

14. 07. 2023

WPŁYNEŁO

Łódź, dn. 03.07.2023

Prof. dr hab. Jerzy Róžański
Katedra Zarządzania Finansami Przedsiębiorstwa
Uniwersytet Łódzki

UNIwersytet Szczeciński



RPW/13021/2023 P
Data: 2023-07-14

RECENZJA

**rozprawy doktorskiej mgr Artura Łabuza
„Zarządzanie kreatywnością pracowników w przedsiębiorstwach sektora
kreatywnego województwa zachodniopomorskiego”
napisanej pod kierunkiem dr hab. Joanny Wiśniewskiej,
prof. Uniwersytetu Szczecińskiego**

1. Trafność wyboru tematu

Problematyka kreatywności pracowników, ich doboru na stanowiska pracy pod kątem wykazywanej przez nich kreatywności, awansowania, a zwłaszcza pomiaru efektywności, czy też efektów działań kreatywnych jest dość rzadko podejmowana w polskiej literaturze naukowej. Panuje ogólne przekonanie, że jest to problem ważny, często kreatywność pracowników przesądza o możliwościach rozwojowych przedsiębiorstwa, stanowiąc wstęp do działań innowacyjnych, ale właśnie innowacyjność przedsiębiorstw jest tematem znacznie częściej podejmowanym w opracowaniach naukowych, a nie problemy kreatywności pracowników. Jednocześnie koncentrowanie uwagi na tych dziedzinach działalności gospodarczej, które można zaliczyć do kreatywnych, jest też uzasadnione, ponieważ właśnie tam działania kreatywne są najbardziej potrzebne. Dlatego też wybór tematyki uważam za bardzo trafny i aktualny, biorąc pod uwagę ciągły wzrost roli sektorów kreatywnych w gospodarce. Praca stanowi więc wypełnienie pewnej luki badawczej, która występuje w literaturze przedmiotu.

2. Cele, hipotezy, konstrukcja rozprawy

Autor sformułował cel główny, jakim jest „stworzenie modelu procesu zarządzania kreatywnością pracowników w sektorze kreatywnym” (str. 8), przy czym odnosi problematykę do czterech głównych funkcji zarządzania, co można uznać za metodycznie prawidłowe podejście.

Zaprezentowane cele szczegółowe w sposób logiczny wspierają osiągnięcie celu głównego.

Niezależnie od tego, Autor sformułował cztery pytania badawcze, które doprecyzowują przedstawione cele rozprawy.

Podstawowa hipoteza, przyjęta w rozprawie jest dość ambitna. Chodzi tu o to, że „systemowe zarządzanie kreatywnością przyczyni się do osiągnięcia wysokiego poziomu kreatywności pracowników, co zwiększa szanse na tworzenie innowacyjnych rozwiązań” (str. 9). Hipotezę główną wspiera 5 hipotez szczegółowych.

Rozprawa została zaprojektowana jako opracowanie wielowątkowe, łączące różne problemy powiązane z kreatywnością, uwzględniając nie tylko punkt widzenia pracowników, ale również i pracodawców, zasady polityki personalnej, odmienną problematykę kreatywności w odniesieniu do poszczególnych funkcji zarządzania, problemy kultury organizacyjnej oraz związki między kreatywnością a innowacyjnością.

Konstrukcja rozprawy jest logiczna.

Od ogólnych rozważań dotyczących kreatywności, jej determinant oraz miejsca w organizacji (I rozdział), Autor przechodzi do omówienia znaczenia kreatywności i sposobu jej przejawiania się w realizacji poszczególnych funkcji zarządzania w przedsiębiorstwie (II rozdział) i tu być może rozważania są zbyt obszerne, zbyt mocno nawiązują do ogólnych zasad funkcjonowania przedsiębiorstwa i jego organizacji, następny rozdział (III rozdział) to problematyka porównania i oceny efektów zarządzania zorientowanego na kreatywność, ostatnie dwa rozdziały empiryczne (IV i V), przedstawiają rezultaty prowadzonych badań nad kreatywnością w przedsiębiorstwie.

Na uwagę zasługuje bogata bibliografia, z dużym udziałem literatury obcojęzycznej, staranność przygotowania samej pracy, dobra stylistyka, dobre przygotowanie tabel, wykresów oraz załączników. Praca jest więc przygotowana bardzo starannie.

3. Ogólna ocena rozprawy

Rozprawa ma szereg zalet. Należą do nich:

- 1) Wybór tematu dość rzadko podejmowanego w polskiej literaturze przedmiotu;
- 2) Wielowątkowe ujęcie tematyki;
- 3) Wykorzystanie bogatej literatury, bezpośrednio lub pośrednio wiążącej się z tematyką kreatywności, w tym literatury obcojęzycznej;
- 4) Przeprowadzenie szerokich badań empirycznych i bardzo staranne przedstawienie wyników tych badań;
- 5) Zachowanie dużego obiektywizmu przy ocenie poszczególnych rozwiązań – przedstawienie zarówno pozytywów, jak i zauważonych negatywów przyjętych rozwiązań.

Powstają też jednak pewne wątpliwości:

- 1) Czy oparcie się jedynie na pracach brytyjskiego zespołu ds przemysłów kreatywnych, w określaniu jakie sfery należy zaliczyć do gospodarki (przemysłu) kreatywnego jest wystarczające. Czy samo pojęcie „przemysł kreatywny” nie jest wyraźnie zawężające;
- 2) Czy samo przedstawienie (trzeba przyznać bardzo klarowne i kompleksowe) poglądów wielu autorów nie należałoby wzbogacić własnymi konstatacjami Autora, co powiększyłoby Jego merytoryczny wkład w przygotowanie części teoretycznej;
- 3) Czy przedstawione przez Autora sugestie i opinie wyczerpują pojęcie „modelu procesu zarządzania kreatywnością pracowników” -można mieć co do tego wątpliwość;

- 4) Czy nie byłoby możliwe wypracowanie jednolitych miar poziomu kreatywności, które w sposób bardziej uchwytne pozwoliłyby ten poziom ocenić;
- 5) Czy zakończenie całości rozprawy nie jest zbyt ogólne, w stosunku do wcześniej przedstawionych wyników badań teoretycznych i empirycznych.

Zdecydowanie brakuje bardziej dokładnego opisu przedsiębiorstw, które wzięły udział w badaniu empirycznym. Sam podział na 4 sekcje niewiele wnosi do charakterystyki tych przedsiębiorstw, które więcej powiedziałyby na temat cech, jakie wykorzystują przedsiębiorstwa zaliczane do 4 wymienionych sekcji w województwie zachodniopomorskim i niewątpliwie w porównaniu z wynikami przeprowadzonych badań dałyby większą możliwość formułowania określonych wniosków, wynikających z badań.

4. Uwagi szczegółowe

Praca jest napisana bardzo starannie, ładnym językiem, w dobrej stylistyce. Dlatego też pewne „potknięcia” w tekście są nieliczne, tym niemniej można zwrócić na nie uwagę.

I tak na przykład na stronie 5 znajduje się sformułowanie „poszukiwanie pracowników, którzy są też kreatywni w życiu prywatnym” – Czy to ma sens?

Str. 7 – chyba luka badawcza dotyczy zarówno zarządzania kreatywnością w sektorze kreatywnym, jak i w innych sektorach.

Str. 9 jest mowa o założeniach metodologiczno medycznych? – chyba metodycznych. Na marginesie, należałoby zwrócić uwagę na to, że metodologia jest nauką o metodach, a więc bardziej poprawnie należałoby napisać po prostu o założeniach metodycznych.

Str. 12 – czy zarządzanie kreatywnością można uznać za największe wyzwanie dla przedsiębiorstw sektora kreatywnego?

Str. 34 – rynki „niedźwiedzie” i „bycze” – pierwsze z nich są wsparciem ... a następnie „rynków niedźwiedzie działają niekorzystnie na kreatywność”. Autor zaprzecza sam sobie.

Str. 53 – zachowanie poszczególnych pracowników ... wpływających na zachowanie – chyba innych pracowników?

Str. 57 – niejasna idea rysunku nr 3, poza tym jego interpretacja nie pasuje do zawartości rysunku.

Strony 60-61 – ale co wynika z tabeli 3?

Str. 63 – motywowanie powinno być rozpatrywane w kontekście motywowania?

Str. 65 – inteligentne porażki?

Str. 72 „kluczem do efektów nie jest struktura, a jakość środowiska pracy” – a wcześniej rozważania dotyczące ekspertów – trochę niejasne.

Str. 74 – „style poznawcze” o co chodzi, i dalej – zespół jest „najwydatniejszy”.

Strony 86-100 – nieco zbyt obszerne rozważania, niekiedy niezbyt mocno powiązane z problematyką kreatywności – rozważania dotyczą raczej motywowania pracowników w ogóle, niekoniecznie pracowników kreatywnych w sektorach kreatywnych.

Podrozdział 2.3. strony 108-111 – krytyka testów twórczości – bez ich precyzyjnej definicji – czym są testy twórczości (czy tożsame z pomiarami kreatywności), dopiero na 113 stronie trochę więcej.

Podrozdział 3.2. prosty opis koncepcji bez ich oceny.

Str. 134 i dalsze – czy problematykę zarządzania innowacjami tak szeroko należy rozwijać w tej rozprawie.

Str. 145 „aby wyniki badań były rzetelne, prawdziwy cel badań został ukryty i nieujawniony respondentom” – jaką przewagę w badaniach to daje, bo jest to trochę kontrowersyjne?

Str. 163 – tu już druga wersja zestawu sektorów kreatywnych.

Str. 223 „zapewnienie czasu pracy w rozumieniu organizacji przerw pracy” – a więc czy czas pracy, czy czas przerw.

Str. 229 – model zarządzania kreatywnością – może jednak lepiej byłoby nazwać to koncepcją?

Str. 238 i dalsze – zakończenie – rekomendacje na przyszłość?

I może jeszcze jedna uwaga. Chodzi o to, czy porównując wyniki poszczególnych badań, przeprowadzonych przez Autora, może On, znając tematykę już dość dobrze, ocenić ich wiarygodność, tzn. czy nabrał przekonania o ich prawdziwości, ponieważ jednak cały czas są to badania socjologiczne, a więc motywacje, dla których ankietowani odpowiedzieli tak, a nie inaczej mogły być różne. Sprawdzić to można, porównując na przykład odpowiedzi kadry zarządzającej i szeregowych pracowników, bądź kreatywne podejście (lub jego brak) w realizacji poszczególnych funkcji zarządzania w danym przedsiębiorstwie, czy grupie przedsiębiorstw. Ma to znaczenie dla uwiarygodnienia wyników badań, które później służą do wyciągnięcia określonych wniosków.

5. Wnioski końcowe

Rozprawa doktorska mgr Artura Łabuza jest wartościowym opracowaniem, spełniającym wszystkie, bez wyjątku, wymagania stawiane pracom przygotowanym z myślą o uzyskaniu stopnia naukowego doktora w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości, zgodnie z ustawą z 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. z 2017 r. poz. 1789). Kandydat wykazał się ogólną wiedzą teoretyczną w tej dyscyplinie oraz umiejętnością samodzielnego prowadzenia pracy naukowej.

Recenzowana praca stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego.

W związku z tym, pozytywnie oceniam recenzowaną pracę i wnioskuję o dopuszczenie jej do kolejnych etapów postępowania o nadanie stopnia naukowego doktora nauk społecznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu

i jakości, i o przyjęcie jej do publicznej obrony w Instytucie Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego.

7-1-17

