

Łódź, 04.09.2018

Dr hab. Małgorzata Koszewska
Politechnika Łódzka
Wydział Zarządzania i Inżynierii Produkcji
Katedra Zarządzania Produkcją i Logistyki

RECENZJA ROZPRAWY DOKTORSKIEJ

mgr Anny Xymeny Majkrzak pt. „Postrzeganie i ocena, jakości wyrobów odzieżowych przez młodych konsumentów” przygotowanej pod kierunkiem naukowym promotora prof. UEK dr hab. inż. Renaty Salerno-Kochan oraz promotora pomocniczego dr inż. Pawła Turek

1. Uwagi wstępne

Podstawą formalną wydania opinii jest pismo z dnia 12 lipca 2018 r. Dziekana Wydziału Towaroznawstwa i Zarządzania Produktem Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Pani prof. UEK dr hab. inż. Wandy Kudelki w sprawie powierzenia mi, w oparciu o uchwałę Rady Wydziału z dnia 5 lipca 2018 r. wykonania recenzji rozprawy doktorskiej mgr Anny Xymeny Majkrzak.

Uwzględniając ustawowe kryteria i wymogi stawiane rozprawom doktorskim w kolejnych punktach recenzji zwrócę uwagę przede wszystkim na: ogólną charakterystykę rozprawy, trafność wyboru problematyki badawczej oraz tematu rozprawy, sposób sformułowania celów i hipotez badawczych, zastosowane metody badawcze, strukturę rozprawy, zawartość merytoryczną poszczególnych jej części, trafność wnioskowania oraz formalną i redakcyjną stronę rozprawy.

1. Ogólna charakterystyka rozprawy

Przedstawiona do recenzji rozprawa doktorska obejmuje w swej części merytorycznej wstęp, siedem rozdziałów podsumowanie oraz wnioski końcowe. Część uzupełniająca stanowi bibliografia, spis tabel i rysunków oraz aneks zawierający kwestionariusz ankiety, formularze badania sensorycznego, zestawienia poddanego badaniu sensorycznemu asortymentu wyrobów jak również zestawienia tabelaryczne prezentujące szczegółowo zebrane podczas badań empirycznych dane oraz wyniki przeprowadzonych analiz statystycznych. Całość rozprawy doktorskiej obejmująca właściwą część merytoryczną oraz część uzupełniającą mieści się na 269 stronach.

2. Ocena problematyki badawczej i tematu rozprawy

Tematyka ocenianej rozprawy doktorskiej mieści się w naukach ekonomicznych, dyscyplinie towaroznawstwo a dotyczy postrzegania i oceny, jakości wyrobów odzieżowych przez młodych konsumentów. Zagadnienia związane z analizą, jakości wyrobów w oparciu o badanie oczekiwań konsumentów to jeden z niezwykle ważnych i dynamicznie rozwijających się obszarów współczesnego towaroznawstwa. Można więc

uznać, że tematyka rozprawy wpisuje się w aktualne nurty badawcze dyscypliny towaroznawstwo.

Warto podkreślić, że ze względu na interdyscyplinarność oraz wielowymiarowy charakter jakości analiza sposobu jej postrzegania i oceny jest niezwykle trudna. Jednocześnie umiejętność oceny postrzegania, jakości produktów z punktu widzenia ich odbiorców – konsumentów staje się kluczowa z punktu widzenia przedsiębiorstw warunkuje bowiem stopień ich konkurencyjności na rynku. Współcześnie poziom jakości wyrobów w znacznym stopniu determinowany jest właśnie przez wymagania konsumentów. Nawet najbardziej zaawansowane technologie oraz wysokie oceny parametrów jakościowych uzyskanych w laboratoriach stają się mało satysfakcjonujące, jeśli produkt i jego jakość nie są akceptowane i kupowane przez konsumentów. Jednocześnie konsumencka ocena jakości charakteryzuje się dużym stopniem subiektywizmu. Jej rzetelna analiza wymaga od badacza wiedzy, doświadczenia oraz precyzyjnie dobranych metod badawczych.

Autorka opiniowanej rozprawy postawiła sobie niezwykle ambitny cel dokonania takiej analizy w odniesieniu do produktów odzieżowych.

Wyroby odzieżowe stanowią bardzo specyficzną grupę produktów, w których oprócz aspektów użytkowych wynikających z inherentnych cech produktu, kluczową rolę odgrywają wartości emocjonalne związane z marką, miejscem zakupu, trendami w modzie. Rynek odzieży w tym obszarze odbiega od innych rynków dóbr konsumpcyjnych. W tym przypadku bardzo często to filozofia marki decyduje o estetyce produktu, jego postrzeganej użyteczności, jest ona także wyznacznikiem jakości i prestiżu produktu odzieżowego. Marka często sugeruje również konsumentom poziom cenowy, do którego należy dany produkt odzieżowy. W tym kontekście niezwykle istotne jest poszukiwanie odpowiedzi na pytanie na ile marka i sposób jej postrzegania przez konsumentów będą determinowały subiektywną ocenę jakości odzieży dokonywaną przez konsumentów. Autorka rozprawy podejmuje także próbę odpowiedzi na to pytanie.

Należy także podkreślić, że w literaturze krajowej odnajdujemy stosunkowo niewiele analiz dotyczących zagadnienia postrzegania i oceny jakości odzieży przez konsumentów w ujęciu wielowymiarowym. Poszerzenie istniejących analiz o nowe aspekty uznać należy za ważne zarówno z punktu widzenia teorii jak i empirii. Autorka dostrzegła istniejącą niszę w tym obszarze, formułując problem badawczy, który został trafnie ujęty w tytule rozprawy brzmiącym: "Postrzeganie i ocena jakości wyrobów odzieżowych przez młodych konsumentów". Tytuł sformułowany został w sposób trafny, jest odpowiednio zwarty i komunikatywny. Można też uznać, że należycie oddaje najistotniejsze elementy treści rozprawy. Chociaż, ze względu na fakt, iż w pracy duży nacisk położony na markę i jej rolę w postrzeganiu jakości być może zasygnalizowanie roli marki w tytule jeszcze pełniej korespondowałoby z postawionymi celami, hipotezami oraz treścią rozprawy. Wówczas tytuł mógłby brzmieć na przykład: "Rola marki w postrzeganiu i ocenie jakości wyrobów odzieżowych przez młodych konsumentów".

Biorąc pod uwagę dyskusyjny charakter powyższej uwagi, można stwierdzić, że dokonany przez Doktorantkę wybór tematu rozprawy jest właściwy i należy jednoznacznie podkreślić jego aktualność i wagę.

3. Trafność celów rozprawy i hipotez badawczych

Doktorantka, jako główny cel rozprawy przyjęła:

“...poznanie preferencji zakupowych młodych konsumentów w celu zdiagnozowania czynników determinujących postrzeganie oraz ocenę jakości wyrobów odzieżowych różnych marek”.

Cel ten sformułowany został we wstępie oraz powtórzony w rozdziale piątym stanowiącym wprowadzenie do badań na temat preferencji i oceny jakości wyrobów odzieżowych przez młodych konsumentów. W rozdziale tym sformułowane zostały także cele szczegółowe oraz hipotezy badawcze. Autorka sformułowała 5 celów cząstkowych służących realizacji głównego celu pracy w następującym brzmieniu:

1. *Określenie znaczenia jakości wyrobów i usług w podejmowaniu decyzji nabywczych wyrobów odzieżowych przez młodych konsumentów.*
2. *Zdefiniowanie czynników determinujących jakość wyrobów i usług, a także określenie ich wpływu na decyzje nabywcze młodych konsumentów.*
3. *Poznanie roli marki jako czynnika determinującego postrzeganie i ocenę jakości wyrobów odzieżowych przez młodych konsumentów.*
4. *Określenie zależności pomiędzy czynnikami determinującymi jakość wyrobu i usług w postrzeganiu marki przez młodych konsumentów a jakością oferowanych wyrobów odzieżowych.*
5. *Ocenę jakości wyrobów odzieżowych dostępnych na rynku polskim oraz zbadanie w jaki sposób znajomość marki wpływa na tą ocenę.*

Cele cząstkowe, co do zasady sformułowane zostały prawidłowo, jednak szczegółowa lektura rozprawy, a zwłaszcza sposób zaplanowania i realizacji ilościowych badań konsumenckich rodzi pewne wątpliwości, co do realnych możliwości zrealizowania niektórych z nich. Dotyczy to zwłaszcza celu 2 oraz 4. Zasadniczy problem, jaki dotyczy znacznej części analiz prowadzonych w rozdziale szóstym wynika z faktu utożsamiania przez Doktorantkę dwóch zasadniczo różnych aspektów badań tzn.:

- czynników determinujących jakość odzieży w odczuciach młodych konsumentów (wpływających na sposób postrzegania jakości odzieży) oraz
- czynników determinujących zachowania nabywcze młodych konsumentów

W badaniu konsumenckim ilościowym pytanie, które bezpośrednio dotyczy czynników determinujących jakość odzieży w odczuciach młodych konsumentów jest jedno (pytanie 2.2. w kwestionariuszu ankiety) i odnosi się jedynie do aspektów związanych z samym wyrobem (takich jak: jakość materiału, trwałość barwy, nadruku, skład surowcowy, jakość wykonania, fason, komfort użytkowania, oryginalność, marka, estetyczność). Pozostałe pytania odnoszące się do aspektów związanych z sposobem realizacji usługi odnoszą się do roli analizowanych czynników w procesie zakupu lub wyboru sklepu nie mówią natomiast nic o ich wpływie na jakość wyrobu (sposób jej postrzegania). Przy tak zaplanowanych badaniach empirycznych cel 2 może być więc zrealizowany jedynie w odniesieniu do wyrobów nie usług. Podobny problem dotyczy celu 4, który brzmi:

„Określenie zależności pomiędzy czynnikami determinującymi jakość wyrobu i usług w postrzeganiu marki przez młodych konsumentów a jakością oferowanych wyrobów odzieżowych”.

Dodatkowo sposób sformułowania tego celu jest dla mnie niezrozumiały. Dlatego prosiłabym Doktorantkę o jego wyjaśnienie podczas obrony oraz wskazanie, które metody i narzędzia badawcze posłużyły jego realizacji.

W moim odczuciu istotnym celem pracy, który zresztą został przez doktorantkę osiągnięty i którego realizację oceniam jako jeden z najbardziej wartościowych elementów rozprawy jest porównanie sposobu postrzegania i oceny jakości wyrobów odzieżowych uzyskane przy wykorzystaniu różnych metod badawczych: metody ankietowej opartej na deklaracjach konsumentów oraz metody sensorycznej opierającej się na ocenie organoleptycznej odzieży, dodatkowo przy zmieniającym się zakresie informacji dostarczanej oceniającym (informacja o marce wyrobu lub jej brak). Porównanie to było możliwe dzięki opracowanym przez Doktorantkę rankingom marek przy zastosowaniu różnych metod i warunków, w jakich konsumenci dokonywali swoich ocen. Być może cel 4, w zamyśle Autorki w jakimś stopniu odnosi się do wniosków możliwych do wyciągnięcia na podstawie porównania wspomnianych wyżej rankingów, a tym samym różnych metod konsumenckiej oceny jakości? Jednak w aktualnym brzmieniu cel ten jest dla mnie niezrozumiały.

Dla zrealizowania celu pracy autorka sformułowała następującą hipotezę główną:

„Jakość odzieży jest postrzegana przez młodych konsumentów, jako zbiór właściwości związanych bezpośrednio i pośrednio z produktem i jest utożsamiana z jego marką”,
oraz cztery hipotezy szczegółowe w następującym brzmieniu:

1. *jakość usług sprzedaży wyrobów odzieżowych istotnie wpływa na postrzeganie jakości odzieży,*
2. *marka ma znaczący wpływ na postrzeganie i ocenę jakości wyrobów odzieżowych przez młodych konsumentów,*
3. *marka ma podstawowe znaczenie w procesie podejmowania przez młodych konsumentów decyzji o zakupie odzieży,*
4. *młodzi konsumenci preferują marki odzieżowe charakteryzujące się wysoką jakością wyrobów i usług.*

Moje zastrzeżenie budzi hipoteza szczegółowa 1, która z powodów opisanych powyżej nie jest możliwa do weryfikacji przy tak zaplanowanych badaniach empirycznych (kwestionariusz ankietowy nie zawiera bowiem żadnego pytania, które pozwoliłoby na ocenę wpływu jakości usług sprzedaży wyrobów odzieżowych na postrzeganie jakości odzieży). Pytanie 2.9 dotyczące wybranych aspektów jakości usług sprzedaży (tj. projektu witryny sklepowej, sposobu prezentacji odzieży, czystości wewnątrz sklepu, łatwości poruszania się po nim, znajdowaniu ubrań w poszukiwanym stylu oraz wyglądu strefy wejścia do sklepu) odnosi się jedynie do **znaczenia tych czynników w kontekście wyboru sklepu odzieżowego** trudno na tej podstawie wnioskować o ich **wpływie na postrzeganie jakości odzieży** przez konsumentów.

Sposób sformułowania pozostałych hipotez badawczych w kontekście ich weryfikowalności oraz powiązania z celami pracy oceniam pozytywnie. Sugerują one jednak bardzo mocną koncentrację rozważań na marce oraz ocenie jej roli w postrzeganiu i ocenie jakości. Fakt ten ponownie potwierdza, zasadność modyfikacji tematu pracy tak, aby wyraźniej zasygnalizować w nim rolę marki.

Reasumując pomimo zasygnalizowanych wyżej uwag uznać można, że **cele oraz hipotezy badawcze mieszczą się w nurcie konsumenckiej oceny jakości produktu w ramach**

dyscypliny towaroznawstwo. Zweryfikowanie hipotez oraz osiągnięcie postawionych celów pozwala na **wypełnienie istotnej niszy** w rozważanym obszarze badawczym.

4. Struktura rozprawy i ocena merytoryczna treści

Rozprawa ma charakter teoretyczno-empiryczny i tej konwencji podporządkowano jej układ. W procesie kształtowania struktury rozprawy autorka przyjęła typowy dla nauk ekonomicznych model postępowania badawczego zakładający: szczegółowy przegląd literatury i przeprowadzonych dotychczas badań, na tej podstawie sformułowanie założeń i przeprowadzenie badań własnych, dokonanie analizy wyników i ich interpretacji, sformułowanie wniosków końcowych i rekomendacji. Z tego punktu widzenia układ rozprawy można uznać za poprawny i uzasadniony.

Jednocześnie jednak należy zwrócić uwagę na zbytne rozdrobnienie części teoretycznej skutkujące nieproporcjonalnym rozkładem struktury treści. Część teoretyczna obejmuje 4 rozdziały liczące od 10 do 14 stron zaś część empiryczna 3 w tym: 7 stronicowy rozdział stanowiący wprowadzenie do badań oraz dwa rozdziały opisujące wyniki badań własnych liczące odpowiednio 40 oraz 45 stron.

Wydaje się, że wskazane byłoby ograniczenie liczby rozdziałów w części teoretycznej skupiając się na zagadnieniach kluczowych z punktu widzenia tematu pracy i założonych celach tzn. zagadnieniach dotyczących jakości wyrobów odzieżowych, postrzegania i oceny jakości przez konsumentów, jak również roli marki w tych procesach. Należałoby zaś rozważyć rezygnację z zagadnień dotyczących zachowań nabywczych oraz wątków pobocznych dotyczących: procesu decyzyjnego, lojalności, marketingowych determinant oddziaływania na konsumentów, segmentacji rynku. Znacznie uprościłoby to układ całości opracowania i pozwoliło skupić się na najważniejszych wątkach, a tym samym ułatwiłoby wychwycenie i docenienie kluczowych walorów rozprawy.

Zanim przejdę do dyskusji nad treścią zawartą w rozdziałach chciałabym zatrzymać się nad układem wstępu. Przyjmując, iż wstęp stanowi część o kluczowym znaczeniu dla pracy, pozwalającą na zrozumienie jej całości oraz zastosowanego podejścia badawczego, wskazane jest, aby zawierał on syntetyczną informację na temat celów, hipotez, stosowanych metod, zakresów, źródeł informacji. Autorka we wstępie ogranicza się jedynie do uzasadnienia wyboru tematu, zasygnalizowania głównego celu pracy, bardzo lakonicznego opisu metod badawczych oraz przedstawienia struktury rozprawy. Dokładny opis metod badawczych, celów szczegółowych oraz hipotez badawczych pojawia się zaś dopiero w rozdziale piątym. Takie podejście jest także dopuszczalne, jednak wydaje się, że zapoznanie się z całym "pakietem" wspomnianych wyżej informacji już na początku pracy umożliwiłoby lepsze zrozumienie założeń rozprawy, procesu badawczego i znacznie ułatwiło czytelnikowi śledzenie ich realizacji w dalszych rozdziałach. Powyższą uwagę traktuję jednak jako swego rodzaju sugestię o charakterze polemicznym.

Jak już wspomniano pierwsza część rozprawy ma charakter teoretyczny i zawiera cztery rozdziały.

Rozdział pierwszy odnosi się do analizy rynku wyrobów odzieżowych w Polsce jego specyfiki, dynamiki rozwoju, pojawia się tutaj także fragment dotyczący segmentacji rynku odzieżowego oraz przeglądu marek odzieżowych obecnych na polskim rynku. Uwaga, jaka nasuwa się po lekturze tego rozdziału dotyczy stosowanej terminologii,

a właściwie braku jej uporządkowania. W rozdziale tym Autorka prezentuje szereg danych odnoszących się do: rynku włókienniczego, modowego, odzieżowego, branży modowej, odzieżowej, rynku odzieży i obuwia, przemysłu tekstylno-odzieżowego. Domyślam się, że wynika to z różnych zakresów branż pod uwagę w przytaczanych przez Autorkę wynikach badań i dostępnych danych statystycznych. Jednak wskazane byłoby uporządkowanie stosowanej terminologii podczas prezentowania tych danych i wskazanie ewentualnych różnic między nimi.

Kolejne dwa punkty tego rozdziału dotyczące segmentacji rynku oraz marek odzieżowych potwierdzają dobrą orientację doktorantki w omawianych zagadnieniach jednak brakuje tutaj elementu krytycznej analizy prezentowanych danych literaturowych, a przede wszystkim podsumowania wskazującego, jakie wnioski płyną z dokonanego przeglądu literatury dla celów rozprawy oraz założeń badań własnych.

Rozdział drugi dotyczy zachowań konsumenckich autorka omawia komponenty kompetencji konsumentów, determinanty ich zachowań. Ten fragment ma charakter podręcznikowy i ponownie zabrakło jasnego wskazania jaki jest cel opisywanych zagadnień w kontekście tematu pracy. Istotny z punktu widzenia tematu pracy jest fragment dotyczący charakterystyki grupy młodych konsumentów w kontekście specyfiki ich zachowań, a zwłaszcza sposobu postrzegania i oceny jakości wyrobów odzieżowych. Tej kategorii konsumentów dotyczą bowiem badania przeprowadzone w części empirycznej rozprawy, co zostało zasygnalizowane w tytule i celach pracy. Pozytywnie należy ocenić fakt, iż autorka dokonała przeglądu różnych podejść do klasyfikacji i podziału konsumentów ze względu na ich wiek właściwie dobierając i wykorzystując literaturę przedmiotu oraz prezentując podejścia przyjęte we wcześniej prowadzonych badaniach. Ponownie zabrakło jednak podsumowania wyjaśniającego, co z dokonanego przeglądu wynika dla założeń przyjętych w badaniach własnych Autorki. Jak ona definiuje grupę młodych konsumentów w swoich badaniach i dlaczego przyjęła właśnie taki a nie inny przedział wiekowy. Dodanie takiej konkluzji znacznie poprawiłoby przejrzystość i spójność rozprawy – ukazując klarowne powiązanie części teoretycznej z empiryczną.

Rozdział trzeci poświęcony został omówieniu zagadnień dotyczących preferencji i zachowań konsumentów. Autorka omawia uwarunkowania procesu podejmowania decyzji zakupowych, elementy markowej obsługi klienta oraz element polityki marek odzieżowych i ich wpływ na konsumenta. W tym fragmencie także brakuje mi odniesienia się do problemu badawczego oraz celu pracy. Jeśli w omawianych zagadnieniach nie ma nawiązania do ich powiązania z postrzeganiem i oceną jakości odzieży, to należałoby się zastanowić czy przy tak dużej objętości rozprawy, dość pobieżne omówienie wspomnianych wyżej elementów jest zasadne.

Rozdział czwarty jest bardzo istotny, ponieważ omawia zasadnicze z punktu widzenia tematu pracy zagadnienie tzn. pojęcie jakości oraz jej postrzegania i oceny z punktu widzenia konsumenta. Autorka odnosi się do specyfiki postrzegania jakości przez konsumentów, przedstawia determinanty jakości wyrobów i usług przez pryzmat, których konsumenci dokonują oceny jakości. Rozważania poprawnie osadzone są w literaturze przedmiotu. Doktorantka wykazała się dobrą orientacją w dorobku naukowym z tego zakresu. Jednocześnie moja uwaga i sugestia na przyszłość dotyczy tego, aby przy przeglądzie literatury odnoszącym się do zagadnień kluczowych dla rozwiązywanego problemu badawczego starać się wykazać

nieco większą wnikliwością, dokładniejszym i bardziej precyzyjnym opisem tego, co w danym zakresie udało ustalić się innym badaczom, a przede wszystkim odnieść się do mówionych zagadnień w kontekście własnych badań. Tego ostatniego aspektu w szczególności brakuje w zakończeniu ocenianego rozdziału. W badaniach empirycznych Autorki prezentowanych w rozdziale szóstym kluczowe jest wyłonienie determinant jakości, jej wyróżników, które decydują o sposobie rozumienia, postrzegania i oceniania jakości przez konsumentów. Autorka przytacza bogatą literaturę tego zakresu, co należy ocenić pozytywnie, jednak nie wskazuje w jakim stopniu korzysta z tego dorobku we konstruowaniu własnego podejścia badawczego. Co już wiadomo, gdzie pojawiają się luki badawcze? W dokonanym przeglądzie dotychczasowych badań brakuje też pewnego uporządkowania, przeplatają się tu i mieszają badania dotyczące postrzegania jakości, czynników determinujących decyzje zakupowe, zadowolenia klienta jako determinanty lojalności oraz te dotyczące kontroli jakości. Brak tego uporządkowania na tym etapie, wyraźnego zdefiniowania i rozróżnienia stosowanych pojęć, pokutuje niestety w sposobie konstrukcji własnych badań. Myślę, że udałoby się uniknąć wielu niedociągnięć w konstruowaniu własnego kwestionariusza ankietowego (zostaną one omówione w dalszej części recenzji) gdyby autorka w większym stopniu uporządkowała te kluczowe z punktu widzenia tematu pracy pojęcia jak również skorzystała z doświadczeń zdobytych przez innych badaczy, zwłaszcza w zakresie sposobu zadawania pytań, stosowanych skal pomiarowych. Nie zawsze dążenie do stworzenia całkiem nowego, autorskiego narzędzia jest wskazane. W badaniach zachowań konsumentów korzystanie z sprawdzonych i zweryfikowanych przez innych badaczy konstruktów jest wręcz zalecane. Mam nadzieję, że uwagi tę autorka potraktuje jako rodzaj sugestii, wskazówki, którą warto wziąć pod uwagę przy realizowaniu tego typu badań w przyszłości.

Oceniając część teoretyczną (rozdziały 1-4), stwierdzam, iż doktorantka wykazała się wiedzą z zakresu towaroznawstwa, oceny jakości i zachowań konsumenckich, ale zabrakło nieco wnikliwości w dokonanym przeglądzie literatury oraz umiejętności selekcjonowania informacji pod kątem analizowanej problematyki. Dobrym rozwiązaniem, które podniosłoby walory rozprawy w aspekcie wykazania przez autorkę umiejętnej syntezy przedstawionych treści byłoby zamieszczenie w końcowym fragmencie każdego z głównych rozdziałów pracy krótkich podsumowań zawierających kluczowe wnioski oraz sygnalizujących rolę dokonanego przeglądu literatury w realizacji celów pracy, stawianych hipotez oraz konstrukcji własnych badań.

Podsumowując, powyższe uwagi dotyczące części teoretycznej, choć obniżają nieco moją ocenę tej części rozprawy, jednak nie wpływają na jej ogólną pozytywną ocenę.

Mam nadzieję, że zostaną potraktowane przez Doktorantkę jako pewna propozycja kierunku doskonalenia warsztatu badawczego oraz zaproszenie do dyskusji w trakcie publicznej obrony. Druga część rozprawy ma charakter empiryczny i obejmuje rozdziały: piąty, szósty i siódmy.

W rozdziale piątym sformułowano cele pracy, hipotezy badawcze oraz zaprezentowano wykorzystane metody badań własnych. Omówiono procedurę badań empirycznych oraz stosowane narzędzia statystyczne. Przybliżono etapy procesu badawczego, obejmującego zarówno badania preferencji zakupowych konsumentów, jak i ocenę organoleptyczną jakości wyselekcjonowanych uprzednio produktów charakteryzujących się różnym stopniem złożoności konstrukcji. Oprócz omówionych na początku recenzji uwag, co do sposobu

sformułowania celów szczegółowych oraz hipotez badawczych, rozdział ten oraz omówione w nim metody badawcze oceniam pozytywnie.

Istotną rolę z punktu widzenia tematu rozprawy odgrywają rozdziały szósty i siódmy prezentujące badania empiryczne.

Rozdział szósty zatytułowany został "Badania preferencji i zachowań nabywczych młodych konsumentów w odniesieniu do wyrobów odzieżowych". Sposób sformułowania tytułu wskazywałby na pominięcie w tej części badań głównych aspektów analizowanych w pracy, a mianowicie sposobu postrzegania jakości odzieży przez młodych konsumentów. Biorąc pod uwagę powyższe oraz fakt, że aspekty te pojawiają się w badaniach, zasadnym wydaje się zaakcentowanie tego kluczowego elementu, także w tytule, który mógłby wówczas brzmieć np.: "Badanie sposobu postrzegania jakości wyrobów oraz preferencji zakupowych młodych konsumentów". W rozdziale tym autorka prezentuje niezwykle obszerny materiał badawczy oraz wykazuje umiejętność wykorzystania szerokiego wachlarza metod statystycznych, co uznać można jednocześnie za zaletę (pokazującą szerokie spojrzenie na problem oraz dociekliwość badawczą jak i istotną wadę (zbyt wiele wątków pobocznych, prezentacja dużej liczby analiz statystycznych, które w rezultacie w niewielkim stopniu wnoszą istotne wnioski dla realizacji założonych celów badawczych i postawionych hipotez). Wszystko to zaburza przejrzystość analizy i sprawia, że wychwycenie tych najcenniejszych i najistotniejszych z punktu widzenia problemu badawczego elementów staje się niezwykle trudne.

Nie sposób nie docenić ogromu materiału badawczego zebranego przez autorkę w tym rozdziale oraz zakresu narzędzi statystycznych wykorzystanych do ich analizy. Jednak sposób formułowania wniosków na ich podstawie w pewnych aspektach budzi moje wątpliwości. Zasadniczy problem wynika z zasygnalizowanego już wcześniej braku rozróżnienia dwóch pojęć: determinant jakości postrzeganych przez konsumentów oraz determinant ich zachowań nabywczych. Ujmowanie obu tych aspektów w analizie i wnioskowaniu łącznie nie wydaje się uzasadnione. I tak na przykład stworzona przez autorkę hierarchia czynników wpływających na postrzeganie przez młodych konsumentów jakości odzieży (rys. 19 str. 114) stworzona została na bazie dwóch pytań kwestionariuszowych: pyt. 2.2 dotyczącego oceny wpływu wybranych czynników związanych z produktem na jakość ubrań i pytania 2.9 dotyczącego z kolei znaczenia wybranych czynników (odnoszących się do usługi sprzedaży) na wybór sklepu odzieżowego, w którym respondenci dokonują zakupu. Trudno na bazie tak skonstruowanych pytań stworzyć hierarchię czynników wpływających na postrzeganie przez młodych konsumentów jakości odzieży.

Autorka jeszcze w kilku przypadkach na bazie pytań dotyczących wpływu danego czynnika na zakup lub wybór sklepu wnioskuje o jego wpływie na postrzeganie jakości lub odwrotnie na podstawie pytań dotyczących wpływu danego czynnika na jakość odzieży wnioskuje o jego wpływie na zachowania nabywcze. Biorąc pod uwagę fakt, że w większości prowadzonych dotychczas badań dotyczących determinant zakupu odzieży jakość plasowała się na wysokiej pozycji (co potwierdziły także badania autorki) można przypuszczać, że czynniki determinujące jakość także odgrywają znaczną rolę w zachowaniach nabywczych, natomiast brak jednoznacznych badań potwierdzających ten fakt w moim przekonaniu nie upoważnia do formułowania takich wniosków.

Z punktu widzenia poznawczego jak i aplikacyjnego **najbardziej wartościowa jest w mojej ocenie zawartość rozdziału siódmego**. W rozdziale tym doktorantka przedstawiła

i omówiła wyniki konsumenckich badań sensorycznych. Opis przebiegu badań świadczy o prawidłowej realizacji procesu badawczego. Zebrane dane pozwoliły na ocenę stopnia oddziaływania marki na ocenę jakości wyrobów odzieżowych. Autorka zaprezentowała rankingi marek sieci handlowych oraz zaproponowała modele oceny jakości wyrobów odzieżowych dla asortymentu o różnym stopniu skomplikowania konstrukcji. W końcowej części rozdziału zaproponowane rankingi marek i modele oceny jakości odzieżowych poddano analizie porównawczej. Ten fragment analizy pozwolił też na porównanie konsumenckiej oceny jakości odzieży uzyskanych różnymi metodami badawczymi. Pozwolił także na realizację większości założonych celów badawczych oraz weryfikację postawionych hipotez. Rozprawę kończą wnioski końcowe, w których autorka podsumowuje najważniejsze wyniki badań, odnosi się do celów oraz postawionych hipotez badawczych. Mimo zasygnalizowanych powyżej uwag pozytywnie oceniam wartość merytoryczną rozprawy.

Ocena strony formalnej i edytorskiej

Mimo zasygnalizowanych wcześniej uwag dotyczących konstrukcji rozprawy (zbytne rozdrobnienie części teoretycznej oraz brak syntetycznych podsumowań rozdziałów, które znacznie ułatwiłyby odnalezienie logicznego powiązania poszczególnych jej części) stronę formalno-edytorską rozprawy oceniam jako poprawną. Generalnie sposób prezentacji treści jest klarowny, język i styl właściwe. Rozważania są ilustrowane tabelami, wykresami i schematami, które sporządzono w sposób estetyczny i czytelny.

Podczas lektury rozprawy można dostrzec pewne niedociągnięcia stylistyczne oraz językowe niekiedy pojawiają się także mało precyzyjne sformułowania, nie traktuję ich jednak jako istotnego braku rozprawy, która generalnie reprezentuje odpowiedni poziom dbałości o stronę redakcyjno-edytorską.

Konkluzja:

Przedstawiona do recenzji rozprawa, mimo powyższych uwag krytycznych odnoszących się do części merytorycznej i formalnej, ma wiele walorów. Dotyczy interesującej, aktualnej i złożonej problematyki, istotnej dla nauk towaroznawczych. Autorka wykazała się wiedzą teoretyczną z zakresu towaroznawstwa. W szczególności wysoko oceniam sposób rozwiązania problemu badawczego, dobór metody badań, analizę materiału empirycznego oraz interpretację wyników zaprezentowaną w rozdziale siódmym. Całość rozprawy potwierdza umiejętności autorki w zakresie samodzielnego prowadzenia pracy naukowej.

Reasumując, stwierdzam, że rozprawa mgr Anny Xymena Majkrzak pt.: "Postrzeganie i ocena jakości wyrobów odzieżowych przez młodych konsumentów" spełnia warunki stawiane rozprawom doktorskim określone w art. 13 ust.1 Ustawy z dnia 14 marca 2003 roku o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (tj. DZ.U. nr 65, poz.595 z późn.zm.) i niniejszym wnoszę o dopuszczenie jej do dalszych etapów procedury ubiegania się o stopień naukowy doktora.

Dr hab. Małgorzata Koszewska

