

RECENZJE

*Marian Gorynia**

RECENZJA KSIĄŻKI ELŻBIETY SOBCZAK PT. „SEGMENTACJA RYNKÓW ZAGRANICZNYCH”

Elżbieta Sobczak, *Segmentacja rynków zagranicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2010, 354 strony

Książka *Segmentacja rynków zagranicznych* zasługuje, moim zdaniem, na ogólną pozytywną ocenę. Jest to bardzo obszerna monografia (354 strony), podejmująca zagadnienie zasadności, możliwości i sposobów (metod) segmentacji rynków zagranicznych.

Pierwszą mocną stroną pracy jest podjęcie doniosłej problematyki, ważnej z poznawczego i praktycznego punktu widzenia, co wynika z postępujących procesów globalizacji i koniecznych odpowiedzi na poziomie przedsiębiorstw na turbulencje zachodzące na rynkach światowych i międzynarodowych. W pełni podzielam pogląd Autorki, zgodnie z którym intensyfikacja procesów globalizacji implikuje wzrost znaczenia badań rynków zagranicznych, badań, które umożliwiają uwzględnienie poglądu, że rynki zagraniczne mają odmienny i indywidualny charakter oraz że jest możliwe ich kategoryzowanie w jednorodne grupy. Podjęta problematyka jest często eksplorowana w szczególności przez specjalistów z zakresu biznesu międzynarodowego, marketingu międzynarodowego i jest podejmowana w wielu liczących się ośrodkach zagranicznych. Warto zaznaczyć, że badane zagadnienia leżą na pograniczu zainteresowań współczesnej ekonomii (zarówno na poziomie makro, jak i mikro) oraz nauk o zarządzaniu. Z jednej strony dotyczą one bowiem alokacji zasobów między konkurencyjne zastosowania, z drugiej zaś stanowią element budowy strategii internacjonalizacji przedsiębiorstwa. Ta konstatacja oznacza, że analizy tych zagadnień dobrze wpisują się we współczesne nurty szeroko rozumianych badań ekonomicznych. W ciągu

* Katedra Konkurencyjności Międzynarodowej, Wydział Gospodarki Międzynarodowej, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

minionych dwóch dziesięcioleci transformacji gospodarki polskiej i jej aktywnego włączania się w światowy system gospodarczy problemy te nie zostały w zadowalającym stopniu dostrzeżone i docenione w badaniach.

Druga zasługa ocenianej pracy to rozmach podjętego wyzwania badawczego. Samo sformułowanie tytułu pracy mogłoby sugerować, że chodzi w niej wyłącznie o wymiar mikroekonomiczny i strategiczny działań segmentacyjnych podejmowanych w firmach. Autorka pokazuje jednak, że zdaje sobie sprawę z szerszych uwarunkowań i konsekwencji segmentacji rynków. Świadczy o tym sposób sformułowania ogólnej tezy pracy, która została przez Autorkę ujęta następująco: „Impulsem do jej powstania była ogólna teza, że przewaga konkurencyjna współczesnego przedsiębiorstwa działającego na rynkach zagranicznych jest w znacznym stopniu zdeterminowana przez segmentację rynku międzynarodowego”. Jednocześnie należy jednak wskazać, że stosując taki sposób myślenia powstaje niebezpieczeństwo pojawienia się skłonności do przeceniania znaczenia instrumentu, jakim jest segmentacja. Bardzo istotna rola segmentacji wpisuje się w podejście, które w literaturze jest określane jako stosowanie racjonalnego modelu decyzyjnego. O ile model ten w ujęciu postulatywnym (normatywnym) jest popularny i szeroko rozwijany w literaturze, o tyle w pracach opisowo-wyjaśniających z zakresu współczesnego biznesu, w tym szczególnie biznesu międzynarodowego, zwraca się coraz więcej uwagi na fakt, że rzeczywiste działania firm często odbiegają od postulatów racjonalności metodologicznej, nierzadko bazując na decyzjach podbudowanych emocjonalnie, charakteryzując się w części rezygnacją z narzędzi ilościowych nadających się przede wszystkim do rozwiązywania problemów dobrze ustrukturalizowanych. O rozmachu podjętego zadania badawczego świadczy również sformułowanie celów pracy (s. 11–12):

- Pierwszym celem jest wypracowanie wielowariantowej, hierarchicznej koncepcji segmentacji rynków zagranicznych.
- Drugim celem jest zaproponowanie oryginalnych podejść do segmentacji rynków zagranicznych: podejścia portfelowego, opartego na technikach analizy konkurencyjności przedsiębiorstwa oraz hierarchicznego podejścia łańcuchowego, wykorzystującego teoretyczną koncepcję łańcuchów środków i celów konsumenta.
- Trzeci cel badawczy stanowi próba integracji wielowariantowej, hierarchicznej koncepcji segmentacji rynków zagranicznych z dwoma powyższymi podejściami metodologicznymi oraz aplikacją metod wielowymiarowej analizy statystycznej, umożliwiającymi empiryczną weryfikację proponowanych rozwiązań.

Powyższe cele główne zostały dodatkowo rozpisane na osiem celów szczegółowych (s. 12). Oceniając ogólnie cele monografii, należy określić je jako konkretne, precyzyjnie sformułowane i zrozumiałe dla czytelnika. Takie określenie celów ułatwia ocenę pracy – można bowiem stosunkowo jednoznacznie stwierdzić, czy cele zostały w rozprawie zrealizowane.

Kolejną mocną stroną monografii jest jej interdyscyplinarny charakter. Ta jej cecha wiąże się częściowo z wcześniejszym omówieniem pierwszej mocnej strony. Autorka swobodnie, ale w sposób przemyślany i świadomy porusza się po różnych poziomach analizy ekonomicznej, wliczając w to makro, mezo i mikro. Porusza zagadnienia dające się zaliczyć zarówno do dyscypliny *ekonomia*, jak i w węższym zakresie dyscypliny *zarządzanie*. Znaczna jest też liczba subdyscyplin, w granicach których mieszczą się prezentowane rozważania – są to: marketing międzynarodowy, badania rynków, biznes międzynarodowy, statystyka, zarządzanie strategiczne, statystyka, zachowania konsumentów, zachowania przedsiębiorstw, internacjonalizacja przedsiębiorstwa, konkurencyjność przedsiębiorstwa itp.

Na podkreślenie zasługuje jeszcze jedna cecha opiniowanej rozprawy. Zaproponowane przez Autorkę procedury badań segmentacyjnych w ramach dysertacji zostały poddane empirycznej weryfikacji. W odniesieniu do segmentacji makroekonomicznej i regionalnej opracowano bazę danych wtórnych, opisujących państwa i regiony europejskie. Jeśli chodzi o segmentację mikroekonomiczną odnoszącą się do konsumentów, to wykorzystano w niej dane zebrane przez Autorkę w ramach międzynarodowych badań ankietowych (baza danych pierwotnych). Innymi słowy w pracy nie tylko zaproponowano szczegółowe opracowanie procedury segmentacji rynków zagranicznych, ale także przeprowadzono badania empiryczne wykonane zgodnie z zaleceniami tejże procedury. Badania te stanowią egzemplifikację możliwości aplikacyjnych zbudowanej w pracy procedury segmentacji.

Piąta silna strona ocenianej pracy to jej układ, struktura. Monografia składa się z wstępu, ośmiu rozdziałów, zakończenia i bibliografii. Wstęp zawiera wszystkie niezbędne elementy, jest napisany jasno i stanowi dobre wprowadzenie do studiowania dalszych części monografii. Przedstawia uzasadnienie wyboru problematyki badań, prezentuje cele ogólne i częściowe. We wstępie scharakteryzowano także zawartość poszczególnych rozdziałów książki. Ponadto we wstępie zamieszczono deklaracje Autorki na temat metodologii i metodyki pisania ocenianej rozprawy. Jeśli chodzi o zasadniczy układ pracy (nazwy, treści, strukturę wewnętrzną oraz sekwencję poszczególnych ośmiu rozdziałów pracy), to zasługuje on na wysoką ocenę. Jasny i zrozumiały jest przyjęty tok rozumowania, odzwierciedlony w tytułach i zawartości poszczególnych rozdziałów.

Pracę rozpoczyna rozdział pierwszy, w którym Autorka stara się zlokalizować główny przedmiot zainteresowań rozprawy na szerszym tle, jakie stanowią procesy globalizacji. Rozdział ten w sposób satysfakcjonujący przedstawia charakterystykę procesów globalizacji i ich wpływ na badania rynków zagranicznych. Umiejętnie wykorzystano w nim tekst zamieszczony wcześniej w piśmie „Marketing i Rynek”. W rozdziale drugim zaprezentowano podstawy teoretyczne segmentacji rynków zagranicznych. Autorka bardzo dobrze orientuje się w tych zagadnieniach i potrafiła na dwudziestu kilku stronach syntetycznie przedstawić najistotniejsze kwestie (pojęcie rynku w badaniach segmentacyjnych, geneza segmentacji rynków zagranicznych, istota segmentacji i jej rola dla przedsiębiorstwa prowadzącego ekspansję zagraniczną, kryteria oceny atrakcyjności segmentów,

koncepcje segmentacji, kryteria segmentacji rynków zagranicznych i użyteczność segmentacji międzynarodowej). W rozdziale trzecim uwaga została zogniskowana na podstawach metodologicznych segmentacji rynków zagranicznych, na które składają się następujące kwestie szczegółowe: procedura badań segmentacyjnych, podejście metodologiczne do badań, problemy metodologiczne związane z doborem zmiennych segmentacyjnych i zagadnienie pomiaru zmiennych w segmentacji. W rozdziale tym wykorzystano dwie wcześniejsze publikacje Autorki w piśmie „Marketing i Rynek”. Publikacje te dowodzą, że problematyka podjęta w książce może stanowić przedmiot zainteresowania szerszych rzesz czytelników. Z kolei w rozdziale czwartym dokonano prezentacji wybranych metod statystycznych wspomagających badania segmentacyjne rynków zagranicznych (tablica kontyngencji, metody analizy skupień, analiza dyskryminacyjna, analiza korespondencji). Dość obszerny przegląd i charakterystyka wymienionych metod zostały uzasadnione przez Autorkę faktem wykorzystania tych metod w badaniach empirycznych w dalszej części pracy. W rozdziale piątym zaprezentowano podejście portfelowe do segmentacji rynków zagranicznych. Jest to autorska propozycja podejścia portfelowego do makro- i mezosegmentacji rynków zagranicznych (odnoszącej się do gospodarek narodowych i regionów) z wykorzystaniem analizy portfelowej pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Rozdział szósty jest egzemplifikacją wykorzystania wcześniej omówionych metod do przeprowadzenia segmentacji rynków zagranicznych. W kolejnym rozdziale (siódmym) Autorka zaproponowała hierarchiczne podejście łańcuchowe do integralnej segmentacji rynków zagranicznych odnoszące się do poziomu mikroekonomicznego, wykorzystujące koncepcję łańcuchów środków i celów. Natomiast w rozdziale ósmym przeprowadzono badania empiryczne weryfikujące hierarchiczne podejście łańcuchowe, zaprezentowane w rozdziale siódmym. Relacja rozdziału ósmego do rozdziału siódmego jest więc podobna do relacji pomiędzy rozdziałami szóstym i piątym. Takie podejście Autorki zasługuje na uznanie – najpierw następuje bowiem przedstawienie autorskiej propozycji pakietu metod segmentacyjnych, a w dalszym kroku metody te są zastosowane w badaniu empirycznym uwzględniającym rzeczywiste dane. Pracę zamyka zakończenie, gdzie przedstawiono główne wnioski, do których doprowadziły zawarte w książce rozważania. Odnosząc się ogólnie do struktury i treści monografii należy wyodrębnić w niej dwie części. Część pierwsza obejmująca rozdziały 1–3 stanowi swego rodzaju rozwinięte wprowadzenie, przygotowanie pojęciowo-teoretyczno-metodologiczne do części drugiej, zasadniczej. W drugiej części (rozdziały 4–8) następuje natomiast opis swoistego kunsztu E. Sobczak, dokumentującego jej bardzo wysokie kompetencje w dziedzinie wykorzystania metod statystycznych w badaniach segmentacyjnych rynków zagranicznych.

Następną silną stroną opracowania jest jego podbudowa bibliograficzna. Autorka trafnie zidentyfikowała i potrafiła umiejętnie wykorzystać najważniejsze pozycje literatury światowej i polskiej, wiążące się z podjętymi rozważaniami. Zdarzyły się tutaj jednak pewne przeoczenia, które zostaną zasygnalizowane w uwagach krytycznych.

Dostrzec też należy słabsze strony pracy. Po pierwsze, w niektórych partiach książki mamy do czynienia z pominięciem ważnych prac znanych autorów. Pewne zastrzeżenia można zgłosić odnośnie do częściowo kontrowersyjnego doboru literatury wykorzystanej w rozdziale pierwszym; w szczególności może dziwić brak niektórych ważnych pozycji, w tym np. „klasycznych” w tej dziedzinie opracowań prof. Jana Rymarczyka z macierzystej uczelni Autorki. Inny przykład można odnieść do rozdziału piątego. W prezentacji analizy portfelowej pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa pominięto prace prof. prof. Grażyny Gierszewskiej, Marii Romanowskiej i Marka Stankiewicza.

Po drugie, podkreślając swobodę, z jaką Autorka porusza się w omawianej problematyce, pojawia się pytanie o zakres rzeczywistych zastosowań prezentowanych metod. W licznych, nawet bardzo prostych zastosowaniach metod portfelowych do budowy strategii przedsiębiorstwa podkreśla się często, że niska jakość dostępnych danych może stanowić podstawę do zakwestionowania uzyskanych rezultatów. W kontekście wyrafinowanej w niektórych miejscach metodologii proponowanej przez E. Sobczak pojawia się pytanie o to, czy wątpliwe podstawy informacyjne umożliwiają posługiwanie się skomplikowanymi metodami. Innymi słowy chodzi o to, że nawet najlepsze metody obliczeniowe nie są w stanie zniwelować niedostatków w dostępności do wiarygodnych danych.

Po trzecie, trzeba postawić ważne pytanie o to, w jakim stopniu rozpracowane w monografii metody są faktycznie przydatne dla tzw. praktyki gospodarczej. O tym, że omawiane w rozprawie metody segmentacji rynków zagranicznych nadają się do wykorzystania w praktyce, świadczą najlepiej przekonujące egemplifikacje zawarte w rozdziałach szóstym i ósmym. Ale bardzo ograniczona jest wiedza na temat, jak firmy prowadzące ekspansję zagraniczną radzą sobie z zagadnieniem segmentacji rynków zagranicznych; czy traktują je jako problem o znaczeniu strategicznym, jakie metody stosują w praktyce przygotowywania strategii, w jakim stopniu są skłonne skorzystać z bardziej zaawansowanych propozycji zamieszczonych w pracy habilitacyjnej. Te zagadnienia nie zostały w zasadzie podjęte przez Autorkę. Wydaje się, że nie należy tego traktować jako niedostatku i tak już obszernej monografii, ale może to raczej stanowić wskazanie kierunku dalszych badań zagadnienia segmentacji rynków zagranicznych.

Zgłoszone uwagi krytyczne i sugestie, mające częściowo dyskusyjny charakter, nie podważają wysokiej oceny opracowania.