

Dąbrowa Górnicza 9.01.2023 r.

dr hab. inż. Łukasz Wróblewski, prof. AWSB
Wydział Nauk Stosowanych
Akademia WSB w Dąbrowie Górniczej

**Recenzja Rozprawy doktorskiej Pani mgr Magdaleny Kosiady-Sylburskiej
pt. „Zaangażowanie konsumentów w rozwój produktów instytucji kultury jako
przykład realizacji strategii orientacji na klienta” napisanej pod kierunkiem
dr. hab. Pawła Bryły, prof. UŁ**

Recenzję wykonano na zlecenie Przewodniczącego Komisji Uniwersytetu Łódzkiego
do spraw stopni naukowych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości
z dnia 26 października 2022 r.

I. PODSTAWA FORMALNA

1. Podstawą sporządzenia recenzji jest pismo Przewodniczącego Komisji Uniwersytetu Łódzkiego do spraw stopni naukowych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości Pana dr. hab. Tomasza Czapli, prof. UŁ z dnia 26.10.2022 zawierające prośbę o przygotowanie recenzji rozprawy doktorskiej mgr Magdaleny Kosiady-Sylburskiej.

2. W ocenie uwzględniono wymogi określone w art. 187 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2022 r., poz. 574 z późn. zm.).

3. Przedmiotem oceny jest maszynopis zredagowany w języku polskim, o łącznej objętości 348 stron (wraz z bibliografią i załącznikami). Praca zawiera niezbędne elementy typowe dla takiego dzieła i została przedstawiona w formie, która umożliwia jej ocenę.

II. OPINIA OGÓLNA

Doktorantka, mgr Magdalena Kosiada-Sylburska, przygotowała, pod kierunkiem dr. hab. Pawła Bryły, prof. UŁ rozprawę doktorską, która jest interesująca i zasługuje na wysoce pozytywną ocenę. Problematyka zaangażowania konsumentów w rozwój produktów instytucji kultury mieści się w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości. Rozprawa ta może stać się podstawą dopuszczenia Doktorantki do publicznej obrony, co argumentuję w dalszych

częściach recenzji. Za cel badawczy mgr Kosiada-Sylburska postawiła sobie „określenie modelowych metod projektowania oferty z zaangażowaniem konsumentów” (s. 20). Natomiast za cel aplikacyjny „stworzenie i wdrożenie modelu projektowania zorientowanego na użytkowników w sektorze kultury w celu podniesienia satysfakcji klienta” (s. 20). Obydwa cele zostały przez Doktorantkę osiągnięte. W pracy przeprowadzono badania jakościowe oraz ilościowe, których założenia, projekt i jakość zasługują na wysoce pozytywną ocenę. Problematyka podjęta przez Doktorantkę jest aktualna, interesująca i znacząca zarówno dla teorii, jak i dla praktyki zarządzania, w szczególności w odniesieniu do podmiotów sfery kultury. Przedstawiona do oceny praca spełnia wszystkie wymogi stawiane rozprawom doktorskim. Doktorantka wykazuje się dobrą znajomością koncepcji teoretycznych związanych z tematyką pracy, pokazuje także przygotowanie do prowadzenia badań empirycznych.

III. UWAGI SZCZEGÓŁOWE

Rozprawa doktorska przygotowana przez mgr Magdalenę Kosiadę-Sylburską stoi na odpowiednim dla takich prac poziomie. Składa się na to zarówno dobór aktualnej i znaczącej tematyki, znajomość literatury przedmiotu, jak i umiejętność prowadzenia badań jakościowych oraz ilościowych zgodne z regułami sztuki.

Zasadnicza, merytoryczna część pracy obejmuje strony 11 - 307, pozostałe elementy to spis treści, bibliografia, spisy tabel, rysunków i wykresów, załączniki oraz streszczenia, co daje łącznie 348 stron. W dalszych częściach recenzji nie omawiam szczegółowo zawartości poszczególnych rozdziałów, odnoszę się do ich konstrukcji, strony merytorycznej, wzajemnych powiązań i logiki zawartych w nich wywodów.

1. Tematyka i struktura pracy

Doktorantka łączy w swojej pracy dwa główne obszary tematyczne: zaangażowanie konsumentów i rozwój produktów. Żaden z tych obszarów nie jest nowatorski, ale podkreślenia wymaga fakt, że koncepcje związane z zaangażowaniem konsumentów rozwijają się od relatywnie niedawna, zaś rozpatrywanie tej problematyki w powiązaniu ze sferą kultury nie jest częste. Z tych powodów temat należy uznać za istotny (dla teorii i praktyki), aktualny i wart zgłębienia na poziomie pracy doktorskiej. Wybór tematyki został dobrze uzasadniony we wstępie, który zresztą stanowi zwięzły i merytorycznie udany przewodnik po pracy. Struktura pracy jest logiczna i zasadna dla doktoratu wdrożeniowego, tzn. pracę rozpoczyna część teoretyczna, po której następuje prezentacja studium przypadku

„EC1 Łódź – Miasto Kultury” (w którym to podmiocie Doktorantka realizowała doktorat wdrożeniowy), następnie część empiryczna - przedstawienie wyników badań własnych Autorki oraz część aplikacyjna, w której zaprezentowano model wdrożenia projektowania zorientowanego na klienta w zakresie rozwoju produktu uwzględniający specyfikę rynku kultury. Praca podzielona jest na pięć rozdziałów, wstęp i zakończenie. Pierwsze dwa rozdziały dotyczą teorii, trzeci to opracowane przez Doktorantkę studium przypadku, czwarty zawiera kolejne wyniki badań Autorki zaś w ostatnim, piątym, przedstawiono autorski model optymalizacyjny (model wdrożenia projektowania zorientowanego na klienta w zakresie rozwoju produktu w sektorze kultury). Generalnie nie mam zastrzeżeń ani do zasadniczej logiki wywodu w całej pracy i powiązań poszczególnych rozdziałów, ani do ogólnych zasad ich konstrukcji. Biorąc jednak pod uwagę przyjęty przez Doktorantkę plan badawczy (s. 21) oraz kolejność weryfikacji hipotez można było zmienić kolejność rozdziału trzeciego oraz czwartego. W rozdziale trzecim Autorka dokonuje bowiem weryfikacji hipotez H7, H8, H9 oraz H10 natomiast w rozdziale czwartym hipotez H1, H2, H3, H4, H5 oraz H6. W opinii recenzenta praca zyskałaby na przejrzystości gdyby studium przypadku dotyczące instytucji, w której realizowany był/jest doktorat wdrożeniowy, zaprezentować po rozdziale empirycznym.

2. Założenia i cele pracy, hipotezy, metody i założenia badań

Praca napisana przez mgr Magdalenę Kosiadę-Sylburską bez wątpliwości mieści się w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości i reprezentuje klasyczne podejście do badań. Doktorantka swoje główne założenia, problem badawczy, cele pracy i przyjęte metody przedstawia we wstępie do pracy. Główny problem badawczy sprowadzony został do poszukiwania odpowiedzi na pytanie: Jakie są formy, korzyści i ograniczenia zaangażowania konsumentów w projektowanie oferty w zakresie działalności ekspozycyjnej i kulturalno-edukacyjnej w instytucjach kultury (s.20). Pomimo swej złożoności został on określony w sposób klarowny i zrozumiały. Z głównym problemem badawczym wiążą się cele pracy: cel badawczy (określenie modelowych metod projektowania oferty kultury z zaangażowaniem konsumentów) oraz cel aplikacyjny (stworzenie i wdrożenie modelu projektowania zorientowanego na użytkowników w sektorze kultury w celu podniesienia satysfakcji klienta). Biorąc pod uwagę bardzo wartościową i rozbudowaną część teoretyczną pracy w opinii recenzenta, można było pokusić się również o sformułowanie celu teoretycznego pracy (zwłaszcza, że we wstępie Doktorantka wskazuje na istniejącą lukę naukową). Cele pracy realizowane były w czterech badaniach, które Doktorantka przedstawia na rysunku (s. 21), a

następnie opisuje z wystarczającą szczegółowością w różnych miejscach pracy (s. 205-207, s. 223-225, s. 246-248). Opis badań zawiera informacje o wykorzystanych metodach oraz technikach, które dostosowane są do natury problemu badawczego i celu badania. Narzędzia badawcze: kwestionariusz do wywiadu z menedżerami w instytucjach kultury, kwestionariusz ankiety dla konsumentów oferty kultury, kwestionariusz ankiety dla pracowników „EC1 Łódź – Miasto Kultury” w Łodzi oraz dyspozycja wywiadu z osobami kierującymi marketingiem w „EC1 Łódź – Miasto Kultury” w Łodzi zamieszczone zostały w załącznikach. Kolejną część wstępu to sformułowanie dziesięciu hipotez. Część z hipotez jest złożona dlatego też, Doktorantka słusznie dokonała ich operacjonalizacji (H1, H2, H3, H4, H5, H6). Hipotezy H1 - H6, jak i hipotezy je uszczegóławiające uważam za odpowiednie i odzwierciedlające wątki pojawiające się w literaturze. Pozostałe opisane hipotezy H7 – H10 również mają bezpośredni związek z literaturą i celami pracy. Warto nadmienić, że łącznie hipotez jest aż 40. Za uzasadnienie takiej dużej liczby hipotez przyjmuję chęć kompleksowego opisanie zjawiska przez Doktorantkę. Na wysoką ocenę zasługuje umiejętność łączenia przez mgr Magdalenę Kosiadę-Sylburską różnych metod zarówno gromadzenia, jak i przetwarzania zebranych danych. Do testowania hipotez Doktorantka zastosowała m.in. test Fishera, test istotności związku między zmiennymi ciągłymi, test nieparametryczny Kruskala-Wallisa dla prób niezależnych, test Chi-kwadrat, współczynnik korelacji rang Spearmana. Dobór metod analizy danych uważam za właściwy. W tym miejscu, wywiązując się z obowiązku recenzenta, chciałbym zawrzeć również pewne uwagi, które Doktorantka może potraktować jako wskazówki dla dalszej pracy i zaproszenie do dyskusji podczas obrony. Informacje dotyczące różnorodnych oraz wieloetapowych badań zostały rozproszone i zamieszczone w kilku miejscach pracy. W opinii recenzenta ze względu na wielość zastosowanych metod badawczych oraz analizy zebranych danych bardziej korzystne dla przejrzystości pracy byłoby zaprezentowanie procedury badań, opisu metod, technik badawczych oraz zastosowanych metod analizy danych w jednym miejscu (odrębnym podrozdziale metodycznym). W opisie metodyki badań trochę brakuje szczegółowych informacji, dotyczących sposobu konstrukcji narzędzi badawczych, np. czy w konstrukcji kwestionariusza ankiety wykorzystano jakieś konkretne, istniejące pytania, zmienne, czy też Doktorantka samodzielnie od podstaw tworzyła wszystkie narzędzia badawcze? Z chęcią dowiedziałbym się więcej na temat sposobu konstrukcji kwestionariusza ankiety dla konsumentów oferty kultury. Pomimo, że w pracy Doktorantka dokonała opisu procedury doboru próby i jej charakterystyki, to jednak w odniesieniu do badań ilościowych prowadzonych wśród konsumentów (n=376) niedokładnie opisano w jaki sposób określono

minimalną liczebność próby badawczej (liczbę respondentów). Ponieważ Autorka wskazała w dysertacji na dobór celowy (s. 21), który jest dobozem nieprobabilistycznym to reprezentatywność wyników otrzymanych z prób celowych jest trudniejsza do określenia i niższa niż w przypadku doboru losowego. Stąd też rodzi się pytanie o sposób doboru jednostek do próby, w szczególności w jaki sposób oceniano reprezentatywność próby? Reasumując, pomimo pewnych drobnych nieścisłości w opisie badań (które nie obniżają mojej bardzo wysokiej oceny pracy) stwierdzam, że cele i hipotezy zostały odpowiednio sformułowane, a metody badania oraz analizy danych – dobrze dobrane i odpowiednio opisane. Świadczy to o umiejętności projektowania badania przez mgr Magdalenę Kosiadę-Sylburską.

3. Teoretyczne podstawy pracy i wykorzystana literatura

Teoretyczna część pracy to dwa rozdziały: pierwszy zawiera głównie rozważania dotyczące zaangażowania konsumentów, drugi poświęcony jest specyfice produktu na rynku kultury. Taką konstrukcję ram teoretycznych pracy uznaję za logiczną i zasadną. Rozważania w rozdziale pierwszym Doktorantka rozpoczyna od omówienia koncepcji orientacji rynkowej oraz wynikającej z niej orientacji na klienta, następnie bardzo szczegółowo zaprezentowane zostały zagadnienia związane z zaangażowaniem. Zagadnienia te dodatkowo poszerzono i pogłębiono omawiając tematykę współtworzenia. Rozważania teoretyczne wzbogacone zostały interesującymi i właściwie dobranymi przykładami instytucji kultury – głównie muzeów. Zakończenie rozdziału stanowi analiza teorii projektowania i rozwoju produktów oraz zarządzania portfelem produktów. Cały rozdział został przygotowany kompetentnie i wykazuje bardzo dobrą orientację Doktorantki w literaturze. Szczególnie interesujące są ustalenia dotyczące kwestii terminologicznych związanych z zaangażowaniem konsumentów oraz powiązanie wpływu osobowości klienta z jego zaangażowaniem się w działalność przedsiębiorcy. Podrozdział ten jest bardzo ważny w pracy, w której znaczna część zmiennych wykorzystanych w badaniu empirycznym związana jest właśnie z zaangażowaniem konsumenta. Ważną częścią rozdziału jest podrozdział, w którym Doktorantka odnosi się m.in. do negatywnych stron angażowania klientów poprzez praktyki *crowdsourcingu*. To świadczy o świadomości tego, że temat, któremu poświęciła pracę nie jest, i nie musi być jednoznaczny (a na pewno – nie zawsze interpretowany jednoznacznie pozytywnie).

Rozdział drugi to przedstawienie rynku kultury głównie z perspektywy muzeów i instytucji para-muzealnych. W rozdziale odniesiono się również do definicji produktu na

rynku kultury i doświadczenia klienta związanego z korzystaniem z oferty kulturalnej. W podrozdziale tym, zawierającym różne podejścia i definicje produktu (w tym produktu kultury) brakuje mi jednak jednoznacznego wskazania na definicję produktu kultury, którą w pracy posługuje się Doktorantka. W dysertacji (m.in. w podsumowaniu do rozdziału drugiego, s. 171 - 173) występują bowiem takie kategorie jak: produkt kultury, produkt i usługi kultury, oferta kulturalna? Jest to bardzo istotne biorąc pod uwagę, że praca dotyczy projektowania produktu instytucji kultury. Pojawia się zatem pytanie: jak Doktorantka definiuje produkt kultury? W rozdziale drugim dokonano również przeglądu zagadnień związanych z zachowaniami konsumentów na rynku kultury oraz ich wpływu na zaangażowanie w działalność instytucji kultury. W ostatniej części rozdziału przeanalizowano uwarunkowania, które wpływają na kształtowanie oferty w instytucjach kultury. Generalnie rozdział ten jest kompetentnie napisany. Co bardzo ważne jest on uszczegółowieniem i logiczną kontynuacją rozważań z rozdziału pierwszego. Obydwa rozdziały teoretyczne są bardzo dobrze zakorzenione w literaturze co przekłada się na wysoką ocenę całej części teoretycznej rozprawy. Świadczy ona o bardzo dobrej orientacji Doktorantki w problematyce pracy i o umiejętności analizy literatury przedmiotu. Bardzo pomocne są również krótkie wprowadzenia do rozdziału, a także podsumowania znajdujące się na końcu każdego z nich ułatwiające nawigację po treści i uwypuklające główne aspekty omawianych zagadnień.

4. Wyniki badań własnych, dyskusja i wnioski

Wyniki badań własnych Doktorantka zamieściła w rozdziale trzecim, który zawiera studium przypadku „EC1 Łódź – Miasto Kultury” – instytucja kultury w Łodzi, w której realizowany był/jest doktorat wdrożeniowy oraz rozdziale czwartym (rozdział typowo empiryczny). W obydwu rozdziałach znaleźć można zarówno opis wyników, ich dyskusję, jak i przedstawienie implikacji praktycznych. W rozdziale trzecim Doktorantka prezentuje m.in. wyniki wcześniejszych badań ilościowych i jakościowych realizowanych pod kierunkiem dr Beaty Gotwald, które dotyczyły prototypowania i testowania oferty EC1 Łódź (badaniem objęto: ekspertów, rodziców i nauczycieli oraz dzieci). Treści te są bardzo interesujące i ważne dla omawianego tematu. Wnioski z badań służyły bowiem doskonaleniu oferty instytucji – na ich podstawie ustalono zmiany, które należy wprowadzić przed otwarciem ekspozycji. Jak pisze Doktorantka (s. 195) „dodatkową korzyścią z testowania dla EC1 było zebranie wielu cennych spostrzeżeń dotyczących nie tylko samych elementów ekspozycji wymagających modyfikacji, ale świadczenia usługi, organizacji pracy oraz obsługi klientów”. Szkoda, że Autorka nie przywołała w tym punkcie pracy wniosków z zaprezentowanych badań. Chętnie dowiedziałabym się więcej na temat zmian, które instytucja EC1 Łódź wprowadziła m.in. w związku z przeprowadzonym testowaniem ekspozycji z końcowymi

odbiorcami. Autorka dokonała jednak (w oparciu o wyodrębnionych pięć kryteriów) oceny poszczególnych działań włączających klientów i konsumentów podjętych przez EC1 przy przygotowywaniu oferty pod kątem wykorzystanych zasobów i uzyskanych efektów. Rozdział trzeci zawiera również wyniki oraz wnioski z badania ankietowego (n=68) przeprowadzonego przez Doktorantkę wśród pracowników EC1 Łódź, a także wnioski z wywiadów z trzema osobami, które kierowały/kierują marketingiem w tej instytucji. Doktorantka dokonuje również weryfikacji hipotez H7, H8, H9 oraz H10. Wszystkie hipotezy za wyjątkiem H10 zostały potwierdzone. Rozdział ten (jak słusznie założyła Doktorantka, s. 175) stanowi tło do przygotowania, w oparciu o przedstawione w rozdziale czwartym wyniki badań empirycznych, modelu wdrożenia angażowania konsumentów w projektowanie oferty w instytucjach kultury realizujących działalność wystawienniczą i edukacyjną. Przyjęty przez Autorkę układ jest poprawny. Biorąc jednak pod uwagę zaprezentowany przez Doktorantkę we wstępie plan badawczy (s. 21), jak i kolejność weryfikacji hipotez – w opinii recenzenta dla lepszej przejrzystości całej pracy, studium przypadku można było zaprezentować dopiero po rozdziale empirycznym.

W rozdziale czwartym Doktorantka zaprezentowała wyniki badań empirycznych dotyczących wdrożenia w dziewięciu polskich instytucjach kultury prowadzących działalność wystawienniczą i edukacyjną koncepcji orientacji na klienta w procesie projektowania usług kultury. W pierwszej części rozdziału zaprezentowano wyniki wywiadów z menedżerami odpowiedzialnymi za projektowanie oferty (n=9). W drugiej części omówiono wyniki ankiety skierowanej do konsumentów tej oferty (n=376). Jak słusznie zauważyła Doktorantka (s. 223) takie podejście pozwala na uchwycenie zarówno perspektywy z wewnątrz instytucji kultury, jak i perspektywy konsumentów. Prezentując wyniki badań Autorka zachowała równowagę pomiędzy licznymi tabelami i schematami, a wyjaśnieniami i komentarzami do nich. Jest to z pozoru oczywiste, ale wiele prac niestety opiera się na nagromadzeniu danych liczbowych w pewnym sensie pozostawionych czytelnikowi do interpretacji. W recenzowanej pracy krok po kroku opisano co zostało wykonane i dlaczego. Jasno została również opisana procedura testowania hipotez. Osobno przedstawiono wyniki indywidualnych wywiadów pogłębionych (w którym wzięło udział dziewięciu menedżerów odpowiedzialnych za projektowanie oferty w instytucjach kultury), a także wyniki badań ilościowych z konsumentami. Po zaprezentowaniu wyników badania Doktorantka odniosła się też do wyników testowania hipotez ogólnych H1, H2, H3, H4, H5 oraz H6, które zostały uzupełnione hipotezami szczegółowymi (łącznie w tym miejscu pracy było ich aż 36) – tylko jedna z hipotez szczegółowych H4c została odrzucona (w efekcie Doktorantka stwierdza częściową weryfikację hipotezy ogólnej H4). W pozostałych przypadkach w badaniu nie stwierdzono podstaw do odrzucenia hipotez (tabela IV.23, s. 286-288). Potwierdza to zatem tendencję badaczy do „bezpiecznego” formułowania hipotez. Po prezentacji tabeli zawierającej zestawienie hipotez i wyniki ich testowania, mgr Magdalena Kosiada-Sylburska przechodzi do ostatniego rozdziału dysertacji.

Następujący po prezentacji wyników rozdział piąty jest stosunkowo krótki (łącznie trzynaście stron tekstu, s. 289-301), co nieco dziwi, gdyż zawiera on prezentację (zatytułowanego identycznie jak cała rozprawa doktorska) autorskiego schematu zaangażowania konsumentów w rozwój produktów instytucji kultury jako przykład realizacji strategii orientacji na klienta (s. 300). Pomimo, że zaprezentowany schemat jest wywiedziony z wcześniejszych analiz moim zdaniem wymagałby on szerszego komentarza, zwłaszcza w kontekście „zastosowania dla praktyki”. Taki szerszy opis wynikałby z tego, że zaproponowany schemat wieńczy całą pracę i stanowi jedno z głównych osiągnięć Autorki. Ostatni rozdział pracy budzi niedosyt, zważywszy jak bardzo rozbudowane i kompleksowe były poprzednie części pracy (rozdział pierwszy 73 strony, drugi 76, trzeci 49, czwarty 66), a także jak wiele hipotez sformułowano w całym badaniu (40). Jeśli Autorka planuje upowszechnienie wyników badań w formie monografii (co z pełnym przekonaniem sugeruję), proponuję pogłębienie i uzupełnienie właśnie tej części pracy.

Generalnie opartą na empirii część pracy należy ocenić wysoko. Dowodzi ona umiejętności prowadzenia badań ilościowych i jakościowych, analizy zebranych danych, a także – opisywania uzyskanych wyników. Sformułowane powyżej uwagi w żaden sposób nie dyskredytują pracy Doktorantki i na ogół nie dotyczą kwestii zasadniczych dla badania.

Całą pracę zamyka syntetyczne i dobrze przygotowane zakończenie (5 stron), w którym Doktorantka zrekapitulowała przebieg badań i ustalone wnioski dla teorii i praktyki. Ta część pracy zawiera również informację o ograniczeniach przeprowadzonego badania, a także wskazówki dotyczące kierunków dalszych badań.

5. Ocena edycyjna, językowa oraz formalna pracy

Obowiązkiem recenzenta jest również wyrażenie opinii na temat strony edycyjnej, językowej oraz formalnej pracy. Ogólna ocena jest pozytywna – praca została więcej niż poprawnie przygotowana od strony stylistycznej, formalnej, także edytorskiej. Oczywiście, jak w większości tak obszernych opracowań, również i tutaj można znaleźć drobne usterki stylistyczne, czy błędy literowe. Przykładowo Doktorantka używa terminu „na przestrzeni lat” (s. 174) - chociaż termin ten jest akceptowany, to jednak przestrzeń oznacza miejsca, czas natomiast lepiej łączyć z terminem np. „w czasie, w latach, w okresie lat”. Chciałbym jednak podkreślić, że te drobne usterki są na tyle nieliczne, że czytelnik nie czuje w żadnym miejscu pracy ich nagromadzenia. Recenzowana rozprawa doktorska zawiera 54 tabele, 39 rysunków i 20 wykresów. Zamieszczone w pracy tabele, rysunki i wykresy są czytelne, bardzo starannie przygotowane (do spisu rysunków wkradł się drobny błąd w numeracji – dwa razy występuje rysunek 4). Bibliografia obejmuje 436 pozycji podzielonych na: książki (83 pozycje), artykuły (314 pozycji), źródła internetowe (33 pozycje) oraz inne (6 pozycji), w tym aż 329

pozycji obcojęzycznych (ok. 75%). Wykaz literatury jest bardzo bogaty i reprezentatywny dla podjętej problematyki, warte odnotowanie jest również, że 127 pozycji (ok. 29%) jest z ostatnich pięciu lat.

IV. OCENA KOŃCOWA

Zmierając do sformułowania konkluzji końcowej, bez wątplenia w pełni pozytywnej, odnośnie dopuszczenia do publicznej obrony rozprawy doktorskiej Pani mgr Magdaleny Kosiady-Sylburskiej pt. „Zaangażowanie konsumentów w rozwój produktów instytucji kultury jako przykład realizacji strategii orientacji na klienta”, należy wskazać na najważniejsze czynniki, które uzasadniają sformułowanie wniosku końcowego. Pani magister Magdalena Kosiada-Sylburska podjęła w swojej pracy istotny temat i dobrze poradziła sobie z jego realizacją. Uzyskane w pracy wyniki są oryginalne, a praca ma wyraźny aspekt aplikacyjny. Doktorantka poprawnie sformułowała problem badawczy oraz uzasadniła jego istotność naukową, obiektywnie występującymi czynnikami. Poprawnie sformułowała cel badawczy, cel aplikacyjny, a także hipotezy badawcze. Wykazała się bardzo dobrą znajomością, poprawnie zebranej i wykorzystanej, literatury przedmiotu. Silną stroną Doktorantki jest jej koncentracja na instytucjach kultury takich jak muzea i para-muzea. Posiada w tym względzie bogate doświadczenia. Na szczególne podkreślenie zasługuje zaangażowanie Autorki w rozwój oferty kulturalnej „EC1 Łódź – Miasto Kultury” - instytucji z którą Doktorantka jest związana zawodowo, i w której to wdraża rozwiązania zaprezentowane w pracy. Umożliwiło to wykorzystanie właściwych metod do zgromadzenia informacji źródłowych oraz ich przetworzenia, w celu zweryfikowania hipotez badawczych. Recenzent bardzo wysoko ocenia warsztat naukowy Doktorantki. Dla zrealizowania celów pracy, Autorka wykorzystwała wtórne oraz pierwotne źródła informacji. Szczególnie wysoko można ocenić zaprojektowanie oraz przeprowadzenie badań o charakterze pierwotnym, i to zarówno ilościowych, jak również jakościowych. Zostało to m.in. starannie udokumentowane w załącznikach. Pani mgr Magdalena Kosiada-Sylburska zastosowała również różnorodne metody analizy zebranych danych. Do weryfikacji hipotez zastosowała m.in. test Fishera, test istotności związku między zmiennymi ciągłymi, test nieparametryczny Kruskala-Wallisa dla prób niezależnych, test Chi-kwadrat, współczynnik korelacji rang Spearmana. Silną stroną pracy są syntetyczne zestawienia tak definicji, teorii, jak również materiałów empirycznych. Osiągnięciem Doktorantki jest opracowanie metod projektowania oferty instytucji kultury wraz z oceną ich skuteczności przez pryzmat określonych kryteriów, a także zaproponowanie modelu wdrożenia projektowania zorientowanego na klienta w zakresie rozwoju produktu w

sektorze kultury. Rozważania są osadzone w koncepcji marketingowego zarządzania podmiotami kultury, co jednoznacznie kwalifikuje pracę w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości. Warto także zaznaczyć, że sformułowane wnioski, zostały właściwie udokumentowane. Na wysoką ocenę zasługuje także umiejętność jasnego wyrażania swoich myśli przez Doktorantkę.

Podsumowując stwierdzam, że przedłożona do oceny rozprawa doktorska Pani mgr Magdaleny Kosiady-Sylburskiej w ramach programu Doktorat wdrożeniowy, spełnia warunki stawiane rozprawom doktorskim w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości przez obowiązujące przepisy określone w art. 187 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2022 r., poz. 574 z późn. zm.) i wnioskuję do Komisji Uniwersytetu Łódzkiego do spraw stopni naukowych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości w Łodzi o jej przyjęcie i dopuszczenie do publicznej obrony.

Dąbrowa Górnicza, 9.01.2023 r.

dr hab. inż. Łukasz Wróblewski, prof. AWSB

