

dr hab. inż. Katarzyna Antosik, prof. uczelni

Siedlce, dn.26.08.2022

Wydział Nauk Medycznych i Nauk o Zdrowiu

Instytut Nauk o Zdrowiu

Uniwersytet Przyrodniczo – Humanistyczny w Siedlcach

RECENZJA

rozprawy doktorskiej mgr inż. Maksymiliana Czeczotko pt.: „*Zachowania konsumentów wobec marek własnych sieci handlowych w kategorii produktów żywnościowych w wybranych krajach europejskich*”

**wykonanej w Katedrze Badań Rynku Żywności i Konsumpcji, Instytutu Nauk o Żywieniu Człowieka, Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
pod kierunkiem dr hab. inż. Hanny Górskiej – Warszewicz prof. SGGW**

Podstawa wykonania recenzji

Podstawą sporządzenia recenzji było pismo Przewodniczącego Rady Dyscypliny Technologia Żywności i Żywienia Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, prof. dr hab. Mirosława Słowińskiego z dnia 27 czerwca 2022 roku oraz rozprawa doktorska mgr inż. Maksymiliana Czeczotko.

Recenzja została wykonana zgodnie z wymaganiami określonymi w Ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2020 r. poz. 85 z późn. zm.).

Ocena zasadności wyboru tematu rozprawy

Rynek marek własnych produktów żywnościowych sieci handlowych stanowi obecnie dynamicznie rozwijający się segment rynku produktów żywnościowych. Zmieniające się trendy konsumenckie, strategie sieci handlowych, czy też pozycjonowanie marek własnych jako marek premium spowodowały wzrost zainteresowania produktami marek własnych w Polsce i na świecie, a ich odpowiednia strategia marketingowa może stać się cennym źródłem przewagi konkurencyjnej. Wśród czynników determinujących wybór produktów marek własnych wyróżnia się m.in. sposób ich postrzegania, jakość, cenę, kraj pochodzenia, opakowanie, aktywność promocyjną sieci handlowych oraz aspekty zdrowotne. Pomimo wielu publikacji analizujących wizerunek marek własnych z perspektywy ich postrzegania przez nabywców produktów żywnościowych, czy też czynniki decydujące o zakupie produktów marki własnej, brak jest opracowań zawierających kompleksową analizę porównawczą między rynkami różnych krajów europejskich oraz syntezę wskazującą na etap rozwoju marek własnych z perspektywy czasowej.

Przedstawiona do recenzji rozprawa doktorska Pana mgr inż. Maksymiliana Czeczotko pt. „*Zachowania konsumentów wobec marek własnych sieci handlowych w kategorii produktów żywnościowych w*

wybranych krajach europejskich” wpisuje się w nurt badań z zakresu nauk o żywności i żywieniu i stanowi uzupełnienie wiedzy w zakresie potrzeb i oczekiwań konsumentów wobec marek własnych produktów żywnościowych, w różnych grupach populacyjnych. Biorąc pod uwagę coraz większe wymagania konsumentów, promowany prozdrowotny model odżywiania się człowieka, ukierunkowany na produkty o naturalnym składzie oraz zmianę postrzegania marek własnych i spełnianie zasad zrównoważonego rozwoju, podjęte badania przez Doktoranta uważam za w pełni uzasadnione i interesujące, zarówno z punktu widzenia naukowego jak i praktycznych zaleceń dla przedsiębiorstw handlowych działających w sektorze żywności.

Ocena formalna pracy

Przedstawiona do recenzji rozprawa doktorska stanowi spójny tematycznie cykl trzech artykułów naukowych, w tym jedna publikacja o charakterze przeglądowym i dwie oryginalne prace twórcze:

1. Czeczotko M., Górski – Warszewicz H., Laskowski W.: Towards Sustainable Private Labels – What is the Consumer Behavior Relating to Private Labels in the UK and Poland? Sustainability, 2020; 12 (15): 6035.
2. Czeczotko M., Górski – Warszewicz H., Laskowski W., Rostecka B.: Towards Sustainable Private Labels in an Autonomous Community during COVID-19 – Analysis of Consumer Behavior and Perception on the Example of Tenerife. Sustainability, 2021; 13 (13): 7467.
3. Czeczotko M., Górski – Warszewicz H., Zaremba R.: Health and Non-Health Determinants of Consumer Behavior toward Private Label Products – A Systematic Literature Review. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2022; 19 (3):1768.

Wszystkie prace zostały opublikowane w czasopismach naukowych z listy Journal Citation Reports (JCR), prezentujących prace w dyscyplinie technologia żywności i żywienia. Łączna wartość wskaźnika wpływu (IF) dla wymienionych prac wynosi 9,892, a liczba punktów wg MEiN wynosi 340. W każdej z wymienionych publikacji Pan mgr inż. Maksymilian Czeczotko jest pierwszym autorem, a deklarowany przez niego udział w powstaniu publikacji wynosi odpowiednio 50, 55 i 65 %, co zostało potwierdzone stosownymi oświadczeniami współautorów i świadczy o znaczącym jego udziale w prowadzeniu badań i ich opracowaniu. Wkład Doktoranta w publikacje polegał na współtworzeniu koncepcji i metodyki, ekstrakcji i syntezy danych, przygotowaniu piśmiennictwa i pierwotnej wersji manuskryptu, redakcji tekstu po recenzji oraz prowadzeniu nadzoru nad całością pracy. Udział innych współautorów w artykułach świadczy o umiejętności Doktoranta współpracy w zespołach badawczych. Powyższe dane wskazują, że mgr inż. Maksymilian Czeczotko posiada umiejętność opracowania koncepcji badań i ich realizacji oraz przygotowania publikacji do druku w czasopismach o zasięgu międzynarodowym.

Należy także zaznaczyć, że praca doktorska została zrealizowana w ramach zadania badawczego pt. „Porównanie konsumenckich uwarunkowań rozwoju marki własnej w Polsce i Wielkiej Brytanii” finansowanego w ramach wewnętrznego trybu konkursowego dla uczestnika studiów doktoranckich oraz w

ramach NAWA-projekt PROM Promocja zagraniczna pt. „ Behavior of Spanish consumers towards private label products of the retail chains”.

Recenzowana dysertacja, oprócz kopii opublikowanych prac i oświadczeń współautorów o udziale w ich przygotowaniu, zawiera także opracowanie liczące 84 stron maszynopisu. Obejmuje ono oświadczenia promotora i autora rozprawy doktorskiej, streszczenie w języku polskim i angielskim, informacje o źródłach finansowania badań, wykaz publikacji stanowiących dysertację, spis treści, wstęp, uzasadnienie wyboru problemu badawczego, cel i zakres pracy, hipotezy badawcze, materiał i metodykę badań, omówienie i dyskusję wyników, podsumowanie i wnioski, spis piśmiennictwa, spis tabel i rycin oraz aneks.

Struktura rozprawy jest prawidłowa, logiczna i zgodna z wymogami formalnymi edycji rozpraw doktorskich.

Dysertacja napisana jest rzeczowo i poprawnie, aczkolwiek zdarzają się niezręczne sformułowania językowe, skróty myślowe i błędy interpunkcyjne, które w większości mają charakter redakcyjny i nie obniżają wartości merytorycznej pracy, a które z obowiązku recenzenta wymienię w dalszej części recenzji.

Ocena merytoryczna rozprawy doktorskiej

Wybór tematyki pracy doktorskiej mgr inż. Maksymiliana Czczotko należy uznać za jak najbardziej uzasadniony, ponieważ dotyczy bardzo istotnych i aktualnych dla handlu i przedsiębiorstw działających w sektorze żywnościowym, a także zdrowia konsumenta zagadnień badawczych. Tytuł recenzowanej rozprawy koresponduje z jej treścią, a wyniki stanowią dopełnienie dotychczasowych badań naukowych i mogą także znaleźć zastosowanie praktyczne. W związku z tym, że publikacje, które składają się na niniejszą rozprawę, zostały wcześniej oceniane merytorycznie przez grono recenzentów międzynarodowych i opublikowane w renomowanych czasopismach, warto podkreślić aspekt poznawczy badań prowadzonych przez Doktoranta.

We wstępie Autor w sposób ogólny przedstawia problematykę badawczą rozprawy, skupiając się głównie na krótkiej charakterystyce poszczególnych rozdziałów w pracy. Niewielka objętość tego rozdziału oraz brak odniesienia się w nim do piśmiennictwa wynika prawdopodobnie z faktu, iż każda z prac stanowiących cykl publikacji zawiera wprowadzenie odnoszące się do literatury przedmiotu. Rozdział I „*Uzasadnienie wyboru problemu badawczego*” składa się z dwóch podrozdziałów: „1.1. Uzasadnienie podjęcia tematu pracy doktorskiej” oraz „1.2. Identyfikacja marek własnych jako przedmiotu badań”. W mojej opinii podrozdział 1.2 jest zbyt obszerny, a zawarte w nim informacje powinny stanowić uzupełnienie „*Wstępu*” oraz „*Uzasadnienia wyboru problemu badawczego*”. Nie mniej jednak, Doktorant w rozdziale tym uzasadnia wybór tematu badawczego, potwierdza bowiem istotność i celowość przeprowadzonych badań. Do dyskusji pozostawiam natomiast piąty powód podjęcia tematu rozprawy, który poniekąd stanowi element argumentu trzeciego.

Drobne uwagi do rozdziału:

- Str. 15 niezrozumiałe sformułowanie: „...*produkty są przestrzegane przez pryzmat etycznych zasad produkcji i zrównoważonego rozwoju*”
- Str. 15 – „*jest do konsekwencją*” zamiast „*jest to konsekwencją*”

- Str. 17 i 20 – powtórzono te same informacje w ostatnim zdaniu
- Str. 17 - brak konsekwencji w sposobie cytowania: (Kumar N. and Steenkamp J., 2007) vs. np. (Laaksonen and Reynolds, 1994)

W kolejnym rozdziale „*Cel pracy, hipotezy badawcze i zakres pracy*”, jako cel pracy Autor przyjął „*identyfikację zachowań konsumentów wobec marek własnych sieci handlowych produktów żywnościowych ze szczególnym uwzględnieniem wybranych krajów europejskich tj. Polska, Wielka Brytania i Hiszpania (Teneryfa)*”. Uważam, że wtrącenie „*ze szczególnym uwzględnieniem*” jest niepotrzebne, a wspomniana identyfikacja zachowań konsumentów była po prostu analizowana w wybranych krajach. Wtrącenie takie miałyby uzasadnienie gdyby Doktorant prowadził identyfikację zachowań konsumentów wobec marek własnych sieci handlowych produktów żywnościowych, ze szczególnym uwzględnieniem np. produktów mięsnych. Zakres pracy, w przedstawionej do recenzji dysertacji, obejmował: przegląd danych literaturowych z obszaru analizy zachowań konsumentów wobec marek własnych produktów żywnościowych; charakterystykę konsumentów w Polsce, Wielkiej Brytanii i Hiszpanii nabywających produkty dostępne pod markami własnymi; analizę motywów zakupu tych produktów; ocenę kierunku ich rozwoju w aspekcie marek zrównoważonych oraz identyfikację czynników determinujących zachowania nabywców wobec marek własnych. Do zrealizowania celu badawczego sformułowano pięć hipotez, które odnoszą się do czynności wykonanych w trakcie poszczególnych etapów procesu badawczego, sposobu opracowania wyników i analizy statystycznej. Warto podkreślić, że Autor rozprawy postawił sobie trudne zadanie szerokiej analizy zachowań konsumentów wobec marek własnych sieci handlowych produktów żywnościowych nie tylko w Polsce, ale także wybranych krajach europejskich.

Uwagi do rozdziału:

- Str. 22 niezrozumiałe sformułowanie hipotezy 5: „*czynniki zdrowotne wpływają na wybór marek własnych sieci handlowych przed konsumentów, w tym systemy znakowania żywności na produktach detalistów*” – poza błędem stylistycznym „*przed konsumentów*” nie rozumiem do czego odnosi się „*w tym systemy znakowania żywności na produktach detalistów*”

Mając na uwadze, że rozprawa doktorska jest zbiorem tematycznie spójnych prac badawczych, metodyka badań oraz wyniki i dyskusja zostały omówione dla każdego z trzech artykułów. W rozdziale III „*Materiał i metodyka badań*” autor dokonał szczegółowego opisu poszczególnych etapów procesu badawczego i bardzo precyzyjnego opisu metod badawczych. Wykorzystane podczas realizacji pracy metody i narzędzia badawcze oraz analizy statystyczne są aktualne, poprawne i nie budzą zastrzeżeń merytorycznych. Przeprowadzone badania należy uznać za kompleksowe. Na podkreślenie zasługuje bardzo szeroki zakres badań, pracowitość zastosowanych metod oraz duże zdolności organizacyjne Autora. Przyjęty sposób analizy statystycznej wyników badań umożliwił zrealizowanie postawionego celu badań. Pod dyskusję można poddać kolejność realizowanych etapów badań – czy nie byłoby zasadne przeprowadzenie najpierw systematycznego przeglądu literatury, z zastosowaniem metody PRISMA, pod kątem czynników zdrowotnych i pozazdrowotnych determinujących zachowania konsumentów wobec produktów marek własnych (etap IV)?

Drobne uwagi do rozdziału:

- ✓ Str. 26 i 30 – czym spowodowane było przyjęcie różnych przedziałów wiekowych podczas badań realizowanych w populacji polskiej i angielskiej a populacji hiszpańskiej?
- ✓ Str. 28 – brak konsekwencji w sposobie cytowania: (Clarke and Warwick, 2001) vs. np. (Greenacre, M.: ; Blasius, 2006)
- ✓ Str. 29 – błąd w pisowni: „*COWID-19*” zamiast „*COVID-19*”

W rozdziale „Omówienie i dyskusja wyników” przedstawione zostały rezultaty przeprowadzonych badań, na podstawie których przygotowano publikacje, będące podstawą rozprawy doktorskiej. Sposób prezentacji wyników jest poprawny, natomiast uwagę zwraca brak przeprowadzonej dyskusji uzyskanych rezultatów publikacji nr 1 i 2. Autor dokonał takiej dyskusji w kolejnym rozdziale „Podsumowanie i wnioski” odnosząc się do weryfikacji postawionych wcześniej hipotez badawczych.

Wprawdzie prezentowane omówienie wyników zostało wcześniej zweryfikowane przez międzynarodowych recenzentów i w pewnym sensie zwalnia to mnie z obowiązku szczegółowego recenzowania, to jednak nie do końca zgadzam się ze stwierdzeniem, pojawiającym się przy omówieniu wyników w publikacji 1 i 2, że *„jakość uzyskała wyższą ocenę /umiarkowaną ocenę, co potwierdza rozwój marek własnych w kierunku marek własnych zrównoważonych, ekologicznych czy premium”*. Może potwierdzać, ale nie musi. Nie jest to takie jednoznaczne, z uwagi na fakt, że wprawdzie postrzeganie wyższej jakości zwiększa skłonność do zakupu produktów marek własnych, ale każdy konsument interpretuje słowo „jakość” w inny sposób i wcale nie musi być ono utożsamiane wyłącznie z produktami ekologicznymi czy premium. Ponadto, „jakość” jest pojęciem szerokim, które można rozpatrywać pod różnym względem. Podobnie, można dyskutować czy jakość produktów pod markami własnymi należy zaliczyć do grupy czynników pozazdrowotnych czy zdrowotnych determinujących wybór produktów marek własnych.

Przeprowadzona przez Doktoranta weryfikacja hipotez badawczych wraz z dyskusją (rozdział V „*Podsumowanie i wnioski*”) została wykonana na dobrym poziomie naukowym. Uważam, że Pan mgr Maksymilian Czeczotko dokonał trafnego doboru wielu cennych pozycji piśmiennictwa by skomentować wyniki badań własnych, aczkolwiek czasami merytoryczna dyskusja wyników pozostawia pewien niedosyt. Dla przykładu, brak jest odniesienia się Autora do faktu, że badania przeprowadzone wśród populacji hiszpańskiej były realizowane w okresie pandemii COVID-19, co uważam mogło wpłynąć na uzyskane wyniki, a o czym Autor nie wspomniał stawiając wnioski z pracy. W tej części pracy Doktorant również nie ustrzegł się drobnych błędów stylistycznych i interpunkcyjnych:

- ✓ Str. 50 - Niejasne sformułowanie: *„jakość uzyskała umiarkowaną ocenę Teneryfy”*?
- ✓ Str. 54 – *„W badanie z 2019 roku... ..”* zamiast *„W badaniu z 2019 roku”*

- ✓ Str. 55 – Niejasne zdanie: „*Co jednak ważne, wprowadzone niedawno systemy znakowania żywności, które obecne są również w produktach marek własnych, pozwalają pozytywnie patrzeć na temat zdrowia konsumentów*”

W końcowej części rozdziału „*Podsumowanie i wnioski*” Autor sformułował spostrzeżenia i wnioski o charakterze poznawczym i aplikacyjnym, co podkreśla ich zgodność z uzyskanymi wynikami i odniesienie do wcześniej sformułowanych hipotez.

Rozdział „*Spis Piśmiennictwa*” zawiera imponującą liczbę pozycji (80), z których większość to prace obcojęzyczne, opublikowane w wysokiej rangi czasopismach o zasięgu międzynarodowym.

Wniosek końcowy

Podsumowując, pozytywnie oceniam przedstawioną mi do recenzji rozprawę doktorską mgr inż. Maksymiliana Czeczotko pt.: „*Zachowania konsumentów wobec marek własnych sieci handlowych w kategorii produktów żywnościowych w wybranych krajach europejskich*”, a przedstawione przeze mnie uwagi do poszczególnych rozdziałów pracy nie pomniejszają jej wartości poznawczej i aplikacyjnej. Ponadto, niektóre z wniesionych uwag mogą mieć charakter dyskusyjny. Całość ocenianego opracowania wpisuje się w obecny nurt badań obejmujący zachowania konsumentów i ich uwarunkowania oraz świadczy o dobrej znajomości zagadnień będących przedmiotem badań Doktoranta.

Uwzględniając powyższe stwierdzam, że przedstawiona do oceny rozprawa doktorska Pana mgr inż. Maksymiliana Czeczotko pt.: „*Zachowania konsumentów wobec marek własnych sieci handlowych w kategorii produktów żywnościowych w wybranych krajach europejskich*”, odpowiada wymaganiom i spełnia warunki stawiane pracom doktorskim, określone w Ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2020 r. poz. 85 z późn. zm.).

Stawiam zatem wniosek do Wysokiej Rady Naukowej Dyscypliny Technologia Żywności i Żywnienia Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie o dopuszczenie Pana mgr inż. Maksymiliana Czeczotko do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

Kataryna Ambrozi