



Politechnika Łódzka

Instytut Marketingu i Zrównoważonego Rozwoju



Łódź, 06.07.2025

Dr hab. Małgorzata Koszewska, profesor PŁ
Politechnika Łódzka
Wydział Organizacji i Zarządzania
Instytut Marketingu i Zrównoważonego Rozwoju

Recenzja pracy doktorskiej

Pani mgr Moniki Engler-Jastrzębskiej
nt. „Postawy, zachowania i preferencje konsumentów a możliwości rozwoju naturalnych produktów promieniochronnych w Polsce” napisanej pod kierunkiem naukowym dr hab. inż. Aleksandry Wilczyńskiej, prof. UMG oraz dr inż. Joanny Newerli-Guz – promotor pomocniczej

Formalne i prawne podstawy wykonania recenzji

Podstawą opracowania recenzji była uchwała Rady Dyscypliny Nauk o Zarządzaniu i Jakości Politechniki Łódzkiej z dnia 24.04.2025 w sprawie powołania mnie na recenzenta pracy doktorskiej pani mgr Monika Engler-Jastrzębskiej nt. „Postawy, zachowania i preferencje konsumentów a możliwości rozwoju naturalnych produktów promieniochronnych w Polsce”, a w zakresie merytorycznym Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. 2022 poz. 574).

1. Ocena doboru problematyki badawczej celu i tematu rozprawy

Tematyka rozprawy podejmuje aktualne i istotne z punktu widzenia społeczno-gospodarczego zagadnienie rozwoju naturalnych produktów promieniochronnych (NPP) na polskim rynku kosmetycznym. W dobie rosnącej świadomości konsumenckiej oraz dynamicznego rozwoju rynku kosmetyków naturalnych, zagadnienie to ma duże

Instytut Marketingu i Zrównoważonego Rozwoju
93-590 Łódź, Al. Politechniki 8
tel. 42 631 32 54, 42 631 37 67,
w8i83@adm.p.lodz.pl, www.woiz.p.lodz.pl
Adres do korespondencji:
ul. Żeromskiego 116, 90-924 Łódź



znaczenie praktyczne i aplikacyjne, a jednocześnie stanowi istotne wyzwanie badawcze w obszarze nauk o zarządzaniu i jakości. Praca osadzona jest w interdyscyplinarnym kontekście, łącząc aspekty marketingowe, konsumenckie oraz technologiczne i legislacyjne w analizie rozwoju konkretnej kategorii produktów: naturalnych filtrów przeciwsłonecznych. Cenne jest także uwzględnienie w badaniach zarówno perspektywy konsumentów, jak i producentów. Z uwagi na niedostatek regulacji prawnych i trudności w klasyfikacji produktów naturalnych, temat ten ma również wymiar normatywny i systemowy, co podnosi jego znaczenie badawcze. Problem badawczy sformułowany został jasno, a cel naukowy pracy dotyczący oceny postaw, zachowań i preferencji konsumentów w kontekście możliwości rozwoju i doskonalenia tej kategorii produktów jest spójny z obranym kierunkiem badawczym oraz tematem pracy.

Doktorantka trafnie uzasadnia potrzebę badań, wskazując, że:

- mimo wzrostu popularności kosmetyków naturalnych, brakuje norm prawnych definiujących kosmetyki naturalne w Polsce;
- różnorodność certyfikatów i oznaczeń powoduje trudności w identyfikacji tej kategorii produktów;
- w szczególności naturalne produkty promieniochronne są słabo rozpoznawalne i mało popularne, mimo rosnącej świadomości ekologicznej i zdrowotnej;
- dotychczasowe badania nie uwzględniały w pełni wpływu postaw, zachowań i preferencji konsumentów na rozwój tej kategorii produktów w Polsce.

Wyniki przeprowadzonych badań mogą mieć znaczenie zarówno dla określenia możliwości rozwoju naturalnych produktów promieniochronnych w Polsce w oparciu o analizę postaw, zachowań i preferencji konsumentów, jak również dla opracowania strategii rozwoju nowego bądź udoskonalonego produktu.

Podsumowując, dobór tematu oceniam jako trafny, nowatorski oraz silnie osadzony w kontekście wyzwań rynku i polityk zrównoważonego rozwoju. Stanowi on również interdyscyplinarne połączenie wiedzy z zakresu marketingu, zarządzania produktem, ekokonsumpcji i innowacji produktowych.

Praca dobrze wpisuje się w dyscyplinę nauki o zarządzaniu i jakości, w szczególności w subdyscyplinę zarządzania marketingowego.

2. Ocena formalnej strony pracy

Struktura i układ rozprawy

Rozprawa mgr Moniki Engler-Jastrzębskiej została podzielona na sześć głównych rozdziałów, poprzedzonych wstępem oraz zakończonych podsumowaniem i wnioskami końcowymi. Całość dopełniają: bibliografia, wykaz tabel i rysunków, załączniki oraz streszczenia w języku polskim i angielskim. Rozprawa obejmuje łącznie ponad 200 stron, z czego zasadnicza część tekstu to 150 stron merytorycznych analiz. Praca posiada klasyczny, przejrzysty układ, w którym wyraźnie wyodrębniono część teoretyczną (rozdziały 1–3), metodyczną (rozdział 4) oraz empiryczną (rozdziały 5–6). Taki podział sprzyja klarownemu przedstawieniu problematyki badawczej, a kolejność rozdziałów odpowiada logicznemu porządkowi prowadzenia badań, od przeglądu literatury i analizy kontekstu, przez zaprezentowanie założeń metodologicznych, aż po prezentację wyników i ich interpretację. Zaproponowana przez Doktorantkę struktura pozwoliła na zachowanie spójności między celami badawczymi a układem treści. Poszczególne rozdziały stopniowo wprowadzają czytelnika w tematykę pracy, począwszy od ogólnej charakterystyki zachowań konsumentów, przez omówienie rynku kosmetyków naturalnych, aż po szczegółowe badania dotyczące postaw i preferencji wobec naturalnych produktów promieniochronnych.

Podsumowując, struktura rozprawy jest poprawna, logiczna i adekwatna do przyjętych celów i hipotez badawczych. Stanowi ona dobrze skonstruowaną ramę dla prezentowanych treści i w sposób spójny prowadzi czytelnika przez kolejne etapy analizy badawczej.

Literatura wykorzystana w rozprawie

W rozprawie wykorzystano bogaty i aktualny zbiór źródeł literaturowych, aktów prawnych, raportów rynkowych i danych branżowych. Autorka odwołuje się do uznanych publikacji z zakresu marketingu, zachowań konsumenckich, kosmologii zrównoważonego rozwoju, zarówno w ujęciu krajowym, jak i międzynarodowym.

W bibliografii znalazło się ponad 260 pozycji, w tym liczne źródła anglojęzyczne, raporty rynkowe, akty prawne oraz dokumenty instytucji certyfikujących. Zaletą jest też

umiejętne włączenie wyników badań wtórnych do części empirycznej, co pozwala na szerszy kontekst interpretacyjny.

Dobór literatury oceniam więc jako trafny i adekwatny do zakresu rozprawy, co podkreśla dobre przygotowanie Autorki do realizacji tematu.

Ocena pracy pod względem formalno-redakcyjnym

Rozprawa została przygotowana z zachowaniem wymogów formalnych właściwych dla pracy doktorskiej. Układ graficzny, kompozycja tekstu, tabel i rysunków sprzyja przejrzystości przekazu. Szczególnie pozytywnie należy ocenić staranność w opracowaniu własnych zestawień, schematów i wykresów, które ułatwiają interpretację danych.

Pomimo ogólnie pozytywnej oceny, zauważyć można nieliczne uchybienia językowe i stylistyczne, wynikające najprawdopodobniej z pośpiechu redakcyjnego. Sporadycznie Autorka miesza styl narracyjny (1. i 3. osoba liczby pojedynczej), np. „Zdecydowałam się na samodzielne spisanie nagrań.” Natomiast w pracy dominuje właściwa dla prac doktorskich 3 osoba np.: „Autorka przyjęła założenie, że najbardziej wartościowym źródłem informacji są konsumenci stosujący produkty ochrony przeciwsłonecznej.”

Podsumowując, wymienione wyżej uchybienia nie wpływają znacząco na poziom merytoryczny pracy oraz na ogólne pozytywne wrażenie i odbiór treści podczas lektury. Warto je jednak uwzględnić, na przykład w przyszłych publikacjach opartych na dysertacji.

3. Ocena metodyki badań

Założeniom badawczym i metodologicznym poświęcony został cały Rozdział 4 pracy. Autorka sformułowała jasny problem badawczy, cztery hipotezy oraz osiem pytań badawczych, które stanowią solidną podstawę koncepcyjną części empirycznej. Przedstawiono również szczegółowo etapy badań oraz zastosowane metody pozyskiwania i analizy danych.

W pracy zastosowano zarówno metody jakościowe, jak i ilościowe, co umożliwia uzyskanie pogłębionego i wszechstronnego obrazu badanego zjawiska. Wśród metod badania danych wtórnych wykorzystano: metodę analizy i krytyki piśmiennictwa, metodę badania dokumentów. Przeprowadzono także analizę oferty asortymentowej produktów promieniochronnych wybranych kanałów dystrybucji w oparciu o obserwację rynku e-commerce. W ramach pozyskiwania danych pierwotnych zastosowano następujące metody badań sondażowych: ilościowe: badania ankietowe (CAWI) oraz jakościowe wywiad kwestionariuszowy (CATI). Wyniki badań poddane zostały analizie statystycznej, w tym testy wiedzy konsumentów i modele IRT (Item Response Theory).

Metody badawcze zostały dobrane adekwatnie do charakteru problemu oraz dobrze opisane. Jednocześnie w kilku miejscach ich prezentacja rodzi pewne pytania. Nie jasny jest dla mnie na przykład powód rozdzielenia na odrębne etapy badań zagadnień dotyczących: miejsca zakupu produktów promieniochronnych, oceny wiedzy konsumentów i jej wpływu na decyzje nabywcze, identyfikacji postaw i zachowań wobec NPP oraz określenia preferencji konsumentów wobec NPP.

Nie jest też jasne czy badania prowadzone na różnych etapach badań dotyczyły tej samej grupy respondentów, czy też zupełnie innej. Jeśli innej to z czego wynikało takie rozdzielenie?

To nasuwa dalsze pytanie dotyczące różnych wielkości próby na poszczególnych etapach badań. W przypadku miejsca zakupu było to 444 respondentów, w przypadku poziomu wiedzy konsumentów na temat naturalnych produktów promieniochronnych i jego wpływu na decyzje nabywcze: 1263, natomiast w przypadku postawy i zachowań konsumentów wobec naturalnych produktów promieniochronnych (NPP): 1123.

Podsumowując brakuje wyjaśnienia, z czego wynikają te różnice?. Nie jest jasne, czy próby te się pokrywają, częściowo zazębiają, czy są zupełnie odrębne. Tego rodzaju nieścisłość może utrudniać interpretację wyników oraz obniżać przejrzystość metodologiczną pracy. W przypadku rozprawy doktorskiej, gdzie wiarygodność i transparentność danych są kluczowe, taka rozbieżność wymaga jednoznacznego wyjaśnienia.

Stąd moje pierwsze pytanie: Proszę wyjaśnić, z czego wynikają różne liczebności próby? Czy są to różne próby badawcze oraz czy i jak dane z tych prób były analizowane łącznie lub rozdzielnie?

W kontekście oceny doboru metod badawczych bardzo pomogłaby prezentacja wyjściowego modelu badawczego w formie graficznej, prezentującego układ założeń, pojęć i zależności między nimi. Pokazanie zależności pomiędzy zmiennymi w modelu badawczym w odniesieniu do wcześniej opisanych przez doktorantkę istniejących już modeli teoretycznych pozwoliłyby także na bardziej przejrzyste powiązanie tych założeń z hipotezami badawczymi.

W takcie obrony prosiłabym także o uzasadnienie z czego wynikał dobór metod statystycznych w oparciu, o które testowano hipotezy.

Dlaczego na przykład nie wykorzystano metod często wykorzystywanych w tego typu analizach jak np. regresja logistyczna, analiza ścieżkowa, czy modelowanie strukturalne SEM), które mogłyby pogłębić zależności między postawami, wiedzą a decyzjami zakupowymi?

Podsumowując, dobór i realizacja metodyki badań zasługuje na ocenę pozytywną zarówno pod względem doboru narzędzi, jak i ich wykorzystania w analizie problematyki badawczej. Jednocześnie jednak wymaga ona dodatkowych wyjaśnień dotyczących sposobu doboru próby na poszczególnych etapach oraz doboru metod analizy statystycznej. Ewentualne przedstawienie pewnych ograniczeń badawczych związanych z zastosowaniem wybranych metod.

4. Szczegółowa ocena merytoryczna zawartości rozprawy

Rozprawa mgr Moniki Engler-Jastrzębskiej podejmuje ambitne i aktualne zagadnienie, jakim jest wpływ postaw, zachowań i preferencji konsumentów na rozwój naturalnych produktów promieniochronnych w Polsce. Autorka sformułowała jasny i spójny cel główny, którym jest: „... analiza postaw, zachowań i preferencji konsumentów w kontekście możliwości rozwoju naturalnych produktów promieniochronnych w Polsce i doskonalenia tej kategorii produktów” Tu jedynie drobna uwaga: na poziomie formułowania celu właściwszym wydaje się sformułowanie „ocena postaw...”, jako efekt prowadzonej analizy. Cel ten został rozwinięty poprzez cztery cele szczegółowe:

1. Ocena wiedzy konsumentów na temat naturalnych produktów promieniochronnych i jej wpływu na ich decyzje nabywcze.

2. Identyfikacja postaw i zachowań konsumentów w stosunku do naturalnych produktów promieniochronnych oraz analiza zależności między zmiennymi.
3. określenie preferencji konsumentów dotyczących naturalnych produktów promieniochronnych i stworzenie hierarchii ważności cech produktu.
4. identyfikacja postaw i zachowań przedsiębiorców/ producentów kosmetyków ochrony przeciwsłonecznej w Polsce wobec naturalnych produktów promieniochronnych i perspektyw poszerzenia asortymentu o tę kategorię produktów.

Sposób sformułowania celów badawczych oceniam bardzo pozytywnie, są one spójne z celem głównym, hipotezami oraz pytaniami badawczymi, które również zostały poprawnie i adekwatnie skonstruowane.

Natomiast w mojej ocenie większą przejrzystość oraz spójność metodologiczną zapewniłoby wspomniane już wcześniej dodatkowe przedstawienie modelu badawczego w formie graficznej, który obrazowałby powiązania między zmiennymi, ich zakotwiczenie w istniejących teoriach oraz sposób operacjonalizacji przyjęty w analizach empirycznych.

Wspomniane wcześniej rozdzielenie badań na poszczególne etapy powodują pewne niejasności co do zmiennych zależnych (wynikowych), które są odmienne na poszczególnych etapach tzn., w badaniu dotyczącym wiedzy mamy: „Kupowanie Naturalnych Produktów Promieniochronnych” zaś w badaniu dotyczącym postaw i zachowań konsumentów: Zainteresowanie konsumentów NPP, rozumiane jako suma Intencji zakupu [Purchase Intentions (PI)] i Rzeczywistego zakupu [Actual Buying Behaviour (ABB)], a także rozpatrywane oddzielnie: Intencje zakupu i Rzeczywisty zakup.

Nie do końca jasne jest dla mnie czym różni się zmienna zależna: „Kupowanie Naturalnych Produktów Promieniochronnych” od zmiennej zależnej „Rzeczywisty zakup” oraz z czego wynika wprowadzenie dodatkowej zmiennej „Zainteresowanie konsumentów NPP” stanowiącej sumę intencji i zakupu. **Prosiłabym o wyjaśnienie tych kwestii podczas obrony.**

Rozdziały 1-3, stanowiące część teoretyczną rozprawy zawierają szeroki przegląd literatury z zakresu zachowań konsumenckich, preferencji, postaw oraz rynku kosmetyków naturalnych i przeciwsłonecznych. Autorka przywołuje uznane teorie, takie jak teoria planowanego zachowania (TPB) czy teoria reakcji na pozycję (IRT), i umiejętnie osadza je w kontekście przedmiotu badania. Cenne są również odwołania do

badan nad racjonalnością decyzji zakupowych, co pozwala zrozumieć nie tylko co kupują konsumenci, ale dlaczego podejmują takie, a nie inne decyzje. Wyróżnia się rozdział poświęcony certyfikacji kosmetyków naturalnych oraz analizie regulacji prawnych – ten fragment dobrze obrazuje złożoność uwarunkowań rynkowych, w jakich funkcjonują zarówno konsumenci, jak i producenci. Autorka rzetelnie identyfikuje również problemy definicyjne i brak jednolitych norm, które utrudniają rozwój rynku NPP.

We wspomnianej już wcześniej części metodycznej (rozdział 4), Autorka przedstawia założenia badawcze pracy prezentując problem naukowy, cele i hipotezy badawcze, etapy badań oraz wykorzystane metody badawcze, tą część również oceniam pozytywnie. Bardziej szczegółowe uwagi i pytania dotyczące założeń badawczych przedstawione zostały w punkcie recenzji dotyczącym metod badawczych.

Część empiryczna (rozdziały 5–6) zawiera obszerne i wnikliwe analizy ilościowe i jakościowe. Autorka prezentuje m.in.:

- analizę asortymentu produktów promieniochronnych w polskim e-commerce,
- test wiedzy konsumentów na temat NPP,
- analizę postaw i preferencji zakupowych,
- opinie producentów na temat tej kategorii produktów.

Na uwagę zasługuje wysoka wartość poznawcza uzyskanych wyników, które ukazują m.in. niski poziom wiedzy konsumentów, istniejące bariery decyzyjne oraz pozytywne, choć nieprzekładające się na zakup postawy wobec produktów naturalnych. Interesującym wątkiem jest także analiza rynku z perspektywy producentów, co wzbogaca pracę o punkt widzenia podaży.

Autorka skutecznie łączy aspekt analityczny z aplikacyjnym, dzięki wyniki badań mają potencjał wykorzystania zarówno przez branżę kosmetyczną, jak i twórców kampanii edukacyjnych czy regulatorów rynku.

W części końcowej pracy Autorka przedstawia spójne i logicznie wyprowadzone wnioski, które odpowiadają postawionym wcześniej hipotezom i pytaniom badawczym. Wskazano również rekomendacje praktyczne, m.in. w zakresie działań edukacyjnych, rozwoju produktów, poprawy komunikacji marketingowej i działań certyfikacyjnych.

5. Konkluzja końcowa

Ocena całości pracy, pozwala mi stwierdzić, że stanowi ona oryginalne rozwiązanie problemu badawczego, prezentuje wysoki poziom wiedzy teoretycznej Doktorantki oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia przez nią badań naukowych.

Biorąc pod uwagę wszystkie przyjęte kryteria stwierdzam, że rozprawa doktorska Pani mgr Moniki Engler-Jastrzębskiej nt. „Postawy, zachowania i preferencje konsumentów a możliwości rozwoju naturalnych produktów promieniochronnych w Polsce” spełnia wszystkie wymagania stawiane pracom doktorskim, i w związku z powyższym wnoszę o dopuszczenie Autorki rozprawy do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

Małgorzata Koszewska