

サービス組織における現場従業員のクリエイティビティが 顧客満足に与える影響～類似性に着目して～

代表研究者 藤井 誠
神奈川大学 経済学部 准教授

共同研究者 関 隆教
広島経済大学 メディアビジネス学部 助教

研究要旨

本研究では、(1) どのような状況において現場従業員のクリエイティビティは顧客満足に負の影響を与えるのか。(2) 現場従業員のクリエイティビティが顧客満足に与える負の影響はどのような要因によって緩和されるのだろうか、という研究課題を設定し、初回利用の状況に着目し、知覚された類似性概念の調整効果を検証すべく、調査会社のモニターを対象に質問紙実験を行った。本研究の実験デザインは、クリエイティビティ（高／低）×知覚された類似性（高／低）の2要因参加者間計画であった。分析の結果、初回利用の場合、サービス組織の現場従業員のクリエイティビティは顧客満足に負の影響を与えること、知覚された類似性は初回利用時におけるサービス組織の現場従業員のクリエイティビティと顧客満足との負の関係に影響を与えないことが明らかとなった。本研究では、クリエイティビティに伴うリスクは初回利用の場合に強く影響すると考え、初回利用の状況に焦点を当て、クリエイティビティとCSの関係について検証した。しかしながら、継続利用の場合、顧客との関係性や信頼が形成されることで、FLEsは顧客の問題に対して創造的な解決策を創造し、CSを高めることができると考えられる。そのため、今後は、初回利用／継続利用の状況の違いがクリエイティビティとCSの関係にどのような影響を与えるのかを検証する予定である。
