Rzeszów, 16.05.2023r.

dr hab. Lucyna Witek, prof. PRz
Politechnika Rzeszowska
Wydział Zarządzania
Katedra Marketingu

Recenzja rozprawy doktorskiej

Pani mgr Eweliny Anny Sobotko

pt. *„Ekonomiczna wartość informacji w świetle konsumenckiej skłonności do zapłaty"*

1. Cel i zakres pracy

Podjęta przez Panią mgr Ewelinę Annę Sobotko tematyka rozprawy doktorskiej mieści się w dziedzinie nauk ekonomicznych w dyscyplinie ekonomia i finanse. Przedstawiona do recenzji dysertacja podejmuje ważny i aktualny problem badawczy. Rozprawa doktorska poświęcona jest problematyce zachowań konsumentów, a szczególnie konsumenckiej skłonności do zapłaty i uwarunkowaniom tego zjawiska. Autorka szczególną uwagę poświęciła wartości informacji i jej roli w wyborach rynkowych. Tematyka jest istotna, ponieważ informacja jest zasobem, czynnikiem warunkującym proces racjonalnego podejmowania decyzji rynkowych przez konsumentów. Zasoby informacyjne służą do tworzenia zasobów wiedzy i rozstrzygają o konsumenckich wyborach rynkowych, w tym również o skłonności konsumentów do akceptacji i płacenia cen za produkty. Konsumenci są gotowi zapłacić więcej za produkt, który posiada cenione przez nich atrybuty. Ważne jest zatem rozpoznanie skali, zakresu i uwarunkowań konsumenckiej oceny tych atrybutów, wyrażającej się skłonnością konsumentów do zapłaty za produkt z atrybutem. Dysertacja dotyka ważnego problemu wartości. Koncepcja wartości dla klienta ściśle wiąże wyniki działalności podmiotów gospodarczych ze skłonnością klientów do akceptowania określonego poziomu cen oferowanych przez nich produktów. Wartość dla klienta jest obecnie koncepcją wykorzystywaną zarówno przez praktyków jak i badaczy i jest coraz bardziej cenionym podejściem w warunkach rosnącej presji konkurencyjnej, rozwoju technik informatycznych i nasycenia rynku.

Przedstawiona do recenzji praca liczy 269 stron. Składa się ze strony tytułowej, streszczenia w języku polskim i angielskim, spisu treści, wstępu, pięciu rozdziałów, podsumowania, spisu wykorzystanej literatury oraz aneksu.

Praca ma charakter teoretyczno-empiryczny i składa się z pięciu rozdziałów. Zakres przedmiotowy pracy dotyczy skłonności konsumentów do płacenia ceny za produkt żywnościowy, rozwija koncepcje wartości, a szczególnie odnosi się do wartości informacji. Cel główny został podzielony na pięć celów szczegółowych. Dla zrealizowania celu Autorka wykorzystała metodę eksperymentu labolatoryjnego.

2.Struktura i zawartość rozprawy. Uwagi dyskusyjne.

Praca ma charakter teoretyczno-empiryczny. W części teoretycznej Autorka scharakteryzowała problematykę skłonności konsumentów do zapłaty za produkt

żywnościowy i opisała rolę informacji w zachowaniach konsumenckich. W części empirycznej przeprowadziła eksperyment i na tej podstawie wnioskowała o relacjach między skłonnością do zapłaty a postrzeganą wartością informacji na temat atrybutów produktu żywnościowego.

W części teoretycznej Doktorantka zaprezentowała wybrany dorobek naukowy z zakresu zachowań konsumentów, a szczególnie skłonności do płacenia przez konsumentów (WTP).

Główny cel pracy został przez Autorkę sformułowany w następujący sposób: „Za cel główny badań przyjęto określenie ekonomicznej wartości informacji oraz identyfikację uwarunkowań skłonności do płacenia wyższej ceny za produkt o określonych atrybutach informacyjnych". W mojej opinii głównym przedmiotem rozważań jest konsumencka skłonność do płacenia za produkt, a nie wartość informacji, natomiast jednym z czynników rozstrzygającym o skali i zakresie zjawiska WTP są informacje o atrybutach produktu i przypisywana im subiektywna wartość użytkowa. Stąd w mojej opinii w tytule pracy powinna znaleźć się najpierw skłonność do płacenia za produkt żywnościowy w świetle wartości informacji, a nie odwrotnie. Zakres przedmiotowy dotyczy produktów żywnościowych, co nie zostało uwzględnione w celu pracy.

W rozdziale pierwszym dysertacji Autorka scharakteryzowała rolę informacji w zachowaniach konsumenckich. Zwróciła uwagę na istotę informacji, przedstawiając wybrane definicje z punktu widzenia różnych nauk oraz wskazała na związki i różnice między wiedzą a informacją. Następnie nakreśliła rodzaje informacji oraz omówiła zjawisko asymetrii, szczególną uwagę zwracając na relacje między konsumentem a producentem oraz negatywne skutki asymetrii informacji. Autorka przedstawiła koncepcje wartości informacji wyjaśniając, czym jest wartość i jakie są podejścia w literaturze przedmiotu do tej kategorii, uwzględniając różne teorie ekonomiczne i ich wpływ na koncepcję wartości informacji. Z oceną wartości informacji związana jest jakość informacji, która jest kategorią wielowymiarową i wymaga oceny bardzo wielu różnych atrybutów. Z jakimi zatem atrybutami jakości informacji powinna być powiązana wartość informacji na rynku produktów żywnościowych w świetle przeprowadzonych badań?

Wartość informacji można wyrazić poprzez jej przydatność, znaczenie czy użyteczność, co nawiązuje do koncepcji wartości użytkowej. W tytule pracy, założeniach badawczych znajduje się sformułowanie „wartość ekonomiczna informacji". W pracy można znaleźć definicję ogólnie wartości ekonomicznej i Autorka odnosi to pojęcie też do zjawiska WTP. Mam pytanie, w jaki sposób Autorka definiuje „ekonomiczną wartość informacji"?

Rozdział drugi rozprawy został poświęcony problematyce skłonności konsumentów do zapłaty za produkt, określony w skrócie jako „Koncepcja skłonności do zapłaty". Autorka w podrozdziale 2.1 wychodzi od koncepcji wartości dla klienta, a następnie przeszła do ceny i jej roli w przedsiębiorstwie, charakteryzując różnego rodzaju uwarunkowania, podejścia i strategie cenowe z punktu widzenia przedsiębiorstwa. W mojej opinii zbyt szeroko i podręcznikowo zostało opisane zagadnienie kształtowania polityki cenowej w przedsiębiorstwie, co utrudnia percepcję relacji między wartością dla klienta a polityką cenową. W tym podrozdziale znalazły się podstawy kształtowania polityki cenowej, dokonano analizy miejsca strategii cenowej w przedsiębiorstwie, następnie zwrócono uwagę na uwarunkowania wyboru strategii cenowych. Z kolei Autorka przeszła ponownie do ogólnych uwarunkowań polityki cenowej przedsiębiorstw i determinant kształtowania ceny w przedsiębiorstwie. Następnie Autorka wraca do strategii cenowych, charakteryzując ich rodzaje. Przy omawianiu aspektów związanych z kształtowaniem polityki cenowej słabo uwypuklono aspekty związane z kreowaniem wartości dla klienta. W tym podrozdziale

oczekiwałabym pogłębionych rozważań, w jaki sposób kształtować ceny z punktu widzenia kreowania wartości dla klienta.

Autorka następnie przeszła do zdefiniowania wartości ekonomicznej. Dokonała przeglądu wybranych ujęć i ich rozumienia wartości ekonomicznej. Poruszyła zagadnienie rzeczywistej i postrzeganej wartości przez konsumenta. Kolejno przeszła do atrybutów produktu żywnościowego i przedstawiła wybrane koncepcje do tej problematyki. W rozdziale tym Autorka scharakteryzowała także trendy konsumenckie na rynku żywnościowym. W mojej opinii charakterystyka trendów (s.98, tabela 12), zawarta w rozdziale „Informacja jako atrybut produktów żywnościowych i przesłanka WTP", jest zbyteczna i nie wnosi wartości do tego podrozdziału. Po drugie tytuł tabeli - „Konsumpcja zrównoważona – trendy konsumenckie na rynku żywnościowym" jest nieścisły i nie odzwierciedla zawartości tabeli. Pojęcie „konsumpcji zrównoważonej" odnosi się nie tylko do jej wymiaru społecznego, ale również ekologicznego i etycznego. Ponadto przedstawione trendy mogą być związane z procesami konsumpcji (użytkowania), ale też z innymi elementami zachowań konsumenckich jak np. zakupy produktów. Konsumpcja z punktu widzenia zachowań konsumenta to pojęcie węższe niż zachowania konsumenckie. Konsumpcja jest to bezpośredni akt spożycia (użycia), co związane jest z bezpośrednim zaspokojeniem potrzeby. Natomiast zachowania konsumenckie składają się z działań i zachowań zmierzających do bezpośredniego i pośredniego zaspokajania potrzeb. Zatem pojęcia „zachowań konsumenckich" i „konsumpcji" nie są zatem tożsame, choć są ze sobą ściśle związane. Zachowania konsumentów (konsumenckie) to pojęcie szerokie, obejmujące nie tylko działania związane z poszukiwaniem, zakupem, użytkowaniem oraz oceną produktów zaspokajających potrzeby, ale również czynności przed podjęciem decyzji o zakupie i zachowania po zakupie.

W pracy zamiennie Autorka stosuje pojęcia nabywca, konsument i klient, nie wyjaśniając różnic miedzy tymi pojęciami. Nabywca dokonuje zakupu produktów i może być jednocześnie ich konsumentem lub może je też nabywać dla innych konsumentów w celu użytkowania czy spożycia. Nabywca zatem nie zawsze jest konsumentem i nie zawsze konsument jest ich nabywcą. Pojęcie „konsument" jest znacznie szersze niż pojęcie „nabywca". Z kolei klientem może być każdy podmiot rynkowy dokonujący zakupu. Można te terminy zamiennie używać, jednak ze świadomością różnic i związków między nimi.

W kolejnej części podrozdziału Autorka wskazała na rolę etykietowania produktów, przedstawiając obowiązkowe i dobrowolne informacje na etykietach produktów żywnościowych. Dokonała przeglądu znaków jakości żywności. Następnie Autorka podała definicje: skłonności do zakupu (WTB), skłonności do płacenia (WTP) i skłonności konsumenta do rozstania się, aby sprzedać dobro (WTA). Podjęła też próbę przedstawienia związków między tymi pojęciami. W końcowej części rozdziału znalazł się przegląd badań eksperymentalnych z zakresu analizowanej problematyki.

W rozdziale trzecim dysertacji Autorka skoncentrowała się na zjawisku konsumenckiej skłonności do płacenia, co znalazło odzwierciedlenie w strukturze rozdziału. Przedmiotem rozważań jest pomiar skłonności do zapłaty (WTP). Autorka prześledziła metody pomiaru WTP. Scharakteryzowała metody analizy preferencji ujawnionych i metody analizy preferencji deklarowanych i ich wykorzystanie do pomiaru WTP. Następnie dokonała przeglądu badań nad skłonnością do zapłaty za produkty żywnościowe.

Na pochwałę zasługuje fakt, że w części teoretycznej Autorka charakteryzuje analizowane kategorie, powołując się i dyskutując z rożnymi podejściami teoretycznymi, nurtami, szkołami i koncepcjami funkcjonującymi i rozwijanymi w naukach ekonomicznych.

W rozdziale czwartym zostały sformułowane cele badania pierwotnego, pytania badawcze i hipotezy badawcze. Następnie Autorka scharakteryzowała próbę badawczą. Opisała procedurę prowadzenia eksperymentu. Ponadto przedstawiono sposoby mierzenia postaw respondentów. Z kolei wskazano i uzasadniono wybór testów statystycznych do mierzenia wybranych relacji.

W rozdziale piątym Autorka zawarła wyniki badania i zweryfikowała postawione hipotezy badawcze. Ta część pracy stanowi najbardziej wartościowy element pracy.

Praca kończy się podsumowaniem, gdzie Autorka ustosunkowała się do realizacji celu i sformułowanego problemu badawczego. Przedstawiła w formie tabelarycznej rezultaty testowania hipotez badawczych i konkluzje końcowe. Uważam jednak, że implikacje dla polityki marketingowej, szczególnie dla polityki cenowej i komunikacji z klientem zostały słabo zidentyfikowane.

W pracy zawarto spis piśmiennictwa i aneks.

3.Ocena metodyki badania

Wybór metody badawczej jest bardzo trafny. Autorka wykorzystała eksperyment labolatoryjny. Eksperyment jest efektywną formą mierzenia skłonności konsumentów do zapłaty, co potwierdzają liczne badania, opublikowane w indeksowanych czasopismach zagranicznych. Z pewnością dużym ograniczeniem badania jest próba badawcza. Objęto w większości studentów, którzy są przedstawicielami pokolenia Z. Próbka jest również wygodna, obejmuje studentów z jednej uczelni. Autorka postawiła aż 20 hipotez.

Uzyskane wyniki z badań poddano analizie statystycznej z wykorzystaniem wybranych metod statystyki matematycznej. Autorka wykorzystała liczne testy statystyczne, co z pewnością podnosi wartość merytoryczną pracy. Wyniki badań zostały zaprezentowane w licznych tabelach i wykresach.

Autorka zaprezentowała wyniki i wnioski z badań łącznie. Rozdzielenie zdecydowanie poprawiłoby czytelność pracy. Podsumowanie stanowi zakończenie pracy. Autorka odniosła się do celu pracy i przedstawiła główne wnioski z przeprowadzonych badań. Następnie w formie tabelarycznej przedstawiła rezultaty testowania hipotez. Podała także w tej części ograniczenia przeprowadzonego eksperymentu i przyszłe kierunki badań.

W aneksie znajduje się formularz eksperymentu oraz kwestionariusz wywiadu. Autorka pisze (s.156): „W celu zgromadzenia danych pierwotnych zastosowano metodę eksperymentu laboratoryjnego (...),uzupełnionego kwestionariuszem wywiadu". Tymczasem na s.158 przedstawia proces badawczy, gdzie w procedurze eksperymentu pierwszym etapem jest wypełnienie kwestionariusza przez respondentów, zatem badanie ankietowe jest elementem eksperymentu. Kwestionariusz wywiadu (s.260) to nie metoda badawcza tylko instrument pomiarowy, narzędzie badania. Mam wątpliwości też, czy Autorka zastosowała wywiad (w tym przypadku byłby to wywiad kwestionariuszowy). Wynika, że zastosowała badanie ankietowe, co jest zapisane też przez samą Autorkę na s.160 i w formularzu badania w Aneksie na s.260 (cyt. z kwestionariusza: „Ankieta jest anonimowa (...)". Ankieta i wywiad to odrębne metody badawcze, posiadające nieco inne cechy, a przede wszystkim inny jest sposób przeprowadzenia badania.

4.Podsumowanie oceny merytorycznej rozprawy

Rozdział piaty rozprawy stanowi wartościowy, własny dorobek poznawczy Doktorantki dotyczący skłonności konsumentów do zapłaty, uwarunkowanej postrzeganą wartością informacji o atrybutach produktu żywnościowego. Mimo pewnych uwag, które w większości mają charakter dyskusyjny, badania są wartościowe i ten wkład Pani mgr Eweliny Sobotko oceniam wysoko. W dysertacji Doktorantka podała najważniejsze ograniczenia badań. Wskazała również przyszłe kierunki badań, co świadczy o dojrzałości naukowej.

Przedstawiona do recenzji praca spełnia zarówno wymagania merytoryczne jak i formalne stawiane tego typu pracom naukowym. Autorka posiada umiejętność prowadzenia naukowego wywodu tj. formułowanie celów i hipotez badawczych, dobór metod badawczych, dobór testów statystycznych, umiejętność analizowania i interpretacji wyników badania.

Konkludując, na podstawie zawartości merytorycznej pracy stwierdzam, że Pani mgr Ewelina Sobotko wykazała się znajomością teoretycznych i praktycznych aspektów omawianych problemów.

5.Ocena strony formalno-pisarskiej

Praca została przygotowana dość starannie, mimo że zdarzają się drobne usterki np. s.25, s.31, s.90, s.98, s.119 , s.137, nie pomniejszają one jednak wartości merytorycznej pracy. Opracowanie jest napisane w miarę poprawnym językiem, choć zdarzają błędy językowe np. s.24, s.30, s.59, s.80, s.179, s.183. Przykładowo użycie słowa „alternatywa" np. s.99, s.107 jest nieprawidłowe, ponieważ alternatywa oznacza wybór spośród dwóch rzeczy, a nie wybór spośród zestawu możliwości.

Autorka używa pojęcia „eco-produkty" (np. s. 160), co w samej pisowni w języku polskim jest już nieprawidłowe. Ponadto nie ma potrzeby tworzenia nowych określeń i nazw . W przypadku produktów żywnościowych, w których uwzględniono wymiar środowiskowy prawidłowym określeniem jest żywność ekologiczna lub produkt z rolnictwa ekologicznego.

W pracy Autorka stosuje zarówno formę bezosobową, jak i osobową - np. s.17, s.18, s.20, s.68.

Dysertacja została dość starannie przygotowana pod względem edytorskim, dobrze udokumentowana źródłowo. W postaci odnośników literaturowych ilustracji graficznych i tabel. Przypisy zostały sporządzone w sposób prawidłowy.

W dysertacji wykorzystano w sumie 188 pozycji bibliograficznych, w tym bogatą literaturę zagraniczną. Trzeba pochwalić, że dokładnie przeanalizowano krajowe i zagraniczne piśmiennictwo z tego zakresu.

6. Wniosek końcowy

Przedstawiona do oceny dysertacja stanowi ważne studium teoretyczno-empiryczne na temat skłonności konsumenckiej do zapłaty na rynku produktów żywnościowych w świetle postrzeganej wartości informacji. Przedmiot rozprawy dotyczy ciekawego i aktualnego problemu z zakresu zachowań konsumentów i stanowi oryginalne rozwiązanie ważnego problemu naukowego. Praca wypełnia lukę w piśmiennictwie krajowym i stanowi ciekawe opracowanie tematu.

Przeprowadzony przegląd literatury, sposób zaprojektowania i przeprowadzenia badania, analiza i ocena wyników potwierdzają, że Autorka posiada wiedzę teoretyczną z zakresu ekonomii oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej.

Biorąc pod uwagę przedstawione elementy oceny recenzowanej rozprawy doktorskiej Pani mgr Eweliny Sobotko pt. „Ekonomiczna wartość informacji w świetle konsumenckiej skłonności do zapłaty" stwierdzam, że zgodnie z właściwymi przepisami, określonymi w ustawie z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (tekst jedn. Dz.U. 2017 poz. 1789) oraz ustawy z dnia 3 lipca 2018 r. Przepisy wprowadzające ustawę - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. 2018 poz.1669 z poźn.zm.) **recenzowana rozprawa spełnia kryteria stawiane pracom doktorskim i wnoszę o dopuszczenie mgr Eweliny Anny Sobotko do publicznej obrony.**

Lucyna Dziki