

dr hab. Agata Opolska-Bieleńska
Katedra Technologii Informatycznych Mediów
Wydział Dziennikarstwa Informatyki i Bibliologii
Uniwersytet Warszawski

Warszawa dn. 2.06.2023 r.

**Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Artura Zygiert
pt. „Uwarunkowania sprawności, skuteczności i efektywności komunikacji
marketingowej w branży przedsiębiorstw hostingowych w Polsce.
Stan obecny i perspektywy”
napisana pod kierunkiem dr hab. Sławomira Gawrońskiego, EMBA, prof. WSiIZ
w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie
w Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej**

Przedłożona do recenzji rozprawa doktorska Pana mgr Artura Zygiert pt. „Uwarunkowania sprawności, skuteczności i efektywności komunikacji marketingowej w branży przedsiębiorstw hostingowych w Polsce. Stan obecny i perspektywy” stanowi istotny punkt analiz dla biznesu XXI wieku. Zwrócenie uwagi na komunikację marketingową, tak istotną dla każdej branży biznesu, jest ważne z racji dynamicznego rozwoju różnych form interakcji przedsiębiorstwa z otoczeniem w dobie cyfryzacji. Ten swoisty dialog realizowany jest z jednej strony poprzez działania informacyjno-nakłaniające, a z drugiej - sprzężenie zwrotne łączące odbiorcę z nadawcą przekazu promocyjnego i wykorzystujące w kanałach komunikacji interaktywne media. Taki system komunikacji obejmuje zbiór działań i instrumentów, za pomocą których przedsiębiorstwo przekazuje na rynek informacje charakteryzujące produkt, firmę, usługi, kształtuje potrzeby nabywców, pobudza i ukierunkowuje popyt oraz zmniejsza jego elastyczność cenową. Jest zbiorem działań zmierzających do zapewnienia przedsiębiorstwu stałej obecności na wybranych rynkach. Kluczowe w tych działaniach jest sprawne, skuteczne i efektywne prowadzenie przedsięwzięć, które pozwolą z sukcesem zrealizować założenia firmy.

Recenzowana praca doktorska już w swoim tytule akcentuje wspomniane wyżej elementy. Świadczy to o świadomości Doktoranta, jak dużą wagę ma opracowanie sprawnej komunikacji marketingowej dla pozycji rynkowej firmy. Poszukiwanie uwarunkowań jest



odpowiedzią na dylematy wielu przedsiębiorstw, jak trafnie i rzetelnie opracować strategię komunikacji marketingowej. Oczekiwania rynku są wysokie, klient jest wymagający, konkurencja stawia wysublimowane warunki, a zatem dokonanie analizy i weryfikacja wniosków dotyczących niezawodnej i wydajnej komunikacji uwzględniającej działania marketingowe ma fundamentalne znaczenie dla funkcjonowania organizacji. Samo ujęcie i zdefiniowanie tytułu rozprawy doktorskiej wskazuje na znajomość analizowanego przez Doktoranta obszaru. Zawężenie tematu pracy do branży przedsiębiorstw hostingowych w Polsce przekładać się powinno na konkretne analizy i wnioski. Sprecyzowanie i uszczegółowienie tematu jest usystematyzowaniem i skonkretyzowaniem działań, które odzwierciedlają wnikliwość i rzeczowość opracowywanego materiału. Przedstawiony do recenzji materiał nie jest ogólnym opracowaniem tematu, ponieważ nadal istotnego, ale obejmuje w sposób wnikliwy i interesujący konkretną branżę przedsiębiorstw hostingowych, w konkretnym obszarze – Polski. Pozwala to na zdefiniowanie i późniejsze ustosunkowanie się do celu głównego, którym jest „określenie możliwości rozwoju i ewolucyjnych perspektyw komunikacji marketingowej z punktu widzenia jej sprawności, skuteczności i efektywności w branży przedsiębiorstw hostingowych w Polsce”. Osiągnięcie głównego założenia możliwe było za pomocą zdefiniowania celów szczegółowych, ujętych we wstępie pracy.

Analiza i ocena pracy

Przedłożona do recenzji praca doktorska składa się z pięciu rozdziałów merytorycznych, opatrzonych wstępem i zakończeniem. Domknięciem dysertacji jest bibliografia – bardzo obszerna, aktualna i ściśle związana z tematem pracy, zawierająca publikacje zarówno polskojęzyczne, jak i zagraniczne. Ponadto uzupełnieniem źródeł bibliograficznych, na jakich Autor pracy oparł swoje rozważania, są pozycje internetowe, również rzetelne i trafne merytorycznie.

Na końcu pracy został zamieszczony spis rysunków i tabel, jednak bez ujęcia tego elementu w spisie treści. Załączników nie uwzględniono.

Praca rozpoczyna się wstępem, który stanowi wprowadzenie w istotę problematyki. W tej części dysertacji Autor wskazuje uzasadnienie wyboru tematu, udowadniając rangę poruszanego w pracy zagadnienia. Wstęp w sposób syntetyczny i ustrukturalizowany opisuje zawartość pracy, wnikliwie analizuje jej poszczególne części. Takie wprowadzenie pozwala nakierować czytelnika na zawartość pracy. Stopniowe, merytoryczne zagłębianie się w

tematykę dysertacji możliwe jest za sprawą chronologicznego zdefiniowania rozdziałów i odpowiedniego posegmentowania materiału.

Wstęp stanowi tło uzasadnienia wyboru tematu, uargumentowania analizowanej branży, zdefiniowania powodów podjęcia pracy nad tematem. Wnikliwe przedstawienie argumentów potwierdzających potrzebę dokonania eksplikacji obszaru badawczego przekłada się na odpowiednie merytoryczne opracowanie dysertacji.

Ujęty na początku pracy cel główny został uzupełniony przez trzy cele szczegółowe. W oparciu o założenia naukowego dzieła stworzono jakościowy charakter badań. Opracowanie modelu badawczego jest odpowiedzią na powstały problem badawczy, jakim jest określenie komunikacji marketingowej wobec triady sprawności, skuteczności i efektywności. Odpowiednie i odpowiedzialne podejście do przygotowania badania poskutkowało postawieniem sześciu pytań badawczych. Obejmują one tematykę specyfiki, sposobu, poziomu, czynników, problemów i przyszłości triady komunikacji marketingowej. Ich ujęcie w pracy przełożyło się na kompetentne poszukiwanie rozwiązań postawionego w dysertacji problemu. Empiryczne opracowanie pozwoliło na stworzenie rozwiązań na podejmowane przez przedsiębiorstwa hostingowe w Polsce działań w aspekcie tytułowego zagadnienia. Brak w pracy hipotez został w sposób poprawny uargumentowany, jednakże pozostawia to dowolność w interpretowaniu treści i brak wskazania trendów lub ich wykluczenia w kierunku dalszych badań. **W tym miejscu nasuwa się pytanie do Doktoranta – czy po sfinalizowaniu pracy możliwe jest postawienie hipotezy / hipotez do dalszej implikacji badawczej.**

Domknięciem treści zawartych we wstępie pracy jest zreferowanie treści zawartych w poszczególnych rozdziałach. Taka konstrukcja pierwszych stron dysertacji przekłada się na zrozumienie jej konstrukcji i ukazuje hierarchiczność analizowanych zagadnień. Elementem, którego zabrakło w tej części, jest ustosunkowanie się do literatury przedmiotu – jej charakterystyki, dostępności i kluczowych pozycji, choć w fazie argumentowania wyboru tematu znajduje się odniesienie do literatury przedmiotu. Jednak jest to ujęcie stanu wiedzy, a nie przedstawienie konkretnych i istotnych dla tematu publikacji, spis dzieł naukowych. Przedstawienie kluczowych i istotnych dla tematu dzieł wydaje się być pomocą dla osób zainteresowanych tematem oraz wskazówką, kierunkowskazem do fundamentalnego budowania wiedzy. Wydaje się to ważne z punktu oceny ilości i jakości publikacji nawiązujących do analizowanego tematu, a także innowacyjnego przedstawienia rozprawy jako uzupełnienia (być może istniejącej / lub nie) luki merytorycznej wśród źródeł naukowych.

Uważam, że opracowany i zamieszczony w części początkowej wstęp jest opracowany skrupulatnie, rzeczowo i świadczy o wizji Autora pracy przy tworzeniu dysertacji.

Po części wprowadzającej dokonana zostanie analiza rozdziałów, na jakie podzielona została dysertacja.

Rozdział pierwszy zatytułowany „Sprawność, skuteczność i efektywność w komunikacji marketingowej” stanowi punkt wyjścia dla weryfikacji tytułu pracy. Merytoryczne rozpoczęcie pracy poprzez wyjaśnienie kluczowych dla pracy zagadnień stopniowo, ale i rzetelnie wprowadza w temat. Doktorant skupia się na wyjaśnieniu, pochodzeniu, wy tłumaczeniu i istotności samej komunikacji, aby w następnych częściach rozważań przełożyć tę wiedzę na obszar marketingu - komunikację marketingową. Opracowanie istoty komunikacji marketingowej pozwoliło płynnie przejść do triady komunikacji - sprawności, skuteczności i efektywności - która została opracowana w podrozdziale 1.3, kończącym się opisem sposobów pomiaru. Przeanalizowane w tym miejscu wskaźniki, w sposób teoretyczny, przedstawiają sposób oceny i kontroli procesu realizacji celu komunikacji marketingowej. Domknięciem tej części pracy jest przedstawienie głównych problemów i trudności, z jakimi można się spotkać podczas pomiaru triady. Takie domknięcie rozdziału prezentuje w sposób holistyczny analizowane w tym obszarze zagadnienia – od teorii do problemów praktyki. Rzetelne wy tłumaczenie, przeanalizowanie i opracowanie fundamentalnych dla tematu pracy terminów w sposób kompleksowy wprowadza w dalsze rozważania.

Rozdział drugi – „Ewolucja komunikowania marketingowego” - to prezentacja ewoluowania komunikacji marketingowej na przestrzeni czasu. „Pozwala to na zrozumienie mechanizmu działania, narzędzi, które wykorzystuje oraz możliwości, jakie daje komunikacja marketingowa” – jak we wstępie rozdziału pisze sam Autor (s. 86). Powrót do historii, starożytnych nawoływaczy, rewolucji przemysłowej, symboliki, rozwoju mass mediów to często zapominany obszar rozważań. Ma się często wrażenie, że pomijany jest w pracach, a przecież jest tak ważny dla znaczenia i przeciwdziałania bieżącym problemom. Znając fundamenty, możemy zapobiegać kryzysom. W tej części pracy Doktorant wspominał niemal wszystkie, a na pewno kluczowe, etapy w ewolucji komunikacji marketingowej. Przedstawienie procesu tworzenia tego, co dziś jest dla nas normą w działaniu, jest ważne dla pojawienia się następnych etapów. Pisząc o triadzie komunikacji marketingowej warto jest przypomnieć koncepcje komunikacji marketingowej, aby w sposób prawidłowy zweryfikować determinanty jej sprawności, skuteczności i efektywności powstające z

upływem czasu. W tej części pracy widoczne jest duże zaangażowanie Autora w opracowanie tabeli (tabela 2) możliwych czynników, jakie wpływały na rozwój marketingu i w efekcie form komunikacji marketingowej. Zestawienie i skorelowanie „czynników względem działań marketingowych i wynikających z tego tytułu form komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem w ujęciu historycznym oraz przyszłym”, jak wskazuje tytuł tabeli, w sposób chronologiczny łączy kanały i sposoby komunikacji marketingowej ze zmianami pojawiającymi się w technologii, przemyśle i gospodarce światowej (s. 164–167).

Podsumowanie zawarte w zakończeniu drugiego rozdziału domyka istotę powyższych rozważań, argumentując ich miejsce w strukturze pracy.

Rozdział trzeci przedstawia „Przedsiębiorstwa hostingowe na rynku usług”. W tej części przedstawione zostały: rynek usług e-biznesu (podrozdział 3.1); przedsiębiorstwa hostingowe (podrozdział 3.2); formy realizacji pomiędzy podmiotami w przedsiębiorstwach e-biznesowych (podrozdział 3.3) oraz rynek usług hostingowych w Polsce (podrozdział 3.4). Ta część rozprawy doktorskiej nawiązuje do branży, na podstawie której analizowane jest tytułowe zagadnienie. Doktorant dokonuje charakteryzacji przedsiębiorstw e-biznesowych, omawiając istotę ich działań, znaczenie na rynku oraz niepodważalnie istotne znaczenie w wirtualnej przestrzeni. Tenże rozdział zakończony jest puentą, która ujmuje sedno istoty przedsiębiorstw hostingowych.

Rozdział czwarty – „Założenia metodologiczne” – przedstawia metodologię badawczą, jaka została zaplanowana i przeprowadzona w pracy. W sposób syntetyczny i chronologiczny omawiane są: podmiot i przedmiot badań; cele, problemy i pytania badawcze; techniki i narzędzia badawcze; reprezentatywność badań oraz organizacja i przebieg badań. W tych pięciu podrozdziałach Autor ujął opis narzędzia, proces badawczy i występujące trudności oraz sposoby przeciwdziałania im. Rozdział opracowany jest na merytorycznym podłożu, w którym Doktorant argumentuje wybór przeprowadzonego badania poprzez rozważania empiryczne z uwzględnieniem i w oparciu o literaturę przedmiotu. Stanowi to wizualizację dużego zaangażowania Autora w pisanie pracy, znajomość literatury oraz chęć rzetelnego przygotowania materiału.

Do badania wybrane zostały 52 przedsiębiorstwa, jednak współpraca empiryczna nawiązana została z 14 z nich. Przedmiotem badania był wpływ perspektyw i możliwości rozwoju komunikacji marketingowej na triadę jej sprawności, skuteczności i efektywności (s. 199). Triada wraz z perspektywą zmian stanowiły zmienne. Całość badania miała być efektem rozważań i wniosków dla obszaru naukowego oraz praktycznego (biznesowego). Założeniem badania było ustosunkowanie się do problemu badawczego – „Uwarunkowania i

czynniki wpływające na sprawność, skuteczność i efektywność komunikacji marketingowej oraz kierunki zmian w tym zakresie w odniesieniu do przedsiębiorstw hostingowych w Polsce” (s. 202) - poprzez udzielenie odpowiedzi na sześć pytań badawczych, które podzielone zostały na cztery grupy (s. 202). W dysertacji zastosowano badanie o charakterze jakościowym, ze względu na otwarty, swobodny charakter badań, bez zbytnej ingerencji w odpowiedzi respondentów. Technika realizującą założenia badawcze był wywiad, a narzędziem - wywiad pogłębiony IDI, który opierał się na 10 pytaniach. Treści przeprowadzonej analizy zostały czytelnie ujęte w tabeli 6 (s. 212), co jest dużym walorem w pracy, gdyż pozwala dokonać czytelnej oceny. Autor dokonał opisu reprezentatywnej próby, jej liczebności, ze wskazaniem i uargumentowaniem powodów niereprezentowalności wyników. Organizacja i przebieg badania nie zostały pominięte. W sposób opisowy i graficzny zawarte są w treści.

Dobór sposobu przyjętych założeń oceniam jako poprawny, tak jak i całą opracowaną metodologię. Ciekawe jednak wydaje się rozbudowanie badań o inne metody, tak aby dokonać wnikliwszej eksploracji badanego obszaru. **W tym miejscu nasuwa się drugie moje pytanie do Doktoranta – czy widzi on możliwość rozbudowania badań tak, aby następne badania w niniejszym obszarze przyniosły pogłębione wnioski.**

Rozdział kończy się sumarycznym ujęciem informacji zawartych w części czwartej rozprawy doktorskiej.

Rozdział piąty i zarazem ostatni w dysertacji – „Komunikacja marketingowa przedsiębiorstw hostingowych w Polsce – analiza i wyniki badań własnych” - jest kompleksowym zestawieniem rozważań. W tej części pracy przedstawione zostały wyniki badań i opisane odpowiedzi na postawione pytania, w sposób logiczny, tak jak nakłania do tego model konstrukcji pytań. Realizacja procesu komunikacji marketingowej w poszczególnych badaniach analizowanych przedsiębiorstw przedstawia tabela 9 (s. 233). Weryfikacja ta stworzyła obraz modelu komunikacji marketingowej wpisujący się w ogólnie przyjęty model komunikacji społecznej i marketingowej, uzupełniając go o elementy wskazane przez respondentów. W celu sprawnego podsumowania oceny rezultatów komunikacji marketingowej, przez pryzmat triady, w analizowanych przedsiębiorstwach sporządzono tabele 10-23, które prezentują mapy mierników realizacji procesu komunikacji marketingowej, praktykowanych w badanych przedsiębiorstwach hostingowych w Polsce (s. 244). Ponadto w poszczególnych zestawieniach tabelarycznych ujęto, opisane w treści pracy, informacje dotyczące: narzędzi, jakimi posługują się przedsiębiorstwa hostingowe w Polsce do oceny rezultatów realizacji procesu komunikacji marketingowej (tabela 24); okresów

dokonywania kontroli realizacji procesów komunikacji marketingowej względem triady sprawności, skuteczności i efektywności (tabela 25); kanałów, jakimi przedsiębiorstwa komunikują się ze środowiskiem marketingowym oraz jaki poziom realizacji procesu komunikacji udaje się osiągnąć w odniesieniu do poszczególnych kanałów w aspekcie triady (tabela 26-39). Domknięciem tego rozdziału jest przedstawienie pozytywnych i negatywnych czynników wpływających na komunikację marketingową względem triady w przedsiębiorstwach hostingowych w Polsce oraz zasugerowanie możliwości i kierunków rozwoju komunikacji marketingowej analizowanej branży w kontekście wzrostu poziomu rezultatów sprawności, skuteczności i efektywności (tabela 42).

Całość rozprawy doktorskiej domyka zakończenie. Ostatni element pracy stanowi konkluzję całości rozważań opracowanych w dysertacji, ustosunkowując się do opisu i oceny realizacji celu i argumentacji opracowania niniejszego tematu. W oparciu o precyzję przeglądu literatury przedmiotu oraz przeprowadzone badania Doktorant wysunął rzetelne i godne dalszych rozważań wnioski, które powinny być udostępnione potencjalnie zainteresowanym przedsiębiorcom branży hostingowej, ale i nie tylko. Wskazane trendy i ich uwarunkowania potwierdzają założenia ujęte w pracy, jednakże istotna jest ich dalsza analiza w celu zapobiegania niepożądanym problemom. Uzyskane wnioski ujęto w tabeli 43.

Ostatnie pytanie, jakie nasuwa się po przeczytaniu całej pracy brzmi: **Czy sztuczna inteligencja jest w stanie zdominować działania komunikacji marketingowej w branży przedsiębiorstw hostingowych.**

Kompleksowa ocena pracy

Praca przygotowana jest z dużą starannością, w sposób niezwykle dokładny i rzetelny, aby nie budzić w czytelniku wątpliwości skąd wywodzi się każde założenie zawarte w dysertacji. Wszelkie założenia oraz cele mają swoje podwaliny w literaturze przedmiotu. Miejscami jest to zbyt obfite w treści, przez co trzeba poszukiwać elementów stricte należących do pracy i obszaru autorskiego, jednakże umiejętne połączenie publikacji naukowych z rozważaniami dotyczącymi tematu jest niekwestionowanym walorem pracy.

Rozdziały ujęte w pracy zawierają merytoryczne ustosunkowanie się do badanego obszaru. Wzbogacane są o graficzne schematy, które w sposób syntetyczny ujmują istotę nakładanych na siebie treści. W efekcie finalnym całość rozważań jest przejrzysta, zrozumiała i kompletna. Wszystkie grafiki zamieszczone w treści są ponumerowane i opisane w sposób poprawny. Takie ujęcie omawianego materiału pozytywnie wpływa na odbiór treści.

Dużym walorem pracy jest umiejętność logicznego łączenia teorii z istotą pracy. Przekłada się to na umiejętne żonglowanie wiedzą i informacją na potrzeby rozbudowywania dysertacji. Każdy rozdział rozpoczyna się merytorycznym uzasadnieniem poczynionego kroku. Jest to płynnie i świadomie wypracowane działanie, które ,w mojej opinii, podnosi walor pracy.

Rozdziały kończą się podsumowaniami, co jest istotnym i zwięzłym domknięciem omawianych zagadnień. Nawiązuje to do analitycznego myślenia Autora pracy, spójnego łączenia treści i wychwytywania tego, co najistotniejsze na danym etapie. Ponadto czyni pracę przejrzystą, gdyż w sposób kompletny integruje się z treściami następnych rozdziałów.

Uwagę należy również zwrócić na syntetycznie opracowane tabele, gdyż stanowią one esencję treści opisanych wniosków.

Rozprawa napisana jest w sposób konstruktywny tematycznie, przejrzysty i zrozumiały. Liczne aspekty opracowane w dysertacji ułożone zostały w sposób logiczny i przemyślany, z usystematyzowanymi założeniami i interesującą merytorycznie argumentacją.

Wniosek końcowy jest pozytywny.

Oceniam pracę doktorską Pana mgr Artura Zygiert jako twórczy wkład w rozwój problematyki i świadectwo dobrego i rzetelnego warsztatu pracy naukowej.

W związku z powyższym stwierdzam, że przedstawiona do recenzji dysertacja spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim, odpowiadającym wymaganiom określonym w ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, co czyni ją przedmiotem dalszego postępowania w przewodzie doktorskim.


dr hab. Agata Opolska-Bielaińska

