

Dr hab. Anna Dłużewska Prof. nadzw. UKW
Zakład Geografii Turystyki
Wydział Kultury Fizycznej, Zdrowia i Turystyki
Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

Warszawa 6 czerwca 2014 r.

Ocena rozprawy doktorskiej
p.t. „Uwarunkowania rozwoju funkcji turystycznej na terenie gmin
powiatu szydłowieckiego”

napisanej przez mgr Magdalenę Nowacką
pod kierunkiem
Prof. dr hab. Andrzej Świecy

1. Wybór tematu. Cele pracy

Praca doktorska mgr Magdaleny Nowackiej jest obszerną, monografią podejmującą problematykę uwarunkowań aktualnego stanu i perspektyw rozwoju funkcji turystycznej na terenie gmin powiatu szydłowieckiego. Problematykę pracy należy uznać za ważną i aktualną. Szczegółowej analizie poddano walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne oraz intensywność ruchu turystycznego. Określono znaczenie tych elementów w rozwoju funkcji turystycznej. W podjętej procedurze badawczej kierowano się potrzebą wyjaśnienia funkcjonowania mechanizmów i skutków rozwoju przestrzeni turystycznej, ze szczególnym uwzględnieniem przemian struktury zagospodarowania turystycznego. Obok analizy materiałów zastanych autorka posłużyła się własnymi badaniami ankietowanymi przeprowadzonymi w grupie turystów odwiedzających powiat szydłowiecki oraz mieszkańców tego powiatu.

Procedura badawcza obejmowała:

- określenie uwarunkowań funkcjonowania turystyki na obszarze powiatu szydłowieckiego
- identyfikację lokalnych zasobów przestrzeni turystycznej

- analizę procesów kształtowania przestrzeni turystycznej i przepływu turystów
 - określenie wpływu produktu turystycznego na kształtowanie i rozwój funkcji turystycznej
 - przedstawienie opinii mieszkańców odnoszącej się do rozwoju turystyki na badanym terenie
- oraz – nie wymienione przez autorkę w punktach procedury (s.7), a zrealizowane w pracy
- badania ankietowe wśród turystów odwiedzających powiat szydłowiecki.

Ostatnim etapem badawczym była analiza wpływu produktu turystycznego na promocję i rozwój turystyki w powiecie (s. 9). Mam pewne zastrzeżenia do tak określonego „etapu” (w zasadzie pytania badawczego). Autorka nie „analizuje wpływu”, a jedynie opisuje, w jakim zakresie produkt został w promocji wykorzystany (s.152).

Główny cel pracy określony został przez Autorkę jako „zbadanie uwarunkowań funkcji turystycznej” (s. 7). Cel ten został w pracy zrealizowany.

2. Treść i struktura pracy

Praca liczy 266 stron (w tym bibliografia, spisy tabel, rycin i fotografii) oraz 18 stron załączników obejmujących kartę inwentaryzacyjną obiektu noclegowego, a także 3 ankiety:

1. Sylwetka turysty odwiedzającego powiat szydłowiecki;
2. Produkt turystyczny – wydarzenia „Wianki”. Promocja powiatu szydłowieckiego
3. Opinia lokalnej społeczności na temat rozwoju turystyki na obszarze powiatu szydłowieckiego.

Pracę dokumentuje 99 tabel, 80 rycin i 20 fotografii. Bibliografia obejmuje 210 pozycji literatury, 14 adresów stron internetowych (materiały źródłowe) oraz 3 akty prawne. Pozycje bibliograficzne zostały właściwie dobrane i są wyczerpujące.

Treść pracy odpowiada tematowi określonemu w tytule. Poszczególne uwarunkowania rozwoju funkcji turystycznej w badanym obszarze wyselekcjonowane zostały prawidłowo (walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne, dostępność komunikacyjna, produkt turystyczny, marketing itd.) choć niektóre zagadnienia „wprowadzające” mogły zostać potraktowane w sposób bardziej skrótowy. Dotyczy to np. rozdziału 2.1. „Środowisko przyrodnicze”. Niektóre, szczegółowo opisywane

cechy środowiska, istotne dla rolnictwa, nie mają znaczenia w rozwoju turystyki (np. uwarunkowania glebowe).

Pracę podzielono na 8 części złożonych z 7 rozdziałów poprzedzonych wstępem. Ostatni 7- rozdział stanowią „Podsumowanie i wnioski”. Kolejność poszczególnych rozdziałów ustalona została prawidłowo i odzwierciedla główne założenia pracy. Nie zachowane zostały natomiast proporcje pomiędzy rozdziałami. Najkrótszy – 3 rozdział - liczy zaledwie 6 stron, najdłuższy – 73 strony (rozdz. 4). Zastrzeżenia wzbudza również tytuł rozdziału 3: „Perspektywy rozwoju turystyki w gminach powiatu szydłowieckiego w świetle dokumentów strategicznych”. Należałoby raczej mówić o „celach” czy „planach” zawartych w dokumentach strategicznych (taka jest właśnie treść rozdziału), a nie o szeroko rozumianych „perspektywach”. Rozdział 3 zawiera również niepoprawne sformułowania np. „wykwalifikowana kadra gospodarki turystycznej” (s. 39) czy „rozwój infrastruktury turystycznej, paraturystycznej i około turystycznej” (s.39). Być może błędy te wynikają z cytowania (nie zawsze poprawnych) określeń stosowanych w tekstach urzędniczych, autorka powinna jednak używać terminologii stosowanej w tekstach naukowych.

Tematyka poszczególnych rozdziałów rozwinięta została poprzez podział ich treści na podrozdziały. Tytuły rozdziałów i podrozdziałów określone zostały we właściwy sposób. Treść rozdziałów i podrozdziałów odpowiada tematyce sugerowanej w tytułach. Wyjątek stanowi, wspomniany już, rozdział 3, oraz podrozdział 5.2.2 zatytułowany „Marketing miejsca – wizerunek turystyczny”, który znalazł się w części 5.2. zatytułowanej „Struktura produktu turystycznego i jego wpływ na kształtowanie się funkcji turystycznej”, mimo iż marketing nie stanowi składowej struktury produktu. Zastrzeżenia wzbudza też długość i forma cytacji w niektórych rozdziałach (np. s.62-64). Ograniczenie i/lub zmiana formy cytowania z pewnością wpłynęłaby korzystnie na strukturę pracy.

3. Uwagi merytoryczne

Autorka rozpoczyna rozprawę od uplasowania turystyki odbywającej się w obszarach wiejskich, w szerszym kontekście turystyki na świecie i w Polsce, uwzględniając przy tym czynniki, które sprzyjają szeroko rozumianej turystyce „na wsi” i w małych miasteczkach. W kolejnej części określone zostały poszczególne etapy przygotowania pracy, zakres czasowy, merytoryczny i przestrzenny. Problem

badawczy (funkcji turystycznych) ukazany został w świetle polskiej i anglojęzycznej literatury przedmiotu. Ze względu na cel pracy oraz przyjęte założenia, Autorka wykorzystała w pracy różne metody. Do najważniejszych należą:

- metoda analizy i krytyki pisemnej
- metoda sondażu diagnostycznego
- metoda statystyczna.

Na potrzeby pracy sporządzono 3 typy ankiet, przeznaczone dla mieszkańców powiatu szydłowieckiego (1 ankietą) oraz turystów odwiedzających powiat (2 ankiety). W czasie badań terenowych prowadzonych w latach 2009-2011 zebrano 1279 ankiet, z czego do dalszej analizy zakwalifikowano 1272. W celu oceny rozwoju funkcji turystycznej zastosowano model Doxeya (Irrydex index). Ankietą nazwaną przez Autorkę „sylwetka turysty odwiedzającego powiat szydłowiecki...” opracowana została poprawnie. Niejasność pojawia się jedynie w pytaniu 7 (cel wizyty). Również ankietą nazwaną „Opinia lokalnej społeczności na temat rozwoju turystyki na obszarze powiatu szydłowieckiego” przygotowana została zgodnie z wytyczonym celem i przyjętą metodologią badań. Niejasności wzbudza natomiast ankietą „Produkt turystyczny – wydarzenie „Wianki”. Promocja powiatu szydłowieckiego”. Dotyczy to zarówno niezgodności tytułu ankiety z treścią pytań, co charakteru informacji (a raczej dezinformacji), które ankietą wprowadza. Pytania zawarte w ankiecie dotyczą uczestnictwa w wybranych imprezach kulturowych oraz opinii na ich temat. „Wianki” są tu tylko jednym z wydarzeń. Pytanie 13 dotyczy imprez, w których turysta uczestniczy. W odpowiedzi pojawia się min. Niedziela Palmowa i kiermasz wielkanocny. Z kolei w pytaniu 14 „zamiar uczestnictwa” (powinno być – cel, powód) jedną z możliwości wyboru stanowi „wizyta rodzinna”. W dalszej części pracy (rozdz. 5.2.3) dowiadujemy się, że w badaniu „turystów” uwzględniono również osoby zamieszkałe w powiecie szydłowieckim. W prostej linii wskazuje to na wizyty rodzinne związane ze świętami Wielkanocy, uczestnictwo w mszy itp. a zatem zachowania, które z turystyką wiele wspólnego nie mają.

Rozdział 2 stanowi ogólna charakterystyka obszaru badań (środowisko przyrodnicze, stosunki społeczno-gospodarcze). W rozdziale 3 omówiono strategię rozwoju obszaru na szczeblu województwa i powiatu oraz dokumenty dotyczące gmin. Rozdział 4 stanowi szczegółowa analiza wybranych elementów potencjału turystycznego powiatu, przedstawionych na mapach oraz w licznych zestawieniach tabelarycznych. Za podstawę do podziału krajoznawczych walorów przyrodniczych

przyjęto klasyfikację T. Lijewskiego i in. (2003). W ślad za nią następuje szczegółowy opis wszystkich walorów powiatu przyporządkowanych do poszczególnych kategorii walorów ukształtowanych bez ingerencji człowieka (7 kategorii), walorów utworzonych przez człowieka (4 kategorie) oraz walorów, w których ingerencja człowieka nie wpływa na charakter i znaczenie (3 kategorie). Podobnie szczegółowo potraktowano krajoznawcze walory pozaprzyrodnicze (44 kategorie) za Bieńczyk (2003), zagospodarowanie turystyczne obejmujące obiekty noclegowe (8 kategorii za GUS), gastronomiczne (6 kategorii za GUS), oraz dostępność komunikacyjną. Ta swojego rodzaju szczegółowa inwentaryzacja wymagała dużego nakładu czasu i zaangażowania Autorki. Zestawienie przygotowane zostało bardzo solidnie i stanowi ważny atut pracy, który dodatkowo ma ważny wymiar aplikacyjny. Zebrane dane posłużyły do szczegółowej analizy atrakcyjności turystycznej poszczególnych gmin powiatu szydlowieckiego, wykonanych dzięki zastosowaniu syntetycznych mierników atrakcyjności turystycznej. Podobnie rzetelnie przygotowano rozdział 5.1 pracy „Stan rozwoju funkcji turystycznych gminach powiatu szydlowieckiego”. Autorka oceniła funkcje turystyczne powiatu przy użyciu wskaźników Bareteje'a i Defferta oraz wskaźnika Schneidera.

Zdecydowanie słabiej prezentuje się część 5.2. zatytułowana „Struktura produktu turystycznego i jego wpływ na kształtowanie funkcji turystycznej”. Nie mogę zgodzić się ze stwierdzeniem, że „Produkt turystyczny to główna myśl dla wiązki dóbr i usług turystycznych spajająca je w jeden, zrozumiały i atrakcyjny dla turystyki produkt” (s.145), ani że produkt poszerzony obejmuje „rekompensatę za złą pogodę” (s. 146). Jeszcze więcej niespójności pojawia się w części 5.2.2. Autorka myli „obiekt promocji” (np. dzielnica lub osiedle, główny rynek itd.) z podmiotem odpowiedzialnym za realizację działań promocyjnych (s.149). Stawia znak równości między wizerunkiem turystycznym a produktem „Wizerunkiem turystycznym powiatu jest produkt turystyczny, który oferowany przez badany region ma dwojakie znaczenie” (s.151). W rozdziale roi się od zdań, które absolutnie nic nie wnoszą, lub zostały wyrwane z właściwego kontekstu (s.150, 151).

W podobnym stylu została napisana część wprowadzająca podrozdziału 5.2.3 „Promocja powiatu szydlowieckiego przez produkt turystyczny – wydarzenie i jej wpływ na dalszy rozwój funkcji turystycznej obszaru badań”. Część dotycząca samego powiatu ma już zdecydowanie lepszy poziom, zawiera jednak pewne niejasności. Nie mogę zgodzić się z ideą włączenia mieszkańców powiatu

szydłowieckiego do grupy turystów: „Większa część ankietowanych pochodziła z miasta Szydłowiec” (s. 163), czy też z wyborem niektórych imprez do ankiety (s.162). Nie dziwi, że „Niedziela Palmowa i kiermasz Wielkanocny” ma aż 80% wskazań. Nie ma to jednak żadnego związku z turystyką.

Podrozdział 5.3. zatytułowany „Sylwetka turysty odwiedzającego powiat szydłowiecki w świetle badań ankietowych” oparty został na 562 ankietach, przeprowadzonych i poddanych analizie zgodnie z obowiązującymi wymogami. Autorka badała rozkład poszczególnych zmiennych oraz wartości testu chi-kwadrat analizując cele i organizację przyjazdu, rodzaj transportu, miejsce zakwaterowania, rodzaj wykorzystywanej bazy żywieniowej i inne kategorie. Zakres materiałów źródłowych opisanych w tym podrozdziale budzi duże uznanie. Materiał pozwolił na szerokie analizy i opracowania. Szkoda, że Autorka nie pokusiła się o skomentowanie niektórych interesujących wyników (np. aż 83% kobiet nie poleciłoby powiatu szydłowieckiego znajomym) (tab. 92, s.201).

Nie zgadzam się natomiast z „konstrukcją sylwetki turysty z Polski i turysty zagranicznego odwiedzającego powiat szydłowiecki” (s.205-206). W odniesieniu do turysty zagranicznego, w pracy w ogóle nie zaprezentowano danych stwarzających podstawę do konstrukcji profilu. Profil turysty polskiego również powstał na wyrost. Brak jest zestawień dotyczących związku wykształcenia turysty z typem wybieranego noclegu i gastronomii, a dane zawarte w tab. 54, 84 i 92 są w tym kontekście dosyć mylące lub wskazują na zgoła inny profil niż sugerowany w pracy.

Do rozdziału 6 zatytułowanego „Postawy lokalnej społeczności powiatu szydłowieckiego wobec turystyki” oraz do rozdziału 7 „Podsumowanie i wnioski” nie mam uwag merytorycznych. Uwagi do rozdziału 6 dotyczą formalnej strony pracy.

4. Strona formalna pracy

W większości rozdziałów pracy strona językowa nie budzi zastrzeżeń. Zdarzają się jednak wyjątki. Odnoszę wrażenie, że poszczególne rozdziały pracy zostały napisane z różną starannością. Do rozdziału 5.1 włącznie w pracy bardzo sporadycznie pojawiają się tzw. literówki, a całość przygotowana została bardzo starannie. Począwszy od rozdziału 5.2.2. wiele zdań jest niepoprawnych gramatycznie (np. tylko na s. 145 są aż 4 błędy gramatyczne (np. „Komponenty te są składnikami produktu poszerzonego, obejmujący wszystkie formy dodatkowych korzyści”), zupełnie niezrozumiałych (zdanie na s. 150 zajmuje 8 linii tekstu),

niepoprawnych składniowo (s.150, 153 itd.), wnoszących treści wykluczające się wzajemnie (s.152), czy zupełnie oderwane od treści rozdziałów (s. 151, 152 itd.) powtarzające się czy niezrozumiałe (np. s. 224 „Kolejne pytanie zadane mieszkańcom miało na celu zbadanie ich opinii na temat możliwości spędzania czasu wolnego przez turystów na terenie powiatu szydłowieckiego. W każdej gminie przeważa odpowiedź twierdząca na zadane pytanie”. Najslabiej pod względem językowym prezentuje się rozdział 5.2. Dalsza część pracy zawiera mniej błędów.

Zastrzeżenia budzi również powielanie informacji w rycinach i tekście (dotyczy całej pracy) oraz nieczytelna kolorystyka (stopniowanie kolorów) w rycinach rozdziału 6. Ryciny są z tego powodu zupełnie nie zrozumiałe.

Literatura jest w pracy cytowana poprawnie.

5. Wnioski końcowe

Zgłoszone zastrzeżenia nie dyskwalifikują pracy jako całości. Pomimo przedstawionych uwag krytycznych, niektóre aspekty pracy zasługują na podkreślenie. Należą do nich

- duży nakład pracy związany z pozyskaniem materiałów źródłowych, szczególnie związanych z badaniami ankietowymi,
- rzetelność i wieloaspektowość analiz
- bardzo dobra znajomość badanego terenu
- wyczerpujący przegląd literatury przedmiotu
- zastosowanie współczynnika korelacji rang w odniesieniu do funkcji turystycznej.

W związku z powyższym, na podstawie artykułu 13.1 *Ustawy o stopniach naukowych i tytule naukowym z dnia 13 marca 2003 roku/ Dz. U. nr 65, poz. 595, z późn. Zm./* o składam wniosek do Rady Wydziału Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej UMCS o dopuszczenie mgr Magdaleny Nowackiej do kolejnych etapów przewodu doktorskiego.

6 czerwca 2014r.

Anna Drobna