



Warszawa, 2018.09.30

Dr hab. Piotr Wachowiak, prof. SGH  
Instytut Zarządzania  
Kolegium Zarządzania i Finansów  
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

### Recenzja

rozprawy doktorskiej mgr Joanny Filicińskiej-Turkiewicz pt. „Kampanie społeczne jako instrument marketingu społecznie zaangażowanego przedsiębiorstw farmaceutycznych” napisanej pod kierunkiem naukowym dr hab. Aldony Glińskiej-Noweś, prof. UMK z Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego Mikołaja Kopernika w Toruniu.

#### I. Przesłanki formalno- prawne napisania recenzji

Podstawę formalną napisania niniejszej recenzji stanowi pismo Dziekana Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu dr hab. Jerzego Boehlke, prof. UMK z dnia 09.07.2018 roku z prośbą o przyjęcie do recenzji rozprawy doktorskiej mgr Joanny Filicińskiej-Turkiewicz pt. „Kampanie społeczne jako instrument marketingu społecznie zaangażowanego przedsiębiorstw farmaceutycznych” w dyscyplinie nauki o zarządzaniu.

#### II. Charakterystyka recenzowanej rozprawy doktorskiej

Recenzowana praca liczy 222 strony, składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów, wniosków z przeprowadzonych badań, zakończenia, literatury, spisu tabel, spisu rysunków, spisu wykresów oraz 7 załączników. Celem głównym dysertacji jest określenie motywacji przedsiębiorstw farmaceutycznych do angażowania się w kampanie społeczne oraz ocena skuteczności tych kampanii jako instrumentu marketingu społecznie zaangażowanego. Celowi głównemu jest podporządkowana struktura rozprawy.

We wstępie Doktorantka w sposób przekonujący przedstawia motywy zajęcia się w rozprawie problematyką kampanii społecznych prowadzonych przez przedsiębiorstwa w branży farmaceutycznej. Omawia cel główny, cele szczegółowe rozprawy oraz formułuje pytania badawcze a także hipotezy badawcze. Opisuje także zawartość poszczególnych rozdziałów pracy.

W rozdziale 1 zatytułowanym „Marketing społecznie zaangażowany w ochronie zdrowia” Doktorantka słusznie skupia się na trzech najważniejszych zagadnieniach z punktu widzenia celu pracy, jakimi są: istota marketingu społecznie zaangażowanego, pomiar efektów marketingu społecznie zaangażowanego a także wybór kierunku działań marketingu społecznie zaangażowanego. Autorka w sposób bardzo kompetentny charakteryzuje wyżej wymienione zagadnienia. Treści zwarte w tym rozdziale stanowią bardzo dobrą podstawę do prowadzenia dalszych rozważań teoretycznych.

Celem rozdziału 2 pt. „ Kampanie społeczne jako instrument realizacji celów społecznych” jest scharakteryzowanie kampanii społecznych oraz opisanie technik i uwarunkowań ich skuteczności. Jest on bardzo ważny z punktu widzenia celu rozprawy. W tym rozdziale Autorka zwięźle omawia istotę kampanii społecznych zwracając uwagę na najważniejsze zagadnienia. Interesujące są rozważania Doktorantki na temat zmian postaw związanych ze zdrowiem. Bardzo ważną częścią tego rozdziału są prowadzone w sposób dojrzały rozważania na temat wykorzystania komunikatów perswazyjnych bazujących na negatywnych emocjach w kampaniach społecznych w ochronie zdrowia. W mojej opinii jest to bardzo dobrze opracowany pod względem merytorycznym rozdział, który daje dobrą podstawę do zaprojektowania i przeprowadzenia badań własnych.

Rozdział 3 pt. „Metodyka badań własnych” poświęcony jest opisaniu podstaw metodycznych prowadzenia badań. Według mojej opinii Doktorantka w sposób dobry opisała przedmiot badań, cele, pytania i hipotezy badawcze oraz zastosowane metody badawcze. Jest to bardzo ważny rozdział w przypadku opracowań naukowych świadczący o dojrzałości naukowej Autorki.

W czwartym i piątym rozdziale recenzowanej rozprawy Autorka w sposób kompetentny przedstawiła wyniki badań własnych. W czwartym rozdziale na podstawie wyników badań dokonała analizy korzyści związanych z kampaniami społecznymi, natomiast rozdział piąty

został poświęcony ocenie skuteczności kampanii społecznej. Wartość merytoryczna tych rozdziałów jest duża z uwagi na zaprezentowane wyniki badań.

Bardzo ważną częścią rozprawy jest część dotycząca wniosków z przeprowadzonych badań. Uważam, że ta część świadczy o wysokich kompetencjach Doktorantki.

W zakończeniu Autorka w sposób ogólny sformułowała najważniejsze rekomendacje wynikające z analizy literatury przedmiotu oraz przeprowadzonych badań.

Załącznikami do pracy są: bilbordy kampanii społecznej „Wróć bez HIV”, opis kampanii „Wróć bez HIV”, kwestionariusz – cytologia i rak szyjki macicy, raport z badania dotyczącego raka szyjki macicy, kwestionariusz ankiety mobilnej, treść maila wysyłanego do studentów mających wziąć udział w ankiecie online, kwestionariusz ankiety online.

## **II. Ocena recenzowanej rozprawy doktorskiej**

Przy ocenie rozprawy doktorskiej brałem pod uwagę następujące kryteria:

1. Poprawność wyboru problematyki badawczej.
2. Umiejętność sformułowania problemu badawczego.
3. Umiejętność wykorzystania literatury przedmiotu.
4. Umiejętność opracowania metodyki badań i przeprowadzenia badań.
5. Umiejętność zaprezentowania wyników badań i formułowania wniosków z badań.
6. Osiągnięcia naukowe zaprezentowane w rozprawie.
7. Prawdliwość konstrukcji pracy.
8. Jakość edytorska pracy.

### **1. Poprawność wyboru problematyki badawczej**

Problem badawczy poruszony w rozprawie doktorskiej należy uznać za ważny zarówno z punktu widzenia rozwoju teorii jak i praktyki. Jest to problem bardzo aktualny. Coraz więcej uwagi poświęca się społecznej odpowiedzialności biznesu, która obecnie staje się warunkiem

koniecznym w funkcjonowaniu i rozwoju przedsiębiorstw z uwagi na oczekiwania ich interesariuszy. Marketing społeczny wpisuje się w koncepcje społecznej odpowiedzialności biznesu i jest jednym z kluczowych czynników sukcesu w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. Podstawowym narzędziem marketingu społecznie zaangażowanego są kampanie społeczne. Szczególnie w branży farmaceutycznej z uwagi na podstawową działalność przedsiębiorstw mają one duże znaczenie. Wynika to również z uwarunkowań prawnych zakazujących reklamy leków na receptę. Pomimo istotności omawianego zagadnienia nadal jest ono mało rozpoznane. Dotyczy to przede wszystkim motywacji przedsiębiorstw do angażowania się w kampanie społeczne oraz oceny skuteczności tych kampanii. Biorąc pod uwagę duże znaczenie opisywanego zagadnienia dla praktyki gospodarczej, co jest istotne w naukach o zarządzaniu oraz słabe jego zbadanie od strony empirycznej uważam, że problematyka badawcza wybrana przez Doktorantkę jest właściwa.

## **2. Umiejętność sformułowania problemu badawczego**

Problem badawczy został określony poprawnie. Doktorantka we wstępie sformułowała w sposób jednoznaczny cel główny rozprawy, którym jest „określenie motywacji przedsiębiorstw farmaceutycznych do angażowania się w kampanie społeczne oraz ocena skuteczności tych kampanii jako instrumentu marketingu społecznie zaangażowanego”. Sformułowała trzy cele szczegółowe, które mają związek z celem głównym rozprawy oraz cztery pytania badawcze. Są one również związane z celami rozprawy oraz postawione w sposób jednoznaczny. Doktorantka przedstawiła trzy hipotezy badawcze, które moim zdaniem w pewnym zakresie wykraczają poza podstawowy problem rozprawy. Według mojej opinii Doktorantka wykazała się dobrą umiejętnością sformułowania problemu badawczego. Na wyróżnienie zasługuje jednoznaczne określenie problemu badawczego.

## **3. Umiejętność wykorzystania literatury przedmiotu**

Doktorantka w pracy wykazała się dobrą znajomością literatury przedmiotu. Należy docenić wykorzystanie dużej liczby publikacji zagranicznych. Zawarty w bibliografii wykaz obejmuje zarówno pozycje zwarte, artykuły, raporty, akty prawne oraz źródła internetowe. Literatura przedmiotu jest aktualna i związana z tematem rozprawy doktorskiej. Z analizy pracy wynika, że Autorka nie tylko umieściła te pozycje w bibliografii, ale także się z nimi zapoznała i w odpowiedni sposób wykorzystywała. Doktorantka w sposób rzetelny przedstawiła poglądy

różnych autorów dotyczące omawianych zagadnień. W sposób kompleksowy dokonała analizy literatury przedmiotu dotyczącej najważniejszych problemów poruszanych w pracy. Wykazała się przy tym dużą sumiennością. Zaletą rozprawy jest określenie przez Doktorantkę na podstawie analizy literatury przedmiotu podstawowych definicji związanych z omawianą problematyką. Mocną stroną jest również przedstawienie wyników badań realizowanych przez inne podmioty oraz zobrazowanie teorii przykładami z praktyki.

Moje uwagi dotyczące sposobu wykorzystania literatury przedmiotu są następujące:

- nie opisano szczegółowo koncepcji, które stanowią podstawę rozważań teoretycznych;
- zbyt rzadko dokonano krytycznej analizy poglądów przedstawicieli nauki, które zostały zaprezentowane w rozprawie, co prawdopodobnie wynika ze skromności Doktorantki;
- nie przedstawiono wyników badań związanych ściśle z celami rozprawy prowadzonych przez innych badaczy;
- zbyt rzadko Doktorantka prezentowała swoje poglądy dotyczące poruszanych problemów.

Mimo moich uwag Doktorantka wykazała się dobrą znajomością i umiejętnością wykorzystania literatury przedmiotu. Rozważania teoretyczne są podporządkowane celowi pracy. Rozprawa doktorska jest dobrze osadzona w literaturze przedmiotu.

#### **4. Umiejętność opracowania metodyki badań i przeprowadzenia badań**

Doktorantka w sposób bardzo dobry opisała metodykę badań. W sposób bardzo rzeczowy omówiła sposób wyboru przedmiotu badań. Bardzo dobrze została dokonana charakterystyka badanych respondentów. Poprawnie został opisany zakres badań. Narzędzia badawcze zostały prawidłowo dobrane do celu badań. Na wyróżnienie zasługuje zastosowanie kilku narzędzi badawczych: opis przypadku, wywiad pogłębiony, badania ankietowe, eksperyment. Autorka jest twórcą lub współtwórcą tych narzędzi. Zostały one opracowane na podstawie literatury przedmiotu. Są one bardzo dobrze opisane. Struktura opisu przypadków dla wszystkich analizowanych kampanii społecznych jest taka sama. Pytania w wywiadzie pogłębionym oraz w badaniu ankietowym są poprawnie sformułowane. Przeprowadzenie eksperymentu od strony metodycznej nie budzi zastrzeżeń. Zastosowane narzędzia badawcze pozwoliły Doktorantce zrealizować z sukcesem założone w pracy cele. Zastrzeżenie budzi nie opisanie dokładnego przebiegu badań oraz sposobu weryfikacji hipotez, co można uznać za pewien

mankament. W sposób stosunkowo ogólny opisano jak będzie oceniana skuteczność kampanii społecznych. Należy stwierdzić, że Autorka w rozprawie wykazała się umiejętnością opracowania metodyki badań, co jest umiejętnością bardzo ważną z punktu widzenia uzyskania stopnia doktora.

#### **5. Umiejętność zaprezentowania wyników badań i formułowania wniosków z badań**

Doktorantka w sposób dobry zaprezentowała wyniki badań. Zostały dobrze udokumentowane w rozprawie. Bardzo szczegółowo zostały opisane kampanie społeczne. Mankamentem w rozprawie jest brak analizy porównawczej kampanii społecznych. W sposób bardzo dobry opisano wyniki badań dotyczące skuteczności kampanii społecznych z zakresu ochrony zdrowia. Hipotezy zostały poprawnie zweryfikowane, chociaż opis sposobu ich weryfikacji jest stosunkowo ogólny. Wnioski sformułowane w pracy są przekonujące i przydatne dla praktyki gospodarczej, co moim zdaniem ma istotne znaczenie. Część zawierającą wnioski z pracy uznaję za mocną stronę recenzowanej rozprawy doktorskiej.

#### **6. Osiągnięcia naukowe zaprezentowane w rozprawie**

Do osiągnięć naukowych Doktorantki, wykazanych w recenzowanej pracy, należy zaliczyć:

- dokonanie rzetelnego przeglądu literatury przedmiotu,
- opracowanie autorskiej metodyki badań,
- opracowanie narzędzi badawczych,
- opracowanie modelu korzyści z realizacji kampanii społecznych,
- opracowanie na podstawie przeprowadzonych badań rekomendacji dla praktyki gospodarczej.

#### **7. Prawdliwość konstrukcji pracy**

Konstrukcja pracy jest logiczna. Posiada wszystkie wymagane dla rozprawy doktorskiej części. Praca zawiera dwa rozdziały teoretyczne dobrze charakteryzujące omawiane w rozprawie zagadnienie. Trzeci rozdział poświęcony został zaprezentowaniu metodyki badań. W czwartym i piątym rozdziale przedstawiono wyniki przeprowadzonych badań. Istotną częścią pracy jest część zawierająca wnioski z badań.



Wstęp został opracowany prawidłowo. Treści zawarte w zakończeniu nawiązują do celów rozprawy. Brak jest odniesienia do problemów badawczych oraz sformułowanych hipotez. W zakończeniu Autorka nie wskazała kierunków prowadzenia dalszych badań.

#### **8. Jakość edytorska pracy**

Poziom edytorski pracy uważam za bardzo dobry. Autorka posługuje się zrozumiałym językiem. Używane pojęcia są jednoznaczne. Pracę wzbogacają tabele, rysunki, które są częściowo opracowaniem własnym Doktorantki. W pracy występują nieliczne błędy edytorskie.

#### **III. Konkluzja**

Mgr Joanna Filicińska-Turkiewicz wykazała się umiejętnością sformułowania oryginalnego celu badawczego. Praca jest dobrze osadzona w literaturze przedmiotu. Opracowana przez Doktorantkę metodyka badań jest właściwa dla zrealizowania celu badawczego. Sposób przeprowadzenia badań i prezentację wyników w rozprawie doktorskiej oceniam pozytywnie.

Mimo pewnych uwag zawartych w poprzednich punktach recenzji moim zdaniem rozprawa doktorska pt. „Kampanie społeczne jako instrument marketingu społecznie zaangażowanego przedsiębiorstw farmaceutycznych” stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego. Doktorantka wykazała się wiedzą teoretyczną w naukach ekonomicznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu oraz umiejętnością samodzielnego prowadzenia pracy naukowej.

Stwierdzam, że recenzowana rozprawa doktorska mgr Joanny Filicińskiej-Turkiewicz pt. „Kampanie społeczne jako instrument marketingu społecznie zaangażowanego przedsiębiorstw farmaceutycznych” spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim w świetle Ustawy o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki i wnoszę o przyjęcie rozprawy przez Radę Wydziału i dopuszczenie jej do publicznej obrony.

