

Katowice, dnia 04.02.2019

dr hab. Katarzyna Bilińska-Reformat prof. UE w Katowicach
Katedra Zarządzania Marketingowego i Turystyki
Wydział Zarządzania
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

RECENZJA

Rozprawy doktorskiej Pani mgr. Anny Kurzak-Mabrouk
pt. „Zrównoważona działalność promocyjna dużych przedsiębiorstw przemysłu
spożywczego ”
napisanej pod kierunkiem naukowym prof. dr hab. inż. Arnolda Pabiana
Wydział Zarządzania, Politechnika Częstochowska
Częstochowa, ss. 278 (oraz załączniki).

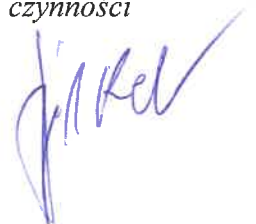
Formalną podstawą do wykonania recenzji jest uchwała Rady Wydziału Zarządzania z dnia 27.11.2018, w sprawie powołania mnie na recenzenta rozprawy - pismo Dziekana Wydziału Zarządzania dr hab. Doroty Jelonek prof. PCz, z dnia 12.12.2018 (R-WZ/BD-510-14/2017).

Przedmiotem recenzji zgodnie z ustawą z dnia 14.03.2003 roku z dnia 14 marca 2003 r. *o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki* (Dz. U 2003 nr 65 poz. 595 z późniejszymi zmianami, jest ustalenie przez recenzenta, czy *„rozprawa doktorska stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego (...), a Doktorant wykazuje ogólną wiedzę teoretyczną w danej dyscyplinie naukowej (...) oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej”*.

Podstawę sporządzenia recenzji stanowi również rozporządzenie MNiSW z dnia 30.10.2015 roku w *sprawie szczegółowego trybu i warunków przeprowadzania czynności*

Wydział Zarządzania P.Cz.
Sekretariat

Wpł. dn. 13.02.2019



w przewodzie doktorskim, w postępowaniu habilitacyjnym oraz w postępowaniu o nadanie tytułu profesora (Dz.U z 2015 roku, poz. 1842)

Recenzję przygotowałam, odnosząc się do problematyki badawczej, przedmiotu badań, celów i hipotez, metodyki prowadzonych badań oraz wartości merytorycznej i formalnej pracy. Recenzję wieńczy ocena końcowa.

1. Ocena problematyki badawczej, celów i hipotez

Przedstawiona praca doktorska lokuje się w dyscyplinie nauki o zarządzaniu, porusza ważny i aktualny problem powiązany z paradygmatem rozwoju zrównoważonego w kontekście działalności marketingowej przedsiębiorstw przemysłu spożywczego.

Warto w tym miejscu podkreślić, że tematyka związana z wykorzystaniem koncepcji rozwoju zrównoważonego w działalności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w różnych aspektach (w tym również w kontekście działań promocyjnych) jest przedmiotem rozważań w literaturze krajowej i zagranicznej. Związane jest to ze zmianami w zachowaniach nabywców i nasilającej się konkurencji, które są widoczne w sektorze producentów artykułów spożywczych.

Tematyka dotycząca wykorzystywania zrównoważonej promocji – mix przez producentów żywności jest stosunkowo rzadko podejmowana w kompleksowym ujęciu. W przypadku producentów artykułów spożywczych wykorzystanie koncepcji zrównoważonego rozwoju w działalności promocyjnej może stać się ważnym wyróżnikiem konkurencyjnym.

Autorka we wstępie pracy pokreśliła, że podjęta w dysertacji problematyka jest stosunkowo rzadko poruszana w literaturze naukowej i to stanowiło dla niej ważną przesłankę podjęcia tematu. Zgadzam się w pełni z tym stwierdzeniem. Faktycznie tematyka wykorzystywania koncepcji zrównoważonego rozwoju w działalności promocyjnej jest stosunkowo rzadko poruszana w odniesieniu do dużych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego.

Prowadzenie zrównoważonej działalności promocyjnej stanowi dla dużych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego nowe wyzwanie w świecie narastających problemów ekologicznych i społecznych. Autorka już we wstępie pracy słusznie zauważyła, że włączanie do działań promocyjnych zasad koncepcji zrównoważonego rozwoju staje się koniecznością i stanowi przejaw dostosowania przedsiębiorstw/producentów przemysłu spożywczego do zmieniających się uwarunkowań otoczenia. Wykorzystywanie podejścia

nakierowanego na rozwój zrównoważony pozwoli na pozyskiwanie świadomych klientów i dodatkowo umocni ich pozycję rynkową,

Poprzez zaprezentowane w rozprawie badania Autorka po pierwsze zidentyfikowała istotną lukę badawczą, po drugie sformułowała wartościowe wnioski.

Można stwierdzić, że Doktorantka przeprowadziła satysfakcjonującą analizę literatury przedmiotu, o czym świadczy wykaz pozycji literaturowych, zawarty w bibliografii. Zaprezentowany materiał bibliograficzny jest bogaty i różnorodny. Autorka odniosła się do 240 pozycji literaturowych, w tym aktów prawnych oraz do 21 stron internetowych. W pracy wykorzystano także wyniki badań publikowanych w naukowych pozycjach zwartych oraz czasopismach branżowych. Taki dobór źródeł informacji świadczy o dociekliwości badawczej Autorki.

Recenzowana praca składa się z sześciu logicznie powiązanych rozdziałów, wstępu i zakończenia oraz załączników. Łącznie praca liczy 278 stron. Układ pracy jest poprawny i odpowiada logice postępowania badawczego, prowadzącego od założeń teoretycznych do wątków empirycznych, pozwalających na weryfikację przyjętych hipotez badawczych. Tytuły rozdziałów i podrozdziałów są poprawne. Moje wątpliwości budzi jedynie tytuł podpunktu 3.1, który brzmi „*Promocja mix oraz zintegrowana promocja na usługach przemysłu spożywczego*”. Uważam, że sformułowania „na usługach” jest nietrafne i nie obrazuje zawartości podpunktu. Moja uwaga ma charakter polemiczny, jednak proponuję, aby w przypadku publikacji rozprawy zmienić ten tytuł na np. „Wykorzystanie instrumentów promocyjnych w działalności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego” lub „Specyfika działalności promocyjnej w sektorze producentów spożywczych”

Wstęp pracy (ss. 1-12) ma charakter wprowadzenia w poruszaną problematykę dysertacji. Zawiera wyczerpujące uzasadnienie podjęcia tematu pracy, posiada cel główny i cele szczegółowe, hipotezę główną i hipotezy szczegółowe, wskazuje na metodykę badań i wykorzystane narzędzia badawcze, przedstawia zakresy prowadzonych badań. Stanowi poprawną pod względem merytorycznym i formalnym część rozprawy.

Poszczególne rozdziały pracy są logicznie powiązane, poprzez ich realizację Autorka osiągnęła założone cele w dysertacji oraz zweryfikowała przyjęte hipotezy badawcze. W pracy umieszczono 43 tabele i 13 rysunków, co w znaczącym stopniu ułatwia odbiór prezentowanych treści. Większość zaprezentowanych tabel, rysunków i wykresów została opracowana przez Autorkę samodzielnie, co świadczy o jej umiejętności syntetyzowania materiału badawczego i dużej pracowitości. Na pochwałę zasługuje umiejętność graficznej prezentacji czasami skomplikowanych treści w postaci zaprezentowanego autorskiego modelu

organizacji i prowadzenia zintegrowanej oraz zrównoważonej działalności promocyjnej przez duże przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego. (s. 248)

Pracę rozpoczyna wstęp, lokujący problematykę rozprawy w dorobku nauk o zarządzaniu. Autorka przyjęła do realizacji cele główne, nie wskazała celów szczegółowych. W moim przekonaniu cel główny powinien być jeden, natomiast pozostałe cele powinny być celami szczegółowymi. Stwierdzam, że cele zostały poprawnie sformułowane, chociaż moje wątpliwości budzą cele nr 1. Autorka formułuje je następująco: *Analiza stanu i struktury przemysłu spożywczego w Polsce* oraz cel nr 7 „*Analiza związków zachodzących pomiędzy zrównoważonym rozwojem a działalnością promocyjną dużych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego*”. Uważam, że analiza sama w sobie nie może być celem badań, jest metodą badawczą pozwalającą na jego osiągnięcie.

Autorka przyjęła do realizacji hipotezę główną, w której założyła, że: „duże przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego podejmują dostosowane do swojej specyfiki działania z zakresu promocji mix, przyczyniające się do zrównoważonego rozwoju”. Hipotezie głównej przyporządkowała 3 hipotezy szczegółowe, które są sformułowane poprawnie, mają logiczny układ, są konkretne i weryfikowalne, bezpośrednio odnoszą się obszaru i problemu badawczego oraz tematu pracy.

W moim przekonaniu wyodrębnienie w każdym rozdziale wyraźnego podsumowania, w którym Doktorantka odnosi się do zakresu realizacji celów oraz wskazuje na stopień weryfikacji poszczególnych hipotez umożliwiłoby łatwiejszy odbiór prezentowanych treści.

Autorka wskazała we wstępie podejmowane problemy badawcze oraz wykorzystane metody i narzędzia badawcze. Scharakteryzowała również strukturę pracy, na którą składa się część teoretyczna i empiryczna. Każda z nich obejmuje trzy rozdziały. Taka struktura jest klarowna i logiczna.

We wstępie zabrakło wyraźnego wskazania zakresów pracy (zakresy przedmiotowy, podmiotowy, czasowy i przestrzenny dysertacji).

2. Ocena merytoryczna rozprawy

Zaprezentowana rozprawa doktorska świadczy o posiadanej przez Autorkę wiedzy w dyscyplinie nauki o zarządzaniu oraz dowodzi jej umiejętności prowadzenia badań naukowych. Oceniając rozważania, zawarte w dysertacji, stwierdzam, że Autorka posiada dobrą znajomość poruszanej problematyki dotyczącej koncepcji rozwoju zrównoważonego, w tym w szczególności w odniesieniu do przedsiębiorstw - producentów żywności. Warto

dodać, że zaprezentowana praca łączy w spójną całość wątki; teoretyczny, metodyczny i empiryczny a także aplikacyjny, co stanowi jej niewątpliwy atut.

Trzy rozdziały rozprawy mają charakter teoretyczny.

Pierwszy rozdział dotyczy sektora spożywczego. Zawarte rozważania ukazują rolę sektora spożywczego w Polsce. Została w nim scharakteryzowana struktura przemysłu spożywczego w Polsce. Wskazano największych producentów spożywczych działających w Europie i Polsce. W rozdziale pierwszym Autorka podkreśliła znaczenie przemysłu spożywczego w odniesieniu do wytwórstwa i dystrybucji artykułów spożywczych. Na s. 15 Autorka prezentuje tabelę nr 1, w której ukazuje wyniki finansowe przedsiębiorstw według sekcji i działów. Tabela ta stanowi cenne własne opracowanie, dające pogląd na temat potencjału przemysłu spożywczego w Polsce. Prezentowane w tabelach 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 dane są interesujące, jednak nie posiadają waloru aktualności (dane za rok 2014). Podobnie w tabeli nr 12 (s. 31) przedstawione zostały dane z roku 2013. Stwierdzam, że pomimo uwag, dotyczących danych zawartych w rozdziale, jest on ciekawy i stanowi dobry materiał wyjściowy dla dalszych rozważań, podjętych w dysertacji.

W drugim rozdziale Autorka dokonała charakterystyki koncepcji zrównoważonego rozwoju w sferze produkcji i konsumpcji artykułów spożywczych. Niektóre wątki w moim przekonaniu zostały nadmiernie rozbudowane, co powoduje u czytelnika wrażenie odbiegania od głównego tematu rozprawy. Uwaga moja dotyczy podpunktu 2.1, rozpoczynającego się na stronie 44. Myślę, że uporządkowanie i redukcja podnoszonych kwestii będzie pożądana w przypadku skierowania pracy do publikacji. Na pochwałę zasługują tabele 25, 26, 27, (s. 97-99), stanowiące opracowanie własne Autorki, dotyczące barier i stymulatorów zrównoważonego rozwoju, w tym w sferze produkcji i konsumpcji artykułów spożywczych.

W rozdziale trzecim Doktorantka scharakteryzowała rolę działalności promocyjnej w zrównoważonym rozwoju produkcji i konsumpcji artykułów spożywczych. Przez to podjęła kluczowy dla pracy problem działalności promocyjnej w kontekście zrównoważonego rozwoju. Autorka przedstawiła w nim pojęcie działalności marketingowej oraz ideę marketingu mix i orientacji marketingowej.

W punkcie 3.1 zabrakło w moim przekonaniu jasno sprecyzowanej definicji promocji- mix i klarownego wyodrębnienia instrumentów wchodzących w jej skład. Podpunkt jest obszerny i dość chaotyczny, poruszane są w nim liczne wątki poboczne odbiegające od głównego tematu podpunktu. W podpunkcie 3.2 opisano zakres i strukturę zrównoważonej promocji – mix. Szkoda, że Autorka nie przedstawiła definicji zrównoważonej promocji. W punkcie tym pojawia się tabela 32 (s. 122), dotycząca obszarów działalności zrównoważonego personelu –

w moim odczuciu jest zbędna. Wątki dotyczące funkcji personalnej mają swoje uzasadnienie w pracy, ale w kontekście instrumentów promocyjnych (sprzedaż). Autorka nie zaprezentowała takiego podejścia, dlatego można odnieść wrażenie, że podejmuje tematykę nie związaną bezpośrednio z tematem rozprawy. Kolejna uwaga dotyczy tab. 33 (s. 123), która powinna znaleźć się we wcześniejszym, fragmencie tekstu (punkt 3.1). W rozdziale trzecim na pochwałę zasługuje podpunkt 3.4, dotyczący nieprawidłowości w sferze zrównoważonej promocji-mix. Autorka ciekawie opisała zjawisko *greenwashingu* oraz *astroturfingu*. Zawarta w podpunkcie treść jest ciekawa poznawczo i posiada walor nowości. W ostatnim podpunkcie rozdziału trzeciego Doktorantka wskazała możliwości oddziaływania za pośrednictwem zrównoważonej promocji na producentów i konsumentów artykułów spożywczych. Podpunkt ten stanowi dobre wprowadzenie do części empirycznej pracy.

Reasumując, można stwierdzić, że część teoretyczna oparta na gruntownej analizie literatury przedmiotu, stanowi podstawę do badań empirycznych oraz ma również walor poznawczy.

W rozdziale czwartym, stanowiącym rozpoczęcie empirycznej części pracy, Autorka scharakteryzowała metodykę przeprowadzonych badań oraz scharakteryzowała podmioty badawcze. Przedstawiła w nim w wyczerpujący sposób plan badań własnych oraz uzasadniła wykorzystanie metod badawczych. W omawianym rozdziale scharakteryzowana również oferta badanych przedsiębiorstw pod kątem działań promocyjnych, w tym szczególnie działań promocyjnych w kontekście zrównoważonego rozwoju.

W rozdziale piątym przedstawiła wyniki badań, przeprowadzonych wśród przedsiębiorstw przemysłu spożywczego. Moje zastrzeżenia budzi brak ujawnienia nazw badanych przedsiębiorstw. Uważam również, że sposób prezentacji wyników badań ma zbyt deskryptywny charakter. Brakuje w tej części pracy przyjęcia określonego sposobu prezentacji badanych jednostek, z wyodrębnieniem kolejności analizowanych kryteriów. Ujęcie wyników badań w postaci zestawienia wraz ze wskazaniem podobieństw i różnic mogłoby zdecydowanie wzbogacić pracę. Na pochwałę zasługuje bardzo dokładna charakterystyka zrównoważonych działań promocyjnych w ujęciu instrumentów promotion-mix oraz ich prezentacja w formie przekrojowej w tabelach, stanowiących opracowanie własne Autorki.

Ostatni – szósty rozdział zawiera propozycje modelowych rozwiązań działań promocyjnych, realizowanych przez duże przedsiębiorstw przemysłu spożywczego. Autorka dokonała w nim z powodzeniem próby oceny stopnia integracji środków, form i treści komunikatów promocyjnych, które stosują badane przedsiębiorstwa. Na pochwałę zasługuje

autorski model organizacji i prowadzenia zintegrowanej zrównoważonej działalności promocyjnej przez duże przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego. Autorka również wskazała na warunki i zasady zastosowania opracowanego modelu.

W zakończeniu pracy Autorka wyeksponowała najważniejsze wyniki prowadzonych badań, odniosła się do celów pracy, wskazując na stopień ich realizacji oraz stwierdziła, że poprzez zrealizowane badania hipoteza główna oraz hipotezy szczegółowe zostały zweryfikowane.

Konkluzja

Oceniając pracę doktorską mgr Anny Kurzak-Mabrouk przez pryzmat art. 13 p.1. Ustawy z dn. 14 marca 2003 roku [Dz. Ustaw nr 65, poz. 595 z późniejszymi zmianami.] i tym samym odpowiadając na pytania: czy rozprawa stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego?, czy Kandydat wykazuje ogólną wiedzę teoretyczną w danej dyscyplinie naukowej oraz czy posiada umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej, stwierdzam, co następuje:

1. Rozprawa doktorska Pani mgr. Anny Kurzak-Mabrouk stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego i wnosi istotny wkład do nauk ekonomicznych, w szczególności do dyscypliny nauki o zarządzaniu. Podjęta tematyka jest aktualna i ciekawa, stanowi niewątpliwie obszar, ulegający dynamicznym zmianom, zwłaszcza w kontekście wzrostu znaczenia paradygmatu rozwoju zrównoważonego.
2. Oceniając stronę merytoryczną rozprawy, należy podkreślić jej atuty. Przyjęte cele i sformułowane hipotezy uważam za wartościowe i ambitne na płaszczyźnie naukowej oraz poznawczej. O takiej ocenie świadczy kilka zasadniczych przesłanek i argumentów. Po pierwsze, tematyka związana ze zrównoważoną działalnością promocyjną zarówno na płaszczyźnie nauki, badań, dydaktyki akademickiej, a przede wszystkim praktyki biznesu wciąż jest traktowana w wymiarze „podejścia deklaratywnego”. Kwestii działalności w wymiarze zrównoważonego rozwoju nie można już obecnie traktować drugorzędnie, lecz w kontekście spójnego, strategicznego podejścia. O znaczeniu takiego paradygmatu i podejścia świadczy coraz większa nierównowaga rynkowa, wyrażająca się rosnącą przewagą oferty podażowej nad popytem w wielu, w tym szczególnie w sektorze producentów żywności, jak również rosnąca rywalizacja o charakterze konkurencji międzynarodowej i globalnej.

3. Kolejny argument, jaki nasuwa się w tym miejscu, wiąże się z otwartością problemu naukowego, sformułowanego we wstępie pracy, którego próbę rozwiązania stanowi opiniowana praca. Otwartość problemu i zarazem dążenie do sformułowania właściwej odpowiedzi pod względem naukowym (teorii i metodologii), uważam za wartość recenzowanej dysertacji.
4. O ile tematyka, dotycząca rozwoju zrównoważonego w obszarze produkcji żywności, jest już widoczna w literaturze, o tyle brakuje prac, ukazujących dotyczących konkretnie działalności w zakresie promocyjnym z uwzględnieniem paradygmatu zrównoważonego rozwoju. Wartość recenzowanej pracy upatruję właśnie w podjęciu ambitnej próby rozpoznania problematyki stosowania działań z zakresu zrównoważonej promocji przez przedsiębiorstwa – producentów żywności.
5. Można stwierdzić, że Kandydatka wykazała się wiedzą w zakresie ekonomii w dyscyplinie nauki o zarządzaniu oraz wykazała zdolność identyfikacji luk badawczych, popartą analizą literatury przedmiotu.
6. Przeprowadzone przez Doktorantkę w rozprawie studia literaturowe i badania własne wskazują na umiejętność prowadzenia badań naukowych.
7. Dużym atutem pracy jest jej strona formalna, przejawiająca się w dbałości o szczegóły edytorskie i w należytej staranności, jeżeli chodzi o dbałość językową.

Analiza zaprezentowanej struktury pracy, celów i zakresów pracy pozwala stwierdzić, że mimo wskazanych niedoskonałości, spełnia ona określone ustawowo wymogi formalne związane z wymogami stawianymi przed pracami naukowymi o charakterze awansowym.

Podsumowując, o wkładzie przedstawionej dysertacji do nauki świadczy w moim przekonaniu podjęcie wymienionych działań w wymiarach poznawczym, i aplikacyjnym:

1. Próba wypełnienia luki poznawczej poprzez wskazanie teoretycznych podstaw związanych ze zrównoważoną działalnością promocyjną dużych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego
2. Zaproponowanie modelu organizacji i prowadzenia zintegrowanej i zrównoważonej działalności promocyjnej przez duże przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego

Podsumowując, stwierdzam, że rozprawa doktorska przygotowana przez Panią mgr. Annę Kurzak-Mabrouk spełnia ustawowe wymogi formalne i merytoryczne i może stanowić przedmiot publicznej obrony na Wydziale Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

