

dr hab. Dagmara Bubel

Częstochowa, dnia 19 grudnia 2018 r.

Biblioteka Główna

Politechniki Częstochowskiej

Recenzja

rozprawy doktorskiej mgr Hanny Grabowskiej

pt.: „*Kształtowanie świadomości marki biblioteki akademickiej*

na przykładzie bibliotek polskich i brytyjskich”

napisanej na Wydziale Nauk Historycznych

Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu

pod kierunkiem naukowym dr hab. Mai Wojciechowskiej, prof. UG

1. Podstawa prawna opracowania recenzji

Podstawą przygotowania recenzji jest pismo z dnia 12 grudnia 2018 r., z informacją o powołaniu mnie decyzją Rady Wydziału Nauk Historycznych Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu z dnia 11 grudnia 2018 r., na recenzenta wyżej wymienionej rozprawy oraz przysłany wraz z nim egzemplarz pracy.

Punktem odniesienia w opracowaniu recenzji jest artykuł 13 (ust.1, 2) Ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. Nr 65 z 2003 r., poz. 595, z późn. zm.).

2. Ocena problematyki podjętej w rozprawie doktorskiej

Świadomość marki to najniższy poziom znajomości marki. Jest to początek kontinuum, które obejmuje zarówno zwykłą rozpoznawalność marki, jak i złożone struktury poznawcze, ukształtowane w oparciu o szczegółowe informacje na jej temat. Zespół skojarzeń i wiedzy o marce to bezpośredni efekt działań marketingowych, a proces budowania wizerunku marki, wśród użytkowników i czytelników bibliotek akademickich, powinien być prowadzony

metodycznie. Wykorzystanie świadomości marki jest częstą taktyką decyzyjną, a sama świadomość marki jest tym silniejszym czynnikiem w kolejnych decyzjach, w im większym zakresie biblioteka spełnia oczekiwania i wymagania swojego użytkownika. Świadomość marki jest podstawą wyrazistego i atrakcyjnego wizerunku marki, a wraz z wysokim poziomem satysfakcji użytkownika przekłada się na jego lojalność. Świadomość marki stanowi punkt wyjścia do badań satysfakcji i lojalności użytkowników.

Uwzględniając wagę powyższych aspektów, Autorka postanowiła skoncentrować się na próbie opracowania modelu formularza ankietowego do badania świadomości marki biblioteki akademickiej zarówno wśród jej pracowników jak i użytkowników z podziałem na wskaźniki świadomości marki. Kwestia dokonywania wyboru właściwego problemu badawczego stanowi niewątpliwie jeden z najbardziej kluczowych elementów każdej pracy naukowej. Jest ona tym istotniejsza, iż należy go ulokować w takiej tematyce badawczej, aby dawała ona osobie podejmującej badania tak perspektywy rozwoju naukowego, jak i możliwość wniesienia autorskiego wkładu w danej dyscyplinie naukowej. Przedłożona do recenzji rozprawa doktorska, dotyczy istotnych i aktualnych problemów badawczo - poznawczych z zakresu kształtowania świadomości marki biblioteki akademickiej na przykładzie bibliotek polskich i brytyjskich. Również tytuł rozprawy, tj.: „*Kształtowanie świadomości marki biblioteki akademickiej na przykładzie bibliotek polskich i brytyjskich*” został sformułowany w sposób prawidłowy, a zakres merytoryczny zaprezentowanych w dysertacji analiz i badań w pełni odpowiada tytułowi.

Skupienie poznawczo – badawcze, konwergentne z zasadniczym celem pracy, dotyczy wyjaśnienia i usystematyzowania pojęć dotyczących marki na gruncie bibliotek akademickich, następnie omówienia elementów kształtowania w tych instytucjach świadomości marki oraz metod ich pomiaru, a także przedstawienia strategii zarządzania marką i możliwości ich adaptacji. Dobór tematyki badań jest swoiście aktualny, uzasadniony w kontekście pomiaru elementów kształtowania świadomości marki w polskich i brytyjskich bibliotekach akademickich. Uznać należy zatem, że Doktorantka w sposób właściwy uzasadniła dokonany przez siebie wybór.

Autorka poprawnie, w sposób przejrzysty, motywuje podjęcie tematyki określonej w tytule rozprawy doktorskiej, a sformułowanie problemu badawczego uzasadnia późniejsze wykorzystanie metod i narzędzi badawczych zaprezentowanych w rozprawie. Trafnie postrzega lukę badawczą w obszarze kształtowania świadomości marki bibliotek akademickich w dotychczasowych badaniach naukowych. Uzasadnia również binarne relacje występujące

między użytkownikami a marką, a więc postawami czytelników wobec marki biblioteki, co jest zadaniem niewątpliwie ambitnym, a jednocześnie świadczącym o umiejętności wyszukiwania interesujących obszarów badawczych i podejmowania prób rozwiązania istotnych problemów naukowych.

Optyka poznawcza recenzowanej rozprawy dotyczy usystematyzowania teoretycznych podstaw oraz taksonomii pojęć z zakresu istoty i funkcji marki, jej tożsamości, wizerunku oraz świadomości, jak również wartości marki oraz lojalności wobec niej, ze szczególnym uwzględnieniem strategii zarządzania marką w bibliotekach akademickich. Na bazie kwerendy literaturowej dokonano zestawienia i oceny modeli badania świadomości marki. Zdefiniowano elementy kształtowania świadomości marki w bibliotekach akademickich oraz metody ich pomiaru. Na podstawie internetowych badań ankietowych przeprowadzono analizę poziomu świadomości marki w polskich i brytyjskich bibliotekach. Określono różnice w tym zakresie pomiędzy bibliotekami uczelni polskich i brytyjskich, jak również sposób wykorzystania pozyskanych informacji w procesie zarządzania marką biblioteczną oraz w konstruowaniu modelu badającego świadomość marki wśród bibliotekarzy i użytkowników bibliotek akademickich.

Recenzowana rozprawa obejmuje swoim zakresem badania empiryczne, na podstawie których opracowano modele formularza ankietowego do badania świadomości marki biblioteki akademickiej, zarówno wśród pracowników jak i użytkowników. Weryfikacja i dobór finalnych modeli formularza zostały przeprowadzone w procesie podziału na wskaźniki świadomości marki. Sposób rozwiązania sformułowanego problemu badawczego jest interesujący, posiada istotne elementy nowości jak również stanowi źródło nowej wiedzy.

Tym samym uznaje się, że problem naukowo-badawczy, przyjęty w recenzowanej rozprawie doktorskiej, jest aktualny, sposób doboru i wykorzystania przez Autorkę narzędzi oraz metod badawczych, a także zakres sformułowania na ich podstawie wniosków i konkluzji, należy ocenić w sposób jednoznacznie pozytywny.

Reasumując, dysertacja odnosi się do problemu ważnego, aktualnego i związanego z poszukiwaniem instrumentarium przybliżającego współczesne rozwiązania z obszaru kształtowania świadomości marki do rozwiązań światowych. Zważywszy, że dotychczasowa ocena ustaleń teorii i praktyki wskazuje, iż obszar ten jak dotąd, nie jest dostatecznie w Polsce eksplorowany, uznać należy, iż dobrze się stało, że Autorka rozprawy podjęła się tego ambitnego zadania.

3. Struktura rozprawy

Recenzowana dysertacja to 346 stron, łącznie z bibliografią, spisem tabel, spisem wykresów oraz załącznikami (kwestionariusze ankiety w wersji polsko - i anglojęzycznej). Ocenic należy, iż ma ona właściwą i odpowiednio przejrzystą strukturę. W pracy, celem podniesienia jej jakości, czytelności uzyskanych wyników badań oraz przeprowadzonych analiz - wprowadzono 66 tabel i 34 wykresy. W portfolio bibliograficznym Autorka dysertacji doktorskiej wyróżnia 286 pozycji literaturowych polsko – i obcojęzycznych. Zestawiona bibliografia jest tematycznie konwergentna z tematyką dysertacji, zawartą w tytule oraz w poszczególnych jej rozdziałach.

Zasadnicza część pracy składa się ze *Wstępu*, pięciu rozdziałów oraz *Zakończenia*. W niniejszej rozprawie doktorskiej można wyróżnić dwie integralne części: teoriopoznawczą i empiryczną. Część teoriopoznawcza (Rozdziały 1, 2 i 3) to kwerenda materiałów źródłowych, na podstawie której wprowadzono taksonomię: marki bibliotecznej, elementów kształtowania jej świadomości oraz strategii zarządzania marką, z wyróżnieniem jej funkcjonowania w obszarze bibliotek akademickich.

Część empiryczna (Rozdział 4 i 5) stanowi studium badawczo - analityczne oraz uzasadnienie i weryfikację celu pracy. W tej części zdefiniowano podmiot i przedmiot badań, dokonano oceny poszczególnych elementów procesu zarządzania marką oraz skonstruowano model badawczy, służący precyzyjnemu określeniu poziomu świadomości marki biblioteki akademickiej wśród bibliotekarzy i użytkowników. Dokonano ich weryfikacji i adaptacji w procesie doboru modelu finalnego.

Podsumowując należy podkreślić, iż zaproponowana przez Doktorantkę struktura pracy jest jak najbardziej spójna z jej celami, w sposób sprawny przedstawia przeprowadzony cykl badawczy, jak również w sposób przejrzysty prezentuje wnioski z badań, co pozwala na jej wysoką ocenę w kontekście stwierdzenia, że treści zawarte w obydwóch częściach dysertacji są kompatybilne. Część teoriopoznawcza stanowi właściwie uporządkowaną podstawę realizacji badań, analizy uzyskanych wyników i przeprowadzonego wnioskowania.

We *Wstępie* pracy Doktorantka podejmuje próbę uzasadnienia wyboru tematyki dysertacji doktorskiej oraz podmiotu i przedmiotu badań. W sposób syntetyczny zarekomendowano strukturę pracy oraz jej zawartość merytoryczną - jako wynik kwerendy teoriopoznawczej oraz badań i analiz empirycznych. Pozytywnie ocenia się również opis odnośników literaturowych.

Rozdział pierwszy *Marka biblioteczna - zagadnienia terminologiczne* liczy 27 stron. W tej części pracy Doktorantka, na podstawie kwerendy literaturowej, prezentuje podstawowe definicje i funkcje marki bibliotecznej. Optyka poznawcza dotyczy również sposobów postrzegania tożsamości, wizerunku i świadomości marki, w tym oceny jej wartości, siły, kapitału oraz lojalności. Wymierną wartością rozważań i analiz przeprowadzonych w wymiarze teoretycznym, w rozdziale tym, jest określenie relacji zachodzących pomiędzy powyżej wspomnianymi pojęciami. Struktura rozdziału pierwszego jest poprawna, w sposób uzasadniony wprowadzono podział prezentowanych rozważań teoretycznych w czterech podrozdziałach.

Rozdział drugi *Elementy kształtowania świadomości marki w bibliotekach akademickich i metody ich pomiaru* jest zamieszczony na 82 stronach i został podzielony na cztery podrozdziały. W tej części dysertacji doktorskiej optyka poznawcza została skierowana na analizę teoriopoznawczą otoczenia, segmentacji i pozycjonowania marki, w szczególności w odniesieniu do komunikacji marketingowej oraz systemu identyfikacji wizualnej. Rozdział ten swoiście jest integralną częścią poznawczą z zakresu tematyki określonej w tytule i w celach recenzowanej dysertacji doktorskiej. W ujęciu taksonomicznym zdefiniowano pojęcia takie, jak: analiza otoczenia i segmentacja. Na podstawie studiów literaturowych zestawiono atrybuty pozycjonowania marki oraz systemu identyfikacji wizualnej. Zdefiniowano również komunikację marketingową w wymiarze koncentracji wokół narzędzi do badania zasobów niematerialnych bibliotek akademickich. W rozdziale tym Doktorantka poprawnie zestawiała i zdefiniowała, w konwergencji przyjętych założeń badawczych, metody pomiaru poziomu świadomości marki bibliotecznej w oparciu o wskaźniki świadomości marki.

Wartość poznawczą tego rozdziału podnosi ocena koncepcji segmentacji w aspekcie kryteriów demograficznych, geograficznych, psychograficznych oraz behawioralnych. Wymiernym wynikiem rozważań i przeprowadzonych analiz o charakterze teoretycznym w rozdziale drugim jest zestawienie różnych typologii pozycjonowania oraz metod projekcyjnych polegających na zebraniu danych na temat preferencji użytkowników, poprzez analizę postaw, osobowości i motywów ich postępowania na podstawie uzyskanej wypowiedzi, co z kolei pozwoliło Doktorantce na zdefiniowanie percepcji marki oraz marek konkurencyjnych w świadomości użytkowników bibliotek akademickich.

Drobne zastrzeżenia w prezentacji treści zawartych w rozdziale drugim dotyczą prezentacji elementów definicji strategii marketingowych na podstawie literatury z roku 1997 (str. 49).

Rozdział trzeci *Strategie zarządzania marką w bibliotekach akademickich* liczy 36 stron. Treści w rozdziale trzecim zostały przedstawione w czterech podrozdziałach. Rozdział ten opracowany został w konwencji „*od ogółu do szczegółu*”. W pierwszej części zdefiniowano pojęcie procesu zarządzania potencjałem marki, poprawnie argumentując, że jest to przede wszystkim „*twórczy proces obejmujący formułowanie wizji rozwoju i funkcjonowania marki [...] oraz jej wdrażanie przez odpowiednie oddziaływanie na otoczenie oraz pracowników*”. Rewitalizację, poszerzenie i repozycjonowanie marki zdefiniowano w wymiarze typologii specyfiki usług bibliotecznych, uwzględniając: kształtowanie długotrwałej relacji występującej pomiędzy biblioteką i użytkownikiem, jakość usług bibliotecznych, dewaluację skojarzeń oraz strukturę i atrakcyjność oferowanych przez bibliotekę usług. W odniesieniu do tematyki określonej w tytule rozprawy, Doktorantka poprawnie uzasadnia, że zakres obowiązków menedżera marki, w aspekcie kształtowania świadomości marki biblioteki akademickiej, ma charakter interdyscyplinarny. Wartość poznawczą tego rozdziału podnosi prezentacja etapów ewolucji roli brand menedżera oraz analiza wpływu kapitału ludzkiego, relacyjnego, organizacyjnego, informacyjnego i umiejętności brand menedżera na wyniki procesu zarządzania marką, których efekty zostały zwizualizowane w tabeli 19 oraz na wykresie 12.

Rozdział czwarty *Poziom świadomości marki w bibliotekach akademickich – badania własne*, zamieszczony przez Doktorantkę na 103 stronach, składa się z pięciu podrozdziałów. Rozdział ten stanowi empiryczną część dysertacji doktorskiej, w pełni konwergentną z tematyką wynikającą z tytułu i celu pracy. W pierwszej części tego rozdziału dokonano charakterystyki podmiotu, w tym przypadku bibliotek. Wskazano relacje pomiędzy przyjętymi wskaźnikami: spontaniczną świadomością marki, pierwszą wymienioną marką, wspomagana świadomością marki. W tym kontekście poszczególne wskaźniki odniesiono do badania poziomu satysfakcji i lojalności użytkowników. W rozdziale czwartym Autorka dysertacji poprawnie uzasadnia przyjęte etapy i zastosowane metody badawcze w formie zdefiniowanych pytań badawczych z uwzględnieniem atrybutów przypisanych poszczególnym obszarom. Reasumując, rozdział czwarty empiryczny stanowi uzasadnienie przyjętych założeń badawczych.

Rozdział piąty *Modele do badania świadomości marki bibliotecznej* składający się z 26 stron, stanowi kluczową część rozprawy, w której zapisano przebieg badań, syntetyczne zestawianie wyników badań oraz wnioski będące pochodną ustaleń. Postawą modeli - formularza ankietowego do badania świadomości marki biblioteki akademickiej wśród pracowników z podziałem na wskaźniki świadomości marki oraz formularza ankietowego do

badania świadomości marki biblioteki akademickiej wśród użytkowników z podziałem na wskaźniki świadomości marki - są wyniki badań, które Doktorantka przeprowadziła w bibliotekach polskich i brytyjskich uczelni. Wyniki badań posłużyły również Autorce do identyfikacji najlepszych praktyk w zakresie badania poziomu świadomości marki biblioteki wśród bibliotekarzy i użytkowników, w bibliotekach uczelni polskich i brytyjskich oraz pozwoliły dokonać analogii i korelacji wykorzystywanych rozwiązań.

Ostatnia część zasadnicza rozprawy doktorskiej - *Zakończenie* - składa się z 5 stron. Autorka wprowadza wnioski całościowe, które stanowią syntetyczne podsumowanie oraz uzasadnienie przyjętego głównego celu badawczego.

4. Ocena merytoryczna rozprawy doktorskiej

W rozprawie Autorka zajęła się niezwykle istotnym i aktualnym zagadnieniem, jakim jest problematyka kształtowania świadomości marki biblioteki akademickiej. Do wartościowych, tak pod względem teoretyczno-poznawczym, naukowym, jak też aplikacyjnym należy zaliczyć w rozprawie:

- podjęcie istotnego problemu wiążącego się z możliwościami kształtowania świadomości marki w bibliotekach akademickich, co służy zwielokrotnieniu możliwości zaspokojenia potrzeb współczesnych czytelników i użytkowników;
- samodzielne, oryginalne i wnikliwe rozwiązanie problemów badawczych, jak również umiejętną interpretację ich wyników;
- zgromadzenie dużej ilości użytecznych informacji, uwzględniających także te pochodzące z samodzielnie przeprowadzonych badań w polskich oraz brytyjskich bibliotekach akademickich;
- umiejętnie dobrane biblioteki reprezentatywne i zastosowana skala podjętych badań, pozwalająca na odniesienie uzyskanych wyników do pozostałych instytucji bibliotecznych;
- oryginalne i poprawnie opracowane autorskie modele formularzy ankietowych, podkreślające wkład własny Autorki oraz prawidłowe przeprowadzenie badań empirycznych;
- szeroką gamę umiejętnie dobranych pozycji literaturowych z zakresu przedmiotowej problematyki,

- uporządkowanie dorobku badawczego dotyczącego kształtowania świadomości marki biblioteki akademickiej oraz identyfikację determinant kształtujących tę świadomość, ze szczególnym uwzględnieniem metod jej pomiaru;
- interesująco prowadzoną dyskusję na temat strategii zarządzania marką w bibliotekach akademickich oraz umiejętnie jej powiązanie z instrumentami zarządzania marką w środowisku wielokulturowym.

Po przeprowadzeniu wnikliwej analizy całej rozprawy doktorskiej, poddając pod uwagę oraz dyskusję następujące kwestie, proszę o wyjaśnienie:

- czy identyfikacja świadomości istnienia marki pośród użytkowników bibliotek akademickich pozwala odpowiednio zaplanować działania promocyjne tych instytucji;
- czy spontaniczna świadomość marki może podlegać weryfikacji w odniesieniu do wspomaganej świadomości marki w aspekcie bibliotek akademickich;
- jakie elementy świadomości marki pozwalają na wprowadzanie rozwiązań w zakresie strategii komunikacji na płaszczyźnie biblioteka – użytkownik.

5. Ocena formalna i realizacja metodyczna rozprawy doktorskiej

Układ pracy, podział na rozdziały i podrozdziały oraz proporcje treści w poszczególnych częściach należy uznać za jak najbardziej poprawne. Pozytywnie oceniam wybór tematyki pracy, która jest aktualna. Dobór metod badawczych w odniesieniu do realizowanych celów pracy jest w pełni uzasadniony. Portfel zastosowanych narzędzi i metod badawczych potwierdza dojrzałość badawczą Doktorantki. Z kolei, wprowadzona wizualizacja wyników badań, wzmacnia wartość poznawczo - badawczą recenzowanej dysertacji.

Pragnę podkreślić, że widoczny jest znaczący wysiłek Doktorantki w przygotowaniu dysertacji, tak w odniesieniu do opracowania części teoretycznej, jak również empirycznej. Wykazana bibliografia - zgodność merytoryczna powoływanych pozycji wskazują, że Pani mgr Hanna Grabowska zebrała szeroką wiedzę w obszarze zagadnień dotyczących podjętego tematu. Za taką oceną przemawia między innymi liczba cytowań, które Doktorantka powołuje w dysertacji na potrzeby petryfikowania zgłaszanych poglądów.

Dokonując analizy i oceny fragmentu badanej rzeczywistości, Doktorantka wykazała się właściwą znajomością warsztatu metodycznego: z pomocą badań ankietowych zgromadziła wyniki i spostrzeżenia, które umożliwiły identyfikację metod służących do badania

świadomości marki w bibliotekach. Badania właściwe poprzedzono badaniem pilotażowym, ukierunkowanym na uzyskanie odpowiedzi odnośnie celowości podjęcia badań, którego wyniki umożliwiły analizę przewidywanych prawidłowości oraz posłużyły Autorce do sformułowania oceny co do rzetelności uzyskanych rezultatów. Autorka dysertacji, w trakcie badań, zebrała nie tylko rzetelny materiał empiryczny, który wykorzystała do celów rozprawy, ale także zgromadziła znaczący zasób wiedzy niezbędnej do badań retrospektywnych w zakresie eksplorowanych zagadnień, co jest istotne i przydatne dla potrzeb praktyki i sugeruje rozwiązania odpowiadające potrzebom funkcjonowania współczesnych bibliotek akademickich.

Rozprawa napisana jest starannym, poprawnym i komunikatywnym językiem, co przesądza o rozumieniu jej treści. Tabele i wykresy są transparentne i objaśniane, co stanowi uzupełnienie przekazywanych treści oraz właściwie konstytuuje zapisy wynikające z prowadzonych rozważań. Zarówno perspektywa teoretyczna jak i praktyczna pracy przenikają się i uzupełniają. Podnoszona problematyka rozważana jest sposobem krytycznym, co stanowi niewątpliwie walor naukowy recenzowanej pracy.

W trakcie lektury dysertacji zauważyć można pewne błędy i usterki w procesie tworzenia tekstu, jak np.: niezręczne sformułowania o charakterze potocznym „*wyrabiają sobie o niej opinię*” czy „*chlona markę instytucji*” (str. 5), które, chociaż prawdziwie oddające rzeczywistość, wywołują wyraźny dysonans w odbiorze przekazywanych treści i nie powinny znaleźć się w pracy o charakterze naukowym. Poza tym Autorka nie ustrzegła się również lapsusu, powszechnie jednak popełnianego w świecie naukowym. Ta niezręczność językowa pojawia się już na pierwszych stronach rozprawy (str. 7 i 8), gdzie Autorka używa określenia *metodologiczno-* zamiast *metodyczno-*, traktując oba pojęcia jako tożsame. A przecież różnią się one znaczeniowo i to zasadniczo: *metodologia* bowiem to *nauka o metodach*, *metodyka* natomiast to *grupa metod objętych postępowaniem (fazami, etapami, krokami, procedurami) w celu rozwiązania problemu*.

Wskazane uwagi, w moim zamyśle, służyć mają doskonaleniu wartości merytorycznej treści rozprawy i w żadnym stopniu nie umniejszają jej wysokiej ogólnej oceny - tak pod względem naukowym, jak i aplikacyjnym.

6. Konkluzja

Uwzględniając istotność i celowość podjętego tematu, umiejętne połączenie zagadnień teoretycznych z zastosowaniami praktycznymi oraz samodzielne rozwiązanie przez Autorkę

problemu naukowego, stwierdzam, iż dysertacja doktorska Pani mgr Hanny Grabowskiej, spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim, zgodnie z art. 13 ust. 1 Ustawy z dnia 14 marca 2003 roku o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. 2003 nr 65, poz. 595 z 2003 r. oraz Dz.U. Nr 164, poz. 1365 z 2005 r.) i wnoszę o dopuszczenie jej do publicznej obrony.

Dagmara Bubeł