

Warszawa, 14 maja 2020r.

Prof. dr hab. Bogdan Mróz
Katedra Badań Zachowań Konsumentów
Instytut Zarządzania
Kolegium Zarządzania i Finansów
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Recenzja

**pracy doktorskiej mgr. Kajetana Sucheckiego p.t.
„Konsument na szlaku kulturowym – zachowania, typologia” przygotowanej pod
kierunkiem naukowym dr hab. Grzegorza Maciejewskiego, prof. UE,
Katowice 2020**

1. Wybór tematu i problematyka rozprawy

Współczesny człowiek występuje w wielu rolach i wcieleniach w „teatrze życia codziennego”, żeby odwołać się do metafory zaczerpniętej ze znakomitej książki Ervinga Goffmana¹. Dotyczy to również w całej rozciągłości konsumentów XXI wieku, którzy mając niespotykane wcześniej możliwości, przywdziewają różne maski, przebijają w tożsamościach, czerpią pełnymi garściami z możliwości jakie oferuje współczesna globalna kultura konsumpcyjna. Obserwujemy daleko idący proces marketyzacji i komercjalizacji różnych sfer życia człowieka i współczesnych społeczeństw, o czym pisał już dawno w swoich książkach E. Fromm². Celebryci, youtuberzy i blogerzy monetyzują swoją popularność, specjaliści od marketingu politycznego starannie retuszują i wystawiają na sprzedaż wizerunki znanych osób i partii politycznych, w mediach społecznościowych internauci wystawiają na sprzedaż własną prywatność, dają

¹ Por. E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.

² Por. np. E. Fromm, *Ucieczka od wolności*, Czytelnik, Warszawa 2015; E. Fromm, *Mieć czy być?*, Rebis, Poznań 2016.

się wręcz zauważyć epidemia narcyzmu. Nic więc dziwnego, że w globalnym supermarkecie idei, koncepcji, również sfera duchowości wystawiana jest na ciężką próbę i ulega pokusom wszechobecnej komercjalizacji (choć wydawać się to może paradoksalne). Klasztory otwierają swoje podwoje i za stosowną opłatą oferują neofickim zwolennikom kontemplacji możliwość wyciszenia się i wyizolowania od gorączkowego rytmu współczesnego życia i pędzącego naprzód świata. Więzienia o zaostrowanym reżimie oferują osobom dysponującym grubym portfelem i spragnionym mocnych wrażeń możliwość zasmakowania więziennego życia ze wszystkimi jego rygorami.

W tym kontekście nie dziwi fakt, że w skomercjalizowanym do cna świecie merkantylnym pokusom ulega również sfera duchowości, mówi się o zjawisku supermarketyzacji religii i zgodnym współistnieniu dotychczas rozdzielnie funkcjonującej sfery *sacrum* i *profanum*.

Sfera religii i duchowości człowieka już od dawna obrastała w komercyjną otoczkę (handel dewocjonaliami wokół świątyń, możliwość wykupienia odpustu od grzechów itp.). Pielgrzymki do miejsc kultu religijnego wymagały też odpowiedniego zaplecza aprowizacyjnego (czy, jak dzisiaj powiedzielibyśmy: logistycznego): strudzeni długą, wielodniową pielgrzymką pątnicy zatrzymywali się na nocleg i posiłki w karczmach i oberżach, kupowali dewocjalia na jarmarkach, przydrożnych straganach itp.

Trasy pielgrzymek, stanowiące swoiste szlaki kulturowe, wyznaczały zatem trudne do geograficznej delimitacji specyficzne rynki (vide instytucja wędrownych handlarzy), na których kierowani motywacjami religijnymi pielgrzymi występowali w mniejszym lub większym zakresie jako konsumenci.

W tym kontekście z dużym uznaniem należy powitać wybór problematyki recenzowanej rozprawy. Doktorant wykazał się odwagą oraz inwencją badawczą podejmując intrygujący temat, słabo naświetlony w istniejącej literaturze. Dodatkowo dysertacja zyskuje rys aktualności w kontekście obserwowanych nowych trendów i zjawisk w zachowaniach konsumentów polegających na poszukiwaniu wartości postmaterialistycznych. Współcześni konsumenci, na co zwracał uwagę w swoich książkach Z. Bauman, stają się gorączkowymi kolekcjonerami nowych wrażeń, przeżyć i

doświadczeń mających ubarwić szarość codziennej egzystencji³. Nieprzypadkowo w analizach zachowań konsumenckich i praktyce marketingowej coraz częściej stosuje się aparat pojęciowy odwołujący się do ekonomii doświadczeń i marketingu doświadczeń (*experiential marketing*).

Rozprawa doktorska mgr. Kajetana Sucheckiego podejmuje zatem bardzo ważną oraz interesującą problematykę. Doktorant zmierzył się z ambitnym wyzwaniem wybierając trudny, oryginalny temat i przeprowadzając własne badanie empiryczne w dwóch krajach: Polsce i Hiszpanii, co nastroczało dodatkowych trudności metodycznych.

Reasumując, wybór problematyki i tematu recenzowanej rozprawy doktorskiej uważam za bardzo trafny i aktualny.

2. Cel pracy, pytania badawcze, metodyka badań

Podstawowy problem badawczy, wokół którego koncentrują się rozważania w recenzowanej dysertacji doktorskiej dotyczy zachowań konsumentów na specyficznych rynkach, jakimi według Autora są szlaki kulturowe. Cele sformułowane w rozprawie mają charakter poznawczy, metodyczny i aplikacyjny.

Głównym celem poznawczym pracy jest identyfikacja zachowań konsumentów na szlaku kulturowym, rozumianym jako rynek oraz opracowanie typologii konsumentów na tym rynku. Doktorant dokonał dezagregacji tego ogólnego celu na następujące cele cząstkowe (por. strona 5-6 rozprawy):

- charakterystyka podaży towarów i usług oferowanych na szlaku kulturowym oraz jej relacji z potrzebami i popytem, jaki zgłaszają konsumenci;
- identyfikacja zachowań konsumentów na szlaku kulturowym oraz czynników determinujących te zachowania;
- określenie znaczenia czynników ekonomicznych wśród innych czynników determinujących zachowania konsumentów na szlaku kulturowym;
- wyróżnienie typów konsumentów na szlaku kulturowym.
- określenie czy konsumpcja na szlaku kulturowym ma cechy prosumpcji.

³ Por. np. Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.

Celem metodycznym recenzowanej pracy doktorskiej było opracowanie narzędzia badawczego służącego przygotowaniu typologii konsumentów na szlaku kulturowym, natomiast celem aplikacyjnym zebranie informacji rynkowych oraz sformułowanie pragmatycznych wskazówek i rekomendacji przydatnych przedsiębiorstwom obsługującym ruch na szlakach kulturowych.

Cele rozprawy są klarowne i spójne z głównym nurtem rozważań merytorycznych w rozprawie, dobrze korespondują z zastosowanymi narzędziami badawczymi i zostały sformułowane w sposób umożliwiający weryfikację stopnia ich osiągnięcia.

Zgodnie z ugruntowaną praktyką badawczą na podstawie przytoczonych wyżej celów została sformułowana hipoteza główna pracy oraz hipotezy szczegółowe. Hipotezę główną dysertacji stanowi przypuszczenie, że na szlaku kulturowym, rozumianym jako rynek, konsumenci tworzą niejednorodną grupę podmiotów. Oczekują zaspokojenia potrzeb na różnym poziomie obsługi z uwzględnieniem swoich możliwości finansowych. Hipotezę tę mgr Kajetan Suchecki rozpiisał na pięć hipotez szczegółowych (cytuję *in extenso* ze strony 6 rozprawy):

„H1: Podaż produktów na szlaku kulturowym nie zaspokaja zgłaszanych potrzeb.

H2: Konsumenci na rynku, jakim jest szlak kulturowy, charakteryzują się niejednorodnymi zachowaniami.

H3: Czynniki ekonomiczne należą do grupy najważniejszych determinant zachowań konsumentów na szlaku kulturowym.

H4: Istnieje kilka typów konsumentów na szlakach kulturowych, które wyróżniają się zróżnicowanymi zachowaniami na tych rynkach.

H5: Konsumpcja na szlaku kulturowym posiada cechy prosumpcji, a konsument ma możliwość współtworzenia turystycznego produktu systemowego, jakim jest pobyt na szlaku kulturowym”.

Przedstawione hipotezy badawcze służą realizacji celów pracy, zostały sformułowane w sposób poprawny, umożliwiający ich weryfikację (falsyfikację lub potwierdzenie). We wstępie Doktorant scharakteryzował również krótko przedmiot badań (zachowania konsumentów na szlaku kulturowym), ich zakres podmiotowy (konsumenci – turyści i odwiedzający jednodniowi na wybranych szlakach kulturowych) oraz czasowy (lata 2004 –2018 w przypadku danych wtórnych oraz rok 2019 w odniesieniu do danych pierwotnych).

Aby zrealizować cele dysertacji mgr Kajetan Suchecki zastosował procedurę badawczą opartą na krytycznej analizie literatury oraz realizacji własnych badań bezpośrednich.

Badaniem własnym objęto konsumentów na szlakach kulturowych dobranych metodą nielosową (dobór kwotowy). Według deklaracji Doktoranta dobór jednostek do próby polegał na świadomej selekcji konsumentów na wybranych szlakach kulturowych. Badania przeprowadzono na terenie Polski i Hiszpanii. Objęły one trzy szlaki kulturowe: Drogę Francuską Szlaku św. Jakuba na odcinku Burgos –Santiago de Compostela (Region Kastylii i Leónu oraz Wspólnota Autonomiczna Galicji na terenie Hiszpanii), Szlak Orlich Gniazd (na terenie województwa śląskiego i małopolskiego) oraz Szlak Zabytków Techniki Województwa Śląskiego (szlak ograniczony do terenu województwa śląskiego).

W przeprowadzonych badaniach bezpośrednich zastosowano dwie techniki wywiadu: indywidualny wywiad pogłębiony (zastosowany w celu przeprowadzenia swoistego rekonesansu badawczego pozwalającego przygotować narzędzie badawcze) oraz wywiad bezpośredni. Badania przy wykorzystaniu techniki indywidualnego wywiadu pogłębionego Doktorant przeprowadził w sierpniu 2018 roku na Szlaku św. Jakuba posługując się scenariuszem wywiadu oraz audiorejestracją rozmów. Z kolei badania przy wykorzystaniu techniki wywiadu bezpośredniego zostały przeprowadzone w okresie od kwietnia do sierpnia 2019 roku na trzech badanych szlakach kulturowych. Narzędziami badawczymi były wystandaryzowane kwestionariusze wywiadu adekwatne do sytuacji rynkowych na poszczególnych szlakach.

Zastosowaną procedurę badawczą należy ocenić pozytywnie. Doktorant wykorzystał dobrze dobrane, komplementarne metody badawcze. Również kolejność przeprowadzonych badań empirycznych jest prawidłowa: najpierw swoisty „zwiad badawczy” w postaci indywidualnych wywiadów pogłębionych pozwalających „doszlifować” narzędzie badawcze, następnie wywiady bezpośrednie.

Przedstawiony wyżej program badań przeprowadzonych na potrzeby dysertacji doktorskiej mgr. Kajetana Sucheckiego stanowi dobrze przemyślane, spójne przedsięwzięcie badawcze i zasługuje na pozytywną ocenę. Badania zostały zwieńczone przygotowaniem autorskiej typologii konsumentów na szlakach kulturowych oraz sformułowaniem wniosków o charakterze poznawczym i aplikacyjnym ważnych dla podmiotów obsługujących konsumentów i zaspokajających ich różne potrzeby podczas wędrówki na szlakach kulturowych.

3. Układ i struktura dysertacji

Rozprawę doktorską mgr. Kajetana Suheckiego można określić jako studium o charakterze teoretyczno-empirycznym. Praca, wraz z bibliografią, spisami tablic i rysunków oraz aneksem liczy łącznie 306 stron (294 strony bez aneksu).

Dysertacja zawiera 56 tablic oraz 71 rysunków ilustrujących tok wywodów Autora oraz urozmaicających narrację. Na samym końcu Doktorant zamieścił aneks zawierający kwestionariusze wywiadów przeprowadzonych na trzech szlakach turystycznych wybranych do badań (Szlak Św. Jakuba, Szlak Orlich Gniazd, Szlak Zabytków Techniki Województwa Śląskiego). Literatura przedmiotu została dobrana pod kątem problematyki omawianej w rozprawie, jest wystarczająco różnorodna i obejmuje łącznie 217 trafnie dobranych pozycji, z czego 55 stanowią źródła internetowe. Są to pozycje o różnym ciężarze gatunkowym, w zdecydowanej większości kompatybilne z głównym nurtem rozważań w pracy.

Rozprawa doktorska mgr. Kajetana Suheckiego składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów, podsumowania, bibliografii, spisu tablic i rysunków oraz aneksu zawierającego kwestionariusze przeprowadzonych wywiadów. Można w niej wyróżnić dwie warstwy: erudycyjną oraz badawczą. Wątek erudycyjny obejmuje pierwsze trzy rozdziały, natomiast część badawcza rozdziały czwarty i piąty.

W ramach części badawczej Doktorant prezentuje własne badania empiryczne, ich założenia metodyczne, uzyskane wyniki (rozdział czwarty), a także autorską typologię konsumentów na szlakach kulturowych oraz wnioski i rekomendacje o charakterze aplikacyjnym wynikające z realizacji badania własnego (piąty rozdział dysertacji). Praca ma klarowną i logiczną konstrukcję, adekwatną do problematyki i celów przedstawionych we wstępie, proporcje między częścią teoretyczną i empiryczną są właściwe, co więcej, rozprawę wyróżnia elegancja kompozycyjna (objętość pierwszych trzech rozdziałów jest mniej więcej taka sama jak objętość dwóch pozostałych).

Rozdział pierwszy, zatytułowany „Szlak kulturowy jako rynek”, stanowi przedpole dla rozważań prowadzonych w dalszej części rozprawy. Na uwagę w tym fragmencie pracy zasługuje oryginalne, chociaż kontrowersyjne, ujęcie szlaku kulturowego jako specyficznego rynku. Należałoby zgodzić się ze stwierdzeniem

Doktoranta sformułowanym na stronie 38, że szlak kulturowy ze względu na swoje zakorzenienie w ramach dziedzictwa kulturowego może być częścią rynku turystyki kulturowej, jednak z uwagi na swoją specyfikę, związaną z ciągłym przemieszczaniem się konsumentów, może i powinien być badany także oddzielnie. Jednak nie każdy szlak kulturowy może być traktowany jako rynek. Autor słusznie zauważa na stronie 44: „Żeby mówić o wytworzeniu się szlaku kulturowego jako rynku, nie wystarczy formalne utworzenie szlaku decyzją administracyjną, czy nawet wyznaczenie go w terenie i oznakowanie. To długotrwały proces związany także z pewnym zakorzenieniem jego istnienia w ludzkiej świadomości”. Są szlaki bardzo znane i powszechnie rozpoznawalne, które generują duży ruch turystyczny i obrastają w otoczkę komercyjną (vide Szlak Św. Jakuba) i w ich przypadku można mówić, że stanowią specyficzne subrynki rynku turystyki kulturowej. Są również szlaki niszowe, zdecydowanie mniej znane, o słabej infrastrukturze handlowo-usługowej i w ich przypadku trudno mówić o tym, że stanowią „pełnokrwiste” rynki. Dobrze, że mgr Kajetan Suchecki dostrzega tę różnicę.

Rozdział drugi („Konsument jako podmiot na szlaku kulturowym”) ma w pewnym sensie charakter propedeutyczny, zawiera przegląd znanych w literaturze ujęć, koncepcji i modeli odnoszących się do zachowań konsumentów. Ma pewne walory systematyzujące, potwierdza erudycję Doktoranta, ale trudno jest doszukać się w nim oryginalnych wątków.

Trzeci rozdział rozprawy („Wybrane szlaki kulturowe – geneza, charakterystyka, znaczenie dla gospodarki”) został przygotowany na podstawie wtórnych źródeł informacji. Przedstawiono w nim opis Szlaku św. Jakuba, Szlaku Orlich Gniazd i Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego. Wymienione szlaki zostały opisane w sensie geograficznym, związanym z ich fizycznym przebiegiem w przestrzeni wraz z charakterystyką obiektów, które do nich należą. Przybliżono także sposoby podróżowania na tych szlakach, założenia ich funkcjonowania oraz wydarzenia i imprezy promocyjne z nimi związane. Doktorant umiejętnie wykorzystał dostępne źródła wtórne udostępnione przez różnego rodzaju instytucje i publikacje innych badaczy.

Czwarty rozdział dysertacji zatytułowany „Zachowania konsumentów na szlaku kulturowym – wyniki badań” zawiera prezentację wyników własnych badań empirycznych Doktoranta. Na początku rozdziału scharakteryzowano założenia metodyczne przeprowadzonych badań, a następnie Doktorant w uporządkowany,

logiczny i przejrzysty sposób scharakteryzował zrealizowany projekt badawczy oraz zrelacjonował jego wyniki wykorzystując metody analizy statystycznej.

W ostatnim, piątym rozdziale rozprawy („Typologia konsumentów na szlaku kulturowym”) mgr Kajetan Suhecki na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych dokonał autorskiej typologii konsumentów na szlakach kulturowych. Doktorant wyróżnił cztery typy konsumentów: „cisi uczestnicy”, „entuzjaści nowych doświadczeń”, „zamknięci na świat”, „pozoranci” oraz przedstawił ich charakterystykę. Zaprezentował również inne klasyfikacje, uwzględniające m.in. sposób spędzania czasu wolnego. W końcowej części rozdziału sformułowane zostały wnioski i rekomendacje, które mogą być przydatne dla podmiotów obsługujących ruch turystyczny na szlakach kulturowych. Zaproponowane przez Doktoranta typologie konsumentów na szlaku kulturowym mogą być wykorzystane przez podmioty prowadzące działalność na tych rynkach na przykład w procesie segmentacji, co pozwoliłoby lepiej dostosować ich ofertę do wymagań i oczekiwań docelowej grupy klientów.

Czwarty i piąty rozdział dysertacji oceniam bardzo wysoko; w moim przekonaniu są one głównym komponentem „intelektualnej wartości dodanej” i stanowią najmocniejszy atut rozprawy doktorskiej mgr. Kajetana Suheckiego. Doktorant wykazał umiejętność samodzielnego sformułowania i rozwiązania problemu naukowego, ponadto zademonstrował zdolność krytycznej analizy oraz dobrą znajomość warsztatu badawczego.

Zwieńczeniem rozważań prowadzonych w pracy jest podsumowanie, w którym w syntetycznej formie zostały sformułowane główne wnioski, wynikające z przeprowadzonych studiów literaturowych, wyników własnego badania empirycznego oraz kierunki dalszych badań dotyczących problematyki podjętej w rozprawie.

Na podkreślenie zasługuje fakt, że Doktorant wykazał pokorę poznawczą oraz umiejętność dostrzegania słabszych stron przeprowadzonego badania własnego. Chodzi m.in. o mogące się rodzić wątpliwości dotyczące zrealizowanych wywiadów, w szczególności tego, że przebadana próba nie była w pełni reprezentatywna (choć mgr Kajetan Suhecki starał się, żeby jej struktura była odwzorowaniem struktury populacji na wybranych szlakach). Słusznie zatem konkluduje, że dla lepszego poznania omawianej problematyki właściwym wydaje się kontynuowanie tego rodzaju badań także na innych szlakach kulturowych, z których każdy ma swoją specyfikę i jest wybierany przez innych konsumentów.

4. Uwagi formalne i redakcja pracy

Ogólnie rzecz biorąc, dysertacja doktorska mgr. Kajetana Suheckiego została zredagowana z zachowaniem należytej staranności. Tok wywodów jest klarowny, poszczególne części rozprawy są ze sobą powiązane merytorycznie, argumentacja jest przekonująca. Dociekliwy czytelnik dostrzeże w rozprawie pewne mankamenty formalne (błędy interpunkcyjne, czasami potknięcia stylistyczne, błędy składniowe itp.). Z recenzenckiego obowiązku odnotowuję tylko niektóre z nich:

- strona 9: „wersyfikacji hipotez badawczych”;
- strona 10: „dotyczących konsumpcji i świadczeniem usług”;
- strona 36: „wrażliwości popyty”
- strona 50: „Warszawa 200”
- Strona 70: „nie oznacz to jednak”;
- Strona 80: „między wytworami ludzkiej ręka”;
- Strona 121: „gdzie spotkania się ze szlakiem rowerowym” oraz: „w celu odwiedzin Jasna Góra”.

Są to jednak drobne niedociągnięcia i nie mają istotnego znaczenia dla oceny wartości merytorycznej recenzowanej pracy doktorskiej.

5. Konkluzja

W ogólnej ocenie rozprawy doktorskiej mgr. Kajetana Suheckiego należy w moim przekonaniu wziąć pod uwagę następujące okoliczności:

- Doktorant zmierzył się z trudnym wyzwaniem badawczym podejmując interesującą problematykę, wymagającą przeprowadzenia badań empirycznych na terenie obcego kraju;
- mgr Kajetan Suhecki wykazał erudycję i dobrą znajomość kontekstu teoretycznego oraz literatury dotyczącej zachowań konsumenckich;
- Doktorant wniósł wkład intelektualny, dorzucił własną cegiełkę do gmachu empirycznie ugruntowanej wiedzy w postaci samodzielnie zaprojektowanych i

zrealizowanych badań empirycznych, których wyniki dostarczyły wartościowych wniosków poznawczych oraz umożliwiły sformułowanie rekomendacji dla pomiotów obsługujących ruch turystyczny na szlakach kulturowych..

Reasumując, chciałbym podkreślić, że rozprawa doktorska mgr. Kajetana Suheckiego stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego. Dysertacja wieńczy dobrze przemyślany program badawczy. Doktorant wykazał nie tylko umiejętność formułowania i rozwiązywania problemów naukowych, ale także zademonstrował kompetencje analityczne świadczące o dobrym opanowaniu warsztatu badawczego. Po wprowadzeniu poprawek i uzupełnień oraz stosownych zabiegach redakcyjnych sugerowałbym rozważenie publikacji monografii lub jej fragmentów w postaci artykułów w czasopismach naukowych.

Biorąc powyższe pod uwagę stwierdzam, że praca doktorska mgr. Kajetana Suheckiego p.t. „Konsument na szlaku kulturowym – zachowania, typologia” spełnia wymogi Ustawy o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz uzasadnia nadanie mgr. Kajetanowi Suheckiemu stopnia doktora w dziedzinie nauk ekonomicznych w dyscyplinie ekonomia i finanse.

W związku z powyższym wnoszę o jej przyjęcie przez Radę Dyscypliny Ekonomia i Finanse Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach oraz dopuszczenie do publicznej obrony.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Bogdan M...' with a stylized initial 'B'.