Dr hab. Magdalena Rojek-Nowosielska prof. UEW
Katedra Zarządzania Strategicznego
Wydział Zarządzania
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wrocław, dn. 6.07.2023r.

Recenzja
rozprawy doktorskiej
Mgr MAGDALENY GALANT
pt. „Modele promocji społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce na podstawie analizy działań podejmowanych przez regiony",
napisanej pod kierunkiem naukowym dra hab. Janusza Reichela, prof. UŁ. na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego

1. Podstawa formalno-prawna opracowania recenzji

Podstawą formalną przygotowania niniejszej recenzji jest pismo Przewodniczącego Komisji Uniwersytetu Łódzkiego do spraw stopni naukowych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości dra hab. Tomasza Czapli, prof. UŁ z dnia 8.05.2023r. Wspomniane pismo zawiera informację o powołaniu mnie na recenzenta rozprawy doktorskiej mgr Magdaleny Galant pt. „Modele promocji społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce na podstawie analizy działań podejmowanych przez regiony".

Podstawą prawną dla prowadzonego postępowania jest art. 187, art. 190 ust. 2-4 ustawy z dnia 20 lipca 2018r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. 2018 poz. 1668 ze zm.).

2. Podjęty temat badawczy, cel pracy

Trafność podjętej problematyki badawczej i jej oryginalność

Bez wątpienia, zagadnienia społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) w dzisiejszych

czasach są nie tylko dobrze rozpoznawalne, ale także poddawane wielu analizom, dyskusjom tak w gronie naukowców jak i praktyków. Włączanie koncepcji CSR także w strategie podmiotów trzeciego sektora czy podmiotów administracji publicznej też już nikogo nie dziwi, choć poruszone przez Doktorantkę zagadnienia modeli promocji społecznej odpowiedzialności realizowane przez włodarzy administracji publicznej szczebla regionalnego, jest niewątpliwie tematem dość rzadko podejmowanym. Z tego też powodu, zadanie, które postawiła sobie Doktorantka, choć bardzo ciekawe, jest jednocześnie wymagające i trudne.

Dążenie do poznania działań z zakresu promocji CSR wśród przedsiębiorców, prowadzonych przez wyodrębnione administracyjnie regiony w Polsce, a dokładniej próba zbadania wpływu promocji prowadzonej przez samorządy regionalne i organizacje pozarządowe na skłonność przedsiębiorców do angażowania się w realizację zadań związanych z koncepcją CSR, jest interesującym wyzwaniem naukowym, którego podjęła się Doktorantka.

Reasumując, wspomnianą problematykę, jej zakres tematyczny i proponowaną perspektywę rozważań uznaję za trafną i oryginalną, a do tego ważną i potrzebną tak z naukowego punktu widzenia, jak i praktyki codziennych działań podmiotów gospodarczych.

Poprawność formułowania problemu badawczego i celu pracy

Problem badawczy sformułowany przez Autorkę brzmi następująco: „czy w zależności od województwa model promocji CSR jest inny, czy też wszystkie polityki regionalne w tym zakresie zdeterminowane są przez model krajowy?" (str. 7). Tak określony problem badawczy budzi moje wątpliwości, bowiem po pierwsze niepotrzebnie skonstruowany jest z dwóch „subpytań", a po drugie, odpowiedź na tak postawione początkowe pytanie wydaje się oczywista (tak, w różnych województwach model promocji CSR jest inny). Dlatego też, uwzględniając przedstawione w recenzowanej dysertacji treści, można pokusić się o sformułowanie przykładowego problemu badawczego, który wydaje się być bliski zamiarom badawczym Autorki, a stanowi nieznaczną tylko modyfikację: który z funkcjonujących w literaturze przedmiotu modeli promocji CSR jest modelem dominującym w badanych województwach w Polsce?

Cel pracy (ujęty przez Autorkę jako poznawczy) to „określenie czy społeczna odpowiedzialność biznesu uwarunkowana jest regionalnie. To znaczy czy przedsiębiorcy z określonych powodów w jednych województwach (regionach) mają większą skłonność do podejmowania działań z zakresu

CSR, niż przedsiębiorcy z innych województw." (str. 6). Zdecydowanie lepsze sformułowanie celu pracy (określonego jako „główny") mgr M. Galant zaprezentowała w streszczeniu dysertacji (str. 287) oraz w treści rozdziału trzeciego (str. 77): „Celem głównym prezentowanej pracy jest ustalenie czy istnieje zróżnicowanie regionalne w zakresie promocji CSR i czy jest ono skorelowane z intensywnością działań społecznie odpowiedzialnych podejmowanych przez przedsiębiorców w danym województwie."

Autorka zaprezentowała we wstępie dysertacji także cel praktyczny pracy: „określenie cech charakterystycznych działań promocyjnych wpływających na rozwój idei CSR wśród lokalnych przedsiębiorców, podejmowanych w poszczególnych województwach" (str 6).

Zaprezentowany główny cel pracy oraz cel praktyczny, pomimo mankamentów przejawiających się w precyzji użytego słownictwa, pozwala nakreślić zamiary naukowe Doktorantki, a także naszkicować ramy i podstawy teoretyczne konieczne do wyjaśnienia podjętych kwestii.

3. Dobór literatury i metod badawczych

Sumarycznie zaprezentowany spis literatury przedmiotu, z której korzystała Doktorantka jest spory, bo liczy 301 pozycji, z czego 72 to opracowania zwarte, 66 to czasopisma, a pozostałe 163 stanowią źródła internetowe, które w zdecydowanej większości związane są z rozdziałem trzecim - empirycznym. Takie „przyporządkowanie" bibliografii jest także w pewnym stopniu odzwierciedleniem podziału treści teoretycznych i empirycznych, które prezentuje recenzowana dysertacja. Wykorzystana literatura jest zróżnicowana pod względem daty wydania publikacji (wykorzystano zarówno najnowsze pozycje jak i starsze, zasadnie wykorzystane podczas omawiania genezy pojęcia CSR), a także języka prezentowanej treści (ujęto w bibliografii pozycje polskojęzyczne i anglojęzyczne). Ze względu na język publikacji, dominują pozycje polskojęzyczne, jednak jest to podyktowane specyfiką badanego zagadnienia i osadzenia badań w krajowych uwarunkowaniach organizacyjno-prawnych. Także dobór metod badawczych podyktowany jest teoretyczno-empirycznym charakterem pracy. W części teoretycznej zastosowano metodę analizy logicznej i dedukcji na podstawie literatury przedmiotu. W części empirycznej, zastosowano jakościowe podejście z wykorzystaniem studium przypadku i bazowano w szczególności na wywiadach przeprowadzonych z przedstawicielami 15 Urzędów Marszałkowskich w Polsce (przedstawiciel województwa mazowieckiego odmówił udziału w badaniu), a także na ogólnodostępnych danych GUS

czy materiałach udostępnionych przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu (FOB). W celu oceny aktywności działań poszczególnych województw w obszarze CSR, wykorzystano informacje o kampaniach zgłaszanych i publikowanych w raportach FOB w latach 2012-2020. Sam dobór metod jakościowych należy uznać za odpowiedni, jednak dodatkowym walorem recenzowanej pracy byłoby bardziej szczegółowe zaprezentowanie metodyki badawczej, ze szczególnym uwzględnieniem w opisie przebiegu procesu badawczego, a także szerszym uzasadnieniem podjętych decyzji w procesie doboru metod i narzędzi badawczych.

Rozprawa jest napisana językiem komunikatywnym, rzeczowym, a prezentowane zagadnienia są czytelne. Dysertacja jest opracowana starannie, z umiejętnym zastosowaniem funkcji edytorskich, dzięki czemu czytelnik może skupić swoją uwagę na kwestiach merytorycznych. Mankamentem w kwestiach redakcyjnych są zauważalne niekiedy błędy w formułowaniu przypisów, błędy w powoływaniu się na opracowania pod redakcją, czy z niewiadomych powodów, na stronie 51 pojawia się inny sposób podawania przypisów (połączenie przypisów dolnych z niedokończonym stylem APA).

Podsumowując tę część recenzji można zauważyć, że Doktorantka wykonała pewne rozeznanie w zakresie prezentacji i doboru metod badawczych, co wskazuje na początkowy etap budowania swojego warsztatu naukowego, a także pozwala zauważyć znamiona do samodzielnego prowadzenia badań naukowych.

4. Ocena merytoryczna rozprawy

Tytuł rozprawy doktorskiej mgr Magdaleny Galant dobrze odzwierciedla tematykę będącą osią zainteresowań badawczych Autorki. Prezentowaną w pracy treść, Doktorantka podzieliła na część teoretyczną i empiryczną, które zostały poprzedzone wstępem, a zwieńczone zakończeniem, bibliografią, spisami tabel i wykresów, załącznikiem i streszczeniem w języku polskim i angielskim. Jest to układ klasyczny, mieszczący się w standardach prac w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości. Rozdziały są ze sobą powiązane, a tytuły w zdecydowanej większości odpowiadają prezentowanym zawartościom. Sekwencja omawianych zagadnień jest poprawna, a układ treści przejrzysty.

Pragnę jednak zwrócić uwagę na pewne niedostatki tej konstrukcji, których omówienie ma służyć doskonaleniu aktualnego warsztatu naukowego Doktorantki. Po pierwsze, bardzo pobieżnie zaprezentowany przegląd literatury przedmiotu (widoczny choćby w proporcjach prezentowanych

treści teoretycznych w stosunku do części empirycznej). Szersze zaprezentowanie dotychczasowego dorobku naukowców w tej dziedzinie pomaga uargumentować zasadność podjęcia się tego tematu i w konsekwencji wskazać luki badawcze. Dodatkowo, warto by było rozwinąć część teoretyczną, wzbogacając ją na przykład o omówienie zagadnień związanych z NGO, ich rolą i znaczeniem w realizacji założeń koncepcji CSR i jej promocji. Niezwykle cennym uzupełnieniem prowadzonych rozważań byłoby dodanie przemyśleń własnych i stanowiska Autorki wobec omawianych zagadnień i w odniesieniu do tez prezentowanych przez innych badaczy. Chętnie poznałabym na przykład definicję CSR, którą Doktorantka uznała za wiodącą i tym samym właściwą do stanowienia podstaw dalszych analiz i dyskusji prowadzonych w recenzowanej dysertacji.

Doktorantka dobrze zrobiła włączając do dyskusji na łamach swojej pracy omówienie pojęcia model, wyjaśniając najpierw perspektywę definicyjną prezentowaną przez innych naukowców, a następnie wskazując, że w „niniejszej pracy omówiony zostanie model teoretyczny, który polega na zbudowaniu pewnego rodzaju skrótu myślowego badanego zjawiska" (str. 46).

Ciekawym wstępem do omówienia modeli promocji CSR, które stały się podstawą w badaniach empirycznych, jest zaanonsowanie innych przykładów modelowego ujęcia tego zagadnienia. W moim odczuciu, wzbogaceniem aktualnie prezentowanych opisów modelowych, byłoby bardziej szczegółowe zaprezentowanie modeli, na przykład według klasyfikacji L.Albareda, J.Lozano i T.Ysa.

W części empirycznej, Autorka zaprezentowała wyniki badań własnych, jak i rezultaty analizy danych statystycznych, opracowań prezentowanych przez Urzędy Marszałkowskie i innych badaczy danych regionów. Zaprezentowane wyniki badań dostarczyły pewnej wiedzy na temat podejmowanych przez poszczególne województwa aktywności w ramach promocji CSR. Dały także zaproszenie do dyskusji odnośnie do zastosowanych metod badawczych w badaniu własnym. Zastosowana metoda miała charakter jakościowy, a kwestionariusz wywiadu był skierowany do odpowiedniej osoby z Urzędu Marszałkowskiego (po jednej osobie z każdego urzędu), potwierdzonej wcześniej w rozmowie telefonicznej. Pewne mankamenty widoczne są w prezentacji wyników z tego badania – dość ubogie jest przedstawianie tzw. „dowodów z terenu" w postaci cytatów prezentujących własne przemyślenia osób uczestniczących w wywiadzie. Autorka prezentuje odpowiedzi badanych osób z urzędu, ale takie, które wynikają z standardowych, zamkniętych odpowiedzi zawartych w narzędziu badawczym, nie są to jednak ich własne przemyślenia. Pomimo tego mankamentu, zaprezentowane wyniki i przeprowadzone wnioskowanie z pewnością eksponują utylitarne walory recenzowanej rozprawy. Dostarczają nową wiedzę na temat działań podejmowanych przez poszczególne województwa w zakresie promocji CSR, a także (co jest wkładem własnym Doktorantki

w rozwój tego obszaru wiedzy), pozwalają ulokować podjęte przez włodarzy województwa działania w przyjętych morelowych ramach promocji CSR. Ponadto, Autorka na bazie otrzymanych wyników, dokonuje próby dyskusji i wskazania rekomendacji dla władz w ramach działań promocyjnych CSR. Idąc dalej w tym toku rozumowania, ciekawa jestem, jakie bardziej szczegółowe rekomendacje (dla poszczególnych województw lub województw z poszczególnych kategorii modelowych) miałaby Doktorantka w ramach proponowanych rekomendacji i zaleceń dalszych działań. Dodatkowo, warto zadać pytanie o ograniczenia w dotychczas podjętych przez Doktorantkę pracach badawczych (nieco bardziej rozbudowane i bardziej szczegółowo ujęte niż to ma miejsce aktualnie w rozprawie) i w jaki sposób widziałaby w przyszłości możliwość rozszerzenia i przeprowadzenia badań w tym obszarze? Warto także pokusić się o rozważania o możliwych do zastosowania metodach badawczych, mając na uwadze aktualne doświadczenia i wskazane mankamenty.

Podsumowując część merytoryczną recenzji warto zauważyć, że Doktorantka w stopniu podstawowym rozpoznała dorobek krajowych i zagranicznych naukowców zajmujących się tą tematyką. Jest on jednak dobrym początkiem do dalszych prac zmierzających do ugruntowania i pogłębienia dotychczasowego stanu wiedzy zaprezentowanego w niniejszej rozprawie. Przeprowadzone badania empiryczne i zakres prezentowanych analiz sugerują, że domeną Doktorantki jest praktyka gospodarcza, którą stara się zaprezentować i omówić w określony sposób. Zagadnienia będące przedmiotem niniejszej rozprawy, prezentowane są w stopniu adekwatnym do zdobytego doświadczenia i przygotowania Doktorantki, która wydaje się mieć główne osadzenie w praktyce gospodarczej. Przeprowadzone postępowanie badawcze wykazuje znamiona warsztatu badawczego charakterystycznego dla praktyka. Ten poziom stanowi dobry punkt wyjścia do dalszego rozwoju naukowego i realizacji prac badawczych, o ile takie będzie zamierzenie Doktorantki. Doświadczenie zgromadzone w ramach niniejszego postępowania, stanowić może dobry początek do dalszego rozwoju potencjału badawczego.

5. Konkluzja

Mgr Magdalena Galant, w swojej dysertacji podjęła się omówienia ważnego i aktualnego zagadnienia społecznej odpowiedzialności biznesu z perspektywy modeli promocji tej koncepcji podejmowanych przez włodarzy województw w Polsce. Należy podkreślić, że takie ujęcie tematyki

CSR jest rzadko poruszane na łamach literatury przedmiotu, przez co stanowi duże wyzwanie naukowe. Mając na uwadze wszystkie walory dysertacji stwierdzam, że rozprawa doktorska mgr Magdaleny Galant pt.: „Modele promocji społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce na podstawie analizy działań podejmowanych przez regiony", napisanej pod kierunkiem naukowym dra hab. Janusza Reichela, prof. UŁ., spełnia warunki określone w ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce. Doktorantka w stopniu wystarczającym opanowała wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz zaplanowała, przeprowadziła i omówiła wyniki prac badawczych, czym potwierdziła ogólną wiedzę teoretyczną, samodzielność prowadzenia pracy naukowej oraz zaprezentowała oryginalne rozwiązanie problemu naukowego. Silną stroną tej pracy jest jej utylitarny wymiar. Na tej podstawie można postawić pozytywną prognozę, że zgromadzone w trakcie realizacji tego projektu badawczego doświadczenia, pozwolą i przyczynią się do rozwoju warsztatu naukowego Doktorantki w dalszej pracy badawczej. W związku z tym, występuję do Komisji Uniwersytetu Łódzkiego do spraw stopni naukowych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości z wnioskiem o przyjęcie rozprawy doktorskiej i dopuszczenie mgr Magdaleny Galant do obrony.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław
tel.: +48 71 36 80 100
e-mail: kontakt@ue.wroc.pl
www.ue.wroc.pl