



Warszawa, dn. 6 czerwca 2022 r.

Dr hab. Tomasz Zalega, prof. ucz.
Katedra Gospodarki Narodowej
Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego
02-678 Warszawa, ul. Szturmowa 3
e-mail: tomasz.zalega@wp.pl

Recenzja

rozprawy doktorskiej mgr Agnieszki Tekień pt. *Atrybuty i cena produktu spożywczego a wybory konsumentów* napisanej pod kierunkiem naukowym prof. dr hab. Krystyny Gutkowskiej

1. Podstawa i cel recenzji

Podstawą niniejszej opinii jest pismo Pani dr. inż. Sylwii Łaby, Dyrektora Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowego Instytutu Badawczego w Warszawie z dnia 29 maja 2022 roku, z prośbą o dokonanie oceny rozprawy doktorskiej mgr Agnieszki Tekień pt. *Atrybuty i cena produktu spożywczego a wybory konsumentów*.

Celem recenzji jest stwierdzenie, czy dysertacja spełnia warunki określone w Rozporządzeniu w sprawie szczegółowego trybu i warunków przeprowadzania czynności w przewodzie doktorskim, w postępowaniu habilitacyjnym oraz postępowaniu o nadaniu tytułu profesora (Dz. U. z 2018 r. poz. 261 z późniejszymi zmianami), w szczególności, czy stanowi

1

oryginalne rozwiązanie problemu naukowego lub artystycznego oraz wykazuje ogólną wiedzę teoretyczną kandydata w danej dyscyplinie naukowej lub artystycznej, a także umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy naukowej lub artystycznej (art. 13 pkt 1. Dz. U. Nr 65 z 2003 r., poz. 595).

2. Przedmiot recenzji

Przedmiotem recenzji jest dysertacja mgr Agnieszki Tekień pt. *Atrybuty i cena produktu spożywczego a wybory konsumentów* napisana pod kierunkiem prof. dr hab. Krystyny Gutkowskiej.

Praca liczy 150 stron i obejmuje: stronę tytułową i oświadczenie promotora pracy, podziękowanie promotorowi, streszczenia dysertacji w językach polskim i angielskim (bez numeru), spis treści (s. 9-10), wstęp (s. 11-17), część zasadniczą (s. 18-131), podsumowanie i wnioski (s. 132-139), bibliografię (s. 140-147), spis tabel (s. 148), spis rysunków (s. 149) i linki do danych Głównego Urzędu Statystycznego (s. 150).

Treści zasadnicze rozprawy podzielono na pięć rozdziałów, z których rozdział pierwszy liczy 22 strony (s. 18-39), rozdział drugi zawiera 13 stron (s. 40-52), rozdział trzeci liczy 23 strony (s. 53-75), rozdział czwarty obejmuje 22 strony (s. 76-97), natomiast ostatni fragment - rozdział piąty - 34 strony (s. 98-131).

W wykazie pozycji źródłowej umieszczono 150 pozycji, z czego zwarte pozycje obcojęzyczne stanowią 52,33% zbioru (80 pozycji). W spisie rysunków ujęto 18 pozycji, natomiast w spisie tabel - 23 pozycje.

3. Określenie trafności wyboru i oryginalności problemu badawczego

Różnorodność i intensywność przeobrażeń społeczno-gospodarczych dokonujących się w otoczeniu konsumentów i wewnątrz ich gospodarstw domowych, przyczyniły się w dość istotny sposób do zmian w ilości i jakości konsumpcji żywności w Polsce. Dostrzega się także zmiany w zwyczajach zakupowych, zachowaniach konsumentów na rynku, ich wymaganiach i preferencjach.

Współcześnie analiza zachowań konsumentów indywidualnych to nie tylko odwoływanie się do tradycyjnych czynników – takich jak biologiczne, społeczne, kulturowe, ekonomiczne czy ekologiczne – kształtujących postawy, preferencje i skłonność do konsumpcji. Zmiany zachodzące w obszarze różnych uwarunkowań mikro- i makroekonomicznych prowadzą do wielu modyfikacji w sferze konsumpcji żywności.



Konsument XXI wieku stoi w obliczu nowych wyzwań, wynikających ze skomplikowanych i zróżnicowanych co do kierunku i siły oddziaływania procesów zachodzących w jego otoczeniu.

Współcześni konsumenci są coraz bardziej wymagającymi osobami, które żądają, by dostępna na rynku żywność była różnorodna, wysokiej jakości, atrakcyjna pod względem sensorycznym, o wysokiej wartości odżywczej, wytwarzana w warunkach zapewniających bezpieczeństwo zdrowotne i jednocześnie wymagała niewielkiego nakładu pracy i czasu na przygotowania do spożycia.


Istotny wpływ na wybór produktów żywnościowych mają uwarunkowania ekonomiczne – zwłaszcza rozporządzalne dochody konsumentów i ceny tych produktów. Znaczenie marki przy wyborze żywności jest istotne ze względu na gwarancję jakości i świeżości towaru oraz gwarancję otrzymania zawsze takiego samego produktu. Kluczową rolę przy dokonywaniu decyzji zakupu produktów odgrywa informacja żywieniowa, która może być przesyłana do konsumenta przez źródła personalne, gdzie informacje nieformalne pochodzące od przyjaciół, rodziny oraz informacje o charakterze formalnym, które są udzielane na opakowaniu produktu przez producenta, również przez źródła osobiste, to informacje uzyskane na podstawie własnego doświadczenia (poszukiwanie produktów na rynku, degustacja) czy źródła marketingowe prezentujące informacje pochodzące z reklam, wystaw, ze sprzedaży osobistej, informacje promocyjne na opakowaniu

W związku z powyższym podjęty w rozprawie doktorskiej mgr Agnieszki Tekień temat badań należy uznać za ważny i w pełni uzasadniony. Recenzowana praca wypełnia w pewnym zakresie istniejącą w tym przypadku lukę, wzbogacając wiedzę na wspomniany temat. Problematyka badawcza podjęta przez Doktorantkę jest aktualna, złożona i ważna, zarówno z naukowego jak i praktycznego punktu widzenia. Z tego też względu postawiony temat może stanowić przedmiot badań prowadzonych w ramach rozprawy doktorskiej.

4. Ocena poprawności i kompletności celów oraz hipotez badawczych

Przyjęta konstrukcja metodologiczna pracy (cel, hipotezy badawcze i układ rozprawy) wiąże ze sobą warstwę poznawczą pracy - rozważania teoretyczne - z jej częścią empiryczną. Realizacja celu rozprawy przebiega w nurcie teoretyczno-aplikacyjnym.

Cel główny pracy został jasno sformułowany. Jest nim zdiagnozowanie istoty i uwarunkowań zmian, jakie nastąpiły w wyborach zakupowych żywności w ciągu pierwszych kilkunastu lat po ważnym wydarzeniu, jakim było wstąpienie Polski do Unii Europejskiej. Miało ono znaczący wpływ na rozwój wymiany międzynarodowej, globalizację rynków i



3

ugruntowanie się ich otwartości, a w konsekwencji – na wyższy wzrost gospodarczy kraju. Jak napisała Doktorantka, „w badanym okresie duże znaczenie odgrywał również wzrost świadomości konsumentów oraz poprawa ich siły nabywczej” (s. 14). Realizacja tak sformułowanego celu wymagała przyjęcia od Autorki określonej procedury badawczej, która polegała na dwukrotnie przeprowadzonych badaniach. W efekcie badania na reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski zostały przeprowadzone w latach 2013 i 2019.

Jako obszar badań został wybrany rynek wybranych produktów żywnościowych pochodzenia zwierzęcego. Za produkty codziennego wyboru reprezentujące tę kategorię przyjęto szynkę i jogurt naturalny.

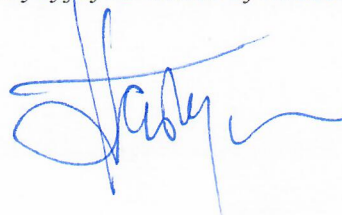
W związku z powyższym zaplanowano następujące cele szczegółowe:

1. Ustalenie, które atrybuty produktów żywnościowych mają dla konsumentów największe znaczenie i w konsekwencji skłaniają ich do uiszczenia za te atrybuty określonej ceny.
2. Zbadanie, czy i w jaki sposób zmieniło się znaczenie ceny dla konsumentów w Polsce pomiędzy 2013 a 2019 rokiem.
3. Sprawdzenie wrażliwości konsumentów na żywność pochodzącą z produkcji ekologicznej oraz na dodatkowe informacje umieszczane na opakowaniu wyrażaną deklarowaną chęcią zakupu.

W kontekście przyjętego celu głównego rozprawy oraz jej celów szczegółowych przyjęto hipotezę główną, która brzmi: Zmiany makroekonomiczne w Polsce charakterystyczne dla okresu poakcesyjnego skutkujące przemianami w obszarze wskaźników mikroekonomicznych, a w tym siły nabywczej konsumentów, spowodowały modyfikacje w zakresie czynników decydujących o zakupie produktów żywnościowych, powodując spadek znaczenia ceny, a wzrost znaczenia determinant pozacenowych (s. 15).

Przyjęto także hipotezy szczegółowe, które nadały kierunek prowadzonym badaniom:

1. Poszczególne atrybuty produktów spożywczych wywołują wśród konsumentów zróżnicowaną skłonność do poniesienia określonych kosztów ich zakupu.
2. W badanym okresie, to jest pomiędzy 2013 a 2019 rokiem, nastąpiło zmniejszenie znaczenia ceny produktu wśród determinant zachowań nabywczych polskich konsumentów.
3. Wzrost znaczenia informacji na opakowaniu oraz zainteresowania artykułami pochodzącymi z produkcji ekologicznej świadczy o wzroście świadomości konsumentów w zakresie atrybutów żywności oraz charakterystycznym dla tego procesu wzroście znaczenia czynników pozaekonomicznych w procesach decyzyjnych wobec żywności.



4. Informacja o składnikach produktów żywnościowych bez podania ich korzyści zdrowotnych nie skłania konsumenta do zapłacenia wyższej ceny za te produkty.

Hipoteza główna i hipotezy pomocnicze zostały sformułowane poprawnie. Pragnę także podkreślić, że świadomość metodologiczna Autorki jest na dobrym poziomie, o czym świadczy refleksyjny dobór metod do przeprowadzonych badań. Niewątpliwą zaletą pracy jest właściwe i staranne przygotowanie oraz ujawnienie warsztatu badawczego.

5. Ocena metod i narzędzi badawczych


Część teoretyczna rozprawy została przygotowana w oparciu o studia literaturowe publikacji dotyczących szeroko pojmowanych zachowań konsumentów na rynku żywności. Wykorzystano metody opisowe i porównawcze oraz analizę przyczynowo – skutkową. W dysertacji przeważa literatura obcojęzyczna. Wykorzystanie literatury w aspekcie jakościowym jest na poziomie satysfakcjonującym. Ilościowy wymiar odwołań do literatury nie budzi zastrzeżeń. Zakres wykorzystanej literatury pozwolił Doktorantce na realizację zdefiniowanego w pracy problemu. Natomiast przyjęte w rozprawie metody badań i narzędzia badawcze są słuszne i właściwie dobrane.

6. Merytoryczna ocena pracy

Recenzowana dysertacja lokuje się w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie ekonomii i finanse. Rozprawa ma charakter teoretyczno-empiryczny i tej konwencji podporządkowano jej układ. Kolejne rozdziały pracy są wyważone objętościowo, logicznie połączone i dobrze ze sobą powiązane, odpowiadając standardom opracowania naukowego. Logika wywodów jest w pełni uzasadniona, natomiast tytuły poszczególnych rozdziałów są adekwatne do zawartych w nich rozważań. Strukturę dysertacji można zatem uznać za przemyślaną i wystarczająco dopracowaną.

Pod względem merytorycznym praca zasługuje na jednoznacznie pozytywną ocenę. Autorka biegle orientuje się w problematyce zachowań konsumentów na rynku żywności w Polsce. Przedstawiona do recenzji rozprawa doktorska składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów, podsumowania, bibliografii oraz spisu tabel i rysunków.

We **wstępie** pracy Autorka prezentuje uzasadnienie wyboru tematu, cel i zakres rozprawy, stawia hipotezę główną i hipotezy cząstkowe, określa źródła i metody badawcze, oraz prezentuje układ i treść rozprawy. Należy stwierdzić, że konstrukcja wstępu pracy odpowiada wymaganiom warsztatowym.

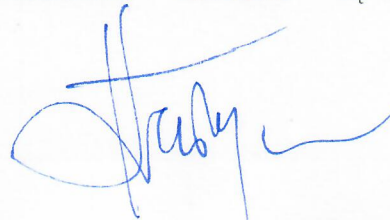


5

Rozdział **pierwszy rozdział** pt. *Konsument w teorii ekonomii* liczy 22 strony. Autorka prowadzi w nim czytelnika przez takie zagadnienia jak zachowania konsumentów, teoria wyboru konsumenta, behawioralną teorię zachowań konsumenta czy determinanty decyzji zakupowych. Ostatnia część rozdziału została poświęcona procesowi podejmowania decyzji przez konsumentów. Rozdział pierwszy, co do zasady, nie wnosi nowych treści do stanu wiedzy istniejącego w literaturze przedmiotu w rozpatrywanej problematyce. Uznać go jednak należy za stosowne wprowadzenie do dalszego postępowania badawczego oraz szczegółowego rozwinięcia złożonego problemu zachowań konsumentów na rynku żywności.

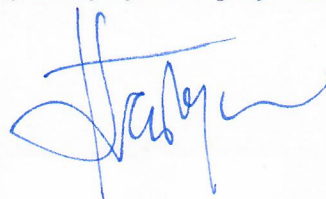
Po przeczytaniu tego rozdziału mam jednak kilka zasadniczych uwag:

1. Autorka, opisując zachowania konsumentów, nie wyjaśniła w ogóle tego pojęcia. Nie napisała co rozumie przez pojęcie „zachowania konsumentów”. W literaturze przedmiotu istnieje cały wachlarz definicji terminu „zachowanie konsumenta”, które objaśniają istotę zachowań konsumpcyjnych na gruncie różnych dyscyplin i różnych teorii w badaniach. W wielu pracach zachowanie konsumenta definiowane jest jako pewien zorganizowany ciąg reakcji na bodźce, które z kolei motywują do zaspokojenia odczuwanych potrzeb. Ogólnie można zdefiniować zachowanie konsumenta jako kompleks działań i czynności, który ma na celu zaspokojenie potrzeb konsumpcyjnych jednostki lub grupy poprzez zdobywanie dóbr i usług, skorelowany z odczuwanym systemem preferencji oraz sposobem obchodzenia się z nabytymi dobrami. Zachowanie konsumenta oznacza zazwyczaj każdą reakcję (lub ogół reakcji) organizmu na bodźce środowiska i ustosunkowanie się do tego środowiska.
2. Należy pamiętać o tym, że zróżnicowanie zachowań konsumenckich jest efektem wpływu czynników zewnętrznych pochodzących bezpośrednio z otoczenia, tj. istniejącego systemu wartości, panujących zwyczajów, tradycyjnych form postępowania oraz mechanizmów i instytucji rządzących współczesną gospodarką. U podstaw decyzji każdego człowieka leżą jego cechy indywidualne (postawy, motyw, osobowość). Dlatego też zadaniem niezwykle trudnym jest uchwycenie i określenie wszystkich aspektów i elementów zachowań konsumentów na rynku. Prowadząc badania empiryczne można jedynie zidentyfikować owe zachowania w określonym momencie. Dopiero na bazie tego rozpoznania zasadne jest ustalanie pewnych prawidłowości w zachowaniach konsumenckich i można podjąć próbę tworzenia – konstruowania teorii.
3. Z punktu widzenia teorii ekonomii w badaniach zachowań konsumentów dokonuje się analizy stopnia racjonalności podejmowanej przez konsumentów decyzji. Do najwcześniejszych koncepcji zachowań konsumenta zaliczane są teorie



mikroekonomiczne, takie jak teoria użyteczności kardynalnej Jevonsa, Mengera i Walrasa, teoria użyteczności porządkowej (ordynalnej) Pareto i Fishera, teoria ujawnionych preferencji Samuelsona, czy koncepcja użyteczności Strotza. W wymienionych teoriach badania nad zachowaniem konsumenta polegały na analizowaniu drugorzędnych danych a czasami na próbach badań eksperymentalnych i ankietowych. Z kolei w koncepcji ograniczonej racjonalności Simona można dostrzec dwa aspekty: po pierwsze, nie wszyscy konsumenci są zainteresowani osiągnięciem optymalnych rezultatów, ponieważ posiadają ograniczone poznawcze zdolności umożliwiające im rozważenie wszystkich racjonalnych możliwości. Po drugie, konsumenci, przy podejmowaniu decyzji konsumpcyjnych kierują się koniecznością zaspokajania potrzeb, a także uwzględniają społeczne uwarunkowania. Oznacza to, że zgodnie z koncepcją racjonalności proceduralnej, nie tyle rezultat gospodarowania jest istotny, ile samo postępowanie według określonych reguł, będące podstawą oceny racjonalności gospodarowania dochodami. Należy zatem przyjąć, że racjonalne gospodarowanie dochodami pieniężnymi w gospodarstwie domowym poprzedza analiza celów i niezbędnych do ich osiągnięcia środków.

4. Dlaczego przy omawianiu szkoły neoklasycznej Doktorantka omawiała model Engla-Kollata-Blackwella? To jest przecież model marketingowy a nie ekonomiczny. Po co wspominać także w pracy o innym, skądinąd ciekawym modelu marketingowym, bez jego opisu, jakim jest model przemyślanego działania Fishbeina i Ajzena?
5. Zaprezentowana w podpunkcie 1.3 teoria wyboru konsumenta jest w istocie rozwinięciem teorii użyteczności porządkowej Pareto i Fishera.
6. Zaprezentowana przez Autorkę nadwyżka konsumenta Marshalla i Dupuita, poza jej opisem, niczego nie wnosi do recenzowanej dysertacji, ani w ujęciu teoretycznym jak i praktycznym. Jednakże należałoby w tym miejscu pokreślić, że zarówno Marshall jak i Dupuit wychodzili z założenia, że konsument nabywając pewne dobro czerpie z niego użyteczność większą aniżeli uzyskałby z dóbr, które mógłby nabyć rezygnując z tegoż dobra.
7. W podpunkcie 1.5, przy analizowaniu ekonomii behawioralnej i analizowaniu teorii perspektyw (prospektu) Kahnemana i Tversky'ego, należy wyraźnie zaznaczyć, że ekonomiści ci dowiedli, że konsumenci dokonując niepewnych wyborów, posługują się niewielką liczbą zasad heurystycznych, które nie wymagają dokonania złożonych operacji kognitywnych związanych z ocenianiem prawdopodobieństw i wybieraniem optymalnej możliwości. Wykazali również, że posługiwanie się heurystykami przy dokonywaniu

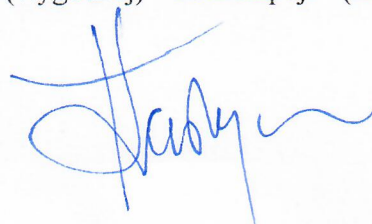


wyborów, bardzo często prowadzi nie tylko do poważnych, ale i systematycznie popełnianych błędów. Zaproponowali dla teorii użyteczności oczekiwanej, alternatywne rozwiązanie w postaci tzw. aksjomatycznej teorii perspektywy. Natomiast opierając się na dokonaniach Tversky'ego i Kahnemana, w 1988 r. Thaler i Shefrin, uzyskali z kolei wiele ciekawych wyników w teorii wyboru konsumenta, formułując m.in. behawioralną hipotezę cyklu życia. I to właśnie ona jest obecnie dominującą teorią wyjaśniającą zachowania konsumentów na rynku. W teorii tej autorzy udowodnili, że ludzie inaczej postrzegają dochody, aktywa bieżące i przyszłe o potencjalnie tej samej wartości, w zależności od czynników psychologicznych, sposobu przedstawiania informacji, narzuconych z zewnątrz reguł lub przy braku takich, tworzonych wewnętrznie zasad na potrzeby interpretacji nowego zjawiska. Niestety, ale Doktorantka omawianej teorii nie opisała w pracy. Jest to dla mnie dość zaskakujące, ponieważ w dalszych rozdziałach dysertacji, Autorka odwołuje się do założeń ekonomii behawioralnej.

Niezależnie od poczynionych uwag rozdział ten oceniam pozytywnie.

Kolejny, **drugi rozdział** dysertacji pt. *Otoczenie ekonomiczne w Polsce* jest kontynuacją zagadnień poruszonych w rozdziale wcześniejszym, zwłaszcza uwarunkowań zachowań konsumentów. Doktoranta, na podstawie danych wtórnych, przeanalizowała rozporządzalne dochody konsumentów, wskaźnik CPI i poziom cen wybranych produktów pochodzenia zwierzęcego w latach 2013-2019. Ostatnia część rozdziału drugiego została poświęcona konsumentom na rynku żywności ekologicznej oraz zagadnieniom segmentacji konsumentów na rynku żywności. Po przeczytaniu rozdziału drugiego nasuwają mi się pewne spostrzeżenia:

1. Po omówieniu sytuacji dochodowej konsumentów Doktorantka mogłaby obliczyć dla lat 2013 – 2019 dynamikę zmian dochodów rozporządzalnych *per capita*, dynamikę przeciętnych miesięcznych dochodów nominalnych i realnych, przeciętną skłonność do konsumpcji (*APC*) i krańcową skłonność do konsumpcji (*MPC*). Podobna sugestia odnosi się do strony wydatkowej konsumentów.
2. Uważam, że należałoby przeanalizować miesięczne spożycie wybranych produktów żywnościowych *per capita*, i następnie, dynamikę spożycia wybranych artykułów żywnościowych.
3. Przy analizowaniu żywności ekologicznej należałoby powiązać jej spożywanie z konsumpcją ekologiczną, z której wynikają dwa inne trendy konsumpcyjne – konsumpcja zrównoważona i konsumpcja świadoma. Natomiast przy analizowaniu żywności wygodnej należałoby wspomnieć o leniwej (wygodnej) konsumpcji (ang. *lazy*,



comfortable consumption). Polega ona na zainteresowaniu produktami ułatwiającymi wygodne życie. Zaowocowało to niespotykanym dotąd wzrostem popytu na produkty charakteryzujące się wysokim stopniem przygotowania do spożycia, których oferta odpowiada trendowi *flexi-eating* (np. słodka chwila, gorący kubek, zupki chińskie itp.), korzystaniem z półproduktów, zamawianiem jedzenia i jadeniem poza domem, oraz korzystaniem z profesjonalnych usług firm cateringowych (w przypadku wyprawiania uroczystości rodzinnych, komunii, świąt religijnych itp.).

Niezależnie od poczynionych uwag rozdział, jako całość, oceniam pozytywnie.

Integralną i zarazem ciekawą częścią recenzowanej dysertacji jest **rozdział trzeci** pt. *Metody pomiaru łącznego – conjoint analysis*, liczący 23 strony. Rozdział ten ma charakter teoretyczny i koncentruje się na dokładnym omówieniu pomiaru łącznego – *conjoint analysis*. Ta znana metoda jest często stosowana w praktyce badań marketingowych i należy do metod klasyfikacji i analizy danych wykorzystujących podejście dekompozycyjne do pomiaru preferencji konsumentów. Dzięki jej zastosowaniu możliwe jest otrzymanie informacji na temat najbardziej preferowanej z punktu widzenia nabywców kombinacji cech produktu bez pytania wprost o ważność poszczególnych atrybutów, ale poprzez ocenę kompletnych ofert marketingowych.

Doktorantka, w analizowanym rozdziale, skoncentrowała się na omówieniu zagadnień, takich jak: historia metody *conjoint*, jej podstawowe rodzaje, sposoby pomiaru preferencji, specyficzne wymagania i algorytm działania. Rozdział zamyka krótki przegląd literatury, koncentrujący się na omówieniu wyników różnych analiz dokonywanych metodą pomiaru łącznego w Polsce i na świecie.

Nie mam uwag do treści zawartych w rozdziale trzecim i oceniam go pozytywnie.

Rozdział czwarty pt. *Wyniki badań znaczenia atrybutów wybranych produktów żywnościowych w warunkowaniu decyzji nabywczych konsumentów wykonanych metodą pomiaru łącznego (conjoint choice – based)* liczy 22 strony i ma charakter metodyczny. Po krótkiej charakterystyce badania i omówieniu wykorzystanego w badaniu modelu hierarchicznych sieci Bayesowskich, Autorka skoncentrowała się w rozdziale na doborze próby badawczej i jej charakterystyce. Rozdział zamyka weryfikacja przydatności metody *conjoint choice – based* do celu przeprowadzonych badań.

Nie mam uwag do treści zawartych w rozdziale czwartym i oceniam go pozytywnie.

Ostatni **piąty rozdział** rozprawy zatytułowany jest *Konsumenci na rynku produktów spożywczych – wyniki przeprowadzonych badań i ich dyskusja* liczy 34 strony i ma charakter empiryczny. Lektura tej części rozprawy pozwala dostrzec u Doktorantki zainteresowanie



podjętym problemem badawczym. Autorka zaprezentowała wyniki własnych badań ankietowych przeprowadzonych dwukrotnie, w styczniu 2013 i jesienią 2019 roku. Autorka zaprezentowała i przeanalizowała, wykorzystując metodę *conjoint choice – based* – preferencje respondentów w stosunku do jogurtu naturalnego oraz szynki. W dalszej części rozdziału porównała wyniki badań z dwóch tur (2013 i 2019 roku) oraz podjęła się próby segmentacji konsumentów uczestniczących w badaniu w 2019 roku. Rozdział kończy syntetyczne podsumowanie przeprowadzonych analiz oraz omówienie konsekwencji zastosowania metody opartej na wyborach.

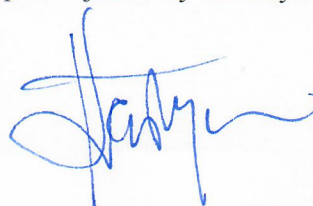
Rozdział ten uważam za najciekawszy i oceniam go pozytywnie w kontekście realizacji głównego celu dysertacji.

Zakończenie omawianej rozprawy doktorskiej mgr Agnieszki Tekień stanowi reasumpcję nadrzędną w stosunku do przeprowadzonych rozważań dotyczących zachowań konsumentów na rynku produktów żywnościowych w Polsce. Jest więc poprawne, zawiera podsumowanie dokonanych rozważań na podstawie wtórnych źródeł danych w kontekście realizacji celu badawczego, jak również syntezę najważniejszych wniosków płynących z poczynionych analiz.

7. Ocena rozprawy od strony formalnej i redakcyjnej

Z obowiązku recenzenta muszę zwrócić uwagę na kwestie formalne opracowania. Konstrukcję i redakcję recenzowanej pracy oceniam wysoko. Zarówno przeprowadzone studia literaturowe, jak i analizy źródeł wtórnych opisane są w sposób pozwalający na łatwe śledzenie kolejnych etapów prowadzonej analizy.

Nie mam uwag redakcyjnych do samego tekstu. Rozprawa jest napisana komunikatywnym językiem, który odpowiada standardom opracowania naukowego. Generalnie zauważa się dbałość Autorki o precyzję i konsekwencję pojęciową. Interpretacja materiału statystycznego i sposób jego prezentacji nie budzi zastrzeżeń. Niewielkim mankamentem są sporadycznie pojawiające się pewne niezręczności językowe, które jednak nie rzutują na całokształt oceny recenzowanej pracy. Należy podkreślić, że sposób przedstawiania różnych zagadnień i kwestii świadczy o dobrym warsztacie techniczno-naukowym Doktorantki. Dużą zaletą opracowania jest wolna od niejasności i czytelna forma prezentacji poglądów, podbudowa graficzna oraz stosowanie wizualizacji zamieszczonych poglądów i wyników poczynionych analiz. Wszelkie materiały graficzne (tabele, wykresy) są czytelne i zrozumiałe, o dużej zawartości informacyjnej. Starannie wykonano także przypisy do źródeł. Opisy bibliograficzne zostały zredagowane w sposób jednolity metodycznie.



8. Ocena ogólna i wnioski

Głównym walorem rozprawy jest znaczenie i aktualność podjętego w niej tematu. Autorka wykazała się zadowalającą znajomością problematyki zachowań konsumentów na rynku żywności w Polsce.

Praca napisana jest dobrym, klarownym i stosunkowo precyzyjnym językiem. Przyznam, że czytałem ją z zainteresowaniem i przyjemnością.

Reasumując chciałbym stwierdzić, że mgr Agnieszki Tekień prezentuje dobre rozeznanie w literaturze przedmiotu. Dokonania Doktorantki z pewnością stanowią solidną podstawę do dalszych wartościowych prac badawczych. Odnotowania wymaga również zakres pracy włożony w szereg detali prezentacyjnych poczynionych w dysertacji.

Po uwzględnieniu opisanych powyżej aspektów rozprawy doktorskiej mgr Agnieszki Tekień stwierdzam, że:

- a) wybór problemu badawczego, z uwagi na jego znaczenie i aktualność, jest trafny;
- b) cel pracy został prawidłowo sformułowany a następnie osiągnięty, co jest równoznaczne z rozwiązaniem zawartego w nim problemu naukowego;
- c) w rozprawie widoczny jest wysiłek badawczy Autorki zmierzający do realizacji założonego celu badawczego;
- d) Doktorantka wykazała się zadowalającym rozeznanie w ogólnej wiedzy teoretycznej oraz znajomością literatury przedmiotu i stosownych metod badawczych, a także sformułowała interesujące wnioski o charakterze poznawczym.

9. Konkluzja końcowa

Przedłożona mi do recenzji dysertacja jest opracowaniem które należy ocenić pozytywnie, ponieważ wysiłek Autorki zmierzający do rozwiązania nakreślonego w pracy problemu badawczego jest zadowalający. Praca spełnia wymagania stawiane pracom doktorskim, jest poprawna pod względem formalnym i merytorycznym. Ponadto podjęty przez Doktorantkę temat charakteryzuje się wysokim stopniem aktualności, przydatnością naukową i praktyczną.

W mojej opinii dysertacja mgr Agnieszki Tekień stanowi oryginalne rozwiązanie postawionego problemu badawczego oraz dowodzi umiejętności wykonywania samodzielnej pracy naukowej. Jak już wcześniej nadmieniałem, Autorka opracowania osiągnęła założony na wstępie cel oraz poprawnie zweryfikowała postawione hipotezy badawcze. Wykazała się przy



tym dobrym poziomem przygotowania merytorycznego, skrupulatnością, wnikliwością oraz właściwym wnioskowaniem w oparciu o poczynione analizy.

Uwzględniając wartość naukową i formalną stwierdzam, że rozprawa doktorska mgr Agnieszki Tekień pt. *Atrybuty i cena produktu spożywczego a wybory konsumentów* stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego i spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim określone w Rozporządzeniu w sprawie szczegółowego trybu i warunków przeprowadzania czynności w przewodzie doktorskim, w postępowaniu habilitacyjnym oraz postępowaniu o nadaniu tytułu profesora (Dz. U. z 2018 r. poz. 261 z późniejszymi zmianami). Na tej podstawie rekomenduję Wysokiej Radzie Naukowej Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowego Instytutu Badawczego w Warszawie **przyjęcie niniejszej rozprawy oraz dopuszczenie Doktorantki do publicznej obrony.**

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'K. W. W.' or similar, written in a cursive style.