

Recenzja
pracy doktorskiej mgr inż. Anny Olewnik-Mikołajewskiej
„Analiza procesu wprowadzania na rynek innowacyjnych produktów mięsnych”,
wykonanej pod kierunkiem prof. dr hab. Krystyny Gutkowskiej
w Katedrze Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji
Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji
Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Podstawę formalną wykonania recenzji stanowi pismo Dziekana Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie z dnia 10.10.2016 r., zgodnie z Uchwałą Rady Wydziału podjętą w dniu 28.09.2016 r.

Przedstawiona do recenzji praca doktorska mgr inż. Anny Olewnik-Mikołajewskiej oparta jest o cykl 3 publikacji naukowych, opatrzonych wspólnym tytułem „Analiza procesu wprowadzania na rynek innowacyjnych produktów mięsnych”.

W skład cyklu wchodzi następujące publikacje:

1. Olewnik-Mikołajewska A., Guzek D., Głąbska D., Gutkowska K. 2016. Consumer behaviors towards novel functional and convenient meat products in Poland. *Journal of Sensory Studies*, 31, 3, 193-205 (IF₂₀₁₆= 2,213; punkty MNiSW: 30).
2. Olewnik-Mikołajewska A., Guzek D., Głąbska D., Sajdakowska M., Gutkowska K. 2016. Fodder enrichment and sustaining animal well-being as methods of improving quality of animal-derived food products, in the aspect of consumer perception and acceptance. *Animal Science Papers and Reports*, 4, 361-372 (IF₂₀₁₆= 0,623; punkty MNiSW: 25).
3. Olewnik-Mikołajewska A., Guzek D., Gutkowska K., Głąbska D. 2016. Wpływ podwyższonej wartości odżywczej na skłonność do płacenia wyższej ceny za produkty pochodzenia zwierzęcego. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie* *Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 114, 157-167 (punkty MNiSW: 13).

Tematyka ww. prac dotyczy wprowadzania na rynek innowacyjnych produktów mięsnych. Wszystkie publikacje są współautorskie (4-5 autorów), z 50-55% udziałem Doktorantki obejmującym: opracowanie metodyki analitycznej, wiodący udział w przeprowadzaniu analiz materiału doświadczalnego, analizę statystyczną uzyskanych wyników i przygotowanie manuskryptów (oświadczenia w załączonej dokumentacji).

Łączna suma punktów prac zgodnie z wykazem MNiSW wynosi 68, a ich wartość *Impact Factor* 2,836. Publikacje stanowiące osiągnięcie naukowe mgr inż. Anny Olewnik-Mikołajewskiej zostały opublikowane w uznanych czasopismach, co dowodzi ich wysokiego poziomu naukowego.

Aktualnie rynek żywności charakteryzuje się względnie wysokim poziomem innowacyjności, co jest konsekwencją wzrastającego zróżnicowania oczekiwań konsumentów co do produktów żywnościowych. Chodzi już bowiem nie tylko o zaspokajanie głodu, ale i pragnień hedonistycznych, zachowanie zgrabnej sylwetki, uzyskanie/zwiększenie sił witalnych, jak również oszczędzanie czasu na przygotowywanie posiłków czy też dbałość o zachowanie walorów środowiska naturalnego (żywność ekologiczna) [Gutkowska, 2011]. Wybór tematu dotyczącego wprowadzania innowacyjnych produktów mięsnych na rynek żywności uważam zatem za zasadny i pożądany, zarówno z poznawczego, jak i aplikacyjnego punktu widzenia. Dogłębne rozpoznanie charakterystyki (socjodemograficznej, ekonomicznej i psychograficznej) konsumentów może bowiem przesądzić o powodzeniu lub porażce wprowadzenia na rynek nowego produktu.

Znaczenie tych badań podkreśla również ich wykonanie i finansowanie w ramach Projektu „BIOŻYWNOŚĆ - innowacyjne, funkcjonalne produkty pochodzenia zwierzęcego”, numer projektu UDA-POIG.01.01.02-14-090/09, współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Poddziałania 1.3.1. Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka - Projekty Rozwojowe.

Opracowanie przedstawione do recenzji obejmuje:

- Oświadczenia promotora i autorki rozprawy doktorskiej.
- Streszczenie w języku polskim i angielskim.
- Spis treści.
- Wskazanie osiągnięcia stanowiącego podstawę postępowania doktorskiego.
- Wstęp.
- Uzasadnienie podjętego tematu pracy w kontekście literatury przedmiotu.
- Przegląd piśmiennictwa.
- Cel i zakres pracy.
- Materiał i metody badań.
- Omówienie i dyskusję opublikowanych wyników.
- Stwierdzenia i wnioski.
- Spis piśmiennictwa.
- Publikacje stanowiące rozprawę doktorską i oświadczenia autorów (Załączniki).

We "Wstępie" Doktorantka zasygnalizowała postawy konsumentów związane z wyborem żywności, nawiązując do aspektu ich świadomości odnośnie związków pomiędzy żywnością, sposobem żywienia a zdrowiem. Co ważne, w tym fragmencie pracy doktorskiej Autorka napisała, że obserwacja odnośnie znacznej ilości produktów innowacyjnych, które nie zyskują akceptacji wśród konsumentów (i w konsekwencji zostają wycofane z rynku) skłania „do analizy procesu wprowadzania na rynek nowych produktów żywnościowych”. Cały ostatni akapit ww. rozdziału odnosi się do uzasadnienia wyboru tematu pracy.

W rozdziale „Przegląd literatury”, mgr inż. Anna Olewnik-Mikołajewska scharakteryzowała proces wprowadzania innowacji z perspektywy przedsiębiorstw, jak również z punktu widzenia konsumentów. Rozdział ten stanowi dobre wprowadzenie w podjętą przez Doktorantkę tematykę. Szczególną uwagę Autorka poświęciła problematyce innowacyjności

polskich konsumentów wobec żywności (podrozdział 1.2.2). Dokonała tu obszernego przeglądu literatury przedmiotu.

Główny cel rozprawy doktorskiej, opisany w Rozdziale 2, stanowiło dokonanie „analizy procesu wprowadzania innowacyjnych produktów żywnościowych w kategorii mięsa i produktów mięsnych”.

Rozdział „Materiał i metody badań” zawiera opis badań wykonanych w ramach trzech publikacji stanowiących osiągnięcie naukowe mgr inż. Anny Olewnik-Mikołajewskiej. Zastosowane metody badań uznają za adekwatne do realizacji założonego celu. Rozumiem, że badania w ramach publikacji nr 3 wykonała firma w oparciu o metodykę opracowaną przez Autorkę (oświadczenie).

W kolejnym rozdziale Doktorantka starała się rzetelnie opisać i przedyskutować uzyskane wyniki w oparciu o dostępną literaturę przedmiotu. Doktorantka podkreśliła zasadność odwróconej koncepcji marketingu zorientowanego na interesy producenta na marketing zorientowany na interesy konsumenta. To stwierdzenie jest szczególnie istotne z punktu widzenia producentów zainteresowanych wprowadzaniem na rynek innowacyjnych produktów mięsnych. Kształtowanie takich elementów innowacyjnych produktów, które najlepiej odpowiadać będą na oczekiwania konsumentów, pozwolą na skuteczne wprowadzanie ich do sprzedaży.

Ponadto wyniki przedstawione w publikacjach stanowiących podstawę dysertacji mgr inż. Anny Olewnik-Mikołajewskiej dowodzą słuszności marketingu 4C w odniesieniu do innowacyjnych produktów mięsnych, co stanowi zarówno aplikacyjny, jak i poznawczy charakter pracy. Aplikacyjny charakter pracy nie jest, w mojej opinii, skierowany jedynie do producentów, ale także do naukowców, których udział - wraz z przedsiębiorcami - w badaniach B+R zwiększyłby efektywność opracowywania innowacyjnych produktów i wprowadzania ich na rynek.

Za bardzo interesujące uznają także wyniki przedstawione w publikacji nr 3, tj. wskazanie, że skłonność konsumentów do zapłacenia wyższej ceny za innowacyjne produkty mięsne zależy od rodzaju dodatkowych atrybutów, jakimi te produkty odróżniają się od ich konwencjonalnych odpowiedników; wskazując jednocześnie, że podwyższone walory zdrowotne mają dla konsumentów odpowiednio wyższy ekwiwalent uzyskanych korzyści, aniżeli podwyższona jakość czy wartość odżywcza. Dowodzi to niskiego poziomu wiedzy konsumentów w tym zakresie, bo czym są bowiem wyższa jakość czy wartość odżywcza, jak nie walorami zdrowotnymi?

Ostatni rozdział opracowania to „Spis piśmiennictwa”, który zawiera 111 pozycji literaturowych (ponad 20 prac pochodzących z ostatnich 5 lat), z czego większość to prace anglojęzyczne. Piśmiennictwo zostało starannie opracowane i w większości dobrze dobrane.

Niezależnie od faktu, iż publikacje stanowiące rozprawę doktorską ukazały się w renomowanych czasopismach i były recenzowane, szczegółowa analiza przedstawionego opracowania nasuwa pewne wątpliwości, które z obowiązku recenzenta zmuszona jestem przedstawić jako uwagi krytyczne.

W mojej opinii, warto byłoby we „Wstępie” podać konkretnie definicję żywności funkcjonalnej, jako że do takiej kategorii produktów odnosi się praca, a mam pewną wątpliwość, jak Doktorantka rozumie to pojęcie. Ponadto nie jest dla mnie do końca zrozumiałe, co Autorka miała na myśli pisząc, że „mięso i produkty mięsne stanowią ważny składnik diety Polaków” (str.

8). Czy chodzi o dane statystyczne odnośnie wielkości spożycia tej grupy produktów i jeśli tak, to czy mowa jest o tendencji za jakiś okres czasu? W „Przeglądzie literatury” wątpliwość budzi dobór niektórych pozycji bibliograficznych. Wydaje się, że trudno porównywać aktualne zachowania konsumentów na dynamicznie rozwijającym się rynku żywności z danymi sprzed 10 i więcej lat. Celowe byłoby wyraźne wyeksponowanie i uznanie innych realiów w starszych publikacjach z omawianego zakresu.

W mojej opinii, ani cele szczegółowe, ani zakres pracy nie traktują wprost o procesie (sugeruje wieloetapowe działanie) wprowadzania innowacyjnych produktów na rynek, a o poznaniu opinii i zachowań konsumentów w tym zakresie, co powinno być uwzględnione w tytule rozprawy. Hipoteza główna mówiąca, że „zachowania konsumentów wobec innowacyjnych produktów mięsnych charakteryzują się wieloma odmiennymi cechami aniżeli wynikałoby to z klasycznego modelu (. . .)” wydaje się być zbyt ogólna.

Legendy rysunków (właściwie wszystkich) nie są precyzyjne, gdyż ani na wykresach, ani w ich tytułach nie ma pytania, które korespondowałyby z informacjami w legendzie. Czy określenie „niechętnie kupują nowości” oznacza neofobię?

W rozdziale „Stwierdzenia i wnioski” brakuje mi odniesienia do konkretnych celów i hipotez postawionych przez Autorkę. Sformułowanie „pozwoliła na pozytywną weryfikację przyjętych hipotez” to w mojej opinii za mało. Czy tekst: „analiza zgromadzonych materiałów źródłowych (. . .) stworzyła możliwości sformułowania pewnych praktycznych rekomendacji dla producentów produktów mięsnych” oznacza, że ww. rekomendacje/wskazówki zostały w jakiejś formie im przekazane? Należy również zaznaczyć, że wniosek: „Ta konkluzja dyskontuje niejako, w sensie wynikowym, realizację postawionego na wstępie celu rozprawy, określonego jako (. . .), a sformułowane konstatacje szczegółowe dowodzą w swej uogólnionej postaci, słuszności ogólnego wniosku, wypływającego z zamieszczonych w rozprawie rozważań, że podstawą strategii marketingowej innowacyjnych producentów mięsa powinna być wiedza na temat zachowań konsumentów wobec tych produktów” (str. 53) nie jest jasny.

Powyższe uwagi krytyczne nie odnoszą się do opublikowanych prac naukowych, których wysoka wartość nie podlega dyskusji, a do ich zaprezentowania w polskojęzycznej formie rozprawy. Sądzę, że gdyby Doktorantka ograniczyła się do krótszej, bardziej syntetycznej formy ww. prezentacji, to zapewne uniknęłyby wielu problemów edycyjnych. Uwagi te, o charakterze w większości porządkowym, wyjaśniającym lub dyskusyjnym, nie umniejszają wartości recenzowanej rozprawy i nie mają wpływu na jej jednoznacznie wysoką, pozytywną ocenę. Wskazanie ich jest niejako obowiązkiem recenzenta i w związku z faktem, że prace stanowiące rozprawę doktorską zostały już opublikowane, mają stanowić wskazówki w dalszej pracy naukowej i przygotowywaniu kolejnych publikacji.

We wniosku końcowym stwierdzam, że przedstawiona rozprawa doktorska, stanowiąca spójny tematycznie cykl trzech publikacji pod wspólnym tytułem „Analiza procesu wprowadzania na rynek innowacyjnych produktów mięsnych” jest oryginalnym opracowaniem dotyczącym postaw konsumentów w stosunku do innowacyjnych produktów mięsnych wprowadzanych na rynek i w pełni odpowiada warunkom określonym w art. 13 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. 2003, Nr 65, poz. 595, z późn. zm.) oraz § 6 Rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego

z dnia 26 września 2016 r. w sprawie szczegółowego trybu i warunków przeprowadzania czynności w przewodzie doktorskim, w postępowaniu habilitacyjnym oraz w postępowaniu o nadanie tytułu profesora.

Wnoszę zatem do Wysokiej Rady Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie o dopuszczenie Pani mgr inż. Anny Olewnik-Mikołajewskiej do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

Agnieszka Filipiak-Florkiewicz