

**dr hab. Zygmunt Waśkowski, prof. nadzw. UEP**

**Wydział Zarządzania**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu**

data: .....2018-05-29 (260)

### **Recenzja**

**rozprawy doktorskiej mgr Mai Kołtońskiej**

**pt.: „Społeczna odpowiedzialność biznesu w kształtowaniu decyzji zakupowych**

**indywidualnych klientów banków komercyjnych w Polsce”,**

**napisanej na Wydziale Nauk Ekonomicznych i Zarządzania**

**Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu,**

**pod kierunkiem promotora prof. dr hab. Roberta Karaszewskiego**

**oraz promotora pomocniczego dr Jacka Dymowskiego**

#### **1. Problematyka i treść rozprawy**

Rozprawa doktorska mgr Mai Kołtońskiej poświęcona jest problematyce, która doczekała się już wielu opracowań naukowych w literaturze światowej i polskiej, zarówno opartych na wynikach badań empirycznych jak i rozważań teoretycznych. Z tego względu nie jest ona nowatorska, choć z uwagi na kontrowersyjny kontekst, dynamiczny charakter oraz zdiagnozowane już kolejne fazy ewolucji, społeczna odpowiedzialność biznesu jest wciąż interesującym i nie w pełni rozpoznanym obszarem badań. Zagadnienie to lokuje się w dyscyplinie nauki o zarządzaniu, a bardziej szczegółowo w subdyscyplinie zarządzanie strategiczne, zatem odnosi się do każdego typu podmiotów gospodarczych, w tym banków komercyjnych, które Autorka uczyniła podmiotem swoich rozważań. Z tego względu podjęta przez mgr M. Kołtońską tematyka rozprawy doktorskiej stanowi wartościowy wkład w dotychczasowy stan wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności biznesu.

## 2. Sformułowanie problemu, celów i hipotez badawczych

Problemem naukowo-badawczym dysertacji jest społeczna odpowiedzialność biznesu, jedna z ważniejszych koncepcji zarządzania w dorobku dyscypliny nauk o zarządzaniu (nazywana zamiennie Społeczną Odpowiedzialnością Przedsiębiorstw), przez Autorkę rozprawy określana mianem doktryny. W swojej pracy stara się Ona ustalić, jaki jest wpływ podejmowanych przez banki działań mieszczących się w katalogu CSR na decyzje konsumentów związane z wyborem banku. Taką konkluzję można wysnuć po przeczytaniu Wstępu (s. 5-10), gdyż tytuł rozprawy „Społeczna odpowiedzialność biznesu w kształtowaniu decyzji zakupowych indywidualnych klientów banków komercyjnych w Polsce” nie sugeruje wprost, iż taki wpływ będzie badany. Za cel główny Autorka przyjęła „identyfikację typów społecznie odpowiedzialnych rozwiązań, najistotniejszych dla podjęcia decyzji o skorzystaniu z oferty bankowej przez indywidualnych klientów, działających na terenie Polski banków komercyjnych” (s. 8). W ogólnym ujęciu cel jest poprawnie sformułowany, choć w takiej postaci wydaje się skromny i mało ambitny. Od prac doktorskich należy wymagać więcej niż jedynie identyfikacji zjawisk, działań, rozwiązań, czy zachowań rynkowych. Jak jednak wynika z analizy treści całej dysertacji, Autorka w rzeczywistości osiągnęła znacznie więcej, niż to co zapowiadała w celu głównym. Obok celu głównego sformułowano siedem celów szczegółowych. Cele nr 1, 2, 6 ukazują perspektywę banków, czyli podmiotów, które mogą stosować koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu. Z kolei realizacja celów nr 3, 4, 5, 7 wymaga przeprowadzenia badań z perspektywy konsumentów, którzy są klientami banków. Takie, dwustronne podejście do problemu wymagało od Autorki dużego nakładu pracy w postaci przeprowadzenia badań zarówno wśród banków jak i ich klientów. Zwykle kandydaci do stopnia naukowego doktora realizują badania tylko z jednej perspektywy, zatem należy zauważyć i docenić trud, jaki został poniesiony dla napisania niniejszej dysertacji. Trzy z celów szczegółowych (nr 1, 6, 7) mają wadliwą konstrukcję, bowiem celem nie może być „analiza”, analiza może jedynie służyć osiągnięciu pewnego efektu, spodziewanego rezultatu. Jest to dość często spotykany błąd w formułowaniu prac naukowych i badawczych. Doskonając swój warsztat naukowca Autorka powinna wystrzegać się tego typu potknięć.

Obok celu głównego i celów szczegółowych sformułowano trzy hipotezy (s. 8). Treść każdej z nich sugeruje, że Autorka rozprawy zakłada, iż występuje relatywnie słaby wpływ działalności CSR banków na postawy i decyzje zakupowe nabywców usług bankowych. To dość dziwne

i rzadko spotykane podejście do badań, gdyż zwyczajowo autorzy prac badawczych lub naukowych podejmują się wykazania określonych zależności, przy założeniu ich wysokiej korelacji, chcąc wykazać istotność podjętego problemu. W tym przypadku nie mamy do czynienia z takim podejściem.

### **3. Metody badawcze**

Na potrzeby realizacji przyjętych celów i weryfikacji postawionych hipotez mgr Maja Kołtońska przeprowadziła pogłębione studia literatury przedmiotu, a następnie opracowała i częściowo samodzielnie zrealizowała badania empiryczne. Analiza dorobku literaturowego pozwoliła Jej lepiej zrozumieć przedmiotową koncepcję, co miało z pewnością wpływ na trafność doboru metod badawczych oraz precyzyjność w konstrukcji narzędzi badawczych. Autorka wspomina także o analizie raportów dotyczących działań CSR banków oraz analizie zawartości stron internetowych banków (s. 9), lecz w pracy nie znajdują efektów tychże analiz, zatem nie można ich uznać jako części ogółu prac badawczych.

Mgr A. Kołtońska w pierwszej kolejności zrealizowała badania jakościowe w postaci indywidualnych wywiadów pogłębionych z pięcioma reprezentantami banków, którzy zgodzili się na przeprowadzenie takich badań. Liczba wywiadów nie jest imponująca, trudno na ich podstawie wnioskować jaki jest stan zaawansowania praktyk działających w Polsce banków odnoszących się do CSR. Można jedynie ocenić te działania w odniesieniu do tych konkretnych, pięciu instytucji finansowych.

Na podstawie zebranych informacji o charakterze jakościowym mgr M. Kołtońska przygotowała badania ankietowe, które zostały przeprowadzone na próbie „...286 dorosłych Polaków, posiadających rachunek oszczędnościowo-rozliczeniowy w dowolnym banku komercyjnym” (s. 180). Realizację badań powierzyła wyspecjalizowanej firmie badawczej, co osobiście uważam za słabość doktorantki. Aspirujący do stopnia naukowego kandydat powinien samodzielnie mierzyć się z trudem i opanować sztukę prowadzenia badań naukowych. W przeciwnym razie nigdy nie opanuje warsztatu badacza, a jego umiejętności będą nie w pełni rozwinięte.

Kolejna moja uwaga dotyczy założeń metodycznych badań. Autorka dokonała identyfikacji działań i narzędzi związanych z CSR wśród pięciu banków, natomiast do badania ankietowego zaprosiła klientów dowolnego banku, m.in. pytając ich o znajomość praktyk związanych

ze społeczną odpowiedzialnością biznesu oraz o wpływ tego typu działań na ich decyzje zakupowe. W mojej opinii są to dwa niezależne badania, których wyniki nie powinny być poddawane korelacji. Byłoby to możliwe, gdyby respondentami badań ankietowych byli jedynie klienci badanych wcześniej banków.

Niezależnie od powyższych uwag, wartość poznawcza uzyskanych wyników, każdego z badań z osobna, jest wysoka. Autorka dobrze poradziła sobie zarówno z gromadzeniem danych jak i ich analizą oraz prezentacją w swojej rozprawie doktorskiej.

#### **4. Układ i zawartość merytoryczna pracy**

Praca doktorska mgr Mai Kołtońskiej składa się sześciu rozdziałów, Wstępu, Podsumowania i wniosków, spisu elementów graficznych, wykazu wykorzystanych źródeł oraz czterech załączników. Treść Wstępu, sześciu rozdziałów oraz Podsumowania zajmuje 214 stron. Do napisania rozprawy wykorzystano 217 pozycji literaturowych, zarówno z zakresu literatury zwartej jak i czasopiśmienniczej. Poza tym Autorka skorzystała ze 134 stron internetowych oraz 17 aktów prawnych. W pracy znajduje się 21 wykresów, 15 tabel, 16 schematów oraz jedna macierz.

Pierwszy, ponad 40-stronicowy rozdział pracy ukazuje historyczny kontekst rozwoju koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Przegląd ten został przeprowadzony z zastosowaniem podziału na trzy ważne fazy, a mianowicie: okres rewolucji przemysłowej, okres państwa dobrobytu oraz okres globalizacji (s. 16). W okresie globalizacji Autorka wyłoniła takie wydarzenia jak: narodziny Internetu i powstanie Unii Europejskiej. Należy odnotować, że mgr M. Kołtońska oprócz przeglądu zdarzeń, poglądów i różnych stanowisk badaczy, sama potrafi zająć własne stanowisko i wyrazić swoją opinię. To ważna umiejętność, którą kandydat do stopnia naukowego doktora powinien się okazywać. Ważnym punktem rozdziału pierwszego jest prezentacja rozwoju przedmiotowej koncepcji w Polsce, co zostało zaprezentowane w pkt. 1.2. zatytułowanym „Rozwój koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce” (s. 39-52). Autorka opisała wiele działań oraz akcji promujących CSR, podejmowanych przez rozmaite instytucje. Natomiast zabrakło mi nieco prezentacji przykładów wyników wcześniej prowadzonych badań, ukazujących zaangażowanie przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku polskim. Takich badań przeprowadzono w Polsce

już dużo, a ich wyniki często są powszechnie dostępne, np. prezentowane w artykułach naukowych.

Kolejny, drugi rozdział poświęcony został analizie przedmiotowej koncepcji w ujęciu teoretycznym. Tu także Autorka dokonała przeglądu ewolucji teoretycznych ram i poglądów na temat CSR, czyniąc to w podziale na poszczególne dekady drugiej połowy XX wieku oraz początek XXI wieku. Rozważania prowadzone są w prawidłowy sposób, bardzo pogłębione, a poruszane zagadnienia są często przez Nią uporządkowane według własnego klucza. Warto dodać, że wynik swoich przemyśleń lub analiz mgr M. Kołdońska często prezentuje w postaci graficznej, co dodatkowo podnosi wartość dysertacji. Ciekawie wypada porównanie piramidy społecznej odpowiedzialności biznesu do piramidy potrzeb A. Masłowa (s. 64-66). To moim zdaniem bardzo trafne ujęcie omawianego zagadnienia, obrazujące jego analogię do znanej powszechnie hierarchii potrzeb człowieka. Znacznie gorzej na tle tych rozważań wypada przegląd najnowszych osiągnięć nauki w zakresie CSR. Co prawda Autorka wspomina o normie ISO 26000, jednak przykładowo nie wspomina w ogóle o CSR 2.0 lub CSR 3.0, które to koncepcje już zostały upowszechnione w naukowej literaturze przedmiotu.

Trzeci rozdział zatytułowany „Teoria interesariuszy, jako fundament koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu” jest napisany poprawnie i zawiera dużo wartościowych treści, choć mam do niego kilka uwag krytycznych. Na pochwałę z pewnością zasługuje dobre rozpoznanie i wyjaśnienie teorii interesariuszy oraz wskazanie jej powiązań z innymi osiągnięciami nauki, takimi jak: teoria gry społecznej, paradygmat sieci społecznych, czy koncepcja ekosystemu biznesu. Mgr M. Kołdońska słusznie zauważa, za A. Jabłońskim, że zjawiskiem niepożądanym dla przedsiębiorstw, które w niewłaściwy sposób zarządzają relacjami ze swoimi interesariuszami, może być pojawienie się tzw. grupy wrogich interesariuszy (s. 82). O tym zagrożeniu wspomina się niezwykle rzadko w kontekście teorii interesariuszy. Podobnie jak w wielu innych miejscach dysertacji, jej Autorka także i tutaj po przeglądzie analizy dorobku literaturowego zajmuje własne stanowisko w omawianej kwestii. Tym razem na stronie 86 prezentuje własne rozumienie pojęcia interesariusze. Znacznie więcej oczekiwałbym po zapowiedzi zawartej w tytule punktu 3.3. „Zarządzanie relacjami przedsiębiorstwa z interesariuszami w realizacji koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu” (s. 94). Oprócz krótkiej prezentacji jednego, wybranego procesu zarządzania relacjami, nie znalazły się tu głębsze przemyślenia na temat tego zagadnienia. O ile mi wiadomo to macierz zaprezentowana na stronie 97 została opracowana przez Mendelova,

a nie przez G. Johnsona i K. Scholesa. Istnieją także inne propozycje klasyfikacji interesariuszy, których zabrakło w tym miejscu rozprawy, a mogłoby pomóc wyjaśnić tematykę zarządzania relacjami z nimi. Podobnego typu uwagi wysuwam pod adresem punktu 3.4., który jest zatytułowany „Klienci jako jedni z kluczowych interesariuszy w procesie tworzenia strategii społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa” (s. 100). Autorka poświęciła temu, dość oczywistemu zagadnieniu sporo miejsca. Trudno byłoby polemizować ze stwierdzeniem, że klienci to kluczowi interesariusze, ich rola w działalności każdego przedsiębiorstwa jest bezdyskusyjna. Natomiast w tym punkcie w ogóle nie znajduję ustosunkowania się Autorki rozprawy do zapowiedzianej w tytule strategii społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, strategia bowiem nie jest tym samym co koncepcja, doktryna, czy paradygmat. Tym bardziej nie ma tu mowy o procesie tworzenia tej strategii. Jest to ewidentne niedopatrzenie, gdyż zapowiedzi zawarte w tytule punktu wzbudziły moje zaciekawienie, które nie zostało zaspokojone fachową informacją.

Rozdział czwarty jest dość krótki i zawiera opis organizacji badań i zastosowanej metodyki badań. Należy docenić wysoką transparentność procesu badawczego, jaki zaprezentowała Autorka. W rozprawach doktorskich dość często można spotkać się z kamuflowaniem przebiegu badań przez kandydatów do stopnia doktora, by (prawdopodobnie) nie narazić się na ich krytykę. Przypomniane tutaj treści hipotez wzbudzają moją wątpliwość, co oznacza wyrażenie „większość” użyte w hipotezie 2 i 3? Czy jest to po prostu więcej niż 50%, czy inaczej sobie to wyobrażała Autorka? W świetle mojej uwagi poczynionej na stronie 2-3 niniejszej recenzji twierdzę, iż niemożliwe jest, by zweryfikować tak postawione hipotezy w oparciu o dwa, niezależne badania, których wyników nie powinno się poddawać korelacji.

W piątym rozdziale zaprezentowano wyniki badań własnych, prowadzonych w postaci wywiadów indywidualnych z przedstawicielami banków, które na to badanie wyraziły zgodę. To bardzo dobrze opracowany fragment rozprawy, w którym mgr M. Kołtońska sprawnie przedstawiła wyniki płynące z tych wywiadów w odniesieniu do każdego banku, następnie umiejętnie je zagregowała identyfikując etapy włączania interesariuszy w strategię CSR oraz obszary i podobszary działań z tego zakresu. Analiza zebranego materiału w postaci swobodnych wypowiedzi uczestników wywiadów wymagała dużej sprawności i opanowania warsztatu badawczego, warto w tym miejscu dodać, że prezentacja wyników badań jakościowych jest znacznie trudniejsza od prezentacji wyników badań ilościowych.

Rozdział szósty dysertacji nosi bardzo długi tytuł, według mnie bez szkody mógł być znacząco skrócony. Ta sama uwaga dotyczy tytułów większości punktów tego rozdziału. Znajdują się w nim wyniki badań ankietowych, prowadzonych wśród klientów banków komercyjnych. W pierwszym zdaniu Autorka pisze, że przeprowadziła badania samodzielnie (s. 180), co nie do końca jest zgodne z prawdą, gdyż wcześniej wspomniała, że w tym celu skorzystała przynajmniej w pewnym zakresie, z usług podmiotu zewnętrznego. Podobnie jak w poprzednim rozdziale i tutaj wyniki badań zostały zeprezentowane w sposób czytelny i uporządkowany. Mgr M. Kołtońska poprawnie posługuje się danymi statystycznymi, każdorazowo opatrując je swoim komentarzem. Wyniki badań zostały tak zaprezentowane, by nawiązywały do zidentyfikowanych wcześniej obszarów działań CSR banków komercyjnych. Część pracy zatytułowana „Podsumowanie i wnioski” (s. 212-219) zawiera najważniejsze konkluzje, jakie wypływają z przeprowadzonych badań. Jeszcze raz Autorka odnosi się do postawionych celów, przypominając ich treść i wskazując, w jaki sposób zostały one zrealizowane. W podobny sposób odniosła się do hipotez, stwierdzając, iż „nie ma podstaw do ich odrzucenia” (s. 215). Oprócz bardziej lub mniej ogólnych wniosków z badań mgr M. Kołtońska sformułowała liczne własne opinie i spostrzeżenia, co świadczy o dużej umiejętności nie tylko prostej analizy danych źródłowych, ale także wyrobienia na ich podstawie swoich sądów i przekonań, co jest cennym walorem każdego naukowca.

## **5. Rezultaty badawcze**

Mgr Maja Kołtońska zrealizowała postawiony w swojej dysertacji cel główny i cele szczegółowe. Zidentyfikowała i sklasyfikowała działania banków mieszczące się w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu, a następnie ustaliła jaką rolę odgrywają te działania w procesach decyzyjnych klientów korzystających z usług tego typu instytucji finansowych.

Za szczególnie wartościowe osiągnięcia rozprawy doktorskiej mgr M. Kołtońskiej uznaję:

- a. Gruntowny przegląd literatury przedmiotu w zakresie historii rozwoju koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu.
- b. Bardzo konsekwentnie prowadzoną logikę wywodu naukowego, który był łatwy w absorpcji i pozwalał na zrozumienie chętnie i często zajmowanego przez mgr M. Kołtońską własnego stanowiska w wielu poruszanych kwestiach.

- c. Wzorową prezentację wyników badań jakościowych, najpierw szczegółowych, opatrzonych licznymi komentarzami, a następnie ich ostateczną syntetyzację, ułatwiającą wyciąganie wniosków.
- d. Zdolność formułowania precyzyjnych i trafnych wniosków końcowych oraz własnych opinii o charakterze naukowym.
- e. Łatwość posługiwania się językiem naukowym, najczęściej dość precyzyjnym oraz wysoki obiektywizm w wyrażaniu własnych sądów.

## **6. Strona formalna**

Pod względem formalnym i edytorskim rozprawa jest przygotowana poprawnie. Autorka nie ustrzegła się jednak błędów, które budzą zastrzeżenia i nie powinny mieć miejsca w pracy naukowej.

Między innymi w pracy występują błędy interpunkcyjne. Na stronach 5, 16, 93 brakuje przecinka przed wyrazem „który”.

Schemat 2.2. (s. 69) oraz schemat 2.3. (s. 79) powinny być opisane: Źródło: opracowanie własne na podstawie..., gdyż zostały one sporządzone nie w pełni samodzielnie, lecz w oparciu o dokonany przegląd literatury.

Nie wiadomo, z jakich względów Autorka uznaje City Bank Handlowy w Warszawie za najbardziej istotną instytucję polskiego rynku finansowego (s. 116)? Mamy tu do czynienia z niewłaściwym doborem słów.

Na stronach 180 i 181 znajdują się błędy, które wręcz rażą swoją nieprecyzyjnością. Mgr M. Kołtońska pisze, że „w ankietach wzięło udział 286 dorosłych Polaków...” (s. 180). Ankieta to potocznie używane pojęcie określające kwestionariusz ankietowy, który jest narzędziem badawczym. Autorka kilkakrotnie myli pojęcie próby badawczej w pojęciem populacja, odnosi się wrażenie, że nie rozróżnia tych terminów i stosuje je bez refleksji zamiennie.

Powyższe błędy można było wyeliminować dokonując bardziej starannej korekty tekstu. Psują one niepotrzebnie całościowy obraz rozprawy, lecz nie sprawiają, iż powinna ona z tego powodu zostać oceniona negatywnie.



## 7. Konkluzja

Ogólna ocena rozprawy doktorskiej Pani mgr Mai Kołtońskiej prezentuje się w pozytywnym świetle. Przedłożona mi do recenzji dysertacja jest opracowaniem o charakterze naukowym i świadczy o dużej dojrzałości Doktorantki, Jej wnikliwości oraz dobrej znajomości podjętego problemu. W pracy wykazała się Ona ugruntowaną wiedzą teoretyczną na temat koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, jej genesis, ewolucji poglądów, a także sposobów interpretacji w literaturze przedmiotu. W swoim, naukowym wywodzie potrafiła zachować wysoki poziom obiektywizmu w formułowaniu własnych poglądów i wniosków. Są to niezwykle cenne cechy zwłaszcza młodego naukowca.

Stwierdzam zatem, że przekazana mi do recenzji praca doktorska zatytułowana „Społeczna odpowiedzialność biznesu w kształtowaniu decyzji zakupowych indywidualnych klientów banków komercyjnych w Polsce”, mimo drobnych mankamentów, spełnia wymogi merytoryczne i formalne, stawiane rozprawom doktorskim, określone w ustawie o stopniach i tytule naukowym, zatem wnoszę o dopuszczenie jej do publicznej obrony.

Zygmunt Hańkorski

Poznań, 18.05.2018 r.