

Łódź, dnia 05.09.2019

Dr hab. Wawrzyniec Rudolf, prof. UŁ
Katedra Zarządzania Miastem i Regionem,
Wydział Zarządzania,
Uniwersytet Łódzki
ul. Matejki 22/25,
90-237 Łódź

Recenzja pracy doktorskiej mgr Artura Gnata pt.

„Komunikacja rynkowa w realizacji zadań jednostki samorządu terytorialnego”

napisanej pod kierunkiem prof. zw. dr hab. Igi Rudawskiej.

Podstawą wykonania recenzji jest umowa o dzieło zawarta w Szczecinie w dniu 17.06.2019 z dziekanem Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania prof. dr hab. Waldemarem Tarczyńskim (nr umowy: A/1077/2019).

1. Ocena doboru problematyki badawczej i tematu rozprawy

Autor podejmuje interesującą, jeśli nie powiedzieć pasjonującą problematykę komunikowania się jednostek samorządu terytorialnego (JST). Jest to problematyka, która w ostatnich latach stanowi przedmiot ożywionej dyskusji naukowej, a w kręgach praktyków, dyskusji poświęconej wysokości budżetów promocyjnych JST, a także przedmiot testowania coraz to nowszych narzędzi poprawiających skuteczność tych działań.

Choć piśmiennictwo, zarówno to krajowe, jak i międzynarodowe, dynamicznie się w tym obszarze rozwija, to nadal jest to dziedzina otwarta na nowe badania, które pogłębiają wiedzę o coraz bardziej złożonych procesach komunikowania JST wobec różnych grup odbiorców.

2. Cel, hipotezy badawcze i zakres pracy

Autor zaproponował bardzo ciekawy problem badawczy dotyczący wpływu komunikacji rynkowej na realizację zadań własnych JST. Samo sformułowanie celu pracy (s. 9) nie jest może najtrafniejsze ze

względu na nieprecyzyjne sformułowania (np. „może wpłynąć”, „w warunkach konkurencji”), ale zamierzenie Autora należy ocenić jako zasadne i innowacyjne ze względu na podjęcie kontekstu kapitału społecznego. Jak sam Autor pisze: „poprawnie prowadzona komunikacja rynkowa w obrębie JST może ułatwić proces wartościowania potrzeb i tym samym definiowania zadań w formie i zakresie akceptowalnym przez mieszkańców”. To bardzo interesujące i trafne założenie na którym oparta jest cała konstrukcja pracy.

Odnosząc się natomiast do sformułowanej przez Doktoranta hipotezy należy po pierwsze zastanowić się, czy jest ona w pracy potrzebna w sytuacji, kiedy przyjęto jakościowe podejście badawcze. W przypadku takich prac wystarczą precyzyjnie sformułowane pytania badawcze zorientowane na głębsze poznanie badanych zjawisk i określonych zależności, a dopiero na końcu formułuje się konkretne, uzasadnione odpowiedzi na pytania w postaci hipotez do testowania na szerokich już próbach. Po drugie zawarte w hipotezie zapisy o „właściwie” prowadzonej komunikacji rynkowej nie spełniałyby kryterium jednoznaczności. Autor chcąc doprecyzować problem badawczy zdecydował się na sformułowanie sześciu hipotez szczegółowych. Ich wnikliwa analiza umożliwiła dostrzeżenie również w ich treści nieprecyzyjnych zapisów (np. w H1 nie do końca wiadomo, czy odnosi się do mieszkańców, czy do innych interesariuszy), w H2 – mowa tu o dwóch odrębnych czynnikach mających potencjalny wpływ na zwiększenie poczucia zaspokojenia potrzeb społecznych, co jeżeli w procesie badawczym wykażemy, że zależność zachodzi w przypadku tylko jednego z nich(?). W H4 zawarto enigmatyczny zapis o „innych czynnikach wpływających na realizację zadań własnych”)

Autor bardzo ambitnie podszedł do tematu i postanowił objąć analizą wszystkie aspekty komunikacji rynkowej samorządów terytorialnych, choć zupełnie wystarczyłoby skoncentrować się tylko na jednej relacji, np. JST - mieszkańcy, JST – inwestorzy/przedsiębiorcy, czy JST – turyści... Atutem wybranego przez Autora podejścia jest natomiast fakt, że monografia w obecnym kształcie jest kompleksowym opracowaniem o szerokich walorach poznawczych.

Jeżeli chodzi o zakres czasowy pracy, to jest on relatywnie długi, bowiem zastosowana metoda wymagała poznania kontekstu podejmowanych działań przez każdy z badanych samorządów. Należy uznać za prawidłowy fakt, że zdecydowano się dokonać weryfikacji hipotezy po około 7-10 latach od podjęcia przez badane samorzady działań w zakresie komunikacji rynkowej.

3. Metody badawcze

Metodyka prowadzonych badań została oparta o procedurę badań mieszanych uwzględniającą zarówno badania jakościowe, jak i ilościowe. Słusznie wykorzystano metodę wielokrotnego studium

przypadku, która odpowiada specyfice badań dotyczących jednostek terytorialnych, które nie mają charakteru masowego. Zastosowano typową w przypadku studium przypadku triangulację metod badawczych. Na uwagę zasługuje bogactwo wykorzystywanych technik, takich, jak: wywiady indywidualne (kierownictwo JST, osoby odpowiedzialne za realizację poszczególnych zadań własnych), zogniskowane wywiady grupowe (działacze organizacji pozarządowych), wywiady kwestionariuszowe (mieszkańcy).

Za udane należy uznać prezentowanie przez Autora swoich koncepcji w formie graficznej, co znacznie ułatwia poznanie zawartych w pracy idei i pomysłów. W kontekście metodyki badań należy docenić model badawczy zaprezentowany na rys. 40 (Eksploracyjny model badawczy s. 161). Trafnie dobrana metoda studium przypadku została przez Autora szczegółowo uzasadniona, a sama procedura badań oparta została na literaturze zagranicznej, z wykorzystaniem prace uznanych autorytetów w tym obszarze (np. R.K. Yin).

Niewątpliwie pewnym uproszczeniem jest umieszczone w treści pracy stwierdzenie: "na potrzeby modelu badawczego Autor założył zastosowanie profesjonalnie przygotowanych i przeprowadzonych kampanii marketingowych" (s. 177). Oznacza to, że w opisywanych przypadkach nie oceniano jakości działań w zakresie komunikacji rynkowej, co jest pewnym uproszczeniem, choć należy też przyznać, że w przypadku podjęcia tego wątku praca musiałaby jeszcze zwiększyć swoją objętość.

4. Ocena układu i treści pracy

Praca składa się ze wstępu, dwóch rozdziałów teoretycznych, rozdziału metodycznego oraz części empirycznej złożonej z trzech rozdziałów (4-6). Każdy z nich dotyczy innego przypadku, kolejno miasta Stargard, miasta i gminy Barlinek oraz gminy Tarnowo Podgórne. Po części empirycznej, w oddzielnej części monografii zaprezentowano wnioski końcowe, w której to części zestawiono opisane wcześniej przypadki.

Kolejne rozdziały są o proporcjonalnej wielkości, a ich średnia objętość to 69 stron. Zasadniczo układ pracy należy uznać za logiczny i uzasadniony. Dodatkowo walorem jest fakt, że każdy rozdział kończy podsumowanie. Praca jest bogato ilustrowana różnego rodzaju schematami dzięki czemu jest bardziej przejrzysta.

Rozdział pierwszy wprowadza czytelnika w problematykę komunikacji rynkowej. Co ważne problematyka ta jest podjęta z perspektywy kapitału społecznego. Jest to bardzo innowacyjne podejście i równocześnie uzasadnione obserwacjami z praktyki samorządowej. Autor definiuje

komunikację rynkową szeroko, wcześniej rzeczowo nawiązując do różnorodnych podejść w tym zakresie. W sposób uporządkowany i należycie zwizualizowany zaprezentowano poszczególne etapy procesu komunikacji rynkowej i zestawiono je ze specyfiką JST. Jest to faktycznie obszar nadal relatywnie w Polsce nowy, rozwijający się, szeroko otwarty na nowe pomysły i koncepcje. Autor stara się aktywnie z tego korzystać proponując nowe, innowacyjne rozwiązania. W tym kontekście za bardzo udane należy uznać opracowane przez niego zestawienia pól kompetencji marketingu terytorialnego z hierarchią potrzeb Maslova, co obrazuje Tab. 4.

Rozdział drugi podejmuje problematykę zadań jednostek samorządu terytorialnego. Mając na uwadze fakt, że w pracy zwraca się szczególną uwagę na wymiar społeczny, rozpoczęcie tego rozdziału od wątku interesariuszy jest uzasadnione. Sporo uwagi poświęcono zadaniom wynikającym bezpośrednio z ustaw samorządowych – odnoszących się do kompetencji gmin, powiatów i województw. Są to jednak zapisy dotyczące przede wszystkim zadań w odniesieniu do mieszkańców. W tym kontekście za mało uwagi poświęcono alternatywnym grupom docelowym – turystom, inwestorom/przedsiębiorcom, czy innym grupom, których pozyskanie do terytorium może przynieść wymierne korzyści dla lokalnych mieszkańców. Omówiono tu również najważniejsze czynniki egzogeniczne i endogeniczne warunkujące realizację zadań własnych JST. Słusznie nawiązano tu do teorii potrzeb przyjmując, że poziom zaspokajania potrzeb odczuwany przez mieszkańca jest najważniejszym miernikiem jakości realizacji zadań własnych przez samorząd. Wartościową puentą do rozdziału drugiego, z którą recenzujący się zgadza jest stwierdzenie, że „warunkiem niezbędnym przy wdrażaniu jakiegokolwiek strategii rozwoju staje się uzyskanie pełnego poparcia działań rozwojowych poprzez dotychczasowych mieszkańców JST, w czym pomocna jest właściwie zaplanowana komunikacja rynkowa tejże jednostki” (s.156).

Rozdział trzeci to bardzo potrzebna i napisana na wysokim poziomie część pracy, która prezentuje przyjętą metodykę badań. Wcześniej jednak, w sposób rzeczowy, zaprezentowano dostępne metody badawcze mogące przyczynić się do uzyskania odpowiedzi na postawione w pracy pytania badawcze. Autor w sposób rzetelny nie tylko opisał obowiązujące kanony badań metodą studium przypadku, ale również szczegółowo zaprezentował zastosowane podejście uzasadniając każdy jego element. Ta część pracy posiada również walor poznawczy, szczególnie w odniesieniu do procedur wykorzystywanych w studiach przypadków, które oparto na uznanej literaturze światowej.

Autor zastosował dobór celowy przypadków do badań. Chodziło mu o przypadki takich JST, które świadomie podjęły się zastosowania komunikacji rynkowej w celu osiągnięcia wymiernych rezultatów. Słusznie przyjęto również przyczynowo-skutkowy model wdrożenia polityki komunikacji rynkowej JST (Rys. 41), który stał się podstawą dla doboru przypadków.

Kolejne trzy rozdziały (4, 5, 6) dotyczą studiów przypadków. Są to obszerne opracowania oparte na wielu źródłach wtórnych i pierwotnych. Podziw budzą źródła pierwotne, bowiem w przypadku tylko jednego z badanych przypadków – Stargardu wykorzystano następujące: 3 wywiady indywidualne ze ścisłym kierownictwem JST, 9 wywiadów z osobami odpowiedzialnymi za realizację poszczególnych zadań własnych JST, 6 pogłębionych wywiadów grupowych do których zaproszono działaczy organizacji pozarządowych funkcjonujących w JST. Pozyskano również aż 384 respondentów będących mieszkańcami Stargardu.

Podobne ilości respondentów pozyskano w przypadku obu pozostałych przypadków, co musi budzić podziw u badaczy, którzy zetknęli się z wyzwaniem związanym z pozyskaniem respondentów do badań. Do tej grupy należy również recenzent. We wszystkich trzech rozdziałach empirycznych trzymano się ściśle układu wynikającego ze schematu analizy studium przypadku zaczerpniętego od Yin-a. Należy to uznać za zasadne, bowiem przyjęta metoda wymaga ścisłego stosowania procedur badawczych, co z kolei ma gwarantować możliwość porównań oraz rzetelność wyników. Zostało to zrealizowane w rozdziałach empirycznych w sposób modelowy. Autor w omawianych rozdziałach potwierdził prawdziwość hipotezy dotyczącej oddziaływania komunikacji rynkowej na skuteczność realizacji zadań, a w rozdziale zatytułowanym Wnioski końcowe zweryfikował pozostałe hipotezy zestawiając też wyniki wszystkich trzech przypadków.

6. Ocena formalna

Praca napisana została poprawnym językiem, choć zdarzają się błędy literowe. W pracy sporadycznie pojawiają się niedoskonałości dotyczące języka i stylu. Niżej, przykładowo, wymieniono kilka z nich:

- s. 158 poszczególne pytania badawcze ponumerowane są literami od „i” do „p”. Zdaniem recenzującego trafniejsze byłoby rozpoczęcie numeracji od początku alfabetu – od literki „a”,
- Zaprezentowany na stronach 190-193 projekt studium przypadku nie został określony tytułem, ani nie oznaczono go jako Ramka, Tabela, czy Załącznik (w tym ostatnim przypadku należało go umieścić na końcu pracy),
- Sporadyczne braki pojedynczych słów, np.: Brak słowa „komunikacji” w akapicie zlokalizowanym na dole strony 50,
- Za niedoskonałość należy też zaliczyć ponadstandardową objętość pracy – praca liczy 495 stron + aneks badawczy w formie elektronicznej. Oprawiony maszynopis waży blisko 3 kg.

O ile Autor wykorzystał szeroki wachlarz publikacji krajowych, to w znacznie mniejszym zakresie wykorzystał zagraniczną literaturę przedmiotu. Co prawda spośród 170 pozycji literaturowych

18% stanowią źródła anglojęzyczne, ale bliższa ich analiza prowadzi do wniosku, że są to pozycje nienowe. Najnowsza cytowana pozycja zagraniczna pochodzi z 2006 roku, a większość została wydana w latach 80-tych i 90-tych. W tym kontekście pojawia się pytanie dlaczego Autor nie zdecydował się sięgnąć po artykuły np. z ostatnich 15 lat. Stoi to w sprzeczności z tym, o czym pisze na s. 11, że to zagraniczna literatura przedmiotu jest dużo bogatsza od krajowej.

Być może Doktorant uznał, że sytuacja polskich JST jest ze względu na specyficzny kontekst historyczny, polityczny, gospodarczy i społeczny na tyle różna od JST w takich krajach, jak Wielka Brytania, czy USA, że zdecydował się cytować tylko klasyczne pozycje sprzed kilkudziesięciu lat, a ze względu na szerokie, holistyczne podejście do postawionego problemu badawczego uznał literaturę krajową za wystarczającą.

W części bibliografii dotyczącej wydawnictw zwartych i ciągłych mylnie umieszczono pozycje 109, 110 oraz 150, które to pozycje trafniej należałoby umieścić w części oznaczonej „źródła archiwalne”, gdzie zlokalizowane zostały dokumenty.

6. Konkluzja

Podsumowując recenzję przedłożonej rozprawy doktorskiej pragnę podkreślić jej mocne i słabe strony.

Do mocnych stron pracy należy zaliczyć:

- Ambitne podejście badawcze obejmujące szerokie potraktowanie komunikacji rynkowej,
- Innowacyjne podejście do problemu badawczego ze szczególnym uwzględnieniem kapitału społecznego,
- Bardzo dobre osadzenie problemu badawczego w literaturze krajowej przedmiotu,
- Przemyślane, prawidłowo przygotowane badania metodą studium przypadku i rzetelne ich przeprowadzenie w oparciu o ściśle zdefiniowaną procedurę,
- Zgodne ze standardami wnioskowanie wsparte własnym, szerokim doświadczeniem w obszarze badania.

Wśród słabych stron pracy należy wymienić:

- Nieprecyzyjne sformułowanie celu pracy i hipotez badawczych,
- Niewystarczające nawiązanie do aktualnej zagranicznej literatury przedmiotu,

- Niekiedy zbyt szczegółowy opis dotychczasowego piśmiennictwa krajowego w odniesieniu do podejmowanej problematyki,
- Drobne niedoskonałości edycyjne tekstu.

W związku z faktem, że recenzowana rozprawa posiada mocne atuty, zwłaszcza w obszarze przyjętej metodyki studium przypadków oraz bogatego materiału empirycznego i jego rzetelnej analizy rekomenduję ją do nagrody dedykowanej pracom naukowym.

Podsumowując stwierdzam, że recenzowana rozprawa doktorska mgr. Artura Gnata pt. „Komunikacja rynkowa w realizacji zadań jednostki samorządu terytorialnego”, napisana pod kierunkiem naukowym prof. dr. hab. Igi Rudawskiej spełnia wymagania stawiane pracom doktorskim w Ustawie o stopniach i tytule naukowym w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie ekonomia i finanse. Uwzględniając powyższe występuję z wnioskiem do Rady Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego o jej dopuszczenie do publicznej obrony.

