

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1	
Wprowadzenie do problematyki badań rynków zagranicznych	17
1.1. Procesy globalizacji a badania rynków zagranicznych	17
1.1.1. Istota i determinanty procesów globalizacji	17
1.1.2. Globalizacja jako czynnik stymulujący wzrost znaczenia badań rynków zagranicznych dla przedsiębiorstwa	19
1.2. Pojęcie i specyfika badań rynków zagranicznych	22
1.2.1. Wybrane aspekty definicyjne badań rynków zagranicznych	22
1.2.2. Cechy charakterystyczne i znaczenie badań rynków zagranicz- nych	23
1.3. Typologia badań rynków zagranicznych	26
Rozdział 2	
Podstawy teoretyczne segmentacji rynków zagranicznych	31
2.1. Pojęcie rynku w badaniach segmentacyjnych.....	31
2.2. Geneza segmentacji rynków zagranicznych	32
2.3. Istota segmentacji i jej znaczenie dla przedsiębiorstwa konkurującego na rynkach zagranicznych.....	34
2.4. Kryteria oceny atrakcyjności segmentów rynkowych	38
2.5. Koncepcje segmentacji rynków zagranicznych.....	42
2.5.1. Ewolucja koncepcji segmentacji.....	42
2.5.2. Propozycja hierarchicznej wielowariantowej segmentacji ryn- ków zagranicznych.....	43
2.5.3. Uwarunkowania wyboru wariantu segmentacji rynków zagra- nicznych.....	46
2.6. Kryteria segmentacji rynków zagranicznych.....	48
2.7. Użyteczność segmentacji międzynarodowej	54
Rozdział 3	
Podstawy metodologiczne segmentacji rynków zagranicznych	57
3.1. Procedura badań segmentacyjnych rynków zagranicznych.....	57
3.2. Podejścia metodologiczne do badań segmentacyjnych	61
3.2.1. Przegląd modeli segmentacji	61

3.2.2. Propozycja systematyzacji podejść do segmentacji międzynarodowej	64
3.3. Problemy metodologiczne doboru zmiennych segmentacyjnych.....	67
3.3.1. Struktura zmiennych i uwarunkowania ich specyfikacji	67
3.3.2. Dylematy selekcji kryteriów w kontekście użyteczności segmentacji międzynarodowej	70
3.4. Zagadnienie pomiaru zmiennych w segmentacji rynków zagranicznych	73
3.4.1. Fazy pomiaru zmiennych segmentacyjnych.....	73
3.4.2. Typy skal pomiaru i możliwości ich wykorzystania w segmentacji międzynarodowej	75
3.4.3. Metody oceny wiarygodności pomiaru w segmentacji rynków zagranicznych.....	78
3.4.4. Alternatywne podejścia do opracowania wielowymiarowych skal pomiaru w segmentacji rynków zagranicznych	84

Rozdział 4

Wybrane metody statystyczne wspomagające badania segmentacyjne rynków zagranicznych.....	87
4.1. Tablica kontyngencji jako narzędzie segmentacji i profilowania	87
4.1.1. Konstrukcja i kierunki zastosowań tablicy kontyngencji.....	87
4.1.2. Analiza istotności różnic między wyznaczonymi segmentami lub profilami.....	88
4.1.3. Ocena siły zależności występujących między zmiennymi segmentacyjnymi.....	91
4.2. Metody analizy skupień – rekomendacje i uwarunkowania zastosowań w segmentacji rynków zagranicznych	96
4.2.1. Przegląd metod klasyfikacji – systematyzacja, cechy charakterystyczne i ograniczenia	96
4.2.2. Zasady doboru transformacji normalizacyjnych kryteriów segmentacji	104
4.2.3. Własności miar zróżnicowania obiektów w przestrzeni metrycznych i binarnych kryteriów segmentacji	108
4.2.4. Kryteria wyboru optymalnego podziału wynikowego obiektów segmentacji.....	118
4.2.5. Sposoby oceny zbieżności wyników segmentacji rynków zagranicznych	122
4.2.6. Detekcja nietypowych obiektów segmentacji – możliwości wykorzystania metod analizy skupień.....	125
4.3. Analiza dyskryminacyjna – metoda opisu i identyfikacji segmentów międzynarodowych.....	127
4.3.1. Istota, zadania i założenia analizy dyskryminacyjnej w badaniach segmentacyjnych	127

4.3.2. Procedura badawcza analizy dyskryminacyjnej	130
4.4. Analiza korespondencji – metoda graficznej prezentacji powiązań kategorii zmiennych segmentacyjnych	135

Rozdział 5

Podejście portfelowe do segmentacji rynków zagranicznych

5.1. Analiza portfelowa pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa jako podstawa koncepcyjna segmentacji na poziomie makro- i mezoekonomicznym	145
5.2. Podstawy metodologiczne portfelowej segmentacji międzynarodowej ...	151
5.3. Podstawy formalne segmentacji portfelowej	155
5.4. Procedura segmentacji portfelowej <i>a priori</i>	157
5.5. Procedura segmentacji portfelowej <i>post hoc</i>	168
5.6. Problem istotności zróżnicowań międzyregionalnych w trójpoziomowej segmentacji rynków zagranicznych	176
5.6.1. Sposoby pomiaru zróżnicowań międzyregionalnych	176
5.6.2. Procedura oceny istotności zróżnicowań międzyregionalnych w makrosegmentach docelowych	178

Rozdział 6

Segmentacja krajów i regionów Unii Europejskiej z wykorzystaniem podejścia portfelowego

6.1. Segmentacja portfelowa <i>a priori</i>	180
6.1.1. Makrosegmentacja sekwencyjna <i>a priori</i> krajów Unii Europejskiej w latach 1998-2008	180
6.1.2. Makrosegmentacja symultaniczna <i>a priori</i> krajów Unii Europejskiej w okresie 2002-2006	212
6.1.3. Mezosegmentacja statyczna <i>a priori</i> wybranych regionów europejskich w 2005 roku	221
6.2. Segmentacja portfelowa <i>post hoc</i>	236
6.2.1. Przestrzenno-czasowa makrosegmentacja symultaniczna <i>post hoc</i> krajów Unii Europejskiej w okresie 2002-2006	236
6.2.2. Mezosegmentacja statyczna <i>post hoc</i> wybranych regionów europejskich w 2005 roku	249
6.3. Ocena zróżnicowań międzyregionalnych rynków docelowych	264

Rozdział 7

Hierarchiczne podejście łańcuchowe do segmentacji rynków zagranicznych

7.1. Koncepcja łańcuchów środków i celów jako podstawa segmentacji rynków zagranicznych na poziomie mikroekonomicznym	267
---	-----

7.2. <i>Laddering</i> – metoda identyfikacji hierarchicznej struktury środków i celów.....	270
7.3. Technika wzorca skojarzeń APT (<i>association pattern technique</i>) jako ilościowy sposób pomiaru łańcuchów środków i celów.....	272
7.4. Podstawy metodologiczne mikrosegmentacji rynków zagranicznych opartej na koncepcji łańcuchów środków i celów	275
7.5. Procedura mikrosegmentacji łańcuchowej rynków zagranicznych	277

Rozdział 8

Segmentacja integralna rynków zagranicznych bazująca na podejściu łańcuchów środków i celów

291

8.1. Podstawy informacyjne segmentacji łańcuchowej rynków zagranicznych.....	291
8.2. Łańcuchowa segmentacja integralna z wykorzystaniem metod analizy skupień	293
8.3. Łańcuchowa segmentacja integralna bazująca na zagregowanej macierzy implikacji.....	309

Zakończenie.....

324

Literatura.....	331
Spis rysunków.....	347
Spis tabel.....	350
Summary	353