

Toruń, 05.04.2020 r.

Prof. dr hab. Aldona Glińska-Neweś

**Recenzja pracy doktorskiej mgr Katarzyny Olszewskiej
pt. *Konkurencyjność przedsiębiorstw przemysłu mleczarskiego w kontekście uwarunkowań
jednolitego rynku*
napisanej pod kierunkiem prof. dr hab. Agnieszki Zakrzewskiej-Bielawskiej
oraz dr inż. Doroty Piotrowskiej – promotora pomocniczego
na Wydziale Zarządzania i Inżynierii Produkcji
Politechniki Łódzkiej**

1. Informacje formalne

Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Katarzyny Olszewskiej została mi powierzona przez Radę ds. Stopni Naukowych Wydziału Zarządzania i Inżynierii Produkcji Politechniki Łódzkiej w dniu 11 marca 2020 r., o czym zostałam poinformowana pismem Dziekan Wydziału, prof. dr hab. Agnieszki Zakrzewskiej-Bielawskiej z dnia 16.03.2020 r.

Podstawą oceny rozprawy jest art. 13 ust. 1 ustawy o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki z dnia 14 marca 2003 r. (Dz. U. 2003 Nr 65 z późn. zm.), który stanowi, że: „*powinna stanowić oryginalne rozwiązanie problemu naukowego lub oryginalne dokonanie artystyczne oraz wykazywać ogólną wiedzę teoretyczną kandydata w danej dyscyplinie naukowej lub artystycznej oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej lub artystycznej*”.

Maszynopis pracy obejmuje 277 stron, w tym: 9 stron wstępu, pięć rozdziałów liczących odpowiednio 50, 57, 36, 27 i 41 stron, 7 stron zakończenia, spisy literatury, tabel i rysunków oraz załączniki.



Struktura rozprawy jest zgodna ze współczesnymi standardami w zakresie prezentacji prac naukowo-badawczych. Kolejno przedstawione zostały: podstawy teoretyczne w zakresie konkurencji i konkurencyjności przedsiębiorstw, kontekst prowadzonych badań w postaci specyfiki i sytuacji rynku mleczarskiego w Polsce i Unii Europejskiej, metodyka badań empirycznych, ich rezultaty oraz podsumowanie. Praca powstała w oparciu o bardzo liczną listę źródeł, w tym prawidłowo dobraną literaturę przedmiotu, odzwierciedlającą aktualny stan wiedzy w przedmiocie rozprawy i odpowiadającą standardom w zakresie selekcji i wykorzystania źródeł, jak również przejrzystości wywodu prowadzonego na tej podstawie.

Rozprawa od strony formalnej przygotowana jest starannie.

2. Ocena podjętego problemu badawczego

Problematyka podjęta w tej rozprawie bez wątpienia mieści się w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości. Przy tym konkurencja i konkurencyjność przedsiębiorstw są tematami na swój szczególny sposób „wdzięcznymi”, dostarczając ważkich problemów badawczych, których rozwiązywanie przyczynia się do rozwoju nauki, a także posiada wysoki potencjał dostarczania implikacji praktycznych. Wynika to m.in. z faktu, że konkurencyjność przedsiębiorstw jest determinowana wieloma czynnikami, które charakteryzują się dużą dynamiką i zmiennością. Stąd też pojawił się problem badawczy podjęty przez Doktorantkę, tj. wpływ na konkurencyjność przedsiębiorstw mleczarskich przynależności Polski do Unii Europejskiej i regulacji tzw. jednolitego rynku.

Doktorantka wskazuje na lukę badawczą w zakresie podjętej przez siebie tematyki, ujmując ją w perspektywie branżowej, wskazując, że obok istniejących badań dotyczących innych branż, np. lotniczej, browarniczej, odlewniczej czy budowlanej, znacząco mniej miejsca poświęcono dotąd branży mleczarskiej, która jest branżą o bardzo dużym znaczeniu gospodarczym dla Polski. Takie sformułowanie luki badawczej jest oczywiście poprawne; specyfika branżowa analizowanych problemów jest jednym z nurtów badań podejmowanych w naszej dyscyplinie. Jednocześnie wydaje się jednak, że Doktorantka mogła także wskazać lukę badawczą dotyczącą bardziej uniwersalnego problemu konkurencyjności przedsiębiorstw wobec zmieniających się czynników otoczenia – w tym przypadku jednolitego rynku europejskiego. Rynek i przedsiębiorstwa mleczarskie byłyby wówczas przykładem w tym zakresie.

Celem głównym rozprawy jest „opracowanie modelu konkurencyjności polskich przedsiębiorstw mleczarskich, w którym konkurencyjność tych podmiotów determinowana



jest z jednej strony wymaganiami Jednolitego Rynku, zaś z drugiej działaniami w zakresie marketingu-mix” (str. 7). Generalnie zamierzenia badawcze Doktorantki są trafnie sformułowane i komunikowane w jasny sposób, aczkolwiek wkrada się w nie pewna niespójność. Czy Autorce chodzi o to, w jakim stopniu jednolity rynek wpływa na marketing-mix i w ten sposób na konkurencyjność przedsiębiorstw? Wydaje się, że tak, w każdym razie takie brzmienie ma hipoteza główna. Ale jednocześnie część sformułowań sugeruje, że jednolity rynek i instrumenty marketingowe traktowane są jako dwa niezależne czynniki wpływające na konkurencyjność przedsiębiorstw. Taka interpretacja towarzyszy pytaniu P3: „W jakim zakresie wymagania Jednolitego Rynku i działania podejmowane przez polskie przedsiębiorstwa przemysłu mleczarskiego w zakresie marketingu - mix wpłynęły na ich konkurencyjność?”, a także celowi szczegółowemu C4: „Ocena konkurencyjności polskich przedsiębiorstw mleczarskich z perspektywy wymagań unijnych i działań w zakresie marketingu-mix”. Mylący pod tym względem jest też rysunek 27 prezentujący model badawczy, który sugeruje, że wymagania jednolitego rynku wpływają na konkurencyjność przedsiębiorstw mleczarskich, która z kolei determinuje działania w zakresie marketingu-mix.

Na potrzeby dysertacji sformułowano zarówno pytania badawcze, jak i hipotezy, co zasługuje na pozytywną ocenę. Jednakże w obu przypadkach ich sformułowanie nie jest satysfakcjonująco uzasadnione, szczególnie w oparciu o literaturę przedmiotu. Na stronie 177 Doktorantka stwierdza, że hipotezy zostały zaproponowane „na podstawie przeglądu literatury i przeprowadzonej analizy badań jakościowych”. O ile broni się stwierdzenie o związku hipotez z przeglądem literatury (choć wywody zaprezentowane na stronach 177-180 mogłyby być wyraźnie poparte odwołaniami do źródeł), to związek z wynikami badania jakościowego jest niejasny. Wydaje się to wynikać z bardzo oszczędnej dyskusji tychże wyników. Poza tym, jeśli chodzi o sformułowanie modelu badawczego brakuje uzasadnienia przyjęcia koncepcji marketingu-mix w wersji tzw. 4P, jako podstawy analizy wewnętrznych czynników konkurencyjności przedsiębiorstwa mleczarskiego. Doktorantka w małym stopniu odwołuje się do marketingu w opisywanej przez siebie teorii; w zasadzie w opisie determinant konkurencyjności (podrozdział 1.4.) wspominany jest ogólnie marketing i procesy marketingowe.

3. Ocena warsztatu naukowego

Doktorantka sprawnie i we właściwy sposób operuje literaturą przedmiotu, prezentując przegląd treści konstytuujących przyjęty problem badawczy. Szczególnie

pozytywnie wyróżnia się pod tym względem początek rozdziału pierwszego. Jest to w pełni właściwe, bowiem początek rozważań w pracy naukowej powinien prezentować podstawy, w odniesieniu do których zakres dostępnych źródeł jest zawsze duży. Poza tym robi to bardzo dobre „pierwsze” wrażenie i jest tym bardziej posunięciem słusznym, wykorzystującym tzw. efekt pierwszeństwa. Warto także podkreślić, że przy wieloznaczności i „wielodeficyjności” używanych w pracy pojęć, Doktorantka wskazuje jakie ich rozumienie zostało przyjęte w tej pracy. Część teoretyczna rozprawy prezentuje także stosunkowo obszerny kontekst rozważań, włącznie z ekonomicznymi teoriami konkurencji, co nie będąc koniecznym, zasługuje tym bardziej na pochwałę.

Rzadko zdarza się by, prezentowane rozważania nie były poparte odwołaniami do literatury przedmiotu. Stało się tak np. na str. 40-41, gdzie omawiane jest pojęcie determinant konkurencyjności. Autorka stwierdza: „Pod pojęciem determinant konkurencyjności podmiotów gospodarczych rozumiane są te czynniki, które określają i wyznaczają możliwość osiągnięcia przewagi konkurencyjnej na rynku. W literaturze zwane często źródłami konkurencyjności, względnie źródłami przewag konkurencyjnych, utożsamiane są niesłusznie z potencjałem konkurencyjności, który to określa posiadane przez przedsiębiorstwo realne możliwości konkurencyjnego działania, a nie źródła oddziaływania na konkurencyjność firmy. Z kolei potencjał konkurencyjności wpływa na uzyskanie przez firmę przewagi konkurencyjnej.” – stwierdzenia tej wagi powinny być zdecydowanie poparte odwołaniami do adekwatnych źródeł. I dalej na str. 41: „W literaturze przedmiotu, jak również w praktyce gospodarczej nie ma pełnej zgodności w kwestii determinant konkurencyjności przedsiębiorstw, podobnie jak w przypadku terminu konkurencyjność.” – należałoby podać autorów prezentujących odmienne stanowiska i na czym ta odmienność polega.

Problem ten pojawia się także (sporadycznie) w przypadku omawiania sytuacji na rynku mleczarskim, np. na str. 57: „Na reklamę ogólnopolską stać m.in. Mlekoop, Mlekovite, Spomlek czy Polmlek.” – skąd to wiadomo?

Elementem prezentacji podstaw prowadzonych badań jest omówienie sytuacji rynku mleczarskiego Unii Europejskiej i Polski. Jest to bardzo ciekawa, wieloaspektowa i atrakcyjnie wizualnie przedstawiona prezentacja, w szczególny sposób podkreślająca specyfikę sytuacji wynikającą z regulacji unijnych (co wynika z definicji problemu badawczego). Jednocześnie wydaje się, że dla przejrzystości rozważań Autorka mogła rozdzielić omówienie instrumentów marketingowych, opisane w podrozdziale 1.5., na część „teoretyczną” i tę dotyczącą branży mleczarskiej. W rozdziale pierwszym mogłoby się znaleźć przedstawienie roli instrumentów marketingu w budowaniu konkurencyjności

niezależnie od branży. Natomiast diagnozę wykorzystania tych instrumentów w branży mleczarskiej można było umieścić w rozdziale drugim, uzupełniając ją o dokładniejsze dane. Ta ostatnia uwaga wynika z faktu, że w podrozdziale 1.5., w jego obecnym kształcie, zabrakło mi dokładniejszej prezentacji danych rynkowych. Np. na str. 53 Autorka pisze: „Na polskim rynku znane są następujące marki produktów mleczarskich: SM Mlekovita – marka Mlekovita, Darek – produkty mleczne dla najmłodszych, podmarka Mleko Wypasione, SM Mlekpól – marka Łaciate, Milko, Mazurski Smak oraz ICC Sery i wiele innych.” – szkoda, że nie przedstawione zostały dane na temat udziałów w rynku aktorów rynkowych.

W badaniu empirycznym Doktorantka posłużyła się triangulacją metod badawczych, co jest zdecydowanym walorem pracy. W opisie metodyki pojawiły się jednak pewne niedociągnięcia. Dotyczą one z jednej strony operowania terminologią z zakresu metodologii badań: Autorka twierdzi, że przeprowadziła badania ilościową metodą badań ankietowych, przy wykorzystaniu techniki CAWI – CAWI, jak sama nazwa wskazuje (*Computer Assisted Web Interview*) jest metodą wywiadu, nie ankiety, co dotyczy także CATI – tabela 18. Nie wiadomo również, co Doktorantka ma na myśli pod pojęciem „narracyjnej ścieżki analizy danych jakościowych”. Z drugiej strony niedostatki prezentacji metodyki badań wiążą się z brakiem wyjaśnienia operacjonalizacji użytych zmiennych i sposobu sformułowania pytań w kwestionariuszu badań ilościowych. Dobrą praktyką jest wykorzystywanie w tym zakresie istniejącego dorobku naukowego. Tymczasem niektóre sformułowania pytań mogą budzić wątpliwości, np. „Spada skuteczność reklamy i promocji” – reklama jest elementem promocji (o czym zresztą Autorka sama pisze), zatem najpewniej chodziło tu o promocję sprzedaży.

Doktorantka zrealizowała badanie jakościowe w postaci analizy przypadków oraz badanie ilościowe na próbie 83 przedsiębiorstw. W tym drugim przypadku osiągnięta liczba respondentów jest godna podziwu. W przypadku doboru przedsiębiorstw reprezentujących jedną branżę uzyskanie satysfakcjonującej liczby odpowiedzi jest szczególnie trudne.

Wyniki badań zostały zaprezentowane prawidłowo

4. Ocena rezultatu pracy

Cel pracy został osiągnięty, tzn. w podsumowaniu ostatniego rozdziału zaprezentowany został model konkurencyjności przedsiębiorstw mleczarskich w kontekście wymagań jednolitego rynku. Jednocześnie uzyskane wyniki badań zostały w małym stopniu poddane dyskusji naukowej, tzn. interpretacji ich w świetle istniejącego stanu wiedzy oraz raportów z innych badań. W tym kontekście pojawia się pytania, w jakim stopniu

zrealizowane badania mogą wnieść wkład w wyjaśnienie mechanizmów i zjawisk związanych z konkurencyjnością przedsiębiorstw. Szczególnie zabrakło mi pełniejszego omówienia wyników analizy przypadków; jak pisałam wyżej nie przekonuje mnie twierdzenie, że ich wyniki posłużyły sformułowaniu hipotez badawczych.

W odniesieniu do zrealizowanych badań rodzi się także pytanie, czy rzeczywiście działania w sferze marketingu i konkurencyjność badanych przedsiębiorstw wynikają z jednolitego rynku europejskiego. Wydaje się, że jest to raczej założenie, wynikające z faktu, że badana branża w szczególny sposób podlega wynikającym stąd uwarunkowaniom. Mimo wszystko na podstawie przeprowadzonego badania nie można kategorycznie stwierdzić, jakie aspekty analizowanych problemów determinowane są przez jednolity rynek. Stwierdzenie tego wymagałoby oczywiście przeprowadzenia badań znacznie wykraczających poza możliwości pracy doktorskiej, w tym analizy porównującej, czy firmy tej branży funkcjonujące na innych rynkach, poza UE zachowują się inaczej. Jednocześnie wydaje się, że argumentacja Autorki w tym zakresie mogłaby być wzmocniona nieco szerszą analizą związków zachodzących między odpowiedziami respondentów na poszczególne pytania kwestionariusza. Również omawiając uzyskane wyniki, sama Doktorantka nie we wszystkich analizowanych zależnościach dostarcza argumentów za wpływem na nie jednolitego rynku europejskiego, tak jak to się dzieje np. na str. 198, gdzie stwierdza: „Jednolity Rynek stanowiący przestrzeń dobrobytu i wolności, w ostatnich latach przyczynił się do podniesienia poziomu życia obywateli”, co m.in. skutkuje wymaganiami w zakresie jakości produktów.

5. Konkluzja

Ogólna ocena rozprawy doktorskiej Katarzyny Olszewskiej jest pozytywna. Przemawiają za tym: wybór przedmiotu badań, przesłanki merytoryczne, metodologiczne, ustalenia empiryczne oraz walory redakcyjne dysertacji. W szczególności za taką oceną przemawiają:

- aktualność i waga podjętego problemu badawczego,
- oparcie rozważań zawartych w pracy na poprawnie dobranej, bogatej literaturze przedmiotu oraz analizie pozyskanych w badaniu danych, umożliwiającej osiągnięcie celów, odpowiedź na pytania badawcze i weryfikację postawionych hipotez,
- poprawność warsztatu badawczego wyrażająca się umiejętnością formułowania celów i hipotez badawczych, doboru instrumentów badawczych, opracowywania wyników badań i ich interpretacji,

- umiejętność redagowania tekstu naukowego,
- praktyczna przydatność wyników badań prezentowanych w pracy.

Zamieszczone w recenzji uwagi nie umniejszają wartości pracy, a przy tym w niektórych wypadkach mają charakter dyskusyjny.

Uwzględniając wszystkie powyższe uwagi, opinie i oceny stwierdzam, że rozprawa p. mgr Katarzyny Olszewskiej spełnia wymogi stawiane pracy doktorskiej, określone w art. 13 ust. 1 ustawy o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki z dnia 14 marca 2003r (Dz. U. 2003 Nr 65 poz 595 z późn. zm.), stanowiącym, iż praca doktorska: *„powinna stanowić oryginalne rozwiązanie problemu naukowego lub oryginalne dokonanie artystyczne oraz wykazywać ogólną wiedzę teoretyczną kandydata w danej dyscyplinie naukowej lub artystycznej oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej lub artystycznej”*.

W związku z powyższym stawiam wniosek o dopuszczenie mgr Katarzyny Olszewskiej do publicznej obrony.

A. Olszka-Nawojska