

Messages

Time	Message	Likes
11 Mar 2018 17:11:58 JST	<p>松井先生のいうインターナル・マーケティングとエクスターナル・マーケティングの分類は、サービス・マーケティング研究が進展するうえで採りあげられる議論との指摘であり、それそのものは妥当だと感じますが、北米型のサービス・マーケティング研究は従業員満足、顧客満足へと議論が進展し、両者を統合するものとしてサービス・プロフィット・チェーンの登場へと議論が進みます。他方、ノルディック学派の研究は、こうした意図を持たず、議論に違いが生じていきます。</p> <p>さて、松井先生はこれら分類をどのように整理していらっしゃいますか？</p>	0
11 Mar 2018 17:49:03 JST	<p>(日高先生の報告を受けて)</p> <p>サービスが創造・共創する価値についての研究が、このサービス学を進展させるうえで重要であるという指摘には共感いたしました。</p> <p>一方で、価値の解釈が多様である場合、あるいは解釈が固定的とは言えない場合、具体的には、価値が個人や社会性の捉え方によって多義的である場合、研究もまた多様になると感じますが、これをどのように受容した学術の進展が期待できるでしょうか？</p>	0
11 Mar 2018 17:49:37 JST	<p>対象としたJ Serviceologyの論文は「4」報(抄録の3報は誤り)です。英語論文が2報です。</p>	0
11 Mar 2018 17:50:52 JST	<p>サービス工学の研究者として、既存の工学研究と、社会科学サービス研究の間での葛藤を先ほど発表しました。学としての指向性と研究方法論の違いがその葛藤の元となっていると思っています。その意味で、「サービス学」の対象(目的を含む)に基づく類型を示していただいたという認識ですが、それに対し、どのような方法論を採るべきか、という整理も必要だと思うのですがいかがでしょうか。</p>	0
11 Mar 2018 18:03:08 JST	<p>Mです。日高先生の分類は、サービス学の提供者サイドのアプローチですね。私もRISTEXで同じ悩みをもちましたが、私は、逆に、仮想的な研究成果の最終利用者のサイドからのアプローチをとりました。その結果が、ニコニコ図です。両方のアプローチが必要だと思いますが、私は、提供者サイドもこの視点を持っていただきたいと思っています。</p>	0
11 Mar 2018 18:12:23 JST	<p>(近藤先生のご報告に対して)</p> <p>以前「絵本ナビ」の創業者と交流があり、顧客ニーズと合致したレビューがビジネスの成功に不可欠であることをうかがいました。</p> <p>評価という議論は重要だと思います。</p>	0