

Gdańsk, 15.08.2021

Dr hab. Dorota Simpson, prof. WSAiB
Katedra Zarządzania WSAiB

Recenzja rozprawy doktorskiej

mgr Adama Borodo

pt.: ***Ekonomiczne uwarunkowania wykorzystania mediów społecznościowych w handlu elektronicznym***, przygotowanej pod kierunkiem dr hab. Jacka Winiarskiego, prof. UG na Wydziale Ekonomicznym Uniwersytetu Gdańskiego.

Podstawą formalną sporządzenia recenzji rozprawy doktorskiej była uchwała Rady Dyscypliny Ekonomia i finanse Uniwersytetu Gdańskiego i pismo Przewodniczącego Rady Dyscypliny dr hab. Przemysława Borkowskiego, prof. UG z dnia 24 czerwca 2021 roku.

Wybór tematu i określenie problemu badawczego

Doktorant podjął aktualny temat rozprawy doktorskiej, badając ekonomiczne aspekty zjawiska, podlegającego niezwykle dynamicznym zmianom, co stanowi poważne wyzwanie dla każdego, kto stawia sobie za cel jego zdiagnozowanie, ocenę i wskazanie kierunków rozwoju. Oczywistym jest, że zmiany zachodzą w każdej sferze życia gospodarczego, społecznego, czy politycznego, ale w sferze technologii informacyjnych tempo ich przebiegu trudno porównać do jakiegokolwiek innej dziedziny. Należy dodać, że postęp w tej dziedzinie jest swego rodzaju generatorem, czy stymulatorem zmian, jakie obejmują niemal każdy aspekt życia ludzi w 21. wieku. Jednym z niezliczonych skutków tego zjawiska było powstanie mediów społecznościowych, które - jak sama nazwa wskazuje - miały służyć społecznościom,

stanowiąc szeroką i dostępną platformę komunikowania się jednostek, czy grup. Dość szybko okazało się, że mogą one służyć nie tylko celom społecznym, ale i komercyjnym. Tej właśnie roli mediów społecznościowych Doktorant zdecydował dedykować swoje badania zarówno literaturowe, jak i empiryczne.

Uzasadniając podjęcie tematu dysertacji Doktorant podkreślił, że powstanie handlu elektronicznego jest zjawiskiem stosunkowo nowym, a wobec dynamicznych zmian technologicznych trudno jest precyzyjnie określić kierunki jego rozwoju. Jednak daje się zaobserwować, iż jedną z występujących tendencji jest wykorzystanie mediów społecznościowych, jako stymulatora tego rozwoju. Warto dodać, że równocześnie jest to dziedzina, która nie została jeszcze poddana szczegółowym badaniom naukowym i z tego punktu widzenia uważam, iż recenzowana praca wypełnia lukę w literaturze przedmiotu, stanowiąc ważny przyczynek do badań nad fenomenem mediów społecznościowych a równocześnie ma istotne walory aplikacyjne. Uważam jednak, że temat rozprawy, ujęty w tytule, jest zbyt ogólny w stosunku do treści całej pracy, w szczególności mam na myśli rozdział czwarty. Doprecyzowanie tytułu poprzez dodanie członu: „ze szczególnym uwzględnieniem sektora MSPs” lub „na przykładzie sektora MSPs” ułatwiłoby Autorowi uzasadnienie przyjęcia takiej struktury rozprawy. Jest to uwaga dyskusyjna i spodziewam się, że Doktorant ustosunkuje się do niej podczas publicznej obrony dysertacji.

Reasumując, stwierdzam, że wybrany przez Doktoranta temat jest aktualny a sformułowany problem badawczy, dotyczący zdiagnozowania sytuacji w dziedzinie wykorzystania mediów społecznościowych w handlu elektronicznym wypełnia lukę w badaniach nad tym zagadnieniem i ma aplikacyjny charakter.

Cele rozprawy i hipotezy badawcze

We wstępie Doktorant sformułował cel dysertacji, określając go jako „wskazanie ekonomicznych uwarunkowań, które przyczyniają się do wykorzystania mediów społecznościowych w handlu elektronicznym”. Uważam, że cel główny rozprawy mógłby być uzupełniony o cele szczegółowe, które Autor przecież realizował w poszczególnych rozdziałach i dopiero wówczas należałoby omówić ich treść. Czytelnik wiedziałby wówczas, jakie cele realizowane są w kolejnych częściach rozprawy i czemu owe części służą. Tymczasem bezpośrednio po sformułowaniu celu dysertacji

czytelnik zapoznaje się z merytoryczną zawartością rozdziałów. Jak wcześniej zaznaczyłam uzupełnienie tytułu rozprawy o sektor MSPs pozwoliłby Autorowi na sformułowanie hipotez, pytań badawczych oraz metodyki zastosowanej w rozprawie jeszcze przed prezentacją jej struktury. Tymczasem metodyka zastosowana w procesie badawczym towarzyszy rozdziałowi czwartemu, co moim zdaniem, zaburza konstrukcję wstępu. Jednym z ważnych celów dysertacji jest weryfikacja hipotez badawczych i tego celu mi zabrakło. Wprawdzie na s. 4 można spotkać stwierdzenie: „przyjęto roboczą hipotezę, według której przedsiębiorstwa handlu elektronicznego w istotny sposób wykorzystują media społecznościowe w celach biznesowych. Aby zweryfikować tę hipotezę objęto badaniem przedsiębiorstwa prowadzące działalność w Polsce”. Jednak to stwierdzenie odnosiło się przede wszystkim do rozdziału czwartego, zawierającego wyniki badań empirycznych.

Doktorant sformułował pytania badawcze, które niefortunnie określił, jako cele szczegółowe (s. 4). Celami szczegółowymi mogłoby być poszukiwanie odpowiedzi na następujące pytania:

- jaki jest stan wiedzy w przedsiębiorstwach sektora MSP w zakresie społeczności skupionej wokół marki przedsiębiorstwa?
- jaki jest stopień wykorzystania mediów społecznościowych przez polskie przedsiębiorstwa MSP w zakresie sprzedaży produktów?
- jaki jest cel główny wykorzystania mediów społecznościowych przez polskie przedsiębiorstwa MSP?
- od kiedy media społecznościowe wykorzystywane są przez polskie przedsiębiorstwa sektora MSP dla celów sprzedażowych?
- czy prowadzone są działania poszerzające grupę odbiorców w mediach społecznościowych?
- jaki jest zakres wykorzystania mediów społecznościowych w celach sprzedażowych przez przedsiębiorstwa MSP?

Myślę, że bezpieczniej byłoby używać zwrotu „przedsiębiorstwa sektora MSP w Polsce” niż „polskie przedsiębiorstwa sektora MSP”.

Dwa ostatnie pytania zostały sformułowane odrębnie:

- czy przedsiębiorstwa MSP dostrzegają potencjał sprzedażowy tkwiący w mediach społecznościowych?
- czy media społecznościowe są postrzegane jako proste w użyciu i wykorzystaniu dla celów sprzedażowych przedsiębiorstw MSP?

Doktorant sformułował cztery następujące hipotezy badawcze, które poddał weryfikacji w procesie badań empirycznych:

H1. Profil działalności danego przedsiębiorstwa (branży) ma wpływ na stopień i zakres wykorzystania mediów społecznościowych w prowadzeniu swoich działań sprzedażowych.

H2. Przedsiębiorstwa sektora MSP nie uświadamiają sobie w sposób prawidłowy czym jest społeczność skupiona wokół marki przedsiębiorstwa (niezależnie od branży w jakiej działają).

H3. Zasięg czasowy, od którego przedsiębiorstwa sektora MSP wykorzystują media społecznościowe, zależy od profilu działalności danego przedsiębiorstwa (branży).

H4. Cel informacyjny jest głównym celem wykorzystania mediów społecznościowych przez przedsiębiorstwa sektora MSP, niezależnie od profilu działalności (branży).

Dobór metod badawczych

Doktorant skoncentrował się głównie na metodyce, którą zastosował w badaniu empirycznym. Zakładam, że posłużył się metodą sondażu diagnostycznego typu CATI/CAWI, techniką ankietową i bezpośredniego wywiadu telefonicznego, z wykorzystaniem instrumentu badawczego w postaci kwestionariusza ankiety, którego formularz stanowi załącznik do dysertacji. Natomiast w odniesieniu do pozostałej części dysertacji ograniczył się jedynie do stwierdzenia, że oparta została na literaturze przedmiotu, raportach z badań, opracowaniach doradczych i eksperckich oraz zasobach internetowych. Nieco obszerniej pisze na ten temat na s. 109, gdzie dokonuje opisu badania i charakterystyki próby. Charakteryzując pierwszy etap badania Doktorant podkreśla, że analiza źródeł wtórnych miała instrumentalny charakter w stosunku do części empirycznej, ułatwiając zbudowanie narzędzia badawczego. Uważam, że jest to zbyt skromne potraktowanie wyników

przeprowadzenia bardzo rzetelnych i pogłębionych studiów źródeł wtórnych, w efekcie których powstały trzy wartościowe rozdziały dysertacji. Należy podkreślić, że Autor dotarł do wielu bardzo zróżnicowanych źródeł i wykorzystał je w umiejętny sposób, co świadczy o jego dociekliwości badawczej. Szkoda, że Doktorant nie rozbudował wstępu tak, aby czytelnik od razu wiedział, jaki wysiłek badawczy został wykonany.

Podsumowując, stwierdzam, że Doktorant prawidłowo dobrał metody badawcze, zastosowane tak w części teoretycznej, jak i empirycznej. Do zaprezentowania wyników badań wtórnych Doktorant wykorzystał metodę opisową a wyniki badań pierwotnych przedstawił zarówno w sposób opisowy, tabelaryczny, jak i graficzny.

Struktura pracy i zawartość merytoryczna rozprawy doktorskiej

Przedstawiona do recenzji rozprawa doktorska składa się ze wstępu, czterech rozdziałów, zakończenia, bibliografii, spisu tabel i rysunków oraz załącznika, którym jest kwestionariusz badania ankietowego. Praca obejmuje 156 stron, w tym 138 stron tekstu.

Rozdział pierwszy, zatytułowany *Handel elektroniczny w wymiarze gospodarczym* składa się z trzech podrozdziałów i obejmuje 27 stron. Jest to rozdział porządkujący, w którym Doktorant dokonuje przeglądu i analizy literatury przedmiotu poświęconej ekonomicznym aspektom handlu elektronicznego, przedstawia aparat pojęciowy towarzyszący temu zjawisku i porównuje podejście różnych autorów do badanego zagadnienia. Na s. 11, pisząc o modelach biznesowych, Autor wprowadza pojęcie „ekosystemu przedsiębiorstwa”, którego twórcą jest James Moore, twierdzący, że przedsiębiorstwa można przyrównać do organizmów, równocześnie konkurujących i współpracujących ze sobą w złożonym świecie przyrody po to, by przetrwać¹. W praktyce jest to sieć różnych organizacji, nie tylko ściśle biznesowych, które wzajemnie na siebie wpływają i ewoluują. Realizacja w praktyce koncepcji połączenia kooperacji i konkurencji to rozwiązanie dające efekt synergii, pozwalające odnosić korzyści wszystkim zaangażowanym stronom. W handlu elektronicznym jest to szczególnie widoczne i uważam, że szersze wykorzystanie w dysertacji koncepcji ekosystemu

¹ J. F. Moore, *Predators and Prey: A New Ecology of Competition*, "Harvard Business Review" 1999, May, 71 (3) https://www.researchgate.net/publication/13172133_Predators_and_Prey_A_New_Ecology_of_Competition

mogłoby ułatwić Autorowi wyjaśnianie złożonych i skomplikowanych powiązań przedsiębiorstw i współzależności przedsiębiorstw działających na tym rynku.

Rozdział pierwszy, będący dowodem rzetelnie prowadzonego przez Doktoranta procesu badawczego, daje czytelnikowi obraz rozwoju handlu elektronicznego w Polsce i na świecie. Stanowi równocześnie dobrą podstawę do identyfikacji i oceny czynników determinujących rozwój tego zjawiska. W końcowej części rozdziału zabrakło mi tylko krótkiego podsumowania, wniosków wynikających z prowadzonych rozważań.

Rozdział drugi, noszący tytuł *Determinanty i bariery rozwoju handlu elektronicznego* jest najobszerniejszą, pod względem objętości, częścią rozprawy (37 stron) i składa się z czterech podrozdziałów. Jest to moim zdaniem ważną część dysertacji, gdyż Autor poddaje szczegółowej analizie i ocenie uwarunkowania makroekonomiczne oraz mikroekonomiczne towarzyszące rozwojowi handlu elektronicznego. Jak wcześniej wspomniałam przydatny mógłby się tu okazać model ekosystemu biznesowego. Dodałabym jeszcze, poza wszystkim omówionymi przez Doktoranta determinantami, czynnik związany z ekologią. Wprawdzie na s. 45 Autor, zwracając uwagę na zmianę postaw konsumenckich w odniesieniu do zakupów internetowych, wspomina (cytując J. Skorupską) o „docenianiu producentów, którzy do wytworzenia produktu wykorzystali tylko naturalne zasoby środowiskowe”, ale nie uwzględnia szerzej tego czynnika w swoich rozważaniach. Myślę, że podczas publicznej obrony Doktorant będzie miał okazję, by ustosunkować się do tej uwagi. Warta odnotowania i pozytywnej oceny jest tabela 11, którą Doktorant opracował w wyniku przeprowadzenia pogłębionych studiów literaturowych, a która zawiera zestawienie barier rozwoju handlu elektronicznego w ujęciu różnych badaczy.

Podobnie, jak w rozdziale pierwszym, Autor nie dokonał podsumowania wyników prowadzonych badań literaturowych.

Niewiele mniejszy pod względem objętości jest rozdział trzeci, o tytule *Serwisy społecznościowe jako obszar aktywności przedsiębiorstw w handlu elektronicznym*, liczący 33 strony w całości poświęcony charakterystyce, klasyfikacji i rozwojowi serwisów społecznościowych. Ta część rozprawy ma za zadanie pokazać w jaki sposób są i mogą być komercyjnie wykorzystywane serwisy społecznościowe. Autor dokonuje w nim wszechstronnej i pogłębionej analizy komparatywnej serwisów

społecznościowych w Polsce i na świecie. Stawiane tezy są rzetelnie dokumentowane materiałem statystycznym, co sprawia, że czytelnik otrzymuje pełny obraz ich zadań oraz funkcjonowania. Z punktu widzenia celu rozprawy jest to bardzo ważna część, która równocześnie stanowi dobrą podstawę i logiczne powiązanie z rozdziałem czwartym. Szkoda, że Autor i w tej części nie dokonał krótkiego podsumowania wniosków, do jakich doszedł w trakcie przedstawiania wyników badania źródeł literaturowych i statystycznych.

Zamykający rozprawę rozdział czwarty, będący prezentacją wyników badań empirycznych, prowadzonych przez Doktoranta liczy 26 stron i nosi tytuł *Serwisy społecznościowe w budowaniu komunikacji rynkowej – wyniki badania empirycznego*. Jest to samodzielny i oryginalny wkład pracy Autora, który wykazał się dokładnością i rzetelnością w samodzielnym prowadzeniu badań empirycznych. Metodyka badania została przedstawiona prawidłowo a uzyskane wyniki udokumentowane tabelarycznie i graficznie. Jednak tytuł tego rozdziału trochę zaskakuje czytelnika, który spodziewałby – wnioskując z tytułu rozprawy – oceny wyników badań poświęconych roli serwisów społecznościowych (a przynajmniej niektórych z nich) w stymulowaniu rozwoju handlu elektronicznego, a nie komunikacji rynkowej. Brzmienie drugiego członu rozdziału czwartego mogłoby lepiej oddawać jego zawartość, gdyby Autor umieścił słowo „ocena”, gdyż w istocie dokonuje w nim oceny uzyskanych wyników przeprowadzonego badania empirycznego (*Serwisy społecznościowe w budowaniu komunikacji rynkowej – ocena wyników badania empirycznego*).

O ile układ trzech pierwszych rozdziałów dysertacji jest logiczny a tytuły poszczególnych części powiązane z tytułem rozprawy i spójne z treścią, którą zawierają, to – według mnie – czwarty rozdział nieco odbiega od nich pod względem merytorycznym. Nie znalazłam uzasadnienia dlaczego został poświęcony MSP i dlaczego dotyczy komunikacji. Myślę, że określając we wstępie zakres merytoryczny i czasowy rozprawy, warto byłoby to wyjaśnić. Mimo tej wątpliwości, do której zapewne Autor ustosunkuje się podczas obrony, uważam tę część rozprawy za wartościową pod względem poznawczym i aplikacyjnym. Zdiagnozowanie i ocena sytuacji związanej z wykorzystaniem mediów społecznościowych przez sektor MSPs z pewnością stanowią wartość dodaną recenzowanej rozprawy a sformułowane wnioski i rekomendacje powinny być uwzględniane przez mikroprzedsiębiorstwa, które były przedmiotem badania.

Formalna strona rozprawy

Biorąc pod uwagę ocenę formalnej strony pracy stwierdzam, że przypisy zostały sporządzone poprawnie i czytelnik bez trudu może dotrzeć do przywoływanego przez Autora źródła. Równie rzetelnie zostały sporządzone opisy źródeł pod rysunkami i tablicami, aczkolwiek pod niektórymi jest tylko „op.cit”. Drobną uwagą dotyczy opisu źródeł pod tablicami i rysunkami prezentującymi wyniki badań empirycznych - dodałabym: opracowanie na podstawie **wyników** badania empirycznego.

Moja krytyczna uwaga dotyczy posługiwania się przez Doktoranta pierwszą osobą liczby mnogiej, zamiast formy bezosobowej, która jest przyjęta w pracach naukowych. Kwestią dyskusyjną jest używanie zwrotu „Autor uważa...”, czy „zdaniem Autora” itp. Zdaję sobie sprawę z tego, że jest to stosowana forma, ale czytelnik odnosi wrażenie, że piszący po prostu recenzuje jakiegoś autora. W niektórych miejscach Autor używa czasu przyszłego (np. s. 16 – „modele takie nazywać będziemy modelami e-biznesowymi”, zamiast po prostu stwierdzić, że „modele takie można nazwać/ określić ...”), nie bardzo też rozumiem brzmienie przypisu 46 na s. 17. Po dwukropku należy pisać z małych liter, zdarzają się literówki (np. w nazwisku na s. 78 - Macirowski zamiast Maciorowski, czy na s. 7 CAT/CAWI zamiast CATI/CAWI), niekiedy też styl i interpunkcja wymagałyby dopracowania.

Praca została udokumentowana 22 tablicami i zilustrowana 33 rysunkami, których spisy zamieszczono w końcowej części rozprawy. Spis literatury, na który składa się 135 pozycji został sporządzony poprawnie, choć uważam, że można było je podzielić na druki zwarte, ciągłe i inne, co czyniłoby zgromadzony materiał bardziej przejrzystym.

Konkluzja końcowa

Oceniając wartość merytoryczną i stronę formalną rozprawy doktorskiej mgr. Adama Borodo, stwierdzam, że mimo drobnych uwag krytycznych, przygotowana dysertacja, spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim w ustawie o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki i stanowi:

- oryginalne rozwiązanie aktualnego i ważnego problemu naukowego, wypełniając lukę w polskim piśmiennictwie naukowym,
- dowód ogólnej wiedzy teoretycznej w dyscyplinie ekonomia i biznes,
- potwierdzenie opanowania przez Doktoranta umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy naukowej zarówno w odniesieniu do krytycznej analizy źródeł wtórnych, jak i zaprojektowania oraz samodzielnego prowadzenia badań empirycznych.

Przedstawione uwagi mają charakter dyskusyjny i oczekuję, że Doktorant ustosunkuje się do nich podczas publicznej obrony rozprawy.

W związku z tym wnioskuję do Rady Dyscypliny Ekonomia i finanse Uniwersytetu Gdańskiego o dopuszczenie pana mgr. Adama Borodo do publicznej obrony.


Dorota Simpson