

dr hab. Agnieszka Niezgoda, prof. nadzw. UEP

Poznań, dnia 7 marca 2014r.

Katedra Turystyki

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Ocena rozprawy doktorskiej

pt. „PERCEPCJA I WYKORZYSTANIE WYBRANYCH ELEMENTÓW POTENCJAŁU
TURYSTYCZNEGO WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO A ROZWÓJ PRODUKTU
TURYSTYCZNEGO”

napisanej przez mgr Sławomira Kulę

pod kierunkiem prof. dr hab. Andrzeja Świecy

1. Wybór tematu, cele pracy

Rozprawa doktorska mgr Sławomira Kuli dotyczy problemu ważnego z punktu widzenia praktyki, gdyż poświęcona jest możliwościom rozwoju produktu turystycznego, który może być podstawą podnoszenia poziomu konkurencyjności obszarów recepcji turystycznej. Autor poświęca swoje rozważania produktom turystycznym województwa lubelskiego, którego potencjał można uznać za godny wykorzystania.

Problematykę rozprawy należy uznać za ważną i aktualną. Wiąże się ona z ogólnymi uwarunkowaniami rozwoju turystyki, w tym atrakcyjnością turystyczną, dostępnością komunikacyjną, a także z percepcją i odbiorem produktu turystycznego, które można uznać za zagadnienia wchodzące w skład problematyki zachowań konsumentów na rynku turystycznym. Zatem można przyjąć, że sfera badawcza pracy wpisuje się w zagadnienia marketingu w turystyce.

Praca ma charakter teorio – poznawczy i aplikacyjny. Teorio – poznawcze przesłanki widoczne są w zaprezentowanej analizie literatury dotyczącej zagadnień podstawowych dla rozważań pracy: pojęcia turystyki, przestrzeni turystycznej, walorów, atrakcji turystycznych, percepcji turystów a także w części poświęconej modelowi autorskiemu dotyczącemu produktu turystycznego w omawianym regionie. Aplikacyjny charakter pracy wynika z wykorzystania własnych badań Autora. W procedurze badawczej uwzględniono następujące zadania:

- inwentaryzację zasobów strukturalnych potencjału turystycznego,
- analizę znajomości, atrakcyjności, wykorzystania i oceny przestrzeni turystycznej,

- określenie motywów i potrzeb korzystających z przestrzeni badanego obszaru,
- stworzenie struktury obszarowego produktu turystycznego,
- próbę sformułowania kierunków działalności turystycznej na analizowanych terenach (s. 24).

Według Autora podstawowym celem pracy jest: „uzyskanie informacji dotyczących percepcji przestrzeni turystycznej Lubelszczyzny i sposobu wykorzystania zasobów strukturalnych potencjału turystycznego obszaru oraz rozpoznanie składowych potencjału turystycznego wpływających na atrakcyjność turystyczną obszarowego produktu turystycznego” (s. 23). Mam pewne zastrzeżenia do tak sformułowanego celu, szczególnie w pierwszej części, ponieważ „uzyskanie informacji” jest w mojej opinii zadaniem badawczym, a nie celem naukowym. Autor nie formułuje hipotez badawczych, co umożliwiłoby bardziej precyzyjne sformułowanie wniosków z badań empirycznych. Niestety problem badawczy Autor formułuje dopiero na s. 190 rozprawy, w części podsumowującej. Brzmi on identycznie ze sformulowanym we Wprowadzeniu celem rozprawy. W tym miejscu muszę stwierdzić, że nie jest to ani cel, ani tym bardziej problem badawczy, który powinien być pytaniem o rzeczywistość, na które odpowiedź znajdują się poprzez poszukiwania naukowe.

Autor posłużył się analizą opisową – jakościową oraz metodami analizy statystycznej. Całość rozprawy pozwala na zrealizowanie zadań badawczych i wskazuje na wiedzę Autora dotyczącą podstawowych zagadnień poruszanych w toku wywodu.

2. Treść i struktura pracy

Praca liczy 215 stron tekstu oraz 35 stron załączników zawierających kwestionariusze ankiety. Pracę dokumentują 54 tabele oraz 17 rycin (do nich należą pozycje, które można uznać jako wykresy, rysunki i schematy).

Autor trafnie dobrał i wykorzystał 190 źródeł informacji, w tym 83 pozycje literatury przedmiotu (w tym 15 obcojęzycznych). W pracy wykorzystano również 15 adresów stron internetowych.

Treść pracy odpowiada tematowi określonemu w tytule. We Wprowadzeniu Autor sformułował przesłanki wyboru tematu, cel oraz zaprezentował metody badawcze. Integralną częścią Wprowadzenia jest krytyczny przegląd poglądów dotyczących podstawowych pojęć używanych w rozprawie.

Treść dysertacji podzielono na siedem części, w tym pięć rozdziałów, poprzedzonych Wprowadzeniem i zakończonych częścią „Podsumowanie i Wnioski”. Kolejność poszczególnych części jest dostosowana do założeń metodologicznych. Proporcje pomiędzy

poszczególnymi rozdziałami nie zostały zachowane: rozdział drugi liczy 88 stron maszynopisu, rozdział trzeci – 13 stron, rozdział czwarty zajmuje tylko 7 stron, rozdział piąty – 32 strony, a rozdział szósty liczy 14 stron. Warto byłoby się zastanowić, czy rozważania prezentowane na 7, 13 czy 14 stronach maszynopisu mogą uzasadniać wyodrębnienie tekstu jako osobnego rozdziału dysertacji.

Tematyka poszczególnych rozdziałów rozwinięta została przez podział ich treści na podrozdziały. Treść rozdziałów i podrozdziałów odpowiada tematyce zawartej w nadanych im tytułach.

Zgłaszam wątpliwość odnośnie tytułu rozdziału drugiego, który brzmi „Charakterystyka wybranych elementów potencjału obszarów problemowych”. Sformułowanie „obszary problemowe” sugeruje trudności w realizowaniu pewnych zadań, a Autorowi chodzi przecież o konkretne obszary wydzielone na podstawie określonych kryteriów. Również to niezręczne sformułowanie zostało użyte w tytule rozdziału szóstego.

3. Uwagi merytoryczne

Autor rozpoczyna swoje rozważania od przeglądu podstawowych zagadnień związanych z możliwością kreowania produktu turystycznego. We Wprowadzeniu zaprezentowane są poglądy cytowanych autorów na temat pojęć „turystyka”, „przestrzeń turystyczna”, „walory turystyczne”, „atrakcje turystyczne”, „potencjał turystyczny”, „produkt turystyczny” oraz „percepcja”. Mam zastrzeżenie w ujęciu terminu „percepcja”, którego użycie Autor uzasadnia: „wyodrębnione wymiary produktu turystycznego są związane ze zjawiskiem percepcji” (s. 20). Jest to w mojej opinii zbyt lakoniczne wyjaśnienie używania terminu podstawowego dla rozważań pracy. Percepcja należy bowiem do grupy psychologicznych czynników postępowania konsumentów i wraz z uczeniem się i rozwiązywaniem problemów klasyfikowana jest do procesów poznawczych w profilu psychologicznym konsumenta.

Na s. 16 i s. 17 Autor odnosi się do piramidy potrzeb sformułowanej przez A. Masłowa. Chciałabym zasugerować, że jest to podejście bardzo podstawowe, od którego odchodzi się we współczesnej literaturze przedmiotu. Teoria potrzeb A. Masłowa jest jedną z najczęściej powtarzanych w środowisku akademickim. Dlatego zgłaszam sugestię, że w pracy doktorskiej warto byłoby przeprowadzić jej krytykę i uzupełnienie. Teoria A. Masłowa zaliczana jest wśród teorii motywacji do grupy tzw. teorii treści podkreślających znaczenie potrzeb. Poza tą grupą wyodrębnia się również grupę teorii procesu, które kładą nacisk na wybór kierunku i wzory zachowań oraz grupę teorii wzmocnień, które mówią o

wzmocnieniach i doświadczeniach z przeszłości. Również warto byłoby rozwinąć zagadnienie motywacji w turystyce, ponieważ dla rozważań pracy i oceny percepcji potencjalnych turystów należy rozumieć ich motywację.

We Wprowadzeniu Autor prezentuje obszar, na którym zostały przeprowadzone badania oraz metodyka badań. Według mojej opinii niektóre szczegóły (np. tabelę 1.1. ze s. 26 -28) można by było zaprezentować w części poświęconej badaniom.

W omawianej części Autor nie uniknął pewnych nieścisłości o charakterze leksykalnym. Niejasne jest stwierdzenie: „turystyka jest obszarem, w którym realizowany jest rozwój gospodarczy” (s.5). Autorowi chodziło prawdopodobnie o rozwój społeczno – gospodarczy, ewentualnie o wzrost gospodarczy. Ale te zjawiska rozpatrywać można na określonym obszarze w rozumieniu geograficznym, a nie w odniesieniu do zjawiska, którym jest turystyka. Nie mogę się zgodzić ze sformułowaniem „konkurencyjność turystyczna” (s. 5). „Konkurencyjność jest przede wszystkim cechą relatywną, a więc taką, której znaczenie zakłada pewien typ relacji łączącej obiekt, o którym coś orzekamy, z innymi obiektami.” (*Kompendium wiedzy o konkurencyjności*, red. M. Gorynia, PWN 2009). Autor nadużywa pojęć „konkurencyjność”, „konkurencyjny” w całej rozprawie.

Rozdział drugi prezentuje inwentaryzację elementów potencjału turystycznego badanego obszaru w podziale na walory turystyczne (w tym przyrodnicze i antropogeniczne), zagospodarowanie turystyczne i dostępność komunikacyjną. Przegląd wspomnianych składowych jest zaprezentowany szczegółowo i rzetelnie. Analizując klasyfikację poddaję wątpliwość, czy port pasażerski wymieniany na s. 56 jest elementem bazy towarzyszącej jak uważa Autor, czy jednak dostępności komunikacyjnej. Również warto byłoby uwzględnić rolę szlaków turystycznych w kształtowaniu atrakcyjności, a nie tylko ograniczać ich inwentaryzację do elementu dostępności komunikacyjnej (s. 92).

Kwestią dyskusyjną jest podejście do produktu turystycznego. W toku całej rozprawy Autor słusznie podkreśla, że tok rozważań dotyczy produktu obszarowego, rozumianego jako zestaw dóbr i usług wraz z atrakcyjnością turystyczną i walorami obszaru. Dlatego nie mogę przyjąć utożsamienia produktu turystycznego z „ofertami turystycznymi stworzonymi przez Lokalną Organizację Turystyczną”(s. 61). Już liczba mnoga „oferty” wskazuje na zupełnie inne pojęcie stosowane w branży turystycznej przez praktyków, a które nie powinno być utożsamiane z produktem turystycznym dotyczącym obszaru jako całości. Również warto byłoby się zastanowić czy faktycznie „produkt” wyróżniony przez POT czyli Ogólnopolski Festiwal Kapel i Śpiewaków Ludowych w Kazimierzu Dolnym nad Wisłą może być zaklasyfikowany jako produkt w rozumieniu toku wywodu dysertacji. W mojej opinii jest to

wydarzenie. Nie zawsze podejście stosowane przez praktyków, szczególnie w odniesieniu do tworzenia pojęć i definicji jest zgodne z podejściem prezentowanym przez środowiska naukowe.

Tok myślenia Autora zaprezentowany w rozdziale drugim ma charakter inwentaryzacji elementów potencjału turystycznego. Dla zrozumienia stanowiska naukowego i poglądów Autora warto byłoby zaprezentować własne przemyślenia i podsumowanie.

Rozdziały trzeci, czwarty i piąty prezentują wyniki badań empirycznych. Autor nazywa grupy odbiorców segmentami, co nie w pełni odpowiada terminologii wypracowanej w dziedzinie marketingu. Za segment rynku można uznać grupę konsumentów, która ze względu na podobieństwo cech reprezentuje podobny popyt. Kryteriami różnicującymi grupy omawiane w dysertacji jest miejsce zamieszkania, fakt bytności w województwie lubelskim oraz zatrudnienie w branży turystycznej. W mojej opinii trudno jednoznacznie określić, czy te kryteria decydują o odrębności cech popytu turystycznego, dlatego nie nazwałabym tych grup segmentami.

Dla zebrania materiału Autor wykorzystał technikę wywiadu, przy użyciu kwestionariusza ankiety. W opracowaniu danych poprawnie wykorzystane zostały metody statystyczne, w tym współczynnik korelacji rang Spearmana. Wyniki badania zostały zaprezentowane szczegółowo i rzetelnie. Jednak należy pamiętać, że zgodnie z koncepcją badań rynku, w tym badań marketingowych, niezbędnym elementem współtworzącym całość badania jest interpretacja wyników. W recenzowanej dysertacji, brakuje takiej interpretacji uzupełniającej prezentację danych.

Zgłaszam zastrzeżenie do swobodnego potraktowania przez Autora określeń na osoby biorące udział w badaniu. Autor używa uogólnień np. „mieszkańcy”, „turyści”, a jest to niedopuszczalne, ponieważ w toku badań nie została dokonana analiza reprezentatywności próby. Zatem nie można używać takich sformułowań, jak na przykład, „wśród mieszkańców największą populację stanowiły osoby zamieszkujące powiat...” (s. 154). Po pierwsze należało by użyć sformułowania „wśród badanych mieszkańców” (ponieważ próba nie jest reprezentatywna), a po drugie termin „populacja” używany jest najczęściej w odniesieniu do populacji generalnej, w tym wypadku byłiby to wszyscy mieszkańcy województwa lubelskiego oraz wszyscy turyści. Autor bardzo często używa terminu „populacja”. Przykładem może być określenie użyte na s. 159: „prawie cała populacja zamieszkująca dany obszar”, a chodzi o 258 mieszkańców.

Rozdział szósty dysertacji ma charakter teoriopoznawczy. Autor prezentuje w nim modele dotyczące postrzegania analizowanych obszarów (szkoda, że Autor nazwał je

„obszarami problemowymi”). W rozdziale tym zostały wykorzystane wyniki badań do zaprezentowania uwarunkowań i możliwości rozwoju produktu turystycznego w województwie lubelskim. Jest to projekt autorski, który należy ocenić bardzo pozytywnie. Oczywiście, można poddać pod dyskusję niektóre elementy modelu. W mojej opinii Autor zawęził koncepcję produktu oczekiwanego, do oczekiwania zmian przez nabywców. Uważam, że jest to bardzo wąskie potraktowanie zagadnienia, ponieważ produkt oczekiwany obejmuje wszystkie oczekiwania nabywców, a nie tylko te, które dotyczą tego, co jest niewłaściwe w ich opinii.

W omawianym rozdziale znalazły się pewne nieścisłości, głównie o charakterze terminologicznym. Autor wykorzystuje terminologię wypracowaną na gruncie nauk ekonomicznych, często bez odniesienia merytorycznego: „osłabienie atrakcyjności na konkurencyjnym rynku turystycznym” (s. 192). Tak, jak wspomniałam, bez relacji w stosunku do czego taki rynek jest konkurencyjny, termin użyty w pracy jest pewnym nadużyciem. Na s. 193 pojawia się sformułowanie „niska konkurencyjność”, a takie pojęcie nie istnieje. Mogłoby być użyte sformułowanie „niski poziom konkurencyjności”, ale tok wyводу nie daje możliwości uwzględnienia relacji konkurencyjnej. Na tej samej stronie pojawia się też określenie „zachowania turystyczne”. Chyba chodzi o „zachowania konsumentów”. Na s. 195 Autor wskazuje na „grupy ankietowe”, a jest to określenie potoczne, które trudno zrozumieć. Trudnym do zrozumienia jest również pojęcie „bierne wykorzystanie zasobów turystycznych” (s. 195). Muszę również odnieść się do stwierdzenia: „w pracy zaproponowano empiryczny sposób efektywniejszego wykorzystania istniejących elementów potencjału turystycznego” (s. 195). Efektywność jest podstawowym pojęciem zdefiniowanym w naukach ekonomicznych i wymagającym zaprezentowania stosunku nakładów do kosztów. W zacytowanym fragmencie użycie tego pojęcia jest nieuzasadnione. Niejasne jest także sformułowanie „empiryczny sposób” w odniesieniu do wykorzystania potencjału turystycznego. Innym nieprawidłowym stwierdzeniem, które można uznać jako nic nie wnoszący ogólnik jest „właściwie funkcjonowanie produktu” (s. 195).

4. Strona formalna rozprawy

Strona formalna rozprawy nie budzi większych zastrzeżeń. Zestawienia liczbowe zaprezentowane są dobrze, mają właściwe opisy a rysunki dobrze służą ilustracji treści. Autor umiejętnie cytuje źródła informacji.

Pewne zastrzeżenia budzi strona językowa pracy. Tak jak wspomniałam, Autor w wielu miejscach posługuje się niezbyt precyzyjnym i naukowym, a czasami nie do końca poprawnym i zrozumiałym słownictwem.

5. Wnioski końcowe

Całościowa ocena pracy „Percepcja i wykorzystanie wybranych elementów potencjału turystycznego województwa lubelskiego a rozwój produktu turystycznego” autorstwa mgr Sławomira Kuli jest pozytywna. Stanowi ona interesujące i w dużym stopniu oryginalne studium na temat uwarunkowań i kierunków rozwoju produktu turystycznego w analizowanym regionie. Rzecz jasna, nie wszystkie rezultaty poznawcze można uznać za ostateczne, jednak wzbogacają one istniejący dorobek naukowy dotyczący możliwości rozwoju produktu turystycznego. Na podkreślenie zasługuje rzetelny sposób prowadzenia badań empirycznych.

Zgłoszone zastrzeżenia nie dyskwalifikują wyników badań, ale sugerują spojrzenie na problem z szerszej perspektywy.

W związku z powyższym zgodnie z art.13.1. *Ustawy o stopniach naukowych i tytule naukowym z dnia 14 marca 2003 roku / Dz. U. Nr 65 poz.595, z późn. zm./* wnoszę do Rady Wydziału Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Marii Curie - Skłodowskiej o przyjęcie pracy mgr Sławomira Kuli jako rozprawy doktorskiej i dopuszczenie jej do publicznej obrony.

Apł. dr hab. Andrzej Strzoda

Prace, dnia 7 marca 2014