

dr hab. Zygmunt Waśkowski, prof. UEP

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Recenzja

rozprawy doktorskiej mgr Liwii Delińskiej

**pt.: "Model zachowań konsumentów w warunkach zmian technologicznych
na rynku imprez biegowych",**

**napisanej na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego,
pod kierunkiem promotora dr hab. Roberta Bębena, prof. uczelni
oraz promotora pomocniczego dr inż. Sylwii Badowskiej**

1. Problematyka i treść rozprawy

Rozprawa doktorska mgr Liwii Delińskiej poświęcona jest, często podejmowanej w pracach badawczych i opracowaniach naukowych, problematyce zachowań konsumentów. Mimo, że jest to obszar intensywnie eksplorowany nie można uznać go za mało atrakcyjny lub nieposiadający potencjału do odkrywania nowych, nieznanych lub słabo rozpoznanych prawideł i zjawisk. Zachowania konsumentów, zamiennie określane w literaturze zachowaniami nabywców, ulegają ciągłym zmianom, które wynikają z takich uwarunkowań jak: wchodzące na rynek nowe pokolenia konsumentów, rosnąca świadomość ekologiczna lub prospołeczna nabywców, inne systemy wyznawanych wartości, zmiany kulturowe, czy wreszcie postęp technologiczny. Trudno nie zgodzić się z tezą, że to właśnie głębokie zmiany technologiczne mają największy, a przynajmniej jeden z największych, wpływ na zachowania współczesnych konsumentów. Uwaga ta dotyczy wszystkich sfer życia społecznego i odnosi się do zachowań zakupowych, konsumpcyjnych, komunikacyjnych, czy kreowanych wartości. Owa konstatacja sprawia, że podjęta przez Autorkę rozprawy problematyka zachowań konsumentów w warunkach zmian technologicznych jest jak najbardziej aktualna oraz interesująca poznawczo.

Trzeba też zauważyć kontekst, w jakim prowadzone są w rozprawie rozważania. Jest nim rynek imprez biegowych, absolutnie nowa kategoria ekonomiczna, gdyż bieganie do niedawna nie było postrzegane, a tym bardziej analizowane z perspektywy rynku i praw nim rządzących. W Polsce zorganizowane formy biegania są przedmiotem badań naukowych zaledwie od około 8-10 lat. Ekonomiści dostrzegający w nich takie zagadnienia jak: popyt, podaż, wymianę wartości opartą na cenie, czy działania konkurencyjne organizatorów wydarzeń sportowych mają jeszcze sporo do odkrycia. Z tego względu pracę należy uznać nie tylko za interesującą, ale przede wszystkim oryginalną i nowatorską, jak do tej pory podjęto niewiele prób zbadania rynku imprez biegowych w tak wszechstronny i pogłębiony sposób.

Problematyka pracy doktorskiej będąca przedmiotem niniejszej oceny mieści się w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości, a podjęty temat pozwala na stwierdzenie, iż jego rozwiązanie może stanowić istotny wkład w dotychczasowy stan wiedzy z zakresu zachowań nabywców na obranym rynku branżowym.

2. Sformułowanie problemu, celów i hipotez badawczych

Przewodnim problemem niniejszej dysertacji są zachowania konsumentów, które przez Autorkę zostały przeanalizowane w odniesieniu do zmian technologicznych na wybranym przez siebie rynku imprez biegowych. Tak sformułowany problem jest skonstruowany poprawnie, jednoznacznie uwypukla zależności, które będą sprawdzane teoretycznie oraz empirycznie, jednocześnie jest on problemem nowym, do tej pory nie eksplorowanym w nauce na tak szeroką skalę. Oznacza to, że wart jest on wysiłku badacza i zasługuje na to, by uczynić go głównym problemem naukowym w dysertacji doktorskiej.

Oprócz zasygnalizowanego problemu naukowego Autorka sformułowana we Wstępie kilka celów o różnym zakresie szczegółowości (cyt: cel dysertacji, główny cel teoriopoznawczy, główny cel użyteczny, dziewięć celów szczegółowych), zdefiniowała problem badawczy, określiła przedmiot prowadzonych badań, postawiła pięć pytań badawczych, a także sformułowała jedną tezę.

Nie jest łatwo się w tym zestawie celów, problemów, pytań i tez odnaleźć. Tym bardziej, że wydawałoby się najważniejszy – cel pracy - został określony jako: „uzupełnienie luki badawczej

polegającej na ograniczonej wiedzy z zakresu zachowań uczestników imprez biegowych w warunkach rozwoju technologicznego” (s. 5). Uzupelnienie luki raczej w wiedzy, niż badawczej może, a nawet powinno być zwieńczeniem wysiłku badacza, ale nie celem samym w sobie, ten powinien odnosić się do rozwiązania wybranego problemu. Podobne uwagi i wątpliwości można mieć do problemu badawczego, którym na pewno w przypadku tej dysertacji nie jest „odpowiedź na pytanie jak należy kształtować atrakcyjną ofertę imprez biegowych” (s. 6). Generalnie „ustawienie” ram tej rozprawy doktorskiej nie udało się Autorce najlepiej, jest zbyt złożone, zbyt wielowątkowe i przez to mało zrozumiałe.

Mimo, że część empiryczna rozprawy bazuje przede wszystkim na szeroko zakrojonych badaniach ilościowych nie postawiono w niej hipotez badawczych, które mogłyby zostać zweryfikowane. Pojawiły się za to pytania badawcze w liczbie 7, które zostały jasno sprecyzowane i nie nastroczają trudności z zrozumieniem co ma być przedmiotem badań. W odniesieniu do głównych celów teoriopoznawczego i użytecznego sformułowano aż dziewięć celów szczegółowych. Jest to bardzo dużo jak na jedną rozprawę doktorską. Wydaje się, że Autorka podeszła do swojego zadania nazbyt ambitnie przez co musiała wykonać ogromną pracę, aby sprostać narzuconym sobie wyzwaniom. Udało jej się to, choć niektóre z celów szczegółowych (np. cel 4, 7, 8 lub 9) raczej powinny być osiągnięte za pomocą innych metod badawczych, niż te zastosowane przez Autorkę tej dysertacji.

3. Metody badawcze

Na potrzeby realizacji przyjętych celów i udzielenia odpowiedzi na postawione pytania Autorka przeprowadziła pogłębione studia literatury przedmiotu, zarówno te odnoszące się do zachowań nabywców jak i zmian technologicznych w otoczeniu społeczno-gospodarczym. Uzupelnieniem studiów literaturowych był przegląd dostępnych informacji pochodzących ze źródeł wtórnych na temat rynku imprez biegowych w kraju i na świecie. Na tej podstawie Autorka opracowała i samodzielnie zrealizowała badania sondażowe wykorzystując metodę CAWI, na próbie 1079 respondentów. Badaniem uzupełniającym, choć także o dużym wkładzie, jeśli chodzi o wartość poznawczą była obserwacja niekontrolowana i badania netnograficzne.

Kwestionariusz ankiety składał się z dwudziestu wystandaryzowanych, choć dość mocno rozbudowanych pytań merytorycznych oraz jedenastu pytań w metryczce. Zgromadzone w ten sposób wyniki pozwoliły na realizację znaczącej liczby celów szczegółowych, wskazanych we Wstępie rozprawy. Obserwacja niekontrolowana i badania netnograficzne dotyczy przede wszystkim analizy treści i aktywności uczestników imprez biegowych na portalach biegowych, w serwisie Facebook oraz na Instagramie.

Zaplanowane i zrealizowane badania są bardzo obszerne i wymagały z pewnością dużego nakładu sił i czasu. Należy docenić ten wkład, gdyż stał się on bazą do rzetelnych, dalszych, pogłębionych analiz podjętego w pracy problemu. Można jedynie dodać, że szkoda, iż praca doktorska została złożona dopiero w 2022 roku, gdyż badania właściwe – czyli ankietowe, przeprowadzone zostały w 2018 roku, czyli 4 lata wcześniej. W międzyczasie mieliśmy do czynienia z pandemią, która jeszcze bardziej przyspieszyła i tak dynamicznie zachodzące zmiany w zachowaniach nabywców wywoływane ciągłymi innowacjami technologicznymi. Istnieje duże prawdopodobieństwo, że obecnie rola i wpływ nowych technologii na zachowania konsumentów wygląda już inaczej.

4. Układ i zawartość merytoryczna pracy

Rozprawa składa się z pięciu rozdziałów, poprzedzonych Wstępem i podsumowanych Zakończeniem. Oprócz tego znajdują się w niej bibliografia, wykaz elementów graficznych oraz dwa załączniki. Całość zawiera się na 406 stronach, przy czym część zasadnicza obejmuje 339 stron. Jest to zatem praca bardzo obszerna, Autorka starała się w niej zawrzeć możliwie jak najwięcej rozważań, czy to bazując na literaturze przedmiotu, czy na własnym materiale empirycznym. Tak duża objętość nie jest wadą tej rozprawy, gdyż nie można stwierdzić, że jest „przegadana”, wszystkie poruszane wątki są ważne, logicznie ułożone i poprawnie zaprezentowane. Choć rzeczywiście można było z niektórych z nich zrezygnować, nie umniejszając wartości całego opracowania. Nigdy bowiem nie uda się napisać wszystkiego, a badacz-naukowiec powinien umieć skoncentrować się na sprawach istotnych dla podjętego problemu pomijając wątki poboczne, tam gdzie jest to możliwe i zasadne.

Rozdział pierwszy ma charakter wprowadzający, dotyczy konsumenta i jego postępowania na rynku. Powstał on na bazie przeglądu literatury, ma zatem charakter teoretyczny. Jest bardzo obszerny, gdyż liczy sobie 60 stron. Autorka dokonała rzetelnego przeglądu piśmiennictwa naukowego odnoszącego się do tej, często poruszanej w nauce, problematyki wyjaśniając istotę zachowań konsumentów, przeglądu definicji tego terminu, usytuowania tego problemu w odniesieniu do marketingu, czy badań rynku. Określa też ramy tej obszernej problematyki, w ramach których będzie prowadziła swoje dalsze rozważania na rynku imprez biegowych (rys. 1.3. Delimitacja obszaru badawczego rozprawy doktorskiej, s. 21). To bardzo ważne i cenne, że Doktorantka potrafi nakreślić i zaznaczyć fragment tych zachowań nabywców, który będzie przedmiotem jej zainteresowania. Wśród uwarunkowań zachowań konsumentów opisuje różne typy nabywców, przykładowo: prosument, e-konsument, konsument digitalny, konsument 3.0, sprytny konsument, czy cyfrowy tubylec. Opisuując czynniki determinujące postawy i zachowania nabywców Autorka konstatuje, iż w dotychczasowym dorobku naukowym czynników technologicznych nie traktowano jako kształtujących zachowania nabywców na rynku, dlatego upatruje w tym luki badawczej, którą stara się wypełnić. Konstatacja ta jest częściowo słuszna, gdyż rzeczywiście czynniki technologiczne traktowane w sposób ogólny, w literaturze przedmiotu zaliczane są zwykle do grupy czynników makrootoczenia organizacji, a rzadko łączone są bezpośrednio z nabywcami. Jeśli spojrzeć na konkretne rozwiązania technologiczne to tutaj już można znaleźć bardzo dużo opracowań naukowych, które nawiązują do ich wpływu na zachowania konsumentów. Rozdział pierwszy kończy szczegółowo opisany proces podejmowania decyzji zakupowych.

Rozdział drugi poświęcony jest zmianom technologicznym, które determinują zachowania konsumentów na rynku. Spoglądając na tytuł rozprawy to zarówno pierwszy jak i drugi rozdział można potraktować jako obowiązkowe. Tytuł tego rozdziału: „Zmiany technologiczne determinujące zachowania konsumentów na rynku” może być nieco mylący. Współcześnie nowe technologie coraz rzadziej kojarzone są z takimi dobrodziejstwami cywilizacji jak Internet czy media społecznościowe, które są dostępne od tak dawna, że w domyśle nie traktuje się ich jako nowe. Za nowe technologie uważa się obecnie takie rozwiązania jak sztuczna inteligencja, uczenie maszynowe, rozszerzona rzeczywistość, wirtualna rzeczywistość, boty, chatboty itp. W tym dość

obszernym, bo liczącym sobie 52 strony rozdziale znajdujemy rozważania zarówno na temat Internetu, mediów społecznościowych jak i tych najnowszych osiągnięć technologicznych, które Autorka kategoryzuje na dwie grupy: technologie powszechne, będące w fazie dojrzałości (np. Internet) i technologie rozwijające się, będące w fazie wprowadzenia lub wzrostu. Byłoby korzystniej, gdyby to rozróżnienie pojawiło się na samym początku rozdziału. Autorka umiejętnie nawiązuje do wpływu i zastosowania tych technologicznych rozwiązań w zachowaniach konsumenckich. Co ważne, już na tym etapie wplata wątki związane z rynkiem imprez biegowych, bieganiem czy nieco szerzej aktywnością człowieka w czasie wolnym. W ostatniej części tego rozdziału nawiązano do koncepcji marketingu doświadczeń wskazując na jego powiązania z dostępnością nowych technologii. Wątek ten znalazł swoje usadowienie już na gruncie rynku imprez biegowych, gdyż odnajdujemy tu próbę łączenia doświadczeń konsumenckich z przeżyciami, jakie towarzyszą biegaczom podczas imprez biegowych.

Rozdział trzeci to bardzo obszerny materiał opisujący specyfikę i rozwój imprez biegowych. Rozdział ten liczy aż 77 stron, jednak w żadnym wypadku nie można uznać go za „przegadany”, wręcz przeciwnie jest bardzo udaną próbą prezentacji tego fragmentu rynku, jakim jest rynek imprez biegowych. Autorka dokonała bardzo rzetelnej, obszernej i pogłębionej analizy tego rynku, ukazując jego meandry zarówno w skali globalnej, europejskiej jak i krajowej. Rozdział rozpoczyna ilościowy i jakościowy przegląd piśmiennictwa światowego i polskiego, czego wynikiem jest usystematyzowany wykaz publikacji odnoszących się do rynku biegowego, w podziale na takie wątki tematyczne jak: psychologia, socjologia i filozofia sportu, motywacja i segmentacja biegaczy, imprezy biegowe, społeczny wpływ imprez biegowych, gospodarczy wpływ imprez biegowych, lojalność biegaczy, turystyka biegowa, interesariusze imprez biegowych, środowiskowe czy technologiczne aspekty organizacji imprez biegowych. W kolejnych punktach tego rozdziału Autorka odnosi się do biegania jako formy spędzania czasu wolnego, traktuje je jako rodzaj turystyki sportowej, opisuje różne typy biegów, a samą imprezę biegową opisuje jako produkt. Nie zabrakło też wielu wartościowych zestawień statystycznych na temat liczby organizowanych imprez biegowych, czy liczby uczestników biegów. Kolejny raz Autorka przedstawia własne opracowanie, tym razem jest to model biegania na podstawie piramidy sportu (s. 154) oraz podział rynku biegowego w ujęciu przedmiotowym (s. 160). Własne,

autorskie propozycje są zawsze cennym uzupełnieniem rozważań, dlatego warto podkreślić ich obecność w tej dysertacji. Można zgodzić się wysnutym przypuszczeniem, że „...trzecia fala biegania w pewnym stopniu związana jest z rozwojem technologicznym, szczególnie w zakresie technologii informacyjno-komunikacyjnych” (s. 157). To stwierdzenie mogłoby stanowić główną hipotezę tej rozprawy, szkoda że tak się nie stało, gdyż na jej weryfikację z pewnością wystarczyłby zgromadzony materiał empiryczny. Rozdział trzeci w jednoznaczny i niebudzący wątpliwości sposób ukazuje zakres, złożoność i potencjał rynku imprez biegowych, który w pełni kwalifikuje się do tego, by być przedmiotem poważnych rozważań naukowych.

Czwarty rozdział ma charakter empiryczny, zaprezentowano w nim wyniki badań własnych. Rozdział ten jest jeszcze bardziej obszerny niż poprzednie, gdyż liczy sobie aż 104 strony, co niekoniecznie znajduje swoje uzasadnienie. Z jednej strony to wartościowy materiał poglądowy, ale z drugiej mam do niego najwięcej uwag krytycznych. Rozdział prezentuje wyniki dwóch przeprowadzonych przez Autorkę badań własnych, tj. badań ankietowych oraz obserwacji. Dominuje w nim ilościowe ujęcie zebranych danych, znajdujemy tu dużo tabel, wykresów lub wartości liczonych wymienianych w teście. Niestety analiza statystyczna zebranego materiału jest bardzo powierzchowna, Autorka nie pokusiła się o jego głębsze przetworzenie choćby wybranymi miarami statystycznymi. Co więcej, wiele danych w tabelach jest zaprezentowane tylko w ujęciu „ogółem” nawet bez przekroju według wieku, płci, wykształcenia, miejsca zamieszkania, czy stażu biegowego. Jeśli nie w tabelach to należało odwoływać się do wyników w przekrojach w komentarzach zapisywanych pod każdą z tabel czy wykresów. Tymczasem komentarz, czy też opis elementów graficznych (tabele, wykresy) to jedynie proste odczytanie tego co zaprezentowano w tabeli, czy na wykresie. Jaki ma sens pisanie tego co jest widoczne w tabeli? Myślę, że to głównie zaważyło na tym, że rozdział ten liczy sobie prawie sto stron. Mógł mieć z powodzeniem dużo mniej, bez szkody dla wartości poznawczej tego materiału. Brak szczegółowych analiz statystycznych, czy dyskusji z uzyskanymi wynikami uważam za spory mankament i słabość tej pracy. Szkoda, bo potencjał poznawczy, jaki drzemie w tych danych nie został w pełni wykorzystany.

Na początku tego rozdziału spotykamy się ponownie z dość zawiłą i mało udaną prezentacją celu badań, problemu badawczego, czy przedmiotu badań. Na stronie 202 jako cel badań

sondażowych określono „...wypełnienie istniejącej luki poprzez określenie ścieżki zakupowej uczestników imprez biegowych”. Na tej samej stronie niżej znajdujemy: „Celem głównym badania sondażowego jest analiza zachowań uczestników imprez biegowych, w tym zbadanie ich oczekiwań, motywów i preferencji”. Jak widać do badań sondażowych sformułowano dwa różne cele, pomijam fakt, że „analiza” czegokolwiek nie może być celem, jest jedynie środkiem do realizacji celu. Na stronie 203 Autorka jako przedmiot badań określa aż dziewięć zagadnień badawczych. Są to: charakterystyka respondentów, uczestnictwo w imprezach biegowych, oczekiwania uczestników biegów, motywacje uczestników, rozpoznanie potrzeby startu, źródła informacji, decyzja o udziale w biegu, zachowania po udziale w biegu, wykorzystanie i akceptacja produktów technologicznych. Czy tak szeroki zakres przedmiotowy może być dogłębnie przebadany w dwóch badaniach?

Zgromadzone wyniki stanowią bardzo bogaty materiał do analiz. Niektóre z nich są zastanawiające i warto by je skonfrontować z wynikami innych badaczy. Podczas wnioskowania należy pamiętać, że deklaracyjny charakter odpowiedzi respondentów sprawia, że badania te nie są wolne od wad i należy do nich podchodzić z dość dużym dystansem. Czasami może to być rezultat odmiennego rozumienia używanych określeń. Mam wątpliwości czy badani biegacze tak samo rozumieli pojęcie „pakiet startowy” jak Autorka pracy. Sądząc po strukturze pytania piątego (kwestionariusz ankiety) i po tym jak powszechnie w środowisku biegaczy rozumiany jest pakiet startowy, śmiem twierdzić, że Autorce bardziej chodziło o to co mieści się w ofercie, z której może skorzystać biegacz po uiszczeniu opłaty startowej, a nie o pakiet jaki odbiera się w biurze zawodów przed startem. Motywy udziału w imprezie biegowej zostały zbadane w oparciu o zmodyfikowaną skalę MPAM-R, ta część badania wypadła dobrze i prowadzi do konstruktywnych wniosków. Tu też zalecałbym ostrożność w interpretacji, gdyż określenie „ekscytuje mnie uczestnictwo” w polskiej mowie jest relatywnie rzadziej używane niż w języku angielskim, dlatego też pewnie czynnik ten został oceniony tak nisko. Podobnie rzecz ma się przy interpretacji wyników pokazujących niskie znaczenie źródeł informacji o imprezach biegowych, dostępnych offline (wykres 4.10, s. 246). Należy zauważyć, że w świecie online uczestnik jest aktywnym poszukiwaczem informacji dlatego te źródła bardziej zauważa, docenia i pamięta. Natomiast w świecie offline informacje są mu podsuwane mimo jego woli (sklepy biegacza, prasa, radio, ulotki,

spotkania grup biegowych itp.) dlatego może nie być świadomym ich roli w jego procesie decyzyjnym. Badani zostali poproszeni o ocenę wykorzystywanych przez nich technologii związanych z ich aktywnością sportową, a także o wskazanie prawdopodobnych trendów na przyszłość. Ten wątek warto badać regularnie, gdyż można domniemywać, że wyniki w tym przypadku mogą mocno ewoluować, a ich aktualność jest relatywnie krótka. Recenzja rozprawy przygotowywana jest cztery lata po przeprowadzeniu badań, zatem na wartość poznawczą trzeba spojrzeć już z dystansem.

Pokaźny bagaż wyników udało się Autorce uzyskać dokonując obserwacji mediów społecznościowych. Zebrała bardzo dużo cennych informacji, zarówno ze świata jak i z Polski. W umiejętny i czytelny sposób potrafiła je zaprezentować, w niektórych przypadkach stosując autorskie miary. Na uwagę zasługuje umiejętność agregacji analizowanych danych i formułowanie wniosków podsumowujących, co przy analizie setek postów na Facebooku, czy zdjęć na Instagramie z pewnością nie było zadaniem łatwym.

Rozdział piąty to prezentacja ścieżki postępowania uczestników imprezy biegowej oraz próba zbudowania modelu zachowań nabywców na rynku imprez biegowych. Cenną konstatacją, popartą czytelną grafiką jest wskazanie i umiejscowienie w czasie faz postępowania uczestników imprez biegowych (s. 308). Nie jest to bowiem zachowanie tożsame z tym, jakie spotyka się na innych rynkach, np. odzieżowym, czy spożywczym. Występuje tu faza pomiędzy zakupem (wniesienie opłaty startowej), a fazą konsumpcji (udział w biegu), którą to przestrzeń czasową powinni umieć zagospodarować organizatorzy imprez biegowych. Równie wysoko oceniam prezentację ścieżki podróży uczestnika imprezy biegowej zaprezentowanej na rys. 5.2. (s. 309), która została syntetycznie opisana na kolejnych stronach. Autorka pokusiła się też o prezentację własnych potencjalnych rozwiązań technologicznych, które mogą znaleźć uznanie wśród organizatorów i uczestników w przyszłości (s. 316-317). Zwieńczeniem jej wysiłków badawczych jest autorski model postępowania uczestnika imprezy biegowej, opisany w pkt. 5.1.3. W mojej ocenie jest to bardzo udana propozycja, w której odnajdujemy wszystkie, ważne etapy procesu decyzyjnego, uczestnictwa oraz zachowań pozakupowych uczestników imprez biegowych. W zasadzie, choć Autorka tego nie wskazuje, na każdym z tych etapów znaczącą rolę mogą odgrywać nowe technologie, co potwierdza zasygnalizowany w tytule rozprawy problem wpływu zmian

technologicznych na zachowania nabywców na rynku imprez sportowych. Uzupełnieniem rozważań w tym rozdziale są m.in. autorska propozycja typologii biegów, czy trendy w zachowaniach biegaczy.

Całość rozważań wieńczy obszerne Zakończenie, w którym znajdują się wnioski płynące z całej dysertacji oraz implikacje praktyczne, kierowane do organizatorów imprez biegowych.

5. Rezultaty badawcze

Autorka dysertacji podjęła się ogromnego wysiłku, który zaowocował bardzo wartościowym opracowaniem naukowym. Zgromadzony w jednym dziele materiał dotyczący specyficznego i rzadko dostrzeganego na niwie naukowej, rynku imprez biegowych jest imponujący. Mimo wielu równoległe prowadzonych wątków badawczych udało jej się z sukcesem zrealizować założenia jakie przyjęła.

Za szczególnie wartościowe i cenne poznawczo uznaję:

- a. przegląd światowego i krajowego dorobku literatury naukowej poświęconej problematyce biegania i organizacji imprez biegowych,
- b. szczegółową i poprawną charakterystykę rynku imprez biegowych w Polsce i na rynku światowym,
- c. identyfikację determinant i sposobów postępowania polskich biegaczy w procesie podejmowania decyzji związanych z uczestnictwem w imprezach biegowych,
- d. pogłębiony i szeroki przegląd aktywności biegaczy w mediach społecznościowych,
- e. trafną identyfikację ścieżki doświadczeń biegaczy w procesie zakupowym,
- f. opracowanie autorskiego modelu zachowań uczestników imprez biegowych z podziałem na okres przedzakupowy, konsumpcyjny i pokonsumpcyjny.

Tym samym z całą stanowczością stwierdzam, że Autorka wniosła znaczący wkład do dotychczasowego stanu wiedzy na temat rozwoju rynku imprez biegowych oraz związanych z tym zachowań zakupowych nabywców.

6. Strona formalna

Rozprawa doktorska od strony formalnej została przygotowana bardzo profesjonalnie. Autorka posługuje się językiem naukowym z dużą swobodą, jednocześnie utrzymując wysoką klarowność wywodu. Pracę czyta się bardzo dobrze. Strona graficzna jest także bez zarzutów, elementy graficzne są czytelne, estetyczne, dobrze opisane i opatrzone stosownymi komentarzami, co do których wyraziłem swoją opinię wcześniej. Warto w tym miejscu podkreślić bardzo bogatą podstawę bibliograficzną, w takim zakresie spotykaną częściej na poziomie prac habilitacyjnych lub publikowanych monografii naukowych, niż prac doktorskich. Bardzo dużą część tych pozycji stanowią opracowania zagraniczne. W ostatniej części rozprawy znajduje się wzór kwestionariusza ankietowego, który ułatwił mi analizę zaprezentowanych w rozdziale czwartym wyników badań własnych. Zabrakło natomiast narzędzia (schematu postępowania), za pomocą którego prowadzono obserwację w Internecie i świecie mediów społecznościowych.

7. Konkluzja

Ogólna ocena rozprawy doktorskiej mgr Liwii Delińskiej prezentuje się w bardzo pozytywnym świetle. Przedłożona mi do recenzji dysertacja jest opracowaniem o charakterze naukowym i świadczy o dużej dojrzałości Doktorantki, jej wnikliwości oraz bardzo dobrej znajomości podjętego problemu. W pracy wykazała się ona ugruntowaną wiedzą teoretyczną na temat zachowań nabywców oraz roli nowych technologii we współczesnym świecie. W swoim, naukowym wywodzie potrafiła zachować wysoki poziom obiektywizmu w formułowaniu własnych poglądów i wniosków. Są to niezwykle cenne cechy zwłaszcza młodego naukowca.

Stwierdzam zatem, że przekazana mi do recenzji praca doktorska zatytułowana „Model zachowań konsumentów w warunkach zmian technologicznych na rynku imprez biegowych”, mimo drobnych mankamentów, spełnia wymogi merytoryczne i formalne, stawiane rozprawom doktorskim, określone w ustawie o stopniach i tytule naukowym, zatem wnoszę o dopuszczenie jej do publicznej obrony.

Jednocześnie mając na uwadze bardzo wysoki walor poznawczy, odnoszący się do tak specyficznego rynku, jakim jest rynek imprez biegowych, a także niekwestionowaną wiedzę Autorki w tym zakresie, którą potrafiła w przekonujący sposób przekazać na kartach tej dysertacji, składam wniosek o wyróżnienie rozprawy stosowną nagrodą Rektora Uniwersytetu Gdańskiego.

Zygmunt Kraskowski

Poznań, 28.05.2022 r.