



## Wydział Zarządzania Uniwersytet Warszawski

[www.wz.uw.edu.pl](http://www.wz.uw.edu.pl)

Ul. Szturmowa 1/3, 02-678 Warszawa, Polska  
Tel.: +48 22 55 34 002, +48 22 55 34 022, fax: +48 22 55 34 001

E-mail: [wz@wz.uw.edu.pl](mailto:wz@wz.uw.edu.pl)

Warszawa, 27.03.2021

### RECENZJA

dorobku **dra Łukasza Wróblewskiego** w postępowaniu habilitacyjnym prowadzonym przez Komisję Habilitacyjną pod przewodnictwem prof. Wojciecha Czakona, przed Radą Dyscypliny Naukowej Nauk o Zarządzaniu i Jakości Akademii WSB

Odpowiadając na pismo dr hab. Katarzyny Szczepańskiej-Woszczyny, prof. AWSB, z dn. 6.02.2021 (które odebrałam 25.02.2021 wraz z dokumentacją przekazaną przez Habilitanta), informujące o powołaniu mnie w skład Komisji Habilitacyjnej w postępowaniu w dziedzinie nauk społecznych, dyscyplinie: nauki o zarządzaniu i jakości, przedstawiam recenzję dorobku naukowego dr Łukasza Wróblewskiego. Dr Wróblewski jako główne osiągnięcie naukowe wskazał monografię „Kształtowanie relacji na polsko-czeskim transgranicznym rynku usług kultury” (Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2020).

Przygotowana recenzja uwzględnia przesłane dokumenty, w tym monografię wskazaną przez habilitanta, a także wymogi zawarte w aktach regulujących przyznawanie stopnia doktora habilitowanego, w szczególności Ustawie z dnia 20 lipca 2018 Prawo o Szkolnictwie Wyższym i Nauce (Dz. U. 2018 poz. 1668 z późn. zmianami), zwanej dalej Ustawą.

## 1. WPROWADZENIE

Otrzymana przeze mnie dokumentacja habilitanta obejmowała:

- Uchwałę Rady Dyscypliny Naukowej Nauki o Zarządzaniu i Jakości Akademii WSB nr 19/2020/2021
- monografię wskazaną jako osiągnięcie, o którym mowa w art. 219 ust. 1 pkt 2 Ustawy,
- kopie publikacji, w tym egzemplarze innych monografii niż ta wskazana przez Habilitanta jako osiągnięcie, o którym mowa w art. 219 ust. 1 pkt 2 Ustawy,
- dane wnioskodawcy i autoreferat,
- wykaz osiągnięć naukowych,
- kopię dyplomu doktora (Akademia Ekonomiczna im. Karola Adamięckiego w Katowicach, 2010),
- kopie innych dyplomów i zaświadczeń.

Autoreferat, wykaz osiągnięć naukowych i inne dokumenty zostały przygotowane zgodnie z wymogami udostępnionymi przez RDN. Dokumenty dostarczono również w wersji elektronicznej (pendrive). Jedynym zastrzeżeniem do przedstawionej dokumentacji jest zbyt szerokie, w mojej opinii, uwzględnienie w niej dorobku przed doktoratem (autoreferat, wykaz osiągnięć).

Przesłany do oceny dorobek jest dość obszerny i świadczy o sporej, wielowymiarowej aktywności habilitanta. Już na wstępie stwierdzam, że aktywność Habilitanta spełnia w mojej opinii wymogi określone w paragrafie 219 ust.1 Ustawy. Zatem, Habilitant przedstawił dokumentację potwierdzającą uzyskanie stopnia doktora, posiada w dorobku osiągnięcia naukowe stanowiące znaczny wkład w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości, wykazuje się istotną aktywnością naukową realizowaną w więcej niż jednej uczelni. Analiza osiągnięć naukowo badawczych skłania do stwierdzenia, iż prace Habilitanta wnoszą znaczący wkład w rozwój dyscypliny, zaś Jego rozwój naukowy po uzyskaniu stopnia doktora (2010) należy ocenić pozytywnie. Szczegółową ocenę dorobku Habilitanta przedstawiam poniżej, czym argumentuję moją pozytywną opinię o tym dorobku.

## **2. OCENA DOROBKU HABILITANTA**

Dr Łukasz Wróblewski, absolwent Politechniki Śląskiej w Gliwicach, obronił doktorat w 2010 roku na podstawie rozprawy „Strategie marketingowe w sferze kultury wysokiej na przykładzie polskich filharmonii”, przygotowanej pod kierunkiem prof. Krystyny Śliwińskiej w Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego w Katowicach (obecnie Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach). Stopień nadano uchwałą Rady Wydziału Zarządzania tej uczelni 1 lipca 2010 roku. Recenzentami w przewodzie doktorskim byli profesorowie Barbara Iwankiewicz – Rak i Maciej Miszewski.

W informacji o dotychczasowym zatrudnieniu dr inż. Łukasz Wróblewski podał Akademię WSB w Dąbrowie Górniczej (poprzednia nazwa – WSB w Dąbrowie Górniczej), Wydział Nauk Stosowanych, Katedra Zarządzania i Inżynierii Produkcji, gdzie pracuje od lutego 2013 na stanowisku adiunkta.

Moją ocenę koncentruję na osiągnięciach Habilitanta po uzyskaniu stopnia doktora. Ocenę podzieliłam na trzy części: ocena głównego osiągnięcia (monografia), ocena pozostałej aktywności naukowej, oraz pozostałe elementy osiągnięć Kandydata (w tym organizacyjne i dydaktyczne). Zarówno monografia, jak i pozostały dorobek naukowo - badawczy, mieszczą się w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.

### **A. Główne osiągnięcie – monografia**

Jako swoje główne osiągnięcie Habilitant wskazał monografię „Kształtowanie relacji na polsko-czeskim transgranicznym rynku usług kultury” (PWE, 2020). Recenzentami wydawniczymi tej pracy byli prof. prof. Henryk Mruk i Magdalena Sobocińska. Zarówno wybór wydawnictwa, jak i specjalistów recenzujących pracę nie budzi żadnych wątpliwości.

Monografia liczy, wraz z bibliografią, spisami i załącznikami 335 stron. Zasadnicza treść merytoryczna to 260 stron (zamieszczono ją na stronach 9-269). Praca składa się z sześciu rozdziałów, wprowadzenia i zakończenia. Na jej końcu zamieszczono bibliografię, spisy (tabel, rysunków, wykresów) oraz załączniki zawierające wykorzystane kwestionariusze i scenariusze, w dwóch wersjach językowych (polskiej i czeskiej).

We wprowadzeniu do monografii Autor stwierdza, że istnieje luka badawcza dotycząca uwarunkowań funkcjonowania oraz możliwości rozwoju transgranicznego rynku usług kultury.

Takie stwierdzenie, choć opatrzone informacją, że jego podstawą była analiza artykułów naukowych zamieszczonych w bazach Web of Science oraz Scopus, mogło zostać lepiej uzasadnione, czy to we wstępie, czy to w części teoretycznej. Takiego uzasadnienia brakuje, choć w zamian Habilitant oferuje krótki przegląd wybranych spośród współcześnie prowadzonych badań dotyczących europejskich obszarów transgranicznych.

Niezależnie od przyjętego sposobu argumentacji uważam, że problematyka określona przez badacza jest niszowa, ale ważna i aktualna, zatem, warta jest podjęcia.

We wprowadzeniu przedstawiono również cel badań (s.14) jako „określenie zarówno w warstwie teoretycznej, jak i w ujęciu empirycznym uwarunkowań relacji na polsko-czeskim rynku usług kultury, a także możliwości adaptacji koncepcji marketingu relacji do potrzeb podmiotów kultury funkcjonujących na transgranicznym rynku”. Na kolejnej stronie znajdujemy też cel metodyczny („wskazanie metod i technik badawczych, a także metod analizy statystycznej najbardziej odpowiednich do rozpoznania znaczenia poszczególnych instrumentów marketingowych w procesie kształtowania długotrwałych relacji instytucji kultury z odbiorcami oferty kulturalnej na polsko-czeskim transgranicznym rynku usług kultury”) oraz aplikacyjny („budowa modelu-algorytmu umożliwiającego kształtowanie długotrwałych relacji instytucji kultury z odbiorcami ich oferty na transgranicznym rynku usług kultury podzielonego granicą miasta”). Te złożone cele wyznaczają kierunki badań i sposób konstrukcji monografii.

W dalszej części wprowadzenia określono hipotezy (hipotezę główną i siedem hipotez szczegółowych), a także wskazano, że obiektem badań będzie zarówno podażowa (instytucje kultury), jak i popytowa (odbiorcy) strona rynku, a także opisano zastosowaną procedurę badawczą, która następnie szerzej opisana jest w rozdziale zawierającym omówienie wyników badań empirycznych (Rozdział 5.). W procedurze tej połączono metody jakościowe z ilościowymi. Wprowadzenie kończy przedstawienie struktury pracy.

Rozdział pierwszy ma typowo teoretyczny charakter, Autor poświęcił go kluczowemu dla pracy obszarowi – marketingowi relacji w sferze kultury. Rozdział rozpoczyna ogólna prezentacja szeroko rozumianego pojęcia kultury zakończona wskazaniem jakie aspekty i przejawy kultury będą podlegały analizie w pracy. W kolejnej części (1.2) autor przechodzi do pojęcia relacji i po raz pierwszy odnosi się do pojęcia marketingu relacji, które jest szerzej omówione w kolejnych częściach tego rozdziału. Podrozdział ten jest dość skrótowy, oparty na kilku zaledwie klasycznych źródłach, z których najnowsze pochodzi sprzed ponad 15 lat i

mówiąc szczerze nie do końca wiem, jaka jest funkcja tej części. Zasada byłaby według mnie albo znacznie pogłębiona analiza natury relacji (w kontekście marketingu relacji) i różnych literaturowych spojrzeń na relacje, albo połączenie tej części z częścią 1.5.

Po tym lapidarnym przedstawieniu pojęcia relacji Habilitant przechodzi do analizy pojęcia wartości w kulturze jako postawy budowania relacji (1.3). Autor zaczyna od stwierdzenia „[p]odejmując temat relacji łączących instytucje kultury z odbiorcami oferty, należy zwrócić szczególną uwagę na kwestię wartości” – chętnie przeczytałabym szerszą argumentację dlaczego właśnie instytucje kultury są tutaj szczególne. Taka lepsza, oparta na źródłach argumentacja zdecydowanie wzmocniłaby tę część. W części 1.3 nie znajdujemy właściwie źródeł odnoszących się do instytucji kultury, choć tytuł to sugeruje. Najczęściej Autor czerpie z ogólnych źródeł i dodaje, że w instytucjach kultury dane zjawisko jest szczególnie ważne (lub specyficzne). Chętnie zobaczyłabym tutaj więcej źródeł z bogatej literatury dotyczącej zarządzania w kulturze czy marketingu instytucji kultury. Mam wrażenie, że Habilitant dążył tutaj do lapidaryzacji, w mojej opinii – nie do końca potrzebnie. Nawet jeśli nie wszystkie wątki są szeroko reprezentowane w literaturze dotyczącej instytucji kultury, to znajdują się tam wątki pokrewne, do których warto się odnieść (choćby dotyczące formułowania propozycji wartości, czy różnych aspektów budowania wartości).

Kolejne części rozdziału pierwszego dotyczą pomiaru relacji między instytucjami kultury a odbiorcami (1.4), oraz przesłanek i możliwości wykorzystania marketingu relacji w instytucjach kultury (1.5). Ten ostatni podrozdział stanowi w istocie uzasadnienie dla podjęcia przez Autora wysiłku badawczego.

Wprowadzający rozdział teoretyczny umożliwia czytelnikowi ogólną orientację w tematyce pracy. Moim zdaniem Autor mógł nieco bardziej rozbudować i pogłębić tę część, a w szczególności poszerzyć ją o współcześnie toczące się dyskusje i szerzej sięgnąć do najnowszej zagranicznej literatury. Wiele zawartych przeglądów koncepcji i definicji kończy się ok. 15 – 20 lat temu (zob. np. tabela 1.8), co sugerowałoby, że od tego czasu w badanym obszarze niewiele się działo, a to nie do końca jest prawda. Tak krótkie wstępne przedstawienie teorii charakterystyczne byłoby raczej dla pracy w konwencji etnograficznej (a takiej konwencji w tym opracowaniu nie ma). Rozdział ten jest jednak oparty na źródłach dobrej jakości, oferuje także, przynajmniej do pewnego stopnia, uporządkowanie istniejącego stanu wiedzy i dowodzi orientacji Habilitanta w poruszanej problematyce.

Drugi rozdział dotyczy polsko-czeskiego rynku transgranicznego, Habilitant zatytułował go „Polsko-czeski transgraniczny rynek usług kultury jako aktualny problem badawczy”. Z pewną rezerwą podeszłabym tu do zastosowania w tytule sformułowania „problem badawczy”, ale zostawiając to na boku stwierdzam, że Habilitant przedstawił rozdział interesujący, który stanowi dobre tło do prowadzonych dalej analiz. Autor opiera się tutaj na dobrych źródłach, dodaje także do opisów wnioski pochodzące z własnych badań. Muszę przyznać, że z zainteresowaniem przeczytałam tę część i uważam ją za udany element pracy.

W kolejnym rozdziale Autor schodzi z szerszego poziomu polsko-czeskiego transgranicznego rynku usług kultury na poziom analizy Cieszyna/Czeskiego Cieszyna – miasta podzielonego granicą, przedstawiając je jako rynek usług kultury. Podobnie jak poprzedni rozdział, również i ten dostarcza wielu informacji będących tłem późniejszych analiz empirycznych, kluczowych dla zrozumienia prowadzonych badań. Podrozdział 3.3 poświęcony jest „kapitałowi społeczno-kulturowemu” miasta, w którym Habilitant nawiązuje między innymi do ujęcia P. Bourdieu. Bourdieu wyróżniał w swoich pracach różne formy kapitału w tym kapitał społeczny i kapitał kulturowy. Definicja, która na s. 96 przedstawiona jest jako definicja „kapitału społeczno – kulturowego”, to definicja, której Bourdieu używa do określenia kapitału społecznego, i choć w jego koncepcjach te dwie formy się łączą, definicja mówi o kapitale społecznym i tak proponowałabym ją pozostawić. Ta drobna uwaga nie zmienia jednak mojej pozytywnej oceny tego rozdziału.

Czwarty rozdział monografii zatytułowany jest „Marketingowe uwarunkowania zachowań klientów na polsko-czeskim rynku usług kultury”. Pierwszy podrozdział nawiązuje, w pewnym sensie, do wcześniejszych rozważań i poświęcony jest kulturowym uwarunkowaniom kształtowania relacji na pograniczu polsko – czeskim. Wykorzystano tutaj do porównań dwie klasyczne koncepcje – Gestelanda i Hofstede (w nowszej wersji 6 wymiarów). Nieco zabrakło mi tutaj szerszej analizy użyteczności i ograniczeń samych tych koncepcji, ale rozumiem, że intencją Autora było raczej dokonanie porównań pomiędzy Polską a Czechami niż porównywanie istniejących koncepcji i dyskusja na temat ich ograniczeń. Kolejny z podrozdziałów poświęcony jest stereotypom – szkoda, że przywołane dane pochodzą tylko z końca XX i początku XXI wieku, interesujące byłoby pokazanie, czy stereotypy te ulegają zmianie. Ponieważ jednak konstatacja Autora jest taka, iż „funkcjonujące stereotypy nie będą miały istotnego znaczenia w procesie budowania relacji” (s. 136) – prawdopodobnie nie ma to kluczowego znaczenia. Kolejne podrozdziały poświęcone są etnocentryzmowi konsumenckiemu, oraz kluczowym dla tej części

– „marketingowym determinantom kształtowania relacji”. Ten ostatni podrozdział (4.4) jest dla tego rozdziału, a w pewnym stopniu też dla całej pracy niezwykle istotny. Uważam, że został on napisany rzeczowo i kompetentnie i świadczy o dobrej orientacji Autora w tematyce. Wkradł się tam drobny błąd (s. 161), gdzie w nawiązaniu do podrozdziału 4.1 Autor stwierdza, że największe różnice między Polską a Czechami występują m. in w wymiarze orientacja długoterminowa, gdzie Polska Uzyskała wynik 38, a Czechy 70 „co oznacz, że w Czechach akcentuje się bardziej krótkoterminowość”. Wysoki wskaźnik świadczy o akcentowaniu długoterminowości (orientacja pragmatyczna), czyli jest odwrotnie; sądzę jednak, że to po prostu przejęzyczenie. Małą słabością tego rozdziału jest odwoływanie się głównie do kilkunastoletniej lub starszej literatury.

Najobszerniejszy i niezwykle ważny dla pracy jest rozdział piąty, w którym Habilitant prezentuje wyniki badań własnych. Rozdział rozpoczyna się od przedstawienia, nieco szerszego niż we wprowadzeniu, metodyki badań. Znajdujemy tu między innymi stwierdzenie, że badania własne prowadzone są w nurcie interpretatywnym z wykorzystaniem indukcji numerycznej niezupełnej oraz w nurcie pozytywistycznym (s.168). Z opisu wynika, iż chodzi tu zwłaszcza o to, że część badań prowadzona była z wykorzystaniem wywiadów, część zaś – metod ilościowych. Mam do tego stwierdzenia pewne uwagi. Po pierwsze, we wstępie pracy, jak i w rozdziale 5 Autor podkreśla, że na podstawie analizy literatury sformułowano hipotezy; dotyczą one całego badania, nie zaś tylko części ilościowej. Po drugie, analiza scenariusza wywiadu pozwala zauważać, że jest on zestandaryzowany a częściowo też ustrukturyzowany (choć oczywiście badani proszeni są o wyrażenie swojej opinii na predefiniowane tematy). Badani pytani są o własne interpretacje odpowiedzi, nie ma jednak wiele miejsca na swobodną wypowiedź na inne, ważne dla badanych tematy, czy poruszanie nowych, nieuwzględnionych w scenariuszu wątków. To wszystko nie do końca pozostaje w duchu interpretatywizmu i indukcji. Po trzecie, zmiana podejścia badacza do rzeczywistości i zmiana orientacji z subiektywistycznej na obiektywistyczną może budzić pewne wątpliwości. Patrząc na sposób prowadzenia wywiadów powiedziałabym raczej, że jest to badanie prowadzone w nurcie pozytywistycznym, z wykorzystaniem jakościowych i ilościowych metod badawczych. Być może jest inaczej, ale Habilitant w zawartych w pracy opisach nie wykazał tego w niebudzący wątpliwości sposób. Abstrahując od tej wątpliwości, trzeba uznać, że badanie zostało starannie zaprojektowane tak, by uwzględnić różne perspektywy – przedstawiciele instytucji kultury (50 wywiadów), ekspertów odpowiedzialnych za kształtowanie lokalnego rynku transgranicznego (zogniskowane wywiady

grupowe) oraz odbiorców (ankieta przeprowadzona na próbie 1035 osób). Takie całościowe podejście jest bardzo cenne – wielostronność przedstawienie problemu zasługuje na duże uznanie.

Jeśli chodzi o konstrukcję narzędzi badawczych – zbyt mało jest informacji co do sposobu konstrukcji kwestionariusza ankietowego, w szczególności operacjonalizacji konstruktów, źródeł wykorzystanych miar i skal (autorskie? oparte na istniejących? połączenie tych dwóch opcji? w jaki sposób przebiegała walidacja?). Jeśli w badaniu ilościowym Autor koncentrował się na badaniu wpływu (kierunku, siły) stosowanych instrumentów marketingowych na tworzenie/wzmacnianie więzi z odbiorcami (s. 175), to warto było już w opisie metodyki naszkicować ogólny choćby model teoretyczny – uwzględniający opisane we wprowadzeniu hipotezy. Chętnie również przeczytałabym określone bardziej wprost informacje o doborze próby: kryteriach i sposobie doboru do próby. W przypadku badania ilościowego (kwestionariusz ankietowym), w pracy zamieszczono informację, iż badano osoby,, które przynajmniej raz w 2018 – 2019 korzystały z usług podmiotów kultury zlokalizowanych po obu stronach granicy. To wyjaśnia niektóre aspekty doboru próby, nie wszystkie jednak. Nie ma też szczegółowych informacji o doborze próby w badaniu z wykorzystaniem wywiadu – mamy charakterystykę próby (tabela 5.1.), ale brak szczegółowych informacji o doborze.

Opis wyników badania jest klarowny i interesujący. Pomimo uwag chcę podkreślić, że rozdział empiryczny stanowi mocną stronę pracy, a przeprowadzone badanie jest niewątpliwie elementem wkładu Habilitanta w rozwój dyscypliny.

Ostatni rozdział pracy to „Modelowe ujęcie kształtowania relacji na transgranicznym rynku usług kultury podzielonego granicą miasta”. Tak jak wspominałam wcześniej, ponieważ pracę rozpoczęło sformułowanie hipotez na podstawie istniejących teorii, wstępną wersję modelu (do empirycznej weryfikacji) warto było zarysować już przed opisem badania, a następnie – bardziej szczegółową wersję – w konkluzjach (mogłaby zawierać wskazówki aplikacyjne – lub mogłyby to być dwa odrębne modele). Autor zdecydował jednak inaczej i taki wybór również jest możliwy, zwłaszcza, że celem w rozdziale 6. jest opracowanie modelu aplikacyjnego raczej niż teoretycznego. Ten model, przedstawiony na rysunku 6.1 a następnie zdekomponowany, jest przygotowany rzetelnie i można uznać go za realizację jednego z głównych celów pracy.



Zakończenie monografii to zgrabne i adekwatne podsumowanie głównych wniosków i zrealizowanych w pracy celów.

Na koniec odniosę się do dwóch kwestii, które zresztą już wcześniej przewijały się w mojej opinii. Pierwsza z nich dotyczy źródeł, druga – języka pracy. Jeśli chodzi o źródła, to trzeba zauważyć, że literatura jest liczna i są to pozycje dobrane nieprzypadkowo. Moim głównym zastrzeżeniem jest to, że w wielu miejscach pracy brakowało w ogóle odniesień do tekstów opublikowanych w ostatniej dekadzie (często nawet dwóch dekadach). Analiza bibliografii potwierdza tę obserwację – w bibliografii są źródła najnowsze, jednak nie dotyczą one wszystkich obszarów tematycznych pracy, i są w mojej opinii niedoreprezentowane. Poza tym jednak zasadniczych zastrzeżeń do wykorzystanych źródeł nie mam.

Jeśli chodzi o język pracy, chciałam podkreślić, że Autor (być może również wspomagany przez Redaktorów z wydawnictwa) zadbał o jego jakość. Pracę czyta się dobrze (co coraz częściej przestaje być normą), zaś język dostosowany jest do rodzaju dzieła. Pewne drobne niezręczności czy przejęzyczenia są na tyle nieliczne, że nie rzutują ani na komfort lektury, ani na odbiór całości.

Podsumowując, uważam, że monografia przedstawiona przez Habilitanta jako osiągnięcie, może zostać pozytywnie oceniona i w mojej opinii wnosi wkład do rozwoju dyscypliny. Wkład ten polega na dostosowaniu i wykorzystaniu koncepcji marketingu relacji do przedstawienia relacji instytucji kultury i ich odbiorców na transgranicznym rynku. Poza celami poznawczymi, w pracy zrealizowano też cele aplikacyjne (model z rozdziału 6.), co dodatkowo podnosi wartość monografii i wzmacnia wspomniany wkład w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości.

## **B. Pozostała aktywność naukowa**

Przez nieco ponad 10 lat po uzyskaniu stopnia doktora (2010), Habilitant nagromadził dorobek naukowy, który zarówno w wymiarze ilościowym, jak i jakościowym może zostać pozytywnie oceniony.

Składa się na niego kilkadziesiąt wydanych po doktoracie pozycji, w których Habilitant jest autorem lub współautorem, w tym 4 monografie, 27 rozdziałów w monografiach i 32 artykułów naukowych. Był też redaktorem monografii i numerów tematycznych czasopism. Jak

widać, ilościowo dorobek jest liczny (ponad 6 tekstów rocznie). Oczywiście ocena ilościowa to tylko jeden – mniej ważny – element oceny dorobku Kandydata.

Jakościowa ocena publikacji, które dr Wróblewski ma w dorobku prowadzi do wniosku, że jest to dorobek zasługujący na pozytywną ocenę. Szczególne miejsce w tym dorobku zajmuje problematyka szeroko pojętego zarządzania w kulturze, w tym – marketingu instytucji kultury i usług kultury. W swoim autoreferacie Kandydat wymienia trzy główne nurty badawcze (s.31):

- marketingowe wymiary zarządzania podmiotami sfery kultury,
- marketingowe wymiary współpracy transgranicznej na pograniczu polsko – czeskim,
- przemiany w zachowaniach konsumentów i tendencje rozwoju konsumpcji wraz z wynikającymi z tego implikacjami dla marketingu.

W mojej opinii te obszary są ze sobą logicznie powiązane i dr Wróblewski od kilkunastu lat konsekwentnie rozwija swoją aktywność na tych polach. Jeśli chodzi o merytoryczną wartość publikacji, w przeważającej mierze są to teksty spełniające standardy publikacji naukowych, przez co mogą zostać pozytywnie ocenione. W przypadku pism naukowych, Habilitant zadbał o to, by były one pismami recenzowanymi, niektóre są także istotne dla obszaru, w którym specjalizuje się Kandydat (marketing), na przykład Marketing i Rynek. Pewne wątpliwości może budzić nadmierna koncentracja publikacji w niektórych pismach/u niektórych wydawców. Znaczna część tekstów Kandydata została bowiem opublikowana w wydawnictwach związanych z macierzystą uczelnią, wśród pism zagranicznych – dominuje jedno, Sustainability. Jest to pismo z portfela MDPI, mające relatywnie wysoki IF (powyżej 2, obecnie – powyżej 2.5), które jednak nie należy do portfela kluczowych pism z marketingu czy zarządzania kulturą (takich – poza wydawanym przez UJ, ważnym w Polsce, Zarządzaniem w kulturze, w dorobku kandydata niestety brak; o pismach marketingowych wspomniałam wyżej). Właśnie 7 artykułów z tego jednego pisma (z okresem „obróbki” od złożenia, poprzez recenzje, ponowne złożenie i akceptację poprawionej wersji od 4 dni, dla *Editorial*-u, do typowych 2.5 - 6 tygodni, jak wynika z przesłanej dokumentacji) to wyłączne składowe sumarycznego IF Kandydata. Jest w takiej strategii publikacyjnej zagrożenie, polegające na nadmiernej koncentracji na jednym tylko rodzaju czasopism, które jednak nie są typowe (a na pewno nie są jedynym rodzajem) dla wydawnictw z dyscypliny, co w dłuższym okresie może spowodować całkowite odcięcie się od innych środowisk i form upowszechniania swoich wyników. Dobrą stroną tej strategii jest oczywiście to, że Kandydat mógł uzyskiwać szybsze efekty publikacyjne, przy jednoczesnym

publikowaniu w pismach z IF, oraz zaznaczaniu swojej obecności w WoS/SCOPUS. Zwracam jednak uwagę, że bardziej zdywersyfikowane miejsca zagranicznych publikacji pozwalają na lepsze dotarcie ze swoimi koncepcjami do szerszego grona zróżnicowanych odbiorców. Pomimo tej uwagi podkreślam, że jakościowa ocena pozostałej aktywności naukowej Habilitanta jest pozytywna, a wart podkreślenia jest fakt wzajemnych powiązań tematycznych jego publikacji, a także związku wcześniej prowadzonych rozważań z tymi, które stały się podstawą monografii zgłoszonej jako główne osiągnięcie.

Choć rozpoznawalność, mierzona cytawalnością, nie jest jednym z kryteriów oceny, może stanowić przyczynek do interpretacji zasięgu oddziaływania prac Habilitanta. Dr Wróblewski ma w swoim dorobku prace znajdujące się w bazach danych SCOPUS i Web of Science, te prace są też cytowane (na satysfakcjonującym poziomie). W popularnym Google Scholar liczba cytowań jego prac przekracza obecnie 400. Takie wyniki można uznać za dobre, świadczące o tym, że dorobek Habilitanta jest dostrzegany przez innych badaczy.

W zakresie pozostałego dorobku naukowego i badawczego należy zwrócić uwagę na realizowane krajowe i międzynarodowe projekty naukowe, oraz na aktywność konferencyjną.

Jeśli chodzi o realizowane projekty badawcze, moja ocena jest ambiwalentna. Z jednej strony warto odnotować dużą aktywność projektową habilitanta, także w projektach międzynarodowych (INTERREG). To bardzo dobrze świadczy o aktywności projektowej. Z drugiej strony jednak nie kierował on projektami o charakterze naukowym finansowanymi w drodze konkursów zewnętrznych. W wykazie osiągnięć wskazano co prawda dwa projekty, którymi kierował: jeden był jednak finansowany ze środków przyznanych uczelni na utrzymanie potencjału badawczego, drugi zaś – dotyczy organizacji „International Summer School – Cultural Management: Science and Education”.

Podobnie można ocenić aktywność konferencyjną. Habilitant brał udział w wielu konferencjach naukowych i branżowych, wśród nich zabrakło jednak najważniejszych dla środowiska marketingu i nauk o zarządzaniu i jakości wydarzeń krajowych i międzynarodowych (Szkoła Letnia Zarządzania, Zjazd Katedr Marketingu, EURAM, EMAC i inne). Dla osoby, która chciałaby wyjść poza swoją niszę, uczestnictwo w takich wydarzeniach ma kluczowe znaczenie. Nie należy jednak oczywiście dyskredytować tych wydarzeń, w których Habilitant brał udział, gdyż one także mają znaczenie dla doskonalenia warsztatu i poddawania swoich prac publicznej dyskusji. W kontekście obszarów zainteresowań badawczych Kandydata, a także jego głównego

osiągnięcia, znaczenie mają tu także te konferencje, które odbyły się „na pograniczu”, w środowisku polskich i czeskich badaczy.

Umiędzynarodowienie aktywności badawczej Habilitanta ma charakter wybiórczy – jest ono bardzo silnie widoczne w relacjach z badaczami czeskimi i to zasługuje na wysoką ocenę i podkreślenie. Pozostałe aspekty umiędzynarodowienia działalności badawczej należy uznać za przeciętne. Nie zmienia to jednak faktu, że określona przez ustawodawcę aktywność naukowa realizowana w więcej niż jednej uczelni, instytucji naukowej lub instytucji kultury, w szczególności zagranicznej – to wymóg, który Habilitant spełnia.

Podsumowując pozostałe aktywności naukowe Kandydata należy stwierdzić, że, choć nie są pozbawione słabszych stron, mogą zostać pozytywnie ocenione. Powiązanie tematyczne dorobku i wysoka ogólna aktywność habilitanta przemawiają za taką pozytywną oceną.

### **C. Pozostałe osiągnięcia, w tym dydaktyczne, organizacyjne i popularyzujące naukę**

Dr Łukasz Wróblewski aktywnie angażuje się w działalność rozmaitych organizacji naukowych, na poziomie lokalnym (w tym transgranicznym), krajowym i międzynarodowym. Jego działalność na rzecz środowiska to także działalność edytorska, oraz recenzencka. Warta podkreślenia jest jego aktywność (odpowiednio redaktor naczelny i zastępca redaktora naczelnego) w pismach Cultural Management: Science and Education oraz Forum Scientiae Oeconomia.

Jeśli chodzi o działalność dydaktyczną, Habilitant prowadzi zajęcia zarówno na poziomie licencjackim, jak i magisterskim. Prowadzone zajęcia pozostają w związku z głównymi obszarami badań Kandydata, są to między innymi zajęcia związane z marketingiem, marketingiem kultury, czy metodyką przygotowania prac dyplomowych. Kandydat ma także doświadczenie w promowaniu prac dyplomowych i magisterskich (łącznie ponad 70), oraz ich recenzowaniu (50). Wspiera aktywność studentów, czego wyrazem jest opieka nad kołem naukowym. Prowadzi zajęcia również na studiach podyplomowych oraz w ramach warsztatów edukacyjnych. Dodatkowo, dr Wróblewski jest współautorem projektów dydaktycznych współfinansowanych między innymi przez NCBiR.

Dr Wróblewski bierze udział w opiece nad doktorantami pełniąc funkcję promotora pomocniczego w dwóch przewodach doktorskich (jednym zakończonym – praca obroniona, drugim – w trakcie).

Na podstawie przedstawionych w dokumentacji informacji, działalność dydaktyczną Habilitanta należy ocenić wysoko. Na podobnie dobrą ocenę zasługuje działalność organizacyjna – Kandydat pełnił w macierzystej uczelni różne funkcje, w tym w latach 2013-15 funkcję Dziekana Wydziału Zamiejscowego w Cieszynie. Od 2017 roku jest kierownikiem Katedry Zarządzania i Inżynierii produkcji oraz członkiem Senatu AWSB. Jego działalność organizacyjna nagradzana była przez władze uczelni oraz przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Warte podkreślenia są także inicjatywy popularyzujące naukę (np. wśród dzieci i młodzieży, a także wśród seniorów), w których bierze udział Habilitant.

Opisana wyżej pozostała działalność dra Wróblewskiego zasługuje na jednoznacznie pozytywną opinię.

\*\*\*

Wskazane w recenzji słabsze strony dorobku nie mają zasadniczego znaczenia, za przeważające należy bowiem uznać strony silne. To umożliwia mi wyrażenie pozytywnej opinii o osiągnięciach dra Łukasza Wróblewskiego jako kandydata do uzyskania stopnia doktora habilitowanego. Całość dorobku mieści się w dziedzinie nauk społecznych, dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości, i jak już wskazałam na wstępie - wnosi wkładu do rozwoju tej dyscypliny.

Podsumowując moje uwagi zawarte w recenzji podkreślę, że za słabe strony dorobku Kandydata można uznać:

- Strategię publikacyjną ukierunkowaną, jak dotychczas, na współpracę tylko z jednym pismem z IF (Sustainability) oraz recenzyjną opierającą się na opiniach głównie dla jednego wydawcy (MDPI); takie ukierunkowanie utrudnia w dłuższej perspektywie budowanie zróżnicowanych relacji i zdobywanie doświadczenia dzięki różnorodności miejsc kluczowych publikacji,
- Dorobek w niewielkim stopniu prezentowany jest na kluczowych dla dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości konferencjach naukowych krajowych i zagranicznych,
- Umiejdzynarodowienie dorobku jest ograniczone, tzn. kandydat bierze aktywny udział w przygranicznej współpracy, jednakże pozostała aktywność zagraniczna jest niewielka,

- Brak doświadczenia w kierowaniu projektami badawczymi wyłanianymi w drodze konkursów krajowych lub zagranicznych.

Za najważniejsze silne strony dorobku, które moim zdaniem przeważają nad słabymi i przesądzą o pozytywnej ocenie, można natomiast uznać:

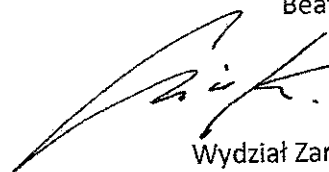
- Dużą ogólną aktywność naukową Kandydata na różnych polach (publikacje, udział w projektach, współpraca itd.),
- prowadzenie badań naukowych skupionych wokół rozmaitych aspektów zarządzania w kulturze i marketingu kultury/instytucji kultury oraz logiczne powiązanie większości naukowego dorobku; konsekwencja w rozwijaniu zainteresowań badawczych jest warta docenienia,
- Umiejętność całościowego podejścia do badanych zagadnień,
- prowadzenie badań naukowych w związku z praktyką oraz łączenie badań naukowych z inicjatywami zmierzającymi do ich zastosowania w praktyce, w szczególności w rejonach przygranicznych,
- aktywność organizacyjną i aktywność w środowisku naukowym oraz środowisku lokalnym.

### 3. WNIOSEK KOŃCOWY

Na podstawie przedłożonej dokumentacji, w tym monografii pt. „Kształtowanie relacji na polsko-czeskim transgranicznym rynku usług kultury” (OWE, Warszawa 2020), stwierdzam, że osiągnięcia naukowe Habilitanta po uzyskaniu stopnia doktora, a także jego wkład w rozwój dyscypliny są wystarczające do uzyskania stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych, dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości.

W związku z powyższym popieram jego wniosek o nadanie stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych, dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.

Beata Glinka



Wydział Zarządzania  
Uniwersytet Warszawski