

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

Recenzja rozprawy doktorskiej
mgr Aleksandry Całki
nt. “Narzędzia stosowane w e-commerce i ich wpływ na postrzeganie oferty
i intencje zakupu nabywców” (s. 143; s.160 z załącznikami)

Recenzowana rozprawa doktorska mieści się w nurcie badań nad zachowaniami konsumentów. Jej przedmiotem stały się zachowania konsumentów korzystających w procesie dokonywania zakupów z kanałów internetowych (e-commerce). W szczególności analizie poddano narzędzia wykorzystywane przez przedsiębiorstwa handlowe oraz ich wpływ na samo postrzeganie oferty i intencje zakupu potencjalnych nabywców. Rozprawa wpisuje się zatem w nurt analityczny związany z wykorzystywaniem nowych technologii teleinformatycznych oraz ich akceptacji przez użytkowników. Tak jak wynika to z wielu wcześniejszych badań dotyczących akceptacji innowacji przez konsumentów, nawet najbardziej zaawansowane i oryginalne rozwiązania często spotykają się z pewnym oporem społecznym.

Celem badań podjętych przez Autorkę jest zbadanie wpływu tzw. starych i nowych narzędzi stosowanych w sklepach on-line na postrzeganie oferty oraz intencje zakupu nabywców. W tych badaniach mgr Aleksandra Całka uczyniła zmienną zależną intencje zakupu natomiast zmiennymi wyjaśniającymi - postrzeganą użyteczność narzędzia, postrzeganą łatwość użycia, postrzegane ryzyko i kategorię tzw. flow. Cel badań został zrealizowany w wyniku intensywnych studiów literaturowych – stwarzających możliwości wskazania luki badawczej oraz własnych, oryginalnych badań empirycznych.

Zidentyfikowana luka badawcza wskazuje na cztery ograniczenia dotychczasowych badań. Dotyczą one badania różnic wpływu nowych i starych narzędzi stosowanych w sklepach on-line na postrzeganie i intencje zakupowe, porównania kognitywnych i afektywnych sposobów postrzegania, znaczenia koncepcji tzw. flow w wyjaśnianiu zachowania konsumentów oraz odniesienia badań do warunków polskich.

Przygotowane i zrealizowane na potrzeby rozprawy doktorskiej własne badania empiryczne zostały podporządkowane weryfikacji 20 hipotez badawczych. Układ hipotez został przedstawiony na rys. 3.1.1 (s.61). Dla ich sformułowania wyodrębniono cztery grupy narzędzi stosowanych w sklepach on-line (obecność społeczna, prezentacja produktu, interakcja, personalizacja ofert), cztery efekty decyzji klienta w zakup (postrzegane ryzyko, postrzegana użyteczność, postrzegana łatwość użycia, flow) oraz intencje zakupu. Biorąc te elementy pod uwagę sformułowano po cztery hipotezy dotyczące wpływu narzędzi z poszczególnych grup na każdy z czterech efektów (4x4) oraz cztery odrębne hipotezy dotyczące zależności pomiędzy czterema efektami na intencje zakupu. Łączna liczba hipotez (20) jest dość znaczna, odbiegająca od tradycyjnych rozwiązań w badaniach naukowych, ale w tym przypadku jest w pełni uzasadniona.

Rozprawa doktorska mgr Aleksandry Całki **składa się** ze wstępu, czterech rozdziałów, zakończenia, spisów literatury, rysunków, tabel i załączników.

W procesie kształtowania struktury rozprawy, Autorka przyjęła typowy model postępowania badawczego preferowanego w innych krajach i zakładającego najpierw szczegółowy przegląd literatury i przeprowadzonych dotychczas badań, a następnie sformułowanie założeń i przeprowadzenie własnych badań, dokonanie analizy wyników, interpretacji, wskazanie implikacji, ograniczeń i kierunków dalszych badań. Z tego powodu pierwszy rozdział został poświęcony nakreśleniu szerszego tła dla prowadzonych badań i dotyczy podejmowania decyzji przez klientów dokonujących zakupów w sklepach z wykorzystaniem kanału on-line. W rozdziale drugim dokonano przeglądu dotychczasowych badań na wskazane powyżej problemy. Rozdział trzeci przedstawia założenia, przebieg i wyniki własnych badań empirycznych, natomiast rozdział czwarty interpretacje tych wyników oraz implikacje dla działań praktycznych (przy świadomości ograniczeń wynikających z badań). Układ rozprawy jest poprawny, wartościowy i uzasadniony. Taki układ powoduje jednak nieproporcjonalny rozkład struktury treści. W recenzowanej pracy kolejne cztery rozdziały liczą kolejno 10, 42, 42 i 25 stron.

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,
- na bazie dotychczasowych badań innych Autorów sformułowano 20 hipotez badawczych,
- w rozprawie dokonano weryfikacji sformułowanych hipotez badawczych za pomocą adekwatnych metod i narzędzi badawczych (na podkreślenie zasługuje zakres przeprowadzonych badań i sposób statystycznej analizy wyników),
- interpretacje wyników, sformułowane ograniczenia badań oraz kierunki dalszych badań są przygotowane rzetelnie.

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

Wstęp ma bardzo syntetyczny charakter. Na zaledwie dwóch stronach przedstawiono przedmiot rozprawy, cel badania empirycznego oraz kierunkowe konkluzje i ograniczenia badania. Przedstawiono także w ogromnym zarysie (wręcz hasłowo) układ treści rozprawy. Można odnieść wrażenie, że wstęp raczej przypomina klasyczne podsumowanie i zakończenie rozprawy doktorskiej.

Rozdział pierwszy zatytułowany „Postrzeganie i decyzje nabywców w sklepach on-line” (także bardzo krótki, zawierający tylko 10 stron) został poświęcony dwóm podstawowym kwestiom. Po pierwsze, Autorka przedstawiła cztery zasadnicze modele akceptacji technologii informacyjnych, a mianowicie Teorię Przemysłanych działań (TRA), Teorię Planowanego Zachowania (TPB), Model Akceptacji Technologii Informatycznych (TAM) oraz Uogólnioną Teorię Akceptacji Technologii i Korzystania z Niej (UTAUT). Modele zostały przedstawione trochę encyklopedycznie i dopiero później oceniono zasadność wykorzystania z nich w analizie problemów zachowania nabywców on-line (a więc kluczowego problemu rozprawy doktorskiej). Po drugie, Autorka ukazała założenia kluczowej dla rozprawy kategorii flow, a więc do przyjemnych doświadczeń związanych z satysfakcją, także w procesach zachowań nabywców. Pewnym mankamentem rozdziału pierwszego jest dość syntetyczny sposób analizy podstawowych kategorii pracy.

Przedmiotem **rozdziału drugiego** jest analiza literatury na temat wpływu narzędzi stosowanych w sklepach on-line na postrzeganie i intencje zakupowe nabywców. Punktem wyjścia rozdziału jest identyfikacja tych narzędzi. Owa identyfikacja nastąpiła w wyniku analizy literatury przedmiotu oraz własnych badań empirycznych. Jej konsekwencją jest

autorski podział na cztery grupy narzędzi – cechujących się obecnością społeczną (np. formularze kontaktowe, czaty, wirtualni doradcy), cechujących się interaktywnością (np. integracja z portalami społecznościowymi), służących prezentacji produktu oraz służących personalizacji oferty (np. konfigurator produktu). Te cztery grupy narzędzi są w dalszej części rozprawy przedmiotem badań.

W drugiej części rozdziału, mgr Aleksandra Całka dokonała bardzo rzetelnej, pogłębionej analizy literatury przedmiotu na temat wpływu różnych narzędzi wykorzystywanych w e-commerce na postrzeganie oferty i intencje zakupowe. W tabeli 2.2.1 zostały przedstawione wyniki analizy 20 kluczowych publikacji na ten temat. W każdej publikacji ukazano problem badawczy i jego uzasadnienie, zmienne zależne i niezależne, metody gromadzenia i analizy danych, wyniki badań oraz implikacje menedżerskie i dla przyszłych badań. Wprawdzie popełniono kilka drobnych pomyłek technicznych (s.35 p. 16, s.36 p.17) oraz nieznane jest kryterium wyboru kolejności przedstawiania publikacji (ani chronologia prowadzenia badań, ani kolejność alfabetyczna nie jest tu kluczem), tym nie mniej, Autorka dokonała bardzo żmudnej pracy, której efekt jest wielce pozytywny.

W podobny sposób dokonano w trzeciej części rozdziału analizy literatury na temat badania wpływu narzędzi stron internetowych na tzw. flow. Tabela 2.3.1 skonstruowana w analogiczny sposób jak w poprzednim fragmencie, jest przykładem rzetelnej pracy Autorki. Drobne uchybienia na s. 49 (p.3 i 4) nie zmieniają tej oceny. Ta pogłębiona analiza literaturowa pozwoliła Autorce na końcu rozdziału zidentyfikować lukę badawczą – 4 problemy o znaczeniu podstawowym (s. 60).

Identyfikacja luki badawczej stworzyła możliwości zaprojektowania i przeprowadzenia własnych badań empirycznych. I właśnie założenia, przebieg i wyniki własnych badań empirycznych stały się przedmiotem bardzo obszernego **rozdziału trzeciego**.

W pierwszym punkcie tego rozdziału zaproponowano model badawczy (rysunek 3.1.1) oraz sformułowano 20 hipotez badawczych (s. 62-68). Przy formułowaniu tych hipotez, Autorka wykorzystwała koncepcje badań zawartych w analizowanej literaturze oraz własny podział narzędzi stosowanych w e-commerce. Co więcej, w odniesieniu do każdej z hipotez w ramach czterech wyodrębnionych grup narzędzi, dokonano omówienia wyników dotychczasowych badań przeprowadzonych przez innych Autorów. Dzięki temu możliwe stało się zaproponowanie metod własnego badania empirycznego adekwatnego do weryfikacji sformułowanych hipotez. Autorka przeprowadziła dwa badania. Pierwsze to badanie jakościowe służące identyfikacji i klasyfikacji narzędzi stosowanych w sklepach on-line

postrzeganych jako „stare” lub „nowe”. Badanie objęło 5 wywiadów w 3 grupach wiekowych stanowiących celową próbę badawczą. Drugie badanie miało formę eksperymentu kontrolowanego. 431 respondentów zostało przebadanych z wykorzystaniem fikcyjnego sklepu internetowego. Przygotowano 8 wersji strony tego sklepu umożliwiających ocenę wpływu różnych narzędzi na nabywców (s. 69-74). Zebrany materiał został przeanalizowany w programie STATISTICA, a hipotezy weryfikowane testami nieparametrycznymi Wala-Wolfowitza, U Manna-Whitneya. Kołmogorowa-Smirnowa. Wykorzystano także analizę regresji. I znów, bardzo wartościowe i rzetelne jest przedstawienie w tabeli 3.2.1.2 definicji operacyjnych zmiennych zależnych i niezależnych.

W poszczególnych punktach obszernego paragrafu 3.3 zostały przedstawione szczegółowe wyniki badania. Być może trochę niefortunnie, każdy z tych punktów rozpoczyna przytoczenie weryfikowanej hipotezy bez wskazania, że to tylko jej powtórzenie. Można bowiem niekiedy odnieść wrażenie, że to wynik badania. Dopiero po przedstawieniu wyników mamy formułowane konkluzje o przyjęciu lub odrzuceniu hipotezy. Dla każdej hipotezy została przygotowana tabela pokazująca szczegółowe wyniki oraz statystki i wyniki testowania hipotez. Rozdział kończy tabela 3.3.5.3 sumująca wyniki sprawdzania hipotez. To zebranie wyników jest jak najbardziej uzasadnione i sprzyja przejrzystości analizy.

W kończącym rozprawę rozdziale czwartym, mgr Aleksandra Całka dokonuje interpretacji wyników badań, formułuje implikacje menedżerskie oraz wskazuje na ograniczenia przeprowadzonych przez siebie badań. Przekrojem prowadzonych w tym rozdziale analiz jest także układ czterech grup sformułowanych hipotez badawczych. Syntetycznie ujęte zalecenia dla menedżerów są wartościowe. Także i w tym fragmencie pracy, Autorka dokonuje porównań wyników własnych badań z wynikami innych Autorów; szkoda jednak, że często brakuje próby wyjaśnienia zaobserwowanych różnic. Słuszna jest konkluzja, że badanie zostało przeprowadzone metodą eksperymentu, który nie odzwierciedlał w pełni naturalnych warunków działania (s. 106) oraz, że jedną z istotnych zmiennych wpływających na odpowiedzi respondentów był ich wiek.

Zakończenie rozdziału przemyśleniami na temat ograniczeń badania i wskazówkami dla przyszłych badań jeszcze raz podkreśla rzetelność badawczą Doktorantki.

Reasumując, Autorka przeprowadziła analizę poszczególnych problemów badawczych w sposób prawidłowy. Prezentowane analizy są rzetelne. Przeprowadzone badania empiryczne są atutem rozprawy. Zastosowano w nich oryginalne i zaawansowane metody gromadzenia, analizy i interpretacji zgromadzonego materiału empirycznego. To pozwala na pozytywną ocenę wiedzy o metodach prowadzenia badań naukowych. Mocną stroną jest także analiza statystyczna zgromadzonego materiału empirycznego.

W recenzowanej rozprawie mgr Aleksandra Całka wykorzystwała **106 pozycji bibliograficznych** (publikacji polskich i obcojęzycznych). Wśród nich absolutnie przeważają publikacje angielskojęzyczne (102 co stanowi 96% wszystkich publikacji). Godne podkreślenia jest wykorzystanie najświeższej literatury. Literatura z ostatnich dwóch lat obejmuje 24 pozycje, ostatnich pięciu lat 49 pozycji, ostatnich dziesięciu lat 69 pozycji.

Mgr Aleksandra Całka podjęła w recenzowanej rozprawie doktorskiej ważny temat badawczy, sformułowała i zweryfikowała dwadzieścia hipotez szczegółowych. Wykazała się dużą wiedzą specjalistyczną oraz bardzo dobrą znajomością i umiejętnością prowadzenia badań empirycznych.

Biorąc pod uwagę walory poznawcze badanych problemów, przyjęte założenia merytoryczne i metodyczne, stwierdzam, że recenzowana rozprawa spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim i wnoszę o jej dopuszczenie do publicznej obrony.



Warszawa, 23.II.2018r.