit graag via een-op-een gesprek. Hier investeer ik graag tijd in.</p>	<p>[Omgeving]</p>	<p>Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)</p>
<p>Ik houd een sollicitatiegesprek met de kandidaat het liefst via elektronische communicatie, zoals Skype. De kandidaat is diegene die door het arbeidsbemiddelingsbureau wordt voorgedragen.</p>	<p>[Omgeving] contact met medewerkers</p>	<p>Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)</p>
<p>Ik houd een sollicitatiegesprek met de kandidaat het liefst in een één op één gesprek bij mij op locatie.</p>	<p>[Omgeving] contact met medewerkers</p>	<p>Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)</p>
<p>Wanneer ik het arbeidscontract van de kandidaat onderteken, doe ik dat het liefst door de kandidaat het contract bij mij op het kantoor te laten ondertekenen.</p>	<p>[Omgeving] contact met medewerkers, informatie over wachten [offline]</p>	<p>Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)</p>
<p>Ik vind het belangrijk dat de administratieve afhandeling zo min mogelijk van mijn tijd in neemt.</p>	<p>[Subjectief]</p>	<p>Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)</p>
<p>Wanneer ik het arbeidscontract van de kandidaat onderteken, doe ik dat het door liefst door het contract op mijn locatie te ondertekenen en naar de kandidaat te e-mailen ter ondertekening.</p>	<p>[Omgeving] [online]</p>	<p>Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)</p>
<p>Geef hieronder aan hoe de volgende factoren het wachten tijdens de service beïnvloeden: Let op: deze vraag is niet gelijk aan de vorige sectie, want het gaat over een</p>	<p>[Omgevingsfactoren]</p>	<p>Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert) in kolommen 1. Ik vind het belangrijk geen kosten (telefoon- of parkeerkosten) te maken tijdens het wachten op een reactie.</p>

andere fase. Deze fase start zodra het arbeidsbemiddelingsbureau met uw aanvraag heeft ontvangen en met u in gesprek gaat over de in te vullen vacature. U kijkt bij alle onderstaande situaties hoe deze uw wachttijdbeleving tijdens de fase beïnvloeden.

2. Ik hoor graag muziek tijdens het wachten.
3. Ik vind het belangrijk dat er op de website een indicatiebalk zichtbaar is tijdens het laden van een pagina
4. Ik vind het belangrijk dat er wordt aangegeven wat de verwachte wachttijd is op een reactie.
5. Ik vind het belangrijk dat de ruimte waarin ik wacht rustig is.
6. Ik vind het belangrijk dat de kleur van de ruimte waarin ik wacht rustig is.
7. Ik vind het belangrijk dat de website het mij gemakkelijk maakt te vinden wat ik zoek.

Wachttijdbeleving aan het eind van de service

Dit is de fase waarin de service eindig is, start op het moment dat u hoort dat u aangenomen bent bij de opdrachtgever en u alleen nog administratieve zaken zoals het tekenen van het contract hoeft te regelen.

Dit kan ook het moment zijn dat u hoort dat u niet geschikt bent bevonden voor de functie.

[NEGATIEF] Ik zie op tegen de administratieve afhandeling, zoals het afhandelen van facturen vanuit de arbeidsbemiddelaar.

[Cognitief]
Eerdere ervaring of op basis van verwachtingen
[Affectief]
Emoties: irritatie, verveling, onzeker, bezorgd

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

Wanneer er geen match gemaakt kon worden ten behoeve van mijn aanvraag, hoor ik graag een toelichting via elektronische communicatie zoals e-mail of sms.

[Omgevingsfactoren]
] [online]

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

Wanneer er geen match gemaakt kon worden ten behoeve van mijn aanvraag, heb ik graag dat het arbeidsbemiddelingsbureau bij mij langs komt om dit in een één-op-één gesprek toe te lichten.

[Omgeving] de kosten (geld, andere waardevolle activiteit), contact met medewerkers,
[offline]

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert)

Geef hieronder aan hoe de volgende factoren het wachten aan het eind van de service beïnvloeden:

Let op: deze vraag is niet gelijk aan de vorige sectie, want het gaat over een andere fase. De fase waarin de service eindig is, start het moment dat u een professional heeft aangenomen voor uw organisatie en u start met de evaluatie van de service. U beoordeelt het bureau en bepaalt of u bij een volgende vacature het bureau opnieuw inschakelt. U kijkt bij alle onderstaande situaties hoe deze uw wachttijdbeleving tijdens de fase beïnvloeden.

[Omgevingsfactoren]
]

Helemaal mee oneens - helemaal mee eens (5 punts Likert) in kolommen

1. Ik vind het belangrijk geen kosten (telefoon- of parkeerkosten) te maken tijdens het wachten op een reactie.
2. Ik hoor graag muziek tijdens het wachten.
3. Ik vind het belangrijk dat er op de website een indicatiebalk zichtbaar is tijdens het laden van een pagina
4. Ik vind het belangrijk dat er wordt aangegeven wat de verwachte wachttijd is op een reactie.
5. Ik vind het belangrijk dat de ruimte waarin ik wacht rustig is.
6. Ik vind het belangrijk dat de kleur van de ruimte waarin ik wacht rustig is.
7. Ik vind het belangrijk dat de website het mij gemakkelijk

Service-evaluatie

De service-evaluatie vindt plaats wanneer de service is afgerond. De arbeidsbemiddeling heeft plaatsgevonden en er is ofwel kenbaar gemaakt vanuit het arbeidsbemiddelingsbureau dat er geen geschikte kandidaten voor de functie beschikbaar zijn of u heeft een kandidaat aangenomen en de contacten zijn getekend. Dit is het moment waarop u uw eendoordeel over de gehele service, van aanvang tot afronding, beoordeeld.

Geef hieronder aan hoe de volgende factoren uw evaluatie over het arbeidsbemiddelingsbureau beïnvloeden:

[Omgevingsfactoren]
- Tangibles

1. Het arbeidsbemiddelingsbureau maakt gebruik van moderne technieken
2. Het arbeidsbemiddelingsbureau maakt gebruik van visueel aantrekkelijke faciliteiten
3. Het personeel van het arbeidsbemiddelingsbureau is netjes en verzorgd gekleed.
4. De hulpmiddelen, zoals een online account, die het arbeidsbemiddelingsbureau gebruikt, zijn aantrekkelijk.

[Cognitief]
- Betrouwbaarheid

5. De dienst wordt geleverd zoals beloofd is door het arbeidsbemiddelingsbureau
6. Klachten en problemen worden opgelost door het arbeidsbemiddelingsbureau
7. Het arbeidsbureau levert de service in één keer goed.
8. De arbeidsbemiddeling vindt plaats op binnen het afgesproken tijds kader.
9. Het arbeidsbemiddelingsbureau maakt geen fouten.

[Subjectief]
- Responsiviteit

10. Het arbeidsbemiddelingsbureau houdt klanten op de hoogte wanneer de service wordt geleverd.
11. Het arbeidsbemiddelingsbureau voert werkzaamheden direct uit.
12. Het arbeidsbemiddelingsbureau is bereid om te helpen.
13. Het arbeidsbemiddelingsbureau beantwoordt vragen waar mogelijk.

[Cognitief]
- Vertrouwen

14. Het arbeidsbemiddelingsbureau zorgt voor vertrouwen bij de klant.
15. Het arbeidsbemiddelingsbureau zorgt voor een veilige en vertrouwde omgeving
16. Het arbeidsbemiddelingsbureau behandelt de klant met hoffelijkheid.
17. Het arbeidsbemiddelingsbureau heeft de kennis en kunde om vragen te beantwoorden.

[Affectief]
- Empatie

18. Het arbeidsbemiddelingsbureau geeft de klant individuele aandacht.
19. Het arbeidsbemiddelingsbureau handelt met zorg.
20. Het arbeidsbemiddelingsbureau handelt in het belang van de klant.
21. Het arbeidsbemiddelingsbureau begrijpt de behoefte van de klant.
22. Het arbeidsbemiddelingsbureau heeft handige openingstijden..

Afsluitend

De vragenlijst is afgelopen. Ik dank u hartelijk voor de genomen tijd en moeite.

Heeft u nog informatie die u niet kwijt kon of opmerkingen ten aanzien van de vragenlijst? Indien u vragen heeft, laat u dan uw e-mailadres achter zodat ik uw vraag kan beantwoorden.

[Overig]
Aanvullende informatie

Open veld

Wilt u een samenvatting van mijn onderzoek ontvangen? Vul dan hieronder uw e-mailadres in. Uw e-mailadres wordt alleen voor dit doeleinde gebruikt en na verzending verwijderd uit de database.

[Overig]
Aanvullende informatie

Open veld

Bijlage 3 Overzicht items meervoudige regressie

Een schematisch overzicht van de items die in de multiple regressie meegenomen werden in analyse, hun factor, label en vraag in de survey, doordat zij significante meetwaarden hadden.

Fase entree (ent-items)			
8	omg	geen kosten	Ik vind het belangrijk geen kosten (telefoon- of parkeerkosten) te maken tijdens het wachten op een reactie op mijn sollicitatie.
12	omg	rustige ruimte	Ik vind het belangrijk dat de ruimte waarin ik wacht rustig is.
Fase In service (ins items)			
1	cog af	persoonlijke kennismaking	Ik ga graag persoonlijk bij een arbeidsbemiddelingsbureau op gesprek om aan hen te vertellen wat mij een geschikte kandidaat maakt voor de functie.
4	cog af	sollicitatie skype	Ik houd een sollicitatiegesprek met de opdrachtgever het liefst via elektronische communicatie, zoals Skype.
5	cog af	persoonlijke sollicitatie	Ik houd een sollicitatiegesprek met de opdrachtgever het liefst in een één op één gesprek met opdrachtgever.
6	omg	geen kosten	Ik vind het belangrijk geen kosten (telefoon- of parkeerkosten) te maken
10	omg	rustige ruimte	Ik vind het belangrijk dat de ruimte waarin ik wacht rustig is.
Fase exit (ex-items)			
1	cog af	informatie niet geschikt	Indien een arbeidsbemiddelingsbureau mij niet geschikt acht voor de functie, dan hoor ik dat graag meteen na het gesprek met het arbeidsbemiddelingsbureau.
2	obj	contract tekenen persoonlijk	Wanneer ik mijn contract teken, doe ik dat het liefst op het kantoor van het arbeidsbemiddelingsbureau.
11	omg	verwachte wachttijd	Ik vind het belangrijk dat er wordt aangegeven wat de verwachte wachttijd is op het afhandelen van mijn administratieve gegevens na de sollicitatie.