

Białystok, 5 lipca 2023

Dr hab. Ewa Glińska, prof. PB
Katedra Marketingu i Turystyki
Wydział Inżynierii Zarządzania
Politechnika Białostocka

**Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Kamili Pilch
pt. „Metody hybrydowe w identyfikacji wizerunku miasta”**

1. Podstawa opracowania recenzji

Przedmiotem recenzji jest rozprawa doktorska autorstwa Pani mgr Kamili Pilch zatytułowana „Metody hybrydowe w identyfikacji wizerunku miasta”. Promotorem dysertacji jest prof. dr hab. Adam Sagan.

Podstawą formalną opracowania recenzji jest umowa o dzieło nr RDC-R-2023/22 zawarta ze mną przez Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, reprezentowany przez prof. dr. hab. Pawła Lulę – Prorektora ds. Nauki.

Niniejsza recenzja stanowi element postępowania o nadanie mgr Pilch stopnia doktora w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości. Jej celem jest odpowiedź na pytanie, czy przedmiotowa rozprawa spełnia wymogi określone w ustawie o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki z dnia 14 marca 2003 roku (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 1789, z późn. zm.).

2. Ogólna charakterystyka rozprawy

Tematyka rozprawy mieści się w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości. Konkretnie zaś można ją ulokować w obszarze marketingu, ze szczególnym wskazaniem na marketing terytorialny.

Wybór tematyki pracy oceniam bardzo pozytywnie. Zainteresowanie koncepcją wizerunku miasta i jego marki zarówno ze strony środowiska naukowego, jak i praktyków samorządowych wzrasta systematycznie w ciągu ostatnich dekad. Niewiele jest jednak prac, których autorzy podejmują kwestie metodyczne dotyczące identyfikacji wizerunku miasta wśród poszczególnych grup odbiorców miejskiego produktu. Ponadto w literaturze przedmiotu można odnaleźć zaledwie kilka projektów badań wizerunku wykorzystujących walory badań mieszanych. Adaptacja metodyki hybrydowej do identyfikacji wizerunku miasta zaproponowana w rozprawie niewątpliwie wypełnia lukę w literaturze z zakresu marketingu i brandingu terytorialnego.

Warto podkreślić, że sięgnięcie przez Autorkę pracy po założenia metodologii mieszanej wpisuje się w obecne trendy badawcze w naukach o zarządzaniu i jakości, gdzie mamy do

czynienia raczej z twórczym łączeniem podejścia ilościowego i jakościowego, a nie z ich radykalnym przeciwstawianiem.

Biorąc powyższe pod uwagę proszę Doktorantkę o odpowiedź podczas publicznej obrony rozprawy na następujące pytanie: *jakie przesłanki powinny przekonywać badaczy z zakresu marketingu terytorialnego do stosowania metodyki badań mieszanych w podejmowanych przez nich projektach naukowych?*

3. Ocena struktury rozprawy

Praca obejmuje 170 stron tekstu głównego (zasadniczego) oraz 32 strony bibliografii. Ponadto znajduje się w niej spis tabel i rysunków oraz dwa załączniki: scenariusz wywiadu oraz tabela prezentująca szczegółowe zestawienie efektów realizacji studiów literaturowych.

Rozprawa składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów i zakończenia. W rozdziale 1 Autorka omawia marketingowe ujęcie wizerunku miasta. Rozdział 2 stanowi charakterystykę podejść badawczych w badaniach wizerunkowych. W rozdziale 3 została opisana specyfika metod hybrydowych oraz ich dotychczasowe wykorzystanie w marketingu miejsca. Rozdział 4 obejmuje opis autorskiej propozycji hybrydowej procedury badawczej służącej identyfikacji wizerunku miast. W rozdziale 5 Autorka prezentuje wyniki badań własnych zrealizowanych zgodnie z zaproponowaną procedurą.

Struktura pracy jest logiczna i przejrzysta. Porządek poszczególnych rozdziałów, a w ich ramach podrozdziałów spełnia regułę „od ogółu do szczegółu”. Efektem rozdziału 1 jest konceptualizacja pojęć kluczowych z punktu widzenia tematyki dysertacji, a rozdziału 2 ich operacjonalizacja. Rozdział 3 wprowadza w tematykę zalet sięgania po badania mieszane w identyfikacji wizerunku miasta. Rozdziały teoretyczne stanowią dobre wprowadzenie do dwóch pozostałych, opisujących warstwę empiryczną pracy.

Rozdziały rozprawy są mniej więcej proporcjonalne jeśli chodzi o liczebność stron, co jeszcze bardziej potwierdza, że przyjęta konstrukcja pracy jest prawidłowa.

Pomimo pozytywnej oceny struktury pracy zwracam uwagę na jedną kwestię o charakterze technicznym. Autorka we wszystkich rozdziałach rozprawy wydzieliła w spisie treści dwa stałe elementy ich struktury, a mianowicie „uwagi wstępne” oraz „podsumowanie”. Nie kwestionuję wagi zamieszczenia w każdym z rozdziałów krótkiego wprowadzenia oraz podsumowania, jednak nie mam przekonania co do konieczności wydzielenia tych fragmentów w strukturze pracy, a tym samym w spisie treści.

4. Problem badawczy, cele pracy i dobór metod badawczych

Na potrzeby rozprawy sformułowano: problem badawczy, cel główny, trzy cele szczegółowe, a także cztery pytania badawcze.

Identyfikacja luki w literaturze przedmiotu pozwoliła Autorce dysertacji określić problem badawczy w następującej formie: w jaki sposób opracować plan badań wizerunkowych miast uniwersyteckich wykorzystujący podejścia jakościowe i ilościowe? Główny cel rozprawy stanowiąc odpowiedź na tak sformułowany problem badawczy zyskał charakter celu metodycznego i dotyczy opracowania planu badawczego bazującego na metodach

hybrydowych w identyfikacji wizerunku polskich miast uniwersyteckich wśród grup docelowych – odbiorców produktu miejskiego.

Cel główny znalazł swoją konkretyzację w następujących celach szczegółowych:

C1. Identyfikacja czynników wpływających na percepcję wizerunku miasta uniwersyteckiego wśród różnych grup odbiorców.

C2. Porównanie sposobów realizacji badań przy użyciu metod hybrydowych w odniesieniu do identyfikacji wizerunku miasta uniwersyteckiego.

C3. Zbudowanie hybrydowej procedury identyfikacji wizerunku miasta uniwersyteckiego.

W pracy sformułowano następujące pytania badawcze: P1. W jaki sposób postrzegany jest wizerunek miast poddanych analizie? P2. Jakich atrybutów używają respondenci przy opisie wyróżnionych polskich miast uniwersyteckich? P3. Jakie informacje o wizerunku miast uzyskuje się w zależności od wykorzystanych w analizie metod? oraz P4. W jaki sposób można zaprojektować badania wizerunkowe miast bazujące na metodach hybrydowych? Pytania badawcze są ściśle powiązane z celami szczegółowymi rozprawy: pytania P1 i P2 z celem szczegółowym C1, pytanie P3 z celem C2, zaś pytanie P4 z celem C3.

Pozytywnie oceniam sposób sformułowania zarówno celu głównego rozprawy, celów szczegółowych, jak też pytań badawczych. Mamy tu przykład logicznie opracowanego i spójnego wewnątrznie „szkieletu” pracy doktorskiej. Biorąc pod uwagę fakt, że wizerunek miasta jest kategorią badawczą o niezwykle złożonym charakterze, całkowicie rozumiem i popieram decyzję Autorki by skupić się w pracy na jednej kategorii miast, czyli na miastach uniwersyteckich/akademickich.

Jedyna wątpliwość jaka pojawia się w trakcie lektury rozprawy dotyczy braku osobno wydzielonego celu szczegółowego odnoszącego się do efektów przeglądu literatury, które zostały opisane w rozdziałach 1-3. W innej części pracy (s. 164, tabela 52) Autorka nazywa cele szczegółowe celami badawczymi, co potwierdza, że przyjęła założenie, iż cele te mają dotyczyć wyłącznie warstwy empirycznej dysertacji.

Poszukując odpowiedzi na pytania badawcze Autorka zaprojektowała i zrealizowała badanie o charakterze jakościowym posługując się techniką indywidualnego wywiadu pogłębionego. Narzędzie wykorzystywane do realizacji badań – scenariusz wywiadu – zawierało zarówno pytania otwarte (w tym również bazujące na technikach projekcyjnych), jak i pytania bazujące na skalach pomiarowych. Materiał pozyskany w wyniku realizacji 32 IDI poddano analizie zarówno jakościowej, jak i ilościowej.

Metodyka wynikała z przyjętego przez Autorką – i słusznego zresztą - założenia, zgodnie z którym zastosowanie ilościowych technik redukcji danych pozyskanych w badaniach jakościowych dotyczących identyfikacji wizerunku miast uniwersyteckich pozwala na połączenie zalet badań jakościowych i ilościowych w jednym projekcie badawczym. W literaturze przedmiotu przyjmuje się, że wykorzystanie metod mieszanych jest zasadne, jeśli uzyskane rezultaty po integracji wnoszą więcej niż osobno przeprowadzone badania ilościowe i jakościowe. W mojej opinii Autorka w swojej rozprawie udowodniła, że adaptacja metodyki

hybrydowej do identyfikacji wizerunku miast pozwoliła jej na uzyskanie zdecydowanie bogatszych danych.

Wśród mocnych stron metodyki recenzowanej dysertacji należy wskazać:

- ✓ sięgnięcie po tzw. „trzecią metodologię”, czyli metody hybrydowe w procesie identyfikacji wizerunku miasta,
- ✓ szczegółowe zaprojektowanie wraz z uzasadnieniem każdego etapu planu badawczego mającego na celu identyfikację wizerunku polskich miast uniwersyteckich,
- ✓ profesjonalne opracowanie narzędzia badawczego do IDI,
- ✓ wybór, uzasadnienie i wykorzystanie adekwatnych technik statystycznych do analizy danych uzyskanych w wyniku realizacji badań jakościowych,
- ✓ wielość i komplementarność technik statystycznych wykorzystanych do analizy danych uzyskanych w wyniku realizacji badań jakościowych,
- ✓ połączenie interpretacji wyników badań jakościowych, uwzględniających subiektywny wgląd w złożoną rzeczywistość badawczą ze znormalizowanymi danymi generowanymi za pomocą badań ilościowych.

Do pewnych ograniczeń przyjętej metodyki zaliczam: relatywnie niewielką liczbę wywiadów jakościowych realizowanych w ramach poszczególnych grup docelowych produktu miasta uniwersyteckiego oraz realizację wywiadów jakościowych wyłącznie z mieszkańcami Krakowa.

Połączenia podejścia jakościowego i ilościowego w dysertacji stanowi jej niewątpliwy walor, jednak warto pamiętać, że głównym wyzwaniem pojawiających się przed badaczami sięgającymi po tzw. „trzeci paradygmat” jest ocena rygoru metodologicznego przyjętego postępowania badawczego. W odniesieniu do badań mieszanych ocena taka jest zdecydowanie bardziej złożona. Proszę zatem Doktorantkę o odpowiedź podczas publicznej obrony rozprawy na następujące pytanie: *jakie są kryteria oceny rygoru metodologicznego badań mieszanych w naukach o zarządzaniu i jakości?*

5. Ocena merytoryczna rozprawy

W mojej opinii Wprowadzenie zostało opracowane właściwie, zgodnie z wymogami stawianymi rozprawom doktorskim. Autorka w sposób przekonujący uzasadniła wybór tematyki rozprawy ukazując zidentyfikowane w literaturze przedmiotu wyzwania badawcze, a tym samym istniejące luki metodyczne dotyczące badań wizerunku miasta. Ta część rozprawy zawiera wszystkie istotne elementy, które powinny znajdować się we wstępie pracy doktorskiej: zdefiniowany problem badawczy, cele rozprawy, pytania badawcze, tezę pracy, opis metodyki badawczej, jak też charakterystykę struktury rozprawy.

Pozytywnie oceniam zarówno strukturę, jak i zawartość merytoryczną rozdziału 1. Zawarte w tej części rozprawy analizy dotyczące ewolucji orientacji marketingowej i brandingowej w zarządzaniu miastem oraz roli wizerunku miasta w tym procesie, są logiczne i spójne, a tok wyводу klarowny. Rozdział kończy się konceptualizacją pojęcia wizerunek miasta, co stanowi „płynne” przejście do rozdziału 2. Wnioski formułowane na podstawie studiów literaturowych są dobrze udokumentowane przypisami.

Jedyna uwaga jaką wnoszę do tej części pracy dotyczy braku odniesienia do oryginalnego źródła przytoczonej definicji marki miasta (s. 35). Autorka przypisała ją I. Kasapi & A. Cela (2017), podczas gdy autorami definicji są S. Zenker i E. Braun:

- S. Zenker, E. Braun (2010), "Branding a city – a conceptual approach for place branding and place brand management", Proceedings of the 39th European Marketing Academy Conference, Copenhagen.

- S. Zenker, E. Braun, E. (2017), Questioning a "one size fits all" city brand: Developing a branded house strategy for place brand management. Journal of Place Management and Development. 10(3), 270-287. <https://doi.org/10.1108/JPMD-04-2016-0018>

W rozdziale 2 rozprawy Autorka charakteryzuje wizerunek miasta jako kategorię badawczą jednocześnie podając przykłady różnych sposobów operacjonalizacji tego pojęcia w literaturze przedmiotu. W tej części pracy szczegółowo zostało także omówione badanie wizerunku przy użyciu map percepcji i preferencji. Rozdział wieńczy charakterystyka triangulacji jako strategii badawczej, po którą sięgają także – jak dowodzi Autorka - badacze z zakresu marketingu miejsca. Tok rozważań zawartych w rozdziale 2 jest logiczny i dobrze opatrzony odniesieniami do literatury przedmiotu.

Za bardzo interesujący poznawczo uważam rozdział 3. Zawiera on pogłębioną charakterystykę metod hybrydowych, opis sposobów projektowania planów badawczych z ich wykorzystaniem, a także analizę mieszanych procedur badawczych wdrożonych w ramach marketingu miejsca. Punktem wyjścia rozważań ujętych w tej części pracy jest stwierdzenie, zgodnie z którym wizerunek miasta jest niezwykle złożoną kategorią, a zatem podejście hybrydowe w procesie jego identyfikacji wydaje się być szczególnie adekwatne.

Metodyka hybrydowa polega na łączeniu metod jakościowych i ilościowych na różnych etapach postępowania badawczego. Zróżnicowane podejścia badaczy do tego aspektu są postawą typologii projektów bazujących na badaniach mieszanych i tę właśnie kwestię w sposób szczegółowy Autorka analizuje w podrozdziale 3.3. Jest to bardzo wartościowa część pracy, napisana w sposób przejrzysty i bogato udokumentowana odwołaniami do literatury przedmiotu.

Rozdział kończy ważna konkluzja związana z rozpoznaniem luki metodycznej w literaturze przedmiotu. Dotyczy ona braku koncepcji identyfikacji wizerunku miasta bazującej na metodach hybrydowych, wykorzystującej ilościowe techniki redukcji danych zebranych poprzez badania jakościowe.

Rozdział 4 obejmuje prezentację własnej koncepcji hybrydowych badań wizerunku miast wraz z uzasadnieniem decyzji dotyczących poszczególnych etapów procesu badawczego: celu i zakresu badań, konceptualizacji przedmiotu badania, doboru próby oraz selekcji technik analizy danych. Lektura poszczególnych części tego rozdziału przekonuje mnie, że Autorka dokonała słusznych wyborów związanych z zaprojektowaniem planu badawczego. Uzasadnienie swoich decyzji badawczych wzmocniła także odniesieniami do literatury przedmiotu. Prowadzone w tej części rozprawy rozważania są logiczne, tok wyводу poprawny, a argumentacja właściwa.

Rozdział 5 stanowi szczegółową prezentację wyników badań własnych. W tej części pracy Autorka skupiła się na opisie atrybutów wizerunku miast uniwersyteckich zidentyfikowanych w opiniach poszczególnych grup odbiorców produktu miasta, a także na analizie porównawczej wizerunku polskich miast uniwersyteckich. Z dużym zainteresowaniem zapoznałam się z tą częścią pracy, zatrzymując szczególną uwagę na charakterystyce efektów zastosowania metod hybrydowych w badaniach wizerunku miast. Zgadzam się z konkluzją Autorki, że wykorzystanie przez nią różnych metod i technik pozwoliło na uzyskanie zróżnicowanych, a jednocześnie komplementarnych wobec siebie, informacji na temat wizerunku miasta, co skrupulatnie opisano w tabeli 51.

Podsumowując ocenę merytoryczną rozdziałów 4 i 5 pragnę podkreślić, że w mojej opinii Doktorantka bardzo dobrze opanowała warsztat badawczy, w tym w szczególności projektowanie metodyki hybrydowej pozwalającej uzyskiwać wartość dodaną w procesie badania złożonych kategorii badawczych, których przykładem jest wizerunek miasta. Zaprojektowany i zrealizowany przez nią plan badawczy dotyczący identyfikacji wizerunku miasta pozwolił na ukazanie różnorodnych aspektów badanego zjawiska oraz w konsekwencji na osiągnięcie synergii metodycznej.

Zakończenie rozprawy obejmuje syntetyczny opis sposobów osiągnięcia poszczególnych celów pracy z podkreśleniem najważniejszych odpowiedzi na pytania badawcze uzyskanych przez Autorkę w toku postępowania badawczego. Wnioski zawarte w tej części publikacji są adekwatne do uzyskanych wyników badań. Pracę zamyka opis wkładu prowadzonych w niej rozważań w rozwój metodologii nauk o zarządzaniu i jakości. Autorka nie zapomina także o opisie ograniczeń zrealizowanych badań empirycznych oraz o wskazaniu kierunków dalszych studiów, dla których inspiracją mogą być wątki podjęte w rozprawie.

W zakończeniu zabrakło mi jedynie wskazania konkretnych implikacji praktycznych opracowanej w rozprawie metodyki badań wizerunku miast. Proszę zatem Doktorantkę o odpowiedź podczas publicznej obrony rozprawy na następujące pytanie: *jakie są implikacje menedżerskie opracowanej przez nią metodyki? W jaki sposób mogliby z efektów jej rozprawy skorzystać praktycy samorządowi?*

Podsumowując, bardzo wysoko oceniam recenzowaną dysertację pod względem merytorycznym. Opracowana w niej procedura badawcza jest udaną pionierską próbą odmiennego podejścia do osiągnięcia integracji metodycznej w ramach badań wizerunkowych miast.

6. Ocena doboru i wykorzystania literatury

Wyniki autorskich badań empirycznych zrealizowanych przez mgr Kamilę Pilch zostały dobrze osadzone w literaturze przedmiotu.

Wykaz cytowanej literatury obejmuje blisko 400 publikacji naukowych, w tym głównie anglojęzycznych. Jest to lista robiąca wrażenie i świadczy o dużej docieklivości naukowej Autorki. Odniosła się ona do większości znanych mi pozycji naukowych opublikowanych w obszarze marketingu i brandingu miasta, zarówno w Polsce, jak i za granicą.

7. Ocena rozprawy pod względem techniczno-redakcyjnym

Rozprawa doktorska spełnia wymogi formalne stawiane tego typu pracom. Została przygotowana z dbałością o szczegóły techniczne i kwestie edytorskie. Tekst jest napisany poprawnie pod względem językowym. Wywód naukowy prowadzony jest sprawnie i logicznie, a także - co ważne – syntetycznie. Dowodzi to pogłębionej znajomości podjętej problematyki (zarówno merytorycznej, jak i metodologicznej) ze strony Doktorantki. W mojej opinii bardzo dobrze opanowała ona warsztat pisarski.

Na podkreślenie zasługuje także sposób redagowania przez Autorkę wprowadzeń i podsumowań każdego z rozdziałów. Treści zawarte w tych fragmentach niewątpliwie ukierunkowują percepcję czytelnika przypominając mu o poszczególnych celach szczegółowych pracy i sformułowanych przez Autorkę pytaniach badawczych. Uzupełnieniem takiego „porządkującego” stylu pisania są tabele 53 i 54. Pierwsza z nich wieńczy ostatni rozdział pracy i stanowi macierz realizacji celów badania, gdzie obok każdego z celów wymienione są powiązane z nimi pytania badawcze oraz techniki analizy danych, które zostały wykorzystane w procesie poszukiwania odpowiedzi na dane pytanie. Z kolei tabela 53 odsyła jeszcze dodatkowo czytelnika do konkretnego podrozdziału rozprawy, w którym opisano odpowiedzi na każde z czterech pytań badawczych.

8. Wniosek końcowy

Rozprawę autorstwa Pani mgr Kamili Pilch oceniam jako bardzo wartościową z punktu widzenia poznawczego, oryginalną, wnoszącą nowe treści do koncepcji brandingu terytorialnego, szczególnie w obszarze adaptacji metodyki hybrydowej do pomiaru wizerunku miasta. Praca została przygotowana w oparciu o przeprowadzone z dużą wnikliwością studia literaturowe oraz starannie zaplanowane i zrealizowane badania empiryczne.

Chcę z pełnym przekonaniem podkreślić, że praca doktorska mgr Kamili Pilch pt. „Metody hybrydowe w identyfikacji wizerunku miasta”, spełnia wymogi ustawowe stawiane rozprawom doktorskim, określone w art. 13 ust. 1 Ustawy z dnia 14 marca 2003 roku o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 1789). Stanowi ona oryginalne rozwiązanie problemu naukowego, wykazuje wiedzę teoretyczną Doktorantki w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości oraz potwierdza umiejętność samodzielnego prowadzenia przez nią pracy naukowej. Uwzględniając powyższe wnoszę o przyjęcie recenzowanej rozprawy i dopuszczenie jej do dalszych etapów postępowania doktorskiego.

Mając na uwadze wysoki poziom merytoryczny oraz oryginalność zastosowanych metod badawczych wnioskuję o **wyróżnienie rozprawy**. Zaproponowany w pracy hybrydowy plan badania wizerunku miasta uniwersyteckiego, zawierający propozycję wykorzystania ilościowych technik redukcji danych uzyskanych w rezultacie realizacji badań jakościowych, stanowi istotny wkład w rozwój metodologii nauk o zarządzaniu i jakości.

Ewa Cichocka