

Szczecin, dn. 01.06.2022 r.

prof. dr hab. Ewa Frąckiewicz
Instytut Zarządzania
Katedra Marketingu
Uniwersytet Szczeciński

Recenzja

pracy doktorskiej Liwii Delińskiej

pt. „*Model zachowań konsumentów w warunkach zmian technologicznych na rynku imprez biegowych*”, Sopot 2022.

Podstawą sporządzenia recenzji jest pismo Przewodniczącego Rady Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości Uniwersytetu Gdańskiego dr hab. Pawła Antonowicza, prof. UG z dnia 30.03.2022 roku w sprawie powierzenia mi oceny rozprawy doktorskiej mgr Liwii Delińskiej w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości, maszynopis pracy doktorskiej p. Liwii Delińskiej oraz Ustawa z dnia 20 lipca 2018 roku Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.

Informacje ogólne

Przedłożona do oceny rozprawa doktorska p. Liwii Delińskiej została napisana pod kierunkiem promotora dr hab. Roberta Bębna, prof. uczelni oraz promotor pomocniczej dr inż. Sylwii Badowskiej. Autorka dysertacji podejmuje temat związany z wpływem technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) na zachowania konsumentów – uczestników imprez biegowych. Zmiany technologiczne oddziałują na każdy aspekt życia współczesnego konsumenta, w tym także na jego aktywność w czasie wolnym, do których należy uprawianie sportu tj. bieganie. Stąd w mojej ocenie rozpoznanie związków między ICT a procesem podejmowania decyzji o uczestnictwie w imprezach biegowych stanowi właściwy przedmiot badań naukowych dla pracy doktorskiej.

Na pracę o objętości 406 stron, składają się: wstęp, pięć rozdziałów, zakończenie, bibliografia, spisy tabel, rysunków, wykresów oraz dwa załączniki. Pierwszy załącznik zawiera tabelę ze szczegółowymi wynikami analizy ilościowej publikacji naukowych z zakresu

zachowań konsumentów. Załącznik 2 zawiera autorski kwestionariusz ankiety adresowanej do osób uczestniczących w imprezach biegowych.

Treść rozprawy obejmuje część teoretyczną i empiryczną, w której Doktorantka w oparciu o studia literaturowe i badania własne przedstawia autorski model kształtowania doświadczeń biegacza – uczestnika imprez biegowych oraz model jego postępowania z uwzględnieniem obecności rozwiązań ICT na poszczególnych jego etapach.

Pani Liwia Delińska wykorzystała ponad przeciętną dla prac doktorskich, bardzo bogatą literaturę przedmiotu tj. ponad 700 pozycji, w tym głównie artykuły naukowe i monografie (656). Znaczna ich część to pozycje w języku angielskim. Wysoko oceniam także aktualność źródeł oraz ich różnorodność tematyczną związaną z zachowaniami konsumentów, nowymi technologiami i e-biznesem, sportem, sportem biegowym i marketingiem sportowym, marketingiem doświadczeń, badaniami marketingowymi, zarządzaniem marketingowym, turystyki. Objęcie badaniami literaturowymi tak szerokiego obszaru wskazuje z jednej strony na zainteresowania Autorki, ale z drugiej, co ważniejsze, obrazuje złożoność problematyki, której się podjęła.

Ocena tematyki rozprawy i metodyki badań

Bieganie jest łatwo dostępną formą aktywności fizycznej, dzięki czemu stało się jednym z najbardziej powszechnych sposobów spędzania czasu wolnego. Ten stosunkowo prosty sport przyjmuje postać niezorganizowaną oraz zorganizowaną podczas zawodów sportowych i imprez biegowych. Jego popularność znajduje swoje odzwierciedlenie w ilości i różnorodności organizowanych wydarzeń biegowych na świecie i w Polsce oraz w rosnącej liczbie ich uczestników. Należy się zgodzić z tezą Autorki zawartą we Wstępie, iż znajomość wzorców postępowania biegaczy ma wpływ na dalszy rozwój rynku imprez biegowych oraz jest istotna dla podejmowania trafnych decyzji marketingowych przez ich organizatorów.

Biorąc pod uwagę rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych, nie dziwi zatem, że zarówno organizatorzy jak i uczestnicy wydarzeń sportowych, w tym biegów, coraz powszechniej korzystają z ICT. Pojawiają się nowe możliwości komunikacji między organizatorami a uczestnikami, a która dotyczy wyboru danej imprezy, jej uatrakcyjnienia i dostarczenia nowych doświadczeń jak i zarządzania etapem po wydarzeniu. Stąd też w mojej opinii, podjęty temat zbadania związków między przebiegiem procesu podejmowania decyzji o uczestnictwie w imprezach biegowych a rozwiązaniami z obszaru technologii informacyjno-

komunikacyjnych jest dysertatywny i znalazł pełne odzwierciedlenie w treści ocenianej pracy doktorskiej.

Doktorantka opiera swoją pracę na tezie, która nie budzi wątpliwości: *czynniki towarzyszące podejmowaniu decyzji o uczestnictwie w imprezach biegowych ewoluują w następstwie zmian technologicznych*. Nie wiadomo jednak w jaki sposób one ewoluują, co mogłoby być podstawą sformułowania hipotezy badawczej. Następnie pani Liwia Delińska stawia pytanie dotyczące sposobu kształtowania atrakcyjnej oferty dla biegaczy, które uszczegóławia pięcioma sformułowaniami, w tym związanym z akceptacją ICT przez biegaczy.

Cele dysertacji zostały wskazane, słusznie, we Wstępie pracy. Podstawowym celem *jest uzupełnienie luki badawczej polegającej na ograniczonej wiedzy z zakresu zachowań uczestników imprez biegowych w warunkach rozwoju technologicznego*. Głównym celem teoriopoznawczym *jest identyfikacja zachowań konsumentów w poszczególnych fazach procesu podejmowania decyzji na rynku usług biegowych*. Zabrakło tutaj elementu wskazującego na wpływ nowych technologii na ten proces, co de facto stanowi treść pracy. Doktorantka sformułowana również cel praktyczny w postaci *opracowania modelu postępowania konsumenta na rynku imprez biegowych skierowanego do organizatorów wydarzeń (oraz pozostałych interesariuszy), wspierającego budowanie przewagi konkurencyjnej*. Zwracam uwagę, że opracowanie modelu jest właściwe dla poznania naukowego, natomiast na jego podstawie można formułować wnioski o charakterze praktycznym, w tym przypadku dla organizatorów szczególnego typu wydarzeń sportowych tj. różnego rodzaju imprez biegowych.

Tym celom podporządkowano dziewięć celów szczegółowych, które dobrze systematyzują wywód przeprowadzony w dysertacji. Zastrzeżenia budzi jedynie CS1, który polega na *analizie aktualnego stanu wiedzy (...)*, ponieważ analiza jest środkiem osiągnięcia celu.

Ocena zawartości pracy

Zasadnicza część pracy składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów oraz zakończenia. Budowa pracy jest w pełni poprawna.

Wstęp zawiera uzasadnienie wyboru tematyki, cel podstawowy, teoriopoznawczy, praktyczny i cele szczegółowe oraz pytania badawcze. Wskazano tu również na charakter badań własnych i opisano zawartość poszczególnych rozdziałów.

Rozdział pierwszy stanowi studium z zakresu zachowań konsumenta. Pani Liwia Delińska przedstawia źródła literaturowe, na których oparła swoją analizę i odnosi się do nich w sposób krytyczny, co jest cenne w pracach naukowych. Dotyczy to w szczególności takich pojęć jak zachowania konsumenta i e-konsumenta. Tym samym Rozdział 1 (pkt. 1.2.1.) zawiera opis rodzajów konsumentów związanych z nowymi trendami, co częściowo zostaje powtórzone w rozdziale piątym. Nie jest natomiast jasne, dlaczego wśród uwarunkowań determinujących postępowanie nabywców zostały wprowadzone czynniki osobisto-demograficzne w miejsce demograficznych i behawioralnych, a nie zostały uwzględnione technologiczne, w tym otwartość na ICT.

W tej części pracy Autorka słusznie wprowadza pojęcie zachowań konsumenta sportu/sportowego wraz z jego kategoryzacją. Już tutaj nasuwa się zatem pytanie, czy wraz z rozwojem e-sportu (mimo krytyki tego pojęcia) wzmacni się obecność e-sportowców, także biegaczy, oraz czy ICT będzie wspierać ich doświadczenia czy też zastępować walory biegów tradycyjnych?

Ze względu na cel pracy w punkcie 1.3.1 Autorka charakteryzuje modele podejmowania decyzji oraz, słusznie, proponuje model podejmowania decyzji w sporcie (s. 56). Następnie szczegółowo opisuje wybrany model EBK, który poprzez analogię adaptuje dla prezentacji postępowania zakupowego biegacza – uczestnika imprez biegowych (rozdział 5).

Jest to bardzo obszerna część pracy, w niektórych miejscach zbyt obszerna i podręcznikowa jak na charakter pracy doktorskiej (np. treść dotycząca uwarunkowań zachowań konsumentów, pojęcia potrzeb czy postaw).

W rozdziale drugim Autorka skoncentrowała się na zmianach technologicznych, które wpływają na zachowania konsumentów. Tym samym wprowadzony podpunkt na temat zmian w marketingu pod wpływem ICT należy ocenić jako zbyt ogólny w stosunku do jego tematu. Ponieważ w rozdziale pierwszym dokonano kategoryzacji determinant zachowań nabywców, to pojawia się tu pytanie, do której grupy zaliczono właśnie technologie informacyjno-komunikacyjne? Następnie p. Liwia Delińska w mojej opinii nawet zbyt szeroko charakteryzuje wybrane technologie ICT sporadycznie odwołując się do ich zastosowania przy organizacji imprez biegowych oraz przez samych biegaczy. Uważam, że bardzo wartościowe są tutaj rozważania nt. marketingu doświadczeń na rynku imprez biegowych (pkt. 2.3.2), co nawiązuje do pytania badawczego PB5 oraz autorskiego modelu doświadczeń w rozdziale piątym.

W rozdziale trzecim poświęconym rynkowi imprez biegowych, Doktorantka zaprezentowała swoją szeroką i pogłębioną wiedzę z tego zakresu. Podkreślam wartość przeprowadzonej analizy literatury, ilościowej i jakościowej, polskiej i zagranicznej, a także zwrócenie uwagi na interdyscyplinarny charakter podjętej tematyki (czas wolny, zdrowie, aktywność fizyczna) oraz przedstawienie rodzajów imprez biegowych, ich popularności i organizatorów. Jednym z wyróżnionych przez Autorkę obszarów dotychczasowych badań są te z zakresu aspektów technologicznych związanych z imprezami biegowymi, co w pełni odpowiada potrzebom ocenianej dysertacji. W tej części pracy znajduje się także autorski podział rynku biegowego w ujęciu przedmiotowym (s. 160) oraz wyróżnienie grup interesariuszy imprez biegowych (s. 186).

P. Liwia Delińska, podobnie jak w poprzednich rozdziałach, niektóre z zagadnień opisuje jednak zbyt szczegółowo. Stąd też szkoda, że tak obszerne rozważania kończą się bardzo ogólną konstatacją, iż biegacze różnią się między sobą, co wymaga zastosowania odpowiedniej komunikacji marketingowej i odpowiedniego zaprojektowania imprezy biegowej (s. 201).

Rozdział czwarty ma charakter empiryczny i rozpoczyna się od opisu metodyki badań. Doktorantka wykorzystała dwa sposoby gromadzenia danych pierwotnych tj. ankietę (2018 rok) oraz obserwację wybranych serwisów społecznościowych (Facebook i Instagram) (brak informacji na temat czasu przeprowadzenia badania). Zastosowanie dwóch różnych podejść oceniam jako w pełni uzasadnione i korzystne dla osiągnięcia celów pracy. Badanie ankietowe pozwoliło na uzyskanie odpowiedzi na pytania dotyczące oczekiwań, motywów i preferencji uczestników imprez biegowych i poziomu akceptacji ICT. Badania przeprowadzono na dużej liczbie respondentów (N=1079) z zastosowaniem doboru celowego przy wykorzystaniu techniki CAWI. Kwestionariusz został poprawnie zbudowany (załącznik 2), i rozdystrybuowany poprzez organizatorów imprez biegowych oraz portale adresowane do biegaczy. Obserwacja miała charakter nieuczestniczący, co pozwoliło na zweryfikowanie danych deklaracyjnych głównie poprzez analizę jakościową.

Wyniki badań sondażowych przedstawiono poprzez częstości odpowiedzi oraz podstawowe charakterystyki statystyki opisowej. Na ich podstawie Doktorantka scharakteryzowała także profil biegacza oraz zbudowała „chmurę wyrazów” odzwierciedlających najważniejsze cechy imprez biegowych. W tym miejscu pojawia się kolejne pytanie: które z nich nie podlegają i/lub nie będą podlegać cyfryzacji i dlaczego? Wyniki badań jakościowych pochodzą z obserwacji wpisów (postów) uczestników serwisów

społecznościowych. Ponieważ ich charakter jest zróżnicowany pod względem formy (tekst, zdjęcia, filmy), to słusznie Autorka dokonała ich kategoryzacji pod kątem ilości i rodzajów wpisów biegaczy tj. przebieg tras, opinie i komentarze, organizowanie treningów, organizacja i uczestnictwo w biegach, pytania i ogłoszenia.

Rozdział piąty składa się z dwóch części: pierwsza dotyczy realizacji celu głównego dysertacji i polega na opracowaniu ścieżki zakupowej uczestników imprez biegowych. Natomiast druga zawiera wnioski z badań oraz konkretne wskazówki dla organizatorów imprez (np. regularność publikacji, śledzenie aktywności użytkowników, stała komunikacja). Na podkreślenie zasługują autorskie opracowania faz postępowania uczestników imprez biegowych, etapy „podróży” biegacza (s. 308-309), ale przede wszystkim model doświadczeń uczestnika imprez biegowych, który uwzględnia wpływ ICT na poszczególne jego etapy i rodzaje działań podejmowanych zarówno przez organizatorów jak i sportowców. Tym samym stanowi o wiele głębsze studium niż model postępowania przedstawiony w dalszej części rozdziału. Jak słusznie podkreśla Autorka, wpływ ICT jest zauważalny na każdym jego etapie – jaki ma jednak charakter? Zastępowania czy wspierania? Obszerne studium zawiera także wyniki nt. przyszłej popularności rozwiązań ICT w opinii respondentów oraz praktyczne wskazówki dla organizatorów przyszłych wydarzeń biegowych (np. rozwój samoobsługi czy wykorzystanie AR).

Zakończenie w sposób poprawny podejmuje wątek związany z uzasadnieniem wyboru tematu, a przede wszystkim przedmiotu badań, oraz syntetycznie przedstawia najważniejsze wnioski płynące zarówno z badań literaturowych jak i empirycznych. Doktorantka konstatuje, że *nabywcy zajmują uprzywilejowaną pozycję na rynku, gdzie z pasywnych odbiorców stali się świadomymi swych potrzeb współtwórcami ofert*. Tymczasem właśnie coraz ściślejsze związki między światem realnym a cyfrowym prowadzą do zjawiska zupełnie odwrotnego – wykorzystania ICT wyłącznie dla realizacji celów przedsiębiorstwa, organizacji czy rządów. Czy zatem wysunięty wniosek dotyczy wyłącznie czasu wolnego i/lub uprawiania sportu?

Treść pracy p. Liwii Delińskiej bardzo dobrze świadczy o szerokiej wiedzy Autorki z zakresu organizowania i zarządzania wydarzeniami sportowymi tj. imprezy biegowe. Doktorantka prezentuje się jako osoba dociekliwa i dokładna, co jednocześnie prowadzi do nadmiernego rozwijania wielu wątków pobocznych w stosunku do głównego nurtu rozważań, a które można byłoby pominąć z korzyścią dla całości pracy.

Strona formalna i edytorska pracy

Odnosząc się do strony formalnej podkreślam, że praca spełnia warunki stawiane rozprawom doktorskim. Jest także bogata w tabele, rysunki i wykresy często o charakterze autorskim. Doktorantka posługuje się poprawnym językiem, a nieścisłości czy braki mają charakter sporadyczny (np. nie – prekursor zachowań konsumenckich tylko – prekursor badań zachowań konsumenckich (s. 16), brak numerów stron w spisach obiektów). Zwracam jedynie uwagę na objętość maszynopisu, która z korzyścią dla całej pracy, mogłaby zostać ograniczona dzięki przesunięciu niektórych treści pośrednio związanych z głównym nurtem wywodu do załączników (np. tabele zawierające szczegółowe dane o imprezach biegowych).

Konkluzja

Całościowa ocena merytoryczna i formalna pracy doktorskiej p. Liwii Delińskiej jest pozytywna. Treść dysertacji potwierdza posiadanie przez Doktorantkę ogólnej wiedzy teoretycznej w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej. Tym samym rozprawa doktorska mgr Liwii Delińskiej pt. *Model zachowań konsumentów w warunkach zmian technologicznych na rynku imprez biegowych*, przygotowana pod kierunkiem naukowym dr hab. Roberta Bębna, prof. uczelni oraz dr inż. Sylwii Badowskiej spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim.

Wnoszę o przyjęcie rozprawy doktorskiej mgr Liwii Delińskiej i dopuszczenie jej do publicznej obrony.

Ewa Frydlińska