

dr hab. Wojciech Dziemianowicz, prof. UW
Wydział Geografii i Studiów Regionalnych
Zakład Rozwoju i Polityki Lokalnej

Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Doroty Celińskiej-Janowicz
„Przestrzenne aspekty funkcjonowania warszawskich centrów handlowych”
(promotor: prof. dr hab. Bohdan Jałowiecki)

Recenzowana praca liczy 532 gęsto zapisane strony i jest jak dotąd najdłuższą pracą, jaką miałem przyjemność recenzować. Żywię nadzieję, że pozostanie już na trwałe rekordzistką pod tym względem. Rozprawa podzielona jest na 10 rozdziałów tematycznych, do których zaliczam również obszerne podsumowanie składające się z czterech podrozdziałów. Spis rycin informuje, że jest ich 118, przy czym rycinami nazywane są zarówno zdjęcia, wykresy, jak i mapy. Odrębną numerację zawierają tabele, których jest 30.

Ze względu na liczbę rozdziałów nie będę omawiał zawartości każdego z nich, skoncentruję się natomiast na zagadnieniach, które – w moim przekonaniu – muszą zostać podkreślone dla właściwego odbioru pracy.

1. Określenie problemu badawczego

W swojej pracy mgr Celińska-Janowicz podejmuje równorzędnie kwestie struktury przestrzennej centrów handlowych oraz przestrzennych skutków rozwoju centrów handlowych w Warszawie. Wydaje mi się, że każdy z tych tematów omówiony i opracowany z równą rzetelnością dawałby już podstawę do dysertacji, tym bardziej doceniam nakład pracy poniesiony przez autorkę.

W pracy postawione są dwie hipotezy główne (każdy z dwóch nurtów ma swoją hipotezę główną) oraz siedem hipotez szczegółowych. Na stronie 10 znajduje się błąd mówiący o tym, iż hipoteza główna dotycząca struktur przestrzennych obudowana jest pięcioma hipotezami

szczegółowymi (w rzeczywistości są „tylko” 4 hipotezy). Na tym etapie zarówno sposób sformułowania hipotez głównych oraz hipotez szczegółowych nie budzi moich wątpliwości. Mogę jedynie podkreślić, że określony poprzez hipotezy badawcze problem jest bardzo istotny nie tylko z punktu widzenia teoretyków zajmujących się np. lokalizacją działalności gospodarczej, ale również praktyków, którzy decydują o warunkach zabudowy przestrzeni miejskiej uwzględniając racje zarówno drobnych kupców, mieszkańców, jak i przedstawicieli dużego kapitału.

2. Znajomość tematyki

Mgr Celińska-Janowicz dokonała bardzo obszernego i rzetelnego przeglądu literatury odnoszącej się do tematyki centrów handlowych podejmowanej przez ekonomistów, socjologów, geografów i architektów (spis literatury zawiera około 800 pozycji). Doceniam, że oprócz prezentacji różnorodnych poglądów i wyników badań, autorka pokusiła się o własne próby podsumowania (np. w tabeli 8 oceniła złożone zagadnienia związane z lokalizacją centrum handlowego w zależności od cech lokalizacji). W tym miejscu muszę zwrócić uwagę na rzecz techniczną, która pozostaje dla mnie niejasna, tzn. sposób formatowania tabel. Nie znalazłem nigdzie wyjaśnienia, dlaczego niektóre komórki zawierają treści pisane czcionką wytłuszczoną, inne zaś nie, dlaczego część tabel ma różnorodne formatowanie linii. Mam nadzieję, że jest to tylko efekt pośpiechu w składaniu pracy. Jako recenzent bardzo wysoko oceniam dokonany przegląd literatury, jednak jako osoba specjalizująca się w zakresie lokalizacji biznesu muszę zwrócić uwagę na rozdział poświęcony uwarunkowaniom, przebiegowi i skutkom lokalizacji centrów handlowych. Mam wrażenie, że autorce zabrakło nieco szerszego spojrzenia na tę kwestię i absolutnie nie chodzi mi o zwiększanie objętości pracy. Otóż omówiony proces decyzyjny i czynniki lokalizacji autorka ściśle wiąże z centrami handlowymi, ale jeśli zwrot centra handlowe zamienimy inwestorami, a z mojego punktu widzenia, najlepiej inwestorami zagranicznymi, wówczas uzmysłowimy sobie, że działający na tym rynku inwestorzy zagraniczni (których obecność autorka zauważa) wpisują się generalnie w teorie i koncepcje zachowania korporacji transnarodowych. Przy takim podejściu, które reprezentuję, niedosyt budzi podrozdział dotyczący procesu decyzyjnego, omówiony głównie w oparciu o przełomową pracę Preda. Brakuje mi m.in. odniesienia do Howarda Stafforda (szeroko omówionego w pracy, którą autorka przytacza w

spisie literatury, autorstwa Wellmsey'a i Lewisa) oraz nie mogę zgodzić się ze stwierdzeniem, iż „... w niektórych przypadkach, zwłaszcza na młodych rynkach, na których brak nie tylko konkurencji, ale także profesjonalnych firm doradczych, wybór lokalizacji centrum handlowego ma charakter niemal przypadkowy lub opiera się na intuicji przedsiębiorcy” (s. 118). Oczywiście intuicja odgrywa w przypadku sukcesów gospodarczych często kluczową rolę (zgodnie z hasłem Philipa Druckera „fart i natchnienie”), jednak moje doświadczenia nakazują zwrócić uwagę na fakt, że duży biznes – szczególnie zagraniczny – w przypadku braku odpowiednich lokalnych instytucji otoczenia biznesu wspomaga się również globalnymi partnerami zagranicznymi, którzy pomagają mu ograniczyć pole niepewności.

Druga drobna uwaga, jednak mogąca wzbogacić poglądy na temat lokalizacji centrów handlowych, dotyczy nowych publikacji prof. Andrzeja Szromnika. Autorka przytacza dwie pozycje Szromnika z 1979 roku, gdy w mojej ocenie książka pt. „Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku” z 2007 roku z późniejszymi wznowieniami, a szczególnie ostatnie z roku 2012 bardzo interesująco odnosi się do kwestii, które podejmuje autorka doktoratu. Istotny jest, moim zdaniem, pomysł czterostopniowego procesu decyzyjnego (w przypadku galerii handlowej rozszerzony aż do siedmiu szczebli). Szromnik zwraca również uwagę na problem kryteriów ogólnych i szczegółowych lokalizacji, co potwierdza w moim przekonaniu, przydatność eklektycznej teorii inwestycji zagranicznych Johna Dunninga, niezależnie czy mówimy o usługach, przemyśle, czy decyzji o budowie centrum handlowego.

3. Ocena przeprowadzenia procesu badawczego

Właściwe badanie służące weryfikacji hipotez zaprezentowane jest w rozdziale 8 i 9. Konsekwentnie, pierwszy z nich dotyczy analizy lokalizacji centrów handlowych, drugi zaś skutków przestrzennych rozwoju centrów handlowych, jakie autorka analizowała na przykładzie wybranych ulic.

Oceniając przeprowadzone przez mgr Celińską-Janowicz badania muszę zwrócić uwagę na kilka faktów. Po pierwsze autorka bazuje na bardzo rzetelnie zebranych danych źródłowych, obejmujących zarówno łatwo dostępne statystyki publiczne (do których słusznie podchodzi krytycznie), jak i dane, które autorka wyłuskała z różnych instytucji i firm, a także dane będące owocem pomiarów własnych magister Celińskiej-Janowicz (np. dane na temat oferty

usługowo-handlowej). Zauważam również, że w pewnej części praca oparta jest o wiedzę pozyskaną w wyniku przeprowadzonych wywiadów.

Po drugie, autorka wykazała się znajomością różnorodnych metod analizy i prezentacji danych. Wymieniam tylko część: wskaźnik Florence'a, analiza korelacji, analiza skupień, analiza gęstości relacji, analiza czynnikowa, kartogram, analiza grafów. Bardzo wysoko oceniam staranność przygotowanych kartogramów, muszę jednak wskazać konieczność poprawienia legendy w ryc. 66, 89, 94 lub wyjaśnienie, z której strony przedziały są domknięte. Nieco razi również nagminny brak wskazania roku, jaki obrazują poszczególne ryciny. Oceniam, że wszystkie metody stosowane są z rozmysłem, czyli w możliwie najlepszy sposób (choć jest to subiektywne) pozwalają autorce odpowiedzieć na sformułowane pytania.

Po trzecie prowadzone badanie uderza swoją otwartością. Poszczególne etapy analizy autorka wyjaśnia z dużą skrupulatnością, co stanowi nie tylko argument świadczący o jej rzetelności, ale również wzmacnia walor edukacyjny recenzowanej pracy.

4. Uwagi dotyczące formułowanych wniosków

Celowo w poprzednich częściach recenzji nie wskazywałem moich uwag dyskusyjnych, ponieważ chciałbym skoncentrować się na znaczeniu pracy mgr Celińskiej-Janowicz dla przyszłych badań nad funkcjonowaniem centrów handlowych.

W pierwszej kolejności chciałbym wyrazić opinię, że przeprowadzone analizy przestrzenne, będące głównym nurtem analiz geograficznych, oraz analizy podobieństwa struktur wydają się być tak pełne z punktu widzenia geografa, że prawdopodobnie nowe opracowanie z tej dziedziny będą dotyczyły kolejnych miast czy też studiów przypadków kolejnych ulic. Jeśli praca będzie opublikowana, do czego gorąco zachęcam, z pewnością będzie jednym z ważniejszych punktów odniesienia dla następných badaczy.

Zastosowane podejście badawcze pozwoliło autorce zweryfikować wszystkie hipotezy, przy czym nie wszystkie zostały zweryfikowane pozytywnie. Jako recenzenta pracy interesuje mnie na tym etapie umiejętność formułowania wniosków na podstawie wyników badań. Pozwolę sobie zwrócić uwagę na kilka kwestii, które być może będą wyjaśnione w trakcie obrony.

Pierwsza z nich dotyczy przełożenia wyników analizy przestrzennej na wnioski dotyczące ekonomicznych i politycznych uwarunkowań biznesu. Przykładowo, uzyskane przez autorkę istotne korelacje między odległością od centrum a udziałem sklepów branż modowych i placówek gastronomicznych (na wyczuć bardzo logiczny) zostały w istocie osiągnięte po usunięciu z analizy centrów z obrzeży Warszawy (Centrum Janki, Park handlowy IKEA i Auchan Piaseczno). Autorka zauważa, że te trzy centra w strefie podmiejskiej miały istotny wpływ na wyniki. Uważam, że szczególnie centrum IKEA jest przykładem, wokół którego można sformułować kilka pytań badawczych na przyszłość. Miejscowość Janki, a generalnie obszar obecnie zagospodarowany przez dwa analizowane centra, była przedmiotem zainteresowania nie tylko badaczy, ale również praktyków wprowadzających kapitał zagraniczny do Polski. Odbywająca się na początku transformacji gra o zakup odpowiednio dużego terenu prywatnego pod wielkie inwestycje handlowe wciągnęła zarówno biznes, władze lokalne jak i grupy przeciwników obecności nie tylko dużych centrów handlowych, ale ogólnie kapitału zagranicznego w Polsce. Podkreślam w tym przypadku czynnik czasu, który warto byłoby uwzględnić przy ocenie stanu dzisiejszego. Lata 90. XX wieku były okresem otwarcia naszych miast, mieszanych uczuć wobec inwestorów zagranicznych (szczególnie dużych sieci) i porządkowania sytuacji w zakresie planowania przestrzennego. Zatem interesujące byłoby stwierdzenie nie tylko w jakim otoczeniu funkcjonują dziś centra handlowe, ale również jakie pola wyboru (np. dostępne wówczas grunty o odpowiedniej powierzchni i przeznaczeniu) mieli inwestorzy, gdy podejmowali decyzję o tej, czy innej lokalizacji. Recenzowana praca odpowiada na szereg pytań o dzisiejsze położenie centrów, jednak może być również tak, że wskazane zależności geograficzne i przestrzenne nie stanowiły znaczących czynników lokalizacji, gdy ta była podejmowana, lub ówczesne uwarunkowania dawały inwestorom odmienne wyniki analiz. Na stronie 372 autorka tak rozpoczyna akapit (pomijam podane wartości współczynnika korelacji): „Zdecydowanie najmniej korzystnymi lokalizacjami charakteryzowały się natomiast centra o lokalizacji peryferyjnej, położone w południowej strefie podmiejskiej Warszawy, tzn. Fashion House Outlet i Auchan w Piasecznie oraz Centrum Janki i park handlowy IKEA w Jankach”. Gdybyśmy jednak uwzględnili kilka dodatkowych przesłanek w postaci:

- faktu, że grunt wykupiony przez koncern IKEA był znacznie większy, niż potrzebowała początkowo firma;

- faktu, iż centrum zlokalizowane było na początku korka, który codziennie tworzony jest przez „połowę Polski robiącą interesy w Warszawie” (a zatem potencjał rynkowy tego przedsięwzięcia był i jest znacznie większy niż wskazywały i wskazują na to statystyki ludnościowe);
- faktu, iż w owym czasie IKEA miała przewagę lidera, o której świadczą zabiegi sieci handlowych, by usadowić się w tak korzystnej lokalizacji,

wówczas nasze wnioski mogłyby być zdecydowanie bogatsze, a przede wszystkim wchodzące w obszar oceny efektywności (produktywności) podejmowanych decyzji biznesowych w przestrzeni. Poza tym przez kilka ładnych lat czas dojazdu do Centrum Janki nawet jeśli stanowił problem dla zamieszkałych w znacznym oddaleniu klientów, nie był problemem z punktu widzenia monopolisty-lidera.

W kontekście analizy ekonomicznej, historycznej, ale i przestrzennej, interesujący byłby również wątek najpierw zlokalizowania, a następnie likwidacji centrum IKEA w pobliżu dworca centralnego. Analizy przestrzenne stanowią wspaniałe narzędzia do np. inwentaryzacji zagospodarowania przestrzeni, również do wyciągania wniosków, jednak zakładają one, że widziany obraz jest efektem zamierzonych (w domyśle zoptymalizowanych) działań przedsiębiorców. W moim odczuciu tego typu badania powinny być pogłębiane przez trudne do przeprowadzenia (co zauważa autorka) wywiady i zastosowanie innych rodzajów narzędzi badań społecznych, które wyjaśniałyby rzeczywistość również przez pryzmat intencji, wiedzy, zamiarów i strategii samych przedsiębiorców.

Drugi, ważny dla mnie obszar, to rekomendacje autorki dotyczące strategii władz lokalnych w zakresie rozwoju handlu wielkopowierzchniowego. Mam wrażenie, że działania władz Warszawy nie stanowiły głównego nurtu badań (rozdział piąty „centra handlowe w polityce przestrzennej i planowaniu miast”) i może umknąć poprzez swoją objętość (tylko 17 stron), a stanowi – w moim odczuciu – bardzo ważną podstawę do wyciąganych później wniosków. Autorka w skrótowej formie, ale dobitnie obrazuje fakt trudności w ukierunkowaniu inwestycji prywatnych w taki sposób, by wpisywały się one w plany rozwojowe władz lokalnych. Mogę jedynie dyskutować, czy w części dotyczącej wniosków, autorka niepotrzebnie wprowadza pojęcia „strategia rozwoju handlu na poziomie miasta” (s. 456). W czasie, gdy panuje bałagan wywołany zbyt dużą liczbą różnorodnych strategii, z których większość ma służyć dowartościowaniu kolejnych komórek organizacyjnych urzędów,

bardziej oczekiwałbym programów, ale przede wszystkim planów (MPZP), których przygotowanie postuluje również mgr Celińska-Janowicz.

Powyższe uwagi mają oczywiście jedynie charakter dyskusyjny i w żadnym stopniu nie zmniejszają mojej bardzo wysokiej oceny recenzowanej pracy.

5. Wniosek końcowy

Reasumując z pełnym przekonaniem stwierdzam, że recenzowana praca Pani magister Doroty Celińskiej-Janowicz spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim przez ustawę z dnia 14 marca 2003 roku o stopniach naukowych i tytule naukowym. W związku z tym stawiam wniosek o przyjęcie pracy doktorskiej Pani magister Doroty Celińskiej-Janowicz przez Radę Wydziału Geografii i Studiów Regionalnych Uniwersytetu Warszawskiego i podjęcie związanych z tym dalszych działań, które są przewidziane w ustawie o stopniach naukowych i tytule naukowym.

Warszawa, 21 marca 2014 r.

dr hab. Wojciech Dziemianowicz, prof.

UW