

Prof. dr hab. Lechosław Garbarski  
Akademia Leona Koźmińskiego  
Katedra Marketingu  
ul. Jagiellońska 57/59  
03-301 Warszawa

**Recenzja rozprawy doktorskiej**  
**mgr Agnieszki Małeckiej**  
**nt. „Indywidualne uwarunkowania skłonności**  
**do konsumpcji kolaboratywnej”** (s. 283 z załącznikami)

Recenzowana rozprawa doktorska mieści się w nurcie badań nad ekonomicznymi aspektami konsumpcji. Jej przedmiotem stał się niezwykle ważny, rosnący na znaczeniu problem tzw. konsumpcji kolaboratywnej. Problematyka ta jest często łączona z gospodarką kolaboratywną czy gospodarką dzielenia się. Istotą konsumpcji kolaboratywnej jest wspólne wykorzystywanie produktów przez co najmniej dwóch uczestników. Rosnące znaczenie tej problematyki jest konsekwencją licznych analiz i dyskusji na temat z jednej strony konsumpcjonizmu, a z drugiej konsumpcji zrównoważonej. Na tle rosnącej literatury na ten temat brak jest, jak słusznie zauważyła Autorka (s.5), rozważań poświęconych uwarunkowaniom skłonności uczestnictwa konsumentów w konsumpcji kolaboratywnej. Głównym celem badawczym w recenzowanej rozprawie doktorskiej Autorka uczyniła znalezienie odpowiedzi na pytanie: „Co skłania konsumentów do uczestnictwa w konsumpcji kolaboratywnej?” W ramach tego pytania chodziło przede wszystkim o znalezienie uwarunkowań indywidualnych skłonności do uczestnictwa w tej formie konsumpcji. W tym kontekście sformułowano cel teoretyczny - opracowanie modelu determinant skłonności do uczestnictwa w konsumpcji kolaboratywnej, cel metodyczny - rozstrzygnięcie problemów koncepcyjno-metodycznych związanych z badaniem konsumpcji kolaboratywnej, cel aplikacyjny - identyfikacja możliwych sposobów wykorzystania wyników badań przez podmioty zainteresowane kształtowaniem intencji uczestnictwa w konsumpcji kolaboratywnej. Autorka sformułowała także 4 cele szczegółowe (s. 6-7). Wszystkie powyższe cele zostały sformułowane w sposób poprawny.

We wprowadzeniu, mgr Agnieszka Małecka sformułowała osiem istotnych pytań badawczych. Przyjmując za podstawę analizy połączenie paradygmatów interpretatywno-symbolicznego i funkcjonalistycznego, zaproponowała wykorzystanie etapów badawczych obejmujących analizę literatury, badania jakościowe z wykorzystaniem wywiadu pogłębionego częściowo ustrukturyzowanego, badania ilościowe metodą ankietową.

Hipoteza główna dotyczy pozytywnego wpływu indywidualnych cech konsumenta na intencję uczestnictwa w konsumpcji kolaboratywnej w wyniku postrzeganej indywidualnej użyteczności. Hipotezie głównej towarzyszyły 4 hipotezy szczegółowe i 9 hipotez dodatkowych. Hipotezy zostały sformułowane prawidłowo.

Rozprawa doktorska mgr Agnieszki Małeckiej **składa się** ze wprowadzenia, pięciu rozdziałów, podsumowania, bibliografii, spisów tabel i wykresów oraz 6 załączników.

Struktura pracy jest prawidłowa i odzwierciedla merytoryczne problemy w niej analizowane. Rozdział pierwszy, drugi i trzeci zostały poświęcone nakreśleniu szerszego tła dla prowadzonych badań. Przedstawiają one także szczegółowe koncepcje teoretyczne oraz w pewnym zakresie założenia i metodykę własnych badań empirycznych. Natomiast rozdziały czwarty i piąty prezentują wyniki jakościowych i ilościowych badań empirycznych oraz ich interpretacje. Układ rozprawy jest w pełni poprawny.

Dokonując ogólnej oceny recenzowanej rozprawy można wskazać następujące jej **walory o charakterze zasadniczym**:

- Autorka w poprawny sposób wybrała i sformułowała problemy badawcze,
- w rzetelny sposób dokonano analizy dostępnej literatury przedmiotu (głównie obcojęzycznej) oraz wyników dotychczasowych badań,
- dokumentacja zgromadzonej dotychczas wiedzy (warstwa erudycyjna rozprawy) znalazła wyraz w 591 przypisach,
- na bazie dotychczasowych badań innych Autorów oraz własnego modelu sformułowano hipotezę główną, 4 hipotezy szczegółowe oraz 9 hipotez dodatkowych,
- w rozprawie dokonano weryfikacji sformułowanych hipotez badawczych za pomocą adekwatnych metod i narzędzi badawczych (na podkreślenie zasługuje zakres przeprowadzonych badań i pogłębiony sposób statystycznej analizy wyników),
- interpretacje wyników, sformułowane ograniczenia badań oraz kierunki dalszych badań są przygotowane rzetelnie.

Występują też drobne **mankamenty**, do których można zaliczyć:

- niewielkie uchybienia w numeracji niektórych fragmentów rozprawy,

- drobne wątpliwości merytoryczne (patrz dalsza część recenzji),
- czasami brak skromnych wprowadzeń lub podsumowań wybranych fragmentów (wskazanych w dalszej części recenzji)

W odniesieniu do poszczególnych fragmentów rozprawy można sformułować pewne **uwagi krytyczne i komentarze o charakterze szczegółowym.**

**Rozdział pierwszy** zatytułowany „Zjawisko konsumpcji kolaboratywnej” (33 strony) został poświęcony nakreśleniu koncepcyjnych podstaw dla analizy tytułowego problemu rozprawy doktorskiej. Rozpoczyna go nakreślenie szerszego tła, jakim jest proces konsumpcji i zachowań konsumentów na rynku. Rozważania mają charakter analizy ekonomicznej zjawiska konsumpcji. Po nich następuje bardzo szeroka analiza kluczowej koncepcji rozprawy – konsumpcji kolaboratywnej. Autorka dokonała pogłębionej analizy definicyjnych ujęć tej kategorii. Ponieważ konsumpcja kolaboratywna jest często postrzegana w innych kontekstach np. gospodarki kolaboratywnej lub gospodarki dzielenia się, w rozprawie ukazano podobieństwa i różnice z tymi koncepcjami. Kolejny fragment pogłębia dotychczasowe rozważania o wskazanie na różne przejawy współdziałania konsumentów oraz postrzeganie kolaboracji w innych, pozakonsumpcyjnych kontekstach. W podsumowaniu rozdziału, Autorka przyjęła własną, precyzyjną definicję konsumpcji kolaboratywnej (s. 33) oraz uwzględniła aspekty rynkowe tej konsumpcji wraz ze wskazaniem wielu istotnych jej przejawów tej (cohousing, room sharing, ridesharing, carsharing, coworking, itd.). Nie ulega dla mnie wątpliwości, że w rozdziale pierwszym mamy do czynienia z najszerszym na tle dostępnej literatury przedmiotu opisem zjawiska konsumpcji kolaboratywnej. Wartość rozważań jest bardzo duża.

Przedmiotem **rozdziału drugiego** „Uwarunkowania uczestnictwa w konsumpcji kolaboratywnej” (44 strony) jest analiza literatury poświęconej uwarunkowaniom decyzji o uczestnictwie w konsumpcji kolaboratywnej przez konsumentów. Autorka rozpoczyna rozważania od nakreślenia całego spektrum uwarunkowań zachowań konsumentów, po czym koncentruje swoją uwagę na uwarunkowaniach dotyczących konsumpcji kolaboratywnej. Cztery wybrane grupy uwarunkowań w p. 2.2.1 do 2.2.4 nie budzą wątpliwości; natomiast grupa piąta w p. 2.2.5 – uwarunkowania indywidualne została wyodrębniona według innego kryterium niż cztery pierwsze.

Na s. 56 Autorka zamieściła bardzo ciekawe, własne graficzne ujęcie czynników determinujących zachowania konsumentów (na podstawie podręcznika M.R. Solomona i innych). Wartościowa jest też konkluzja Autorki dotycząca wyboru czynników na zakończenie p. 2.1

(s.57). Ponieważ p. 2.2 jest dość obszerny (5 podpunktów o objętości prawie 40 stron), przydałoby się krótkie zapowiedzenie na początku jego treści. Dyskusyjna jest opinia na s. 66 – „obecnie najpierw powstają produkty, a dopiero później stymulowane są potrzeby, które te produkty mają zaspokoić”. Wątpliwość wynika z tych ujęć, które wskazują na wrodzony charakter potrzeb. Wspomniany na s. 68 rozwój technologiczny został w zasadzie powiązany tylko z dostępem do szerokopasmowego internetu. Dynamicznych czynników technologicznych jest współcześnie znacznie więcej. Można też się zastanowić, czy wspomniana faza cyklu życia rodziny (s. 68) należy do uwarunkowań społeczno-kulturowych czy demograficznych. W bardzo oryginalny sposób została skonstruowana autorska tabela nr 2 (s.81) dotycząca motywów i środków zaspokajania potrzeb. W p.2.2.5 dotyczącym uwarunkowań indywidualnych mamy do czynienia z dość obszerną analizą czynników psychologicznych i w pewnym zakresie przeskakowaniem z czynnika na czynnik. Tym nie mniej warto podkreślić, że w rozdziale drugim, Autorka przeprowadziła rzetelną analizę bardzo szerokiej gamy czynników, także z publikacji dawniejszych, ale dających dobre podstawy dla szerszego spojrzenia. I właśnie dlatego przydałoby się na końcu tego rozdziału krótkie podsumowanie dające podstawy dla wyboru czynników do badań empirycznych.

Pewną kontynuację rozdziału drugiego stanowi **rozdział trzeci** pt. „Uwarunkowania indywidualne uczestnictwa – badania ze źródeł wtórnych” (48 stron). Jego przedmiotem są założenia i rozwiązania metodyczne wraz z szerokim przeglądem literatury na temat teorii stwarzających podstawy do modelowania skłonności do uczestnictwa w konsumpcji kolaboratywnej. Rozdział rozpoczyna wartościowe rozważania na temat paradygmatów dominujących w naukach społecznych. Dzięki ich analizie, Autorka wyjaśniła podstawy metodyczne zaproponowanych, własnych badań (s.100). Bardzo dobrze i jasno ukazała problem badawczy, przedmiot rozprawy doktorskiej, cele teoretyczne, metodyczne i aplikacyjne (s. 101) oraz hipotezę główną, 4 hipotezy szczegółowe i 9 hipotez dodatkowych (s.102-103).

W pierwszym etapie badań przeprowadzono wywiad pogłębiony częściowo ustrukturyzowany zawierający 8 pytań badawczych na próbie 25 konsumentów. Drugi etap obejmował badania ilościowe z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety na próbie 1000 respondentów z wykorzystaniem zewnętrznej firmy badawczej. Wyniki badania ilościowego przeanalizowano wykorzystując pakiet IBM SPSS, AMOS i SmartPLS. Przedstawienie ścieżki metodycznej postępowania badawczego jest bardzo dokładne i rzetelne.

W podobny sposób została opisana procedura wyszukania i wyboru literatury na temat konsumpcji kolaboratywnej (p.3.2). Przedstawiona procedura jest w pełni poprawna, a jedno-

częśnie bardzo pracowita. Jej efektem jest wybór 41 artykułów poddanych dalszej analizie. Obszerna tabela nr 6 (s. 114-127) bardzo precyzyjnie przedstawia cele badań Autorów wybranych artykułów, podstawy teoretyczne ich badań, determinanty skłonności do konsumpcji kolaboratywnej oraz najważniejsze wnioski. Także i tutaj należy podkreślić wielką rzetelność i pracowitość (wręcz tytaniczną) przeprowadzonej analizy literaturowej. Jednocześnie wniosek na s. 128 o wczesnej fazie rozwoju wybranego obszaru badawczego podkreśla w pełni zasadność podjęcia w rozprawie tytułowego problemu.

Rozważania zawarte w p. 3.2 stworzyły możliwość sformułowania w p. 3.3 teoretycznych podstaw modelowania skłonności do konsumpcji kolaboratywnej (s. 133-144). W 7 podpunktach przedstawiono 15 interesujących koncepcji teoretycznych.

W **rozdziale czwartym** „Uwarunkowania indywidualne uczestnictwa w świetle wyników badań własnych – badania jakościowe” (29 stron) zostały ukazane metodyczne podstawy badań jakościowych oraz ich wyniki. Rozdział rozpoczyna fragment dotyczący metodycznych przesłanek realizacji badań jakościowych; moim zdaniem mógłby on być pominięty bez szkody dla całej rozprawy doktorskiej. Badania właściwe zostały poprzedzone pilotażem na próbie 4 respondentów. W ramach badań właściwych przeprowadzono wywiady z 25 respondentami; zostały one nagrane, a następnie dokonano ich transkrypcji oraz kodowania. Można domyślać się, że objętość zgromadzonego materiału była duża. Istnieją pewne programy ułatwiające analizę danych jakościowych (np. MAXQDA). Autorka jednak nie wspomina o nich; można więc wnioskować o ogromnym wkładzie pracy w dokonanie „ręcznej” analizy. Analiza została przedstawiona w 10 podpunktach p. 4.4. Dotyczyła ona kolejno następujących czynników: postawy oszczędnościowej i motywacji finansowej, poczucia obowiązku i norm społecznych, zaufania i roli serwerów pośredniczących, poszukiwania wrażeń i różnorodności, towarzyskości i chęci pomocy innym, aktywizacji konsumentów, unikalności produktu, postawy proekologicznej, barier uczestnictwa w konsumpcji kolaboratywnej, dotychczasowych doświadczeń. W analizie wykorzystano cytaty z wypowiedzi respondentów ilustrujących ich postawy i opinie. Cennym zakończeniem rozdziału IV jest wskazanie na ograniczenia przeprowadzonych badań jakościowych. Wskazuje to na rzetelność naukową doktorantki.

W kończącym rozprawę **rozdziale piątym** „Uwarunkowania indywidualne uczestnictwa w świetle wyników badań własnych – badania ilościowe” (63 strony), mgr Agnieszka Małeczka przedstawiła szczegółowe wyniki własnych badań ilościowych oraz dokonała ich interpretacji.

We wstępnej części rozdziału przedstawiono szczegółowo hipotezy badawcze oraz nakreślono model badanych zależności (rysunek nr 9, s. 179). Badania ilościowe rozpoczęto od pilotażu na próbie 32 respondentów. Badania właściwe na próbie 1000 respondentów przeprowadziła firma zewnętrzna z wykorzystaniem nielosowego doboru próby. Z tego powodu zanotowano pewien nadmiarowy udział kobiet oraz osób z wykształceniem wyższym. Jak słusznie stwierdza Autorka „*proporcje te zdecydowanie odbiegają od struktury rozkładu ludności w Polsce*” (s.184), ale z drugiej strony, gdyby wybrać próbę w sposób losowy to prawdopodobnie liczba respondentów, którzy nigdy nie mieli do czynienia z konsumpcją kolaboratywną byłaby ogromna, pozbawiająca sensowności analizy wyników w odniesieniu właśnie do tego typu konsumpcji. Wyniki przedstawione na s. 186-195 zawierają liczne przedstawienia graficzne. Zostały one następnie poddane dalszej analizie z wykorzystaniem eksploracyjnej analizy czynnikowej oraz wielu działań przedstawionych na rysunku nr 10 (s.197), a związanych z wykorzystaniem modelowania strukturalnego. Należy podkreślić, że są to bardzo zaawansowane metody analizy i świadczą o dużej wiedzy metodycznej Doktorantki.

Dzięki temu w p. 5.7, Autorka dokonała weryfikacji zaproponowanego wcześniej przez siebie modelu pomiarowego oraz zweryfikowała w p. 5.8 sformułowane hipotezy badawcze. Bardzo cenny, praktycznie użyteczny jest wniosek przedstawiony na s. 221 dotyczący listy czynników wpływających na postrzeganą użyteczność konsumpcji kolaboratywnej w wymiarze indywidualnym. Tradycyjnie, rozdział kończy wartościowy fragment dotyczący ograniczeń zrealizowanych badań (p.5.9), co jeszcze raz podkreśla dojrzałość naukową Doktorantki.

\*

\* \*

Reasumując, mgr Agnieszka Małecka przeprowadziła analizę poszczególnych problemów badawczych w sposób prawidłowy i niezwykle rzetelny. Przeprowadzone badania empiryczne są ogromnym atutem rozprawy. Zastosowano w nich oryginalne, zaawansowane metody gromadzenia, analizy i interpretacji zgromadzonego materiału empirycznego. To pozwala na pozytywną ocenę wiedzy Doktorantki o metodach prowadzenia badań naukowych. Bardzo mocną stroną jest także pogłębiona analiza statystyczna zgromadzonego materiału empirycznego.

W recenzowanej rozprawie Doktorantka wykorzystwała **504 pozycje bibliograficzne** (publikacje polskie i obcojęzyczne), **20 pozycje internetowych** (głównie **raporty**). Wśród pozycji wykorzystanych, przeważają publikacje angielskojęzyczne. Literatura została dobrana w sposób wyjątkowo rzetelny. Na podkreślenie zasługuje także fakt wykazania ważnych pozycji, z których finalnie nie skorzystano, a mianowicie 46 pozycji wykluczonych ze względu na

odmienny temat główny opracowania oraz 47 pozycji wykluczonych ze względu na inną definicję konsumpcji kolaboratywnej od przyjętej w rozprawie.

**Mgr Agnieszka Malecka podjęła w recenzowanej rozprawie doktorskiej interesujący temat badawczy, sformułowała i zweryfikowała hipotezę główną, 4 hipotezy szczegółowe i 9 hipotez dodatkowych. Wykazała się dużą wiedzą specjalistyczną oraz znakomitą znajomością i umiejętnością prowadzenia badań empirycznych.**

**Biorąc pod uwagę walory poznawcze badanych problemów, przyjęte założenia merytoryczne i metodyczne, stwierdzam, że recenzowana rozprawa w pełni spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim w dziedzinie nauk ekonomicznych w dyscyplinie ekonomia zgodnie z Ustawą o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz.U. nr 65, poz. 595 z późniejszymi zmianami w związku z art. 179 ust. 1 i ust.2 z dnia 3 lipca 2018 roku) i wnoszę o jej dopuszczenie do publicznej obrony.**

**Ze względu na wskazane powyżej walory metodyczne i merytoryczne poddaje pod rozwagę Radzie Dyscypliny wniosek o wyróżnienie rozprawy.**



Warszawa, 15.V.2023 r.