

STRESZCZENIE: Auto-biografie. Zarządzanie dziedzictwem koncernów motoryzacyjnych na przykładzie BMW, Mercedes-Benz i Volkswagen

Przedmiotem pracy jest analiza procesu zarządzania dziedzictwem w wybranych przedsiębiorstwach motoryzacyjnych oraz jego roli jako unikatowego zasobu wykorzystywanego do kształtowania tożsamości organizacji, jak i budowania wizerunku marki. Przedmiotem badania są więc tytułowe autobiografie wybranych koncernów – subiektywne narracje tworzone na podstawie dziedzictwa i komunikowane za pomocą określonych narzędzi. Badanie opiera się na trzech wybranych markach motoryzacyjnych (BMW, Mercedes-Benz, Volkswagen), należących do niemieckich koncernów znajdujących się w światowej czołówce producentów samochodów (BMW AG, Daimler AG, Volkswagen AG).

Głównym celem badawczym rozprawy jest rozpoznanie i poddanie krytycznej analizie w jaki sposób przedsiębiorstwa zarządzają swoim dziedzictwem: jakie stawiają cele w tym procesie oraz za pomocą jakich narzędzi budują narrację o swojej przeszłości. Przeprowadzone badania służą weryfikacji następujących pytań badawczych:

1. Czym jest i do czego służy dziedzictwo przedsiębiorstw?
2. Za pomocą jakich narzędzi możliwe jest komunikowanie dziedzictwa przedsiębiorstw?
3. Jakie elementy swojego dziedzictwa wybierają analizowane koncerny motoryzacyjne i jaka opowieść o poszczególnych markach jest komunikowana przez koncern?
4. W jaki sposób wybrane koncerny podchodzą do elementów tzw. trudnego dziedzictwa swoich marek?
5. Czym charakteryzuje się narracja w wybranych typach narzędzi zarządzania dziedzictwem przedsiębiorstw w analizowanych koncernach?
6. Jaką rolę odegrały wybrane koncerny motoryzacyjne i ich marki dla lokalnych społeczności?

Praca umiejscowiona jest w paradygmacie interpretatywnym. Metodologia zastosowana w pracy jest charakterystyczna dla nauk humanistycznych, podporządkowana zasadzie triangulacji danych (analiza treści, czytanie przestrzeni, obserwacja uczestnicząca). Zgromadzony materiał został przedstawiony w formie studiów przypadków.