

Recenzja naukowa

Mirosław Nalazek



Szczegóły publikacji:

Tytuł: *Tourism market segmentation: selected aspects*

Redaktor naukowy: Teresa Skalska

Autorzy rozdziałów: Teresa Skalska, Michał Koskowski, Piotr Kociszewski

Wydawnictwo: Wydawnictwo AFiB Vistula i SGTiH Vistula

Miejsce i rok publikacji: Warszawa 2022

Celem opracowania jest analiza wybranych aspektów segmentacji na rynku turystycznym. Przy ogromnej różnorodności usług turystycznych z jednej strony i coraz większego zróżnicowania potrzeb i preferencji konsumentów segmentacja stała się jednym z kluczowych obszarów w marketingu usług turystycznych, decydując w znacznej mierze o pozycji konkurencyjnej. Znaczenie segmentacji rośnie również dzięki zastosowaniu technologii informacyjnych zwłaszcza w odniesieniu do nowych możliwości zbierania i przetwarzania ogromnych ilości informacji (tzw. Big Data).

Powyższe przesłanki wskazują, że monografia pt. *Tourism market segmentation: selected aspects* może stać się istotną publikacją mającą wymiar nie tylko teoretyczny, ale również praktyczny.

Praca składa się ze wstępu i pięciu rozdziałów. Każdy z rozdziałów kończy się podsumowaniem. W rozdziale pierwszym, najobszerniejszym, zaprezentowano podstawy teoretyczne segmentacji konsumentów na rynku turystycznym według różnych kryteriów (autor: T. Skalska). Szczególną uwagę poświęcono kryterium według daty urodzenia konsumentów (pokolenia Z, Y, X, pokolenie wyżu demograficznego). W rozdziale omówiono wykorzystanie technologii informacyjnych w segmentacji oraz najnowsze trendy na nią wpływające.

W rozdziale drugim skoncentrowano się na segmentacji w turystyce kulturowej (autor: M. Koskowski). Przedstawiono najważniejsze czynniki uwzględniane przy jej prowadzeniu. Omówiona została rola i znaczenie tzw. gospodarki doświadczeń, której znaczenie rośnie w ostatnich latach.. Doświadczenie staje się nie tylko punktem wyjścia przy tworzeniu konkurencyjnych produktów turystycznych w ramach turystyki kulturowej, ale również odgrywa coraz ważniejszą rolę w procesie segmentacji.

W rozdziale trzecim i czwartym przedstawiono zagadnienia dotyczące turystyki osób starszych (seniorów) (autor: P. Kociszewski). Ta grupa konsumentów stająca się istotnym segmentem usług turystycznych, ma szczególne oczekiwania odnośnie oferowanych im produktów turystycznych, przy ograniczonych możliwościach finansowych. Przy czym, jak wskazano w rozdziale trzecim ich zachowania nabywcze i potrzeby uległy istotnym zmianom, co wymusza nowe spojrzenie na segmentację w tej grupie konsumentów. Przedstawione w rozdziale czwartym wyniki badania przeprowadzonego przez autora wśród seniorów pozwalają na głębsze poznanie potrzeb i zachowań nabywczych seniorów w Polsce.

W rozdziale piątym skupiono się na analizie zagadnień segmentacji w odniesieniu do osób niepełnosprawnych a także na prezentacji wyników badań Autorki (T. Skalska) przeprowadzonych wśród osób niepełnosprawnych odnośnie oceny różnych usług turystycznych oraz tzw. „Luki jakościowej”. Wnioski z badań mogą dać cenne wskazówki dla organizatorów turystyki działających w tym segmencie rynku.

Zdaniem recenzenta przedstawione opracowanie w pełni spełnia wymogi w zakresie podbudowy teoretycznej, znajomości literatury, poziomu merytorycznego dyskusji, a także w ujęciu formalnym. Warte szczególnego podkreślenia jest to, że obok przeglądu literatury przedmiotu zawiera wyniki badań własnych autorów. Niewątpliwym atutem monografii jest nie tylko przedstawienie w sposób usystematyzowany najważniejszych aspektów teoretycznych ale również aktualnych trendów zachodzących w obszarze segmentacji w turystyce.

Silną stroną monografii jest obszerna baza źródłowa i literatury przedmiotu, którą autorzy uczynili podstawą swych rozważań i wniosków. W opracowaniu wykorzystano bardzo bogaty zestaw bibliografii, jak również liczne raporty i zestawienia dostępne w Internecie. Na uwagę zasługuje fakt wykorzystania najnowszych publikacji wydanych w ostatnich kilku latach.