

Wydział Zarządzania

Wrocław, 12.10.2022

Dr hab. Iwona Chomiak-Orsa, prof. UE we Wrocławiu  
Katedra Inteligencji Biznesowej w Zarządzaniu

## **RECENZJA**

Rozprawy doktorskiej Pani mgr Darii Kuczerskiej pt.:

### ***„ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWAMI USŁUGOWYMI SEKTORA MSP Z WYKORZYSTANIEM MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH”***

napisanej pod kierunkiem naukowym:

promotor:

dr hab. inż. Klaudii Smołąg, profesora Politechniki Częstochowskiej

promotor pomocniczy:

dr inż. Dariusza Dudka

Podstawą wydania recenzji Uchwała Rady Dyscypliny Naukowej *Nauki o Zarządzaniu i Jakości* Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej powołująca mnie na recenzenta w/w rozprawy.

Uwzględniając ustawowe kryteria i wymogi stawiane rozprawom doktorskim w kolejnych punktach recenzji zwrócę uwagę przede wszystkim na: wybór tematu rozprawy oraz sposób jego przedstawienia, zawartość merytoryczną, stopień oryginalności zdefiniowanego problemu naukowego, wiedzę teoretyczną jak i zaprezentowany warsztat badawczy.

Spełniając powyższe kryteria recenzja została opracowana wg. następującego schematu:

1. *Uwagi ogólne dotyczące strony formalnej i redakcyjnej rozprawy*
2. *Ocena zidentyfikowanej luki badawczej, doboru tematu rozprawy i sposobu jego przedstawienia*
3. *Ocena ogólnej wiedzy teoretycznej kandydata w danej dyscyplinie naukowej*
4. *Ocena zawartości merytorycznej rozprawy oraz uwagi dyskusyjne*
5. *Ocena stopnia oryginalności omówionego problemu naukowego oraz sposobu jego rozwiązania*
6. *Ocena umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy naukowej przez kandydata*
7. *Wnioski końcowe/konkluzja recenzji*
1. ***Uwagi ogólne dotyczące strony formalnej i redakcyjnej rozprawy***

## Wydział Zarządzania

Recenzowana praca obejmuje 226 stron wydruku komputerowego, na które składa się wstęp, pięć rozdziałów, zakończenie, bibliografia, spis rysunków (56), spis tabel (43), aneks zawierający formatkę kwestionariusza ankietowego oraz streszczenie w j. angielskim.

Rozprawa została napisana bardzo czytelnym językiem z zachowaniem bardzo dużej dbałości o walory graficzne oraz o wymagania formalne. Na szczególną uwagę zasługują rozdziały prezentujące badania empiryczne. Zebrany oraz przeanalizowany przez Autorkę materiał badawczy został opatrzony licznymi zestawieniami tabelarycznymi oraz zwizualizowany przy wykorzystaniu licznych rysunków, co w znaczący sposób podniosło walory strony formalnej i redakcyjnej recenzowanej rozprawy.

Sporządzony wykaz literatury jest bardzo obszerny i obejmuje 290 pozycji bibliograficznych (zarówno polskich jak i zagranicznych). Wśród cytowanych prac można wskazać znaczącą część pozycji publikowanych po roku 2015, co wypełnia postulaty dotyczące aktualności analizowanego piśmiennictwa i bieżącego śledzenia najnowszych dokonań naukowych w analizowanym przez Autorkę obszarze. Oceniając zbieżność wykazanych w bibliografii pozycji należy również wskazać na ich bardzo ścisłe skorelowanie z tematem recenzowanej rozprawy.

Praca napisana jest poprawnym językiem, ze szczególną dbałością o walory językowe a styl prowadzenia wywodu odpowiada kanonowi opracowań naukowych. Toteż oceniając walory językowe, stylistyczne oraz formalne uważam, iż całość pracy prezentuje się bardzo dobrze, spełniając wymogi formalne przewidziane dla prac awansowych na stopień naukowy doktora.

### **2. Ocena zidentyfikowanej luki badawczej, doboru tematu rozprawy i sposobu jego przedstawienia**

Zarządzanie współczesnymi przedsiębiorstwami jest jednym z najczęściej poruszanych zagadnień zarówno w sferze teorii jak i w praktyce. Poszukiwanie skutecznych metod, podejść, form prowadzenia działalności czy narzędzi jest głównym problemem badawczym w naukach społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości. Wynika to przede wszystkim z faktu, iż współczesne uwarunkowania prowadzenia działalności biznesowej charakteryzują się dużą nieprzewidywalnością. Turbulencja otoczenia, zmieniające się mody a co z tym jest związane – wymagania klientów, wzrost znaczenia zasobów niematerialnych oraz rewolucyjny postęp technologiczny tworzą tło dla rewolucyjnych transformacji jakim muszą poddawać się organizacje aby reagować na wszystkie powyższe bodźce. W tym środowisku szczególne miejsce zajmują małe i średnie przedsiębiorstwa prowadzące działalność usługową. Ta grupa przedsiębiorstw jest szczególnie wrażliwa na nieprzewidziane zmiany oraz nowe uwarunkowania prowadzenia działalności. Wrażliwość ta daje z jednej strony przewagę – identyfikując sygnały z otoczenia mają szansę na szybkie wprowadzenie zmian, gdyż zazwyczaj są podmiotami o dużej elastyczności organizacyjnej z drugiej jednak strony najczęściej nie posiadają dużych zasobów na podejmowanie inwestycji umożliwiających uzyskanie trwałej przewagi konkurencyjnej.

Toteż poszukiwanie narzędzi czy rozwiązań wspomagających zarządzanie tą grupą podmiotów organizacyjnych stanowi często podejmowane wyzwanie naukowo-badawcze, co nie umniejsza na znaczeniu tychże poszukiwań badawczych.

## Wydział Zarządzania

Autorka rozprawy dokonała szerokich badań literaturowych i w wyniku własnych doświadczeń empirycznych zdefiniowała lukę badawczą jako brak jednoznacznych opracowań wskazujących na możliwość wykorzystania mediów społecznościowych w wybranych obszarach zarządzania małymi i średnimi przedsiębiorstwami. W wyniku powyższego sformułowała twierdzenie, że: *niedostateczna wiedza i przygotowanie pracowników i menedżerów MSP przyczynia się do niewykorzystania potencjału mediów społecznościowych w zarządzaniu wybranymi obszarami przedsiębiorstwa*. Z badań literaturowych prowadzonych przez Autorkę wynika, że wiele przedsiębiorstw postrzega media społecznościowe jedynie jako narzędzia do prezentowania produktów i usług, co wpływa na ich znaczną marginalizację i ogranicza pełne wykorzystanie możliwości tych narzędzi informatycznych w rozwoju działalności gospodarczej. Nieświadomość ta powoduje, że MSP korzystają z Social Mediów w niewielkim zakresie, a ich możliwości nie są w pełni wykorzystane.

Mając powyższe czynniki na uwadze, Autorka sformułowała **cel główny** rozprawy jako:

**„Określenie głównych obszarów wykorzystania mediów społecznościowych w przedsiębiorstwach usługowych”**

Uzupełnieniem dla powyższego celu, są cele szczegółowe, odpowiednio:

### **Teoriopoznawcze:**

**Cel1:** Charakterystyka przedsiębiorstw usługowych i mediów społecznościowych

**Cel2:** Identyfikacja wpływu mediów społecznościowych na wybrane aspekty działalności przedsiębiorstw

### **Utylitarne:**

**Cel3:** Wyznaczenie determinant, mających wpływ na decyzję przedsiębiorstw usługowych o obecności w mediach społecznościowych,

**Cel4:** Ocena wpływu mediów społecznościowych na działalność małych i średnich przedsiębiorstw usługowych.

W efekcie zdefiniowanych celów Autorka sformułowała hipotezę główną:

**„Media społecznościowe stanowią istotny czynnik wspierający zarządzanie przedsiębiorstwem usługowym”** oraz trzy hipotezy szczegółowe:

**H1:** Wykorzystanie mediów społecznościowych wspiera proces rekrutacji w przedsiębiorstwach usługowych,

**H2:** Istnieje zależność pomiędzy obecnością w mediach społecznościowych, a rozpoznawalnością przedsiębiorstwa usługowego,

**H3:** Wykorzystanie mediów społecznościowych przez przedsiębiorstwa usługowe odgrywa ważną rolę w nawiązywaniu i utrzymywaniu relacji z klientami.

Przeprowadzone przez Autorkę prace badawcze miały charakter teoretyczny oraz empiryczny.

## Wydział Zarządzania

Pierwsza część – teoretyczna, opracowana została i zaprezentowana w trzech pierwszych rozdziałach rozprawy. Dla przygotowania tej części rozprawy wykorzystano takie metody badawcze jak: analiza krajowych oraz zagranicznych publikacji naukowych mająca na celu zidentyfikowanie oraz zdefiniowanie luki badawczej. Toteż Autorka dokonała gruntownej analizy literatury poświęconej odpowiednio perspektywie zarządzania sektorem małych i średnich przedsiębiorstw, genezie i istocie Social Mediów jako dynamicznie rozwijającemu się narzędziu informatycznemu oraz społecznemu.

W konsekwencji zdefiniowanej luki badawczej zidentyfikowała również perspektywy korzyści, jakie może uzyskać przedsiębiorstwo poprzez stworzenie w social mediach odpowiednich rozwiązań wspomagających zarządzanie.

Badania teoretyczne zawarte w trzech pierwszych rozdziałach stanowiły podwaliny dla przygotowania części empirycznej rozprawy, na którą składa bardzo dobrze zdefiniowana procedura badawcza zawierająca opis zaplanowanych oraz przeprowadzonych wielopłaszczyznowych badań, które miały przyczynić się do zweryfikowania postawionych hipotez.

Badania empiryczne obejmowały **metody ilościowe** (wspomagany komputerowo wywiad przy pomocy strony internetowej: *Computer-Assisted Web Interview - CAWI*), który został poszerzony o zastosowanie metod jakościowych w formie bezpośredniego wywiadu z wykorzystaniem tradycyjnego formularza (*Paper & Pen Personal Interview – PAPI*).

Wybór tematyki rozprawy jak również przeprowadzony proces identyfikacji, analizy, badania oraz wnioskowania zaprezentowany syntetycznie we wstępie rozprawy oraz szczegółowo w poszczególnych rozdziałach rozprawy oceniam bardzo dobrze. Praca została napisana w sposób bardzo zwarty, logiczny oraz rzetelny. Wszystkie przeprowadzone rozważania związane są bezpośrednio lub pośrednio ze zdefiniowanym celem głównym. Wywód natomiast prowadzony jest bardzo konsekwentnie, przez co każdy kolejny rozdział odpowiada za realizację postawionych szczegółowych celów badawczych.

Analizując konstrukcję pracy oraz zamieszczone przez Autorkę w poszczególnych rozdziałach rozważania uważam, że przedłożona do oceny praca świadczy o bardzo dogłębnym zapoznaniu się Autorki z tematem zarówno w perspektywie teoretycznej jak i empirycznej.

Zaprezentowane przez Autorkę badania świadczą o gruntownym przemyśleniu procedury badawczej jak również umiejętności wysokiego stopnia syntetyzowania oraz analizy zebranego materiału faktograficznego.

### **3. Ocena ogólnej wiedzy teoretycznej kandydata w danej dyscyplinie naukowej**

W recenzowanej pracy zawarta została bardzo dokładna i szczegółowa analiza literatury nie tylko krajowej ale również zagranicznej zidentyfikowana, zweryfikowana oraz zaprezentowana w ujęciu następujących perspektyw:

## Wydział Zarządzania

- a. wybranych aspektów zarządzania przedsiębiorstwami usługowymi,
- b. istoty, charakterystyki oraz znaczenia mediów społecznościowych dla współczesnych organizacji,
- c. identyfikacji uwarunkowań oraz korelacji zachodzących między płaszczyznami zastosowania mediów społecznościowych w wybranych obszarach zarządzania przedsiębiorstwami usługowymi.

Jak już wielokrotnie wspominałam we wcześniejszych sekcjach recenzji – przedłożona praca charakteryzuje się bardzo dogłębną analizą piśmiennictwa, które pozwoliło na zidentyfikowanie oraz zdefiniowanie luki badawczej.

W obszarze prac teoretycznych przeprowadzonych przez Autorkę na szczególną uwagę zasługuje rozdział trzeci, w którym Autorka bardzo dogłębnie zaprezentowała zagadnienia teoretyczne dotyczące uwarunkowań zastosowania Social Mediów w różnych obszarach działalności przedsiębiorstw usługowych wykazując równocześnie na miejsce tego rozwiązania w strategii rozwoju MSP.

Biorąc pod uwagę wszystkie powyższe, oceniam poziom wiedzy teoretycznej Autora w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości na bardzo wysokim poziomie.

#### **4. Ocena zawartości merytorycznej rozprawy oraz uwagi dyskusyjne**

W konsekwencji postawionych pytań badawczych, hipotez głównych i szczegółowych, zdefiniowanego celu głównego oraz szczegółowych, Autorka zaprojektowała rozprawę w układzie adekwatnym do przeprowadzonego wywodu logicznego zakładającego trzyetapowy proces badawczy tj.:

1. badania teoretyczne – rozdziały 1, 2 i 3,
2. wielopłaszczyznowe badania empiryczne – definiowanie badań – rozdział 4, zbieranie, przetwarzanie, wydobywanie zależności oraz ocena istotności zebranych wyników,
3. wyciągnięcie wniosków projektujących – rozdział 5.

Jak wynika z powyższego rozprawa została podzielona na **pięć rozdziałów**, w których w konsekwentny sposób Autorka dążyła do weryfikacji postawionych hipotez oraz realizacji założonych celów.

Celem głównym rozprawy jest **określenie głównych obszarów wykorzystania mediów społecznościowych w przedsiębiorstwach usługowych**, toteż **rozdział pierwszy** poświęcony został gruntownej analizie literatury obejmującej pojęcia z zakresu zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem ze szczególnym uwzględnieniem przeglądu literatury w kontekście kierunków zarządzania oraz współczesnych wyzwań stawianych przed przedsiębiorstwami usługowymi z sektora MSP.

Autorka przeanalizowała i wskazała na współczesne metody zarządzania oraz dostępne i wykorzystywane narzędzia. Na tym tle wskazała na główne uwarunkowania funkcjonowania przedsiębiorstw usługowych jakimi są:

- ewolucja w postawach konsumentów,
- wzrost znaczenia mediów społecznościowych jako narzędzia biznesowego spowodowany pandemią.

---

Wydział Zarządzania

Przyjmując taką optykę narracji w pierwszym rozdziale pracy stworzyła w tabeli 1.4 macierz odwzorowującą ewolucję postaw konsumentów przez pryzmat różnych aspektów działalności usługowej. Zabrakło mi w tym rozdziale wskazania na korelację między poszczególnymi metodami zarządzania a rolą mediów społecznościowych – oraz wskazania na obszary działalności przedsiębiorstwa, w których mogą być stosowane Social Media tak aby zwiększyć skuteczność tychże metod.

*Toteż kontynuując myśl zaprezentowaną przez Autorkę w tabeli 1.4 pragnęłabym zapytać i poprosić o kilka słów komentarza związanego z rozwinięciem pomysłu zawartego w tej tabeli o możliwości, obszary oraz korzyści z zastosowania rozwiązań dostarczanych przez Social Media w wyspecyfikowanych dla przykładu rodzajach działalności usługowej. Czy zdaniem Autorki taka perspektywa zastosowania SM w wymienionych rodzajach usług stanowi przejaw zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem usługowym czy jest tylko narzędziem wspomagającym realizację usługi?*

W rozdziale drugim Autorka dokonała analizy literatury dotyczącej piśmiennictwa z zakresu SM. W wyniku powyższego wskazana została geneza social mediów, ich charakterystyka oraz podział. Autorka przeprowadziła badania wtórne obejmujące piśmiennictwo naukowe jak również pracownia w formie raportów i sprawozdań, aby pokazać rozwój i przyszłościowy charakter portali społecznościowych. Wyróżniono także obszary działalności organizacji, które mogą być skutecznie wspierane przez media społecznościowe.

Toteż kolejny rozdział stanowi konsekwencję zaplanowanego przez Autorkę wywodu i poświęcony został wskazaniu na związek oraz zależności jakie mogą zachodzić między wykorzystaniem SM a działalnością organizacji. Dlatego też Autorka skupiła się w nim na znaczeniu mediów społecznościowych w działalności przedsiębiorstw. Wskazała rolę social mediów w wybranych obszarach zarządzania, a także istotność posiadania profilu firmowego w procesie budowania marki i rozpoznawalności przedsiębiorstwa. Wyodrębniła również determinanty korzystania z mediów społecznościowych przez przedsiębiorstwa. Klamrą dopinającą rozważania zawarte przez Autorkę w tym rozdziale jest wskazanie na strategiczny aspekt wykorzystania social mediów oraz ich znaczenie dla budowania potencjału organizacji.

*Uważam, za bardzo cenne zaprezentowane przez Autorkę na rys. 3.12 atrybuty strategii oraz w tabeli 3.5 wskaźniki oceny skuteczności działań w SM, co prawda zabrakło mi perspektywy wewnątrz-organizacyjnej o której Autorka też niejednokrotnie wspomina w dysertacji. Toteż na gruncie tych rozważań chciałabym sformułować pytanie. Zarówno na rys. 3.12 jak i tabela 3.5 skupiają się przede wszystkim na aspektach relacji organizacji z klientami i otoczeniem rynkowym. Czy Autorka mogłaby rozwinąć ten wątek i wskazać kilka znaczących działań, które mogłyby odnosić się do tworzenia strategii w perspektywie wewnątrzorganizacyjnej?*

**Kolejne dwa rozdziały** Autorka poświęciła na zdefiniowanie metodyki badań, narzędzi badawczych oraz na opis i charakterystykę wyników przeprowadzonych badań. Zaprezentowana przez Autorkę koncepcja badań jak również zakres i sposób ich przeprowadzenia zasługują na duże słowa uznania. Dla mnie bardzo

## Wydział Zarządzania

wartościowy jest również sposób w jaki Autorka zaprezentowała wszystkie wyniki badań – zestawienie tabelaryczne, które syntetyzują wszystkie opisane zjawiska i wnioski świadczą o bardzo dużej umiejętności generalizacji co dobrze świadczy o warsztacie badawczym Autorki.

*Ponieważ badania Autorki skupiały się przede wszystkim na tworzeniu relacji organizacja otoczenie a tylko fragment poświęcony został bardzo moim zdaniem ważnemu aczkolwiek zaniedbanemu w literaturze przedmiotu – tworzeniu relacji wewnątrzorganizacyjnych, które mogą przełożyć się na kulturę organizacyjną oraz poziom zaangażowania pracowników – prosiłabym aby Autorka zechciała podzielić się swoimi spostrzeżeniami wynikającymi z przeprowadzonych badań – a nie opisanymi w pracy. Czy zdaniem Autorki respondenci postrzegają potencjał SM w tworzeniu kultury organizacyjnej? Czy mogą one mieć jakiegokolwiek znaczenie we współtworzeniu kapitału intelektualnego organizacji? Czy zastosowanie narzędzi wirtualnych społeczności – można wpływać na motywowanie, integrację pracowników już posiadanych?*

Pomimo zawartych pytań, które znalazły się recenzji, uważam, iż zaprezentowane w rozprawie rozważania oraz koncepcja badań jak również wyciągnięte wnioski są przemyślane, systemowe oraz bardzo kompletne w swojej koncepcji.

Podsumowując ocenić należy, iż zaproponowana przez Autorkę struktura rozprawy jest spójna z jej celami i w sposób jednoznaczny poszczególne rozdziały odwołują się do zdefiniowanych celów rozprawy. Autorka w sposób sprawny przedstawia cały przeprowadzony cykl badawczy, jak również przejrzysto prezentuje założenia badań empirycznych oraz systematyzuje osiągnięte wyniki w sposób precyzyjny oraz projektujący bardzo cenne wnioski.

### **5. Ocena stopnia oryginalności problemu naukowego oraz sposobu jego rozwiązania**

Autorka wskazała na lukę badawczą i zdefiniowała cel pracy jako: **określenie głównych obszarów wykorzystania mediów społecznościowych w przedsiębiorstwach usługowych**

Oceniając oryginalność przedłożonej do recenzji rozprawy oraz zawartych w niej rozważań warto spojrzeć nań poprzez pryzmat modelu rozwoju nauki, który realizowany jest w procesie:

- a. *identyfikacja oraz analiza badań teoretycznych w celu poszukiwania luk badawczych,*
- b. *formułowanie problemu badawczego oraz koncepcja badawcza,*
- c. *przeprowadzanie badań mających na celu zmniejszenie bądź całkowite niwelowanie luki badawczej*

Autorka w bardzo czytelny i jasny sposób zdefiniowała lukę badawczą – co stanowi moim zdaniem podstawę dla sformułowania oryginalnego problemu naukowego.

Literatura przedmiotu bardzo szeroko omawia zagadnienia zarówno metod i technik zarządzania współczesnymi przedsiębiorstwami jak również narzędzi wirtualnej komunikacji oraz kierunków zastosowania SM działalności czy rozwoju MSP. Niemniej jednak opracowania te skupiają się przede

## Wydział Zarządzania

wszystkim na budowaniu konkurencyjności poprzez wzmacnianie relacji organizacja-otoczenie. Natomiast trudno jest znaleźć opracowania, które wskazywałyby na inne obszary funkcjonowania przedsiębiorstwa w których SM mogą znaleźć nieoczywiste zastosowanie.

To co zasługuje na szczególną uwagę - to, że Autorka próbę taką podjęła. Postawiła sobie za cel **określenie głównych obszarów wykorzystania mediów społecznościowych w przedsiębiorstwach usługowych** i cel ten zrealizowała. Oczywiście można wskazywać iż większy ciężar w pracy został położony na relacje zewnętrzne niż na relacje wewnętrzne – ale sam fakt zidentyfikowania oraz zdefiniowania innych obszarów zastosowania SM zasługuje na pozytywną ocenę – jak również odpowiada postawionemu celowi pracy.

Ponadto bardzo dużą wartość upatruję w zaprojektowanym procesie badawczym oraz przeprowadzonych badaniach, które pozwoliły na wyciągnięcie wniosków projektujących zmniejszających lukę poznawczą zidentyfikowaną przez Autorkę w wyniku przeprowadzonych badań teoretycznych. W wyniku powyższego zaprezentowany konstrukt koncepcyjno-badawczy jest logiczny, spójny oraz czytelny.

Przechodząc do konkluzji – uważam, że zidentyfikowana luka badawcza oraz zaproponowana koncepcja badań mających na celu *określenie głównych obszarów wykorzystania mediów społecznościowych w przedsiębiorstwach usługowych* charakteryzuje się dużym stopniem oryginalności i odpowiada wymaganiom formalnym stawianym przed pracami doktorskimi. Zaproponowana koncepcja jest nie tylko oryginalnym, autorskim pomysłem Doktorantki, zmniejszającym lukę badawczą ale stanowi bardzo istotną propozycję rozwiązania o znaczących walorach użytkowych.

### **6. Ocena umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy naukowej przez kandydata**

Autorka recenzowanej pracy przygotowała rozprawę według układu odwzorowującego proces naukowo-badawczy: badania teoretyczne-identyfikacja luki badawczej – koncepcja badań – przeprowadzenie badań oraz wnioski projektujące zmniejszające lukę badawczą.

Jak już opisywałam we wcześniejszych punktach recenzji – wszystkie powyższe etapy realizacji samodzielnego procesu naukowego zostały przez Doktorantkę przeprowadzone w bardzo dokładny i staranny sposób.

Zidentyfikowana luka badawcza stanowiła dla Autorki inspirację dla przeprowadzenia badań. Zaprojektowany proces badawczy zasługuje na szczególne słowa uznania. Koncepcja prac badawczych oraz sposób ich przeprowadzenia, jak również jakość opracowanych wyników pozwalają bardzo dobrze ocenić warsztat badawczy Kandydatki.

Toteż na szczególną uwagę oraz słowa uznania zasługuje bardzo szeroki wachlarz narzędzi badawczych przygotowanych przez Autorkę, które świadczą o dojrzałości w obszarze projektowania oraz przeprowadzania badań. Stworzona koncepcja badań stanowi bardzo dobrze przygotowany oraz zdefiniowany konstrukt naukowo-badawczy.



Wydział Zarządzania

Toteż zaprezentowany przez Autorkę warsztat badawczy, jak również umiejętność wyciągania wniosków projektujących oceniam bardzo pozytywnie.

### ***7. Wnioski końcowe/konkluzja recenzji***

Recenzowana praca stanowi ważny wkład Autorki w rozwój badań naukowych odnoszących się do nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.

Opracowanie jest w pełni oryginalne oraz dojrzałe. Autorka przeprowadziła analizę problemu, zaprojektowała proces badawczy, przeprowadziła dogłębne i wielopłaszczyznowe badania, które pozwoliły na wyciągnięcie wniosków projektujący i zmniejszających zdefiniowaną lukę badawczą. Logika prowadzonego dyskursu naukowego jest zwięzła i jasna.

Dlatego uważam, że przedstawiona do oceny rozprawa doktorska Pani mgr Darii Kuczerskiej wnosi istotne wartości do dziedziny nauk społecznych, dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości oraz spełnia wszystkie wymogi stawiane pracom doktorskim zgodnie z art. 13.1 Ustawy o stopniach naukowych i tytule w zakresie sztuki z dnia 14.03.2003 r. i wnoszę o dopuszczenie jej do publicznej obrony.