

Dr hab. Marian Oliński, prof. UWM
Instytut Nauk o Zarządzaniu i Jakości
Wydział Nauk Ekonomicznych
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Olsztyn 09.06.2025

Recenzja rozprawy doktorskiej

magistra Łukasza Rosickiego

**Wielowymiarowy model biznesowy a potencjał innowacyjny
przedsiębiorstw e-commerce**

przygotowanej pod kierunkiem naukowym promotora
dr hab. Ewy Kozień, prof. UEK

1. Przedmiot recenzji

Przedmiotem recenzji jest rozprawa doktorska Pana Łukasza Rosickiego *pt. Wielowymiarowy model biznesowy a potencjał innowacyjny przedsiębiorstw e-commerce*, przygotowana pod kierunkiem naukowym promotor dr hab. Ewy Kozień, prof. UEK.

Podstawą wydania opinii jest pismo prof. dr hab. Stanisława Popka Dyrektora Szkoły Doktorskiej UEK z 11.04.2025 r. Pismo to dotyczy powołania mnie przez Radę Naukową Dyscypliny Nauk o Zarządzaniu i Jakości Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie na recenzenta powyższej rozprawy doktorskiej. Zgodnie z art. 187.1 ustawy z 20 lipca 2018 roku Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2024 r., poz. 1571, z późn. zm.) „rozprawa doktorska prezentuje ogólną wiedzę teoretyczną kandydata w dyscyplinie albo dyscyplinach oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej lub artystycznej”. Natomiast



punkt 2 cytowanego artykułu uściśla, iż „Przedmiotem rozprawy doktorskiej jest oryginalne rozwiązanie problemu naukowego, oryginalne rozwiązanie w zakresie zastosowania wyników własnych badań naukowych w sferze gospodarczej lub społecznej albo oryginalne dokonanie artystyczne”.

Celem niniejszej recenzji jest ocena, czy przedłożona dysertacja doktorska spełnia wymagania określone w ustawie, co stanowi podstawę do dopuszczenia mgr. Łukasza Rosickiego do publicznej obrony. Dlatego też przy ocenie rozprawy doktorskiej mgr. Łukasza Rosickiego uwzględniłem znaczenie podjętej problematyki, poprawność sformułowanych celów i hipotez, a także metodykę badawczą, strukturę rozprawy oraz aspekty formalne.

Przedstawiona do recenzji rozprawa doktorska w części merytorycznej obejmuje: wstęp, pięć rozdziałów oraz zakończenie. Część uzupełniająca to bibliografia oraz spis tabel i rysunków, a także załącznik prezentujący dane na temat 308 przedsiębiorstw, które zostały uzyskane w ramach przeprowadzonych badań. Spis literatury zawiera 243 pozycje. Całość rozprawy obejmuje 205 stron. Do pracy dołączono także streszczenie w języku angielskim.

2. Znaczenie podjętej tematyki

Poruszana w rozprawie doktorskiej mgr Łukasza Rosickiego problematyka modeli biznesu w aspekcie potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw e-commerce stanowi istotny obszar badań w naukach o zarządzaniu i jakości. Wpisuje się ona w aktualne i istotne kierunki badań prowadzonych w szczególności w obszarze zarządzania strategicznego, modeli biznesu oraz innowacyjności przedsiębiorstw działających w warunkach gospodarki cyfrowej.

W warunkach intensyfikującej się konkurencji na globalnym rynku e-commerce oraz rosnącego znaczenia elastyczności i zdolności adaptacyjnych przedsiębiorstw, zagadnienie konstrukcji i rozwoju modelu biznesu zorientowanego na innowacje ma szczególne znaczenie teoretyczne i praktyczne. W obliczu rosnącej presji innowacyjnej i intensywnej konkurencji w środowisku cyfrowym, przedsiębiorstwa e-commerce muszą rekonfigurować swoje modele biznesu w sposób umożliwiający jednoczesne tworzenie i dostarczanie wartości dla klienta, poprawiając przy tym własne zdolności do wdrażania innowacji.

W tym kontekście, podjęta przez Doktoranta problematyka relacji pomiędzy wielowymiarowym modelem biznesu a potencjałem innowacyjnym przedsiębiorstw e-commerce odpowiada na realne zapotrzebowanie badawcze i praktyczne. Z jednej strony stanowi rozwinięcie teorii modeli biznesu poprzez ich konceptualizację w układzie wielowymiarowym, z drugiej przyczynia się do lepszego zrozumienia mechanizmów sprzyjających generowaniu innowacji w sektorze e-commerce, którego rola w gospodarce światowej i krajowej systematycznie rośnie.

Zważywszy na fakt, że wiele dotychczasowych badań koncentruje się na wycinkowych aspektach modeli biznesu (np. propozycji wartości czy architekturze przychodów), wartością dodaną rozprawy jest integracyjne ujęcie i podjęcie próby identyfikacji powiązań między kluczowymi elementami modelu a komponentami potencjału innowacyjnego organizacji. Doktorant słusznie odwołując się do interdyscyplinarnego podejścia, umiejętnie łączy dorobek teorii zarządzania strategicznego, innowacyjności oraz zarządzania operacyjnego.

Reasumując, problem badawczy podjęty w rozprawie doktorskiej charakteryzuje się wysokim stopniem aktualności, znaczenia społeczno-gospodarczego oraz potencjału aplikacyjnego. Przedstawione zagadnienia stanowią nie tylko istotne rozszerzenie dotychczasowej wiedzy w zakresie problematyki modelu biznesu w warunkach gospodarki

cyfrowej, ale także mogą stanowić podstawę rekomendacji dla praktyki zarządzania w organizacjach działających w sektorze e-commerce (wspomniany już aspekt aplikacyjny).

3. Cel pracy, hipotezy badawcze

Problemy badawcze scharakteryzowano w części metodycznej pracy (str. 133). Przyjęto, iż „Głównymi problemami badawczymi podjętymi w niniejszej rozprawie są: wymiary modelu biznesowego przedsiębiorstw e-commerce oraz zależność pomiędzy modelem biznesowym a potencjałem innowacyjnym przedsiębiorstw e-commerce”. Takie sformułowanie sugeruje, iż pierwszym problemem badawczym jest „wymiar modelu biznesu”, zaś drugim „zależność”. Tymczasem poprawnie sformułowany problem badawczy powinien przyjąć postać pytania lub twierdzenia, które wskazuje na istotną lukę poznawczą, a jednocześnie definiuje zależność lub zjawisko wymagające wyjaśnienia. Sam „wymiar modelu biznesu” stanowi co najwyżej zakres tematyczny lub zmienną badawczą, a nie problem badawczy w sensie metodycznym. Dlatego też lepszym podejściem byłoby przeformułowanie tych zapisów, np. w kierunku konkretnego pytania problemowego (lub konkretnych pytań problemowych). Zasadność tej uwagi potwierdza fakt sformułowania przez Doktoranta pięciu konkretnych pytań badawczych, które posłużyły do określenia celów badawczych, a także wskazania na stronie 47 odrębnego problemu ujętego w formie pytania „Czy zaproponowane modele biznesowe dla przedsiębiorstw e-commerce rzeczywiście odpowiadają definicji modelu biznesowego?”

W odniesieniu do samych pytań badawczych należy zauważyć, iż zostały one sformułowane w sposób klarowny, logiczny i merytorycznie uzasadniony. Obejmują one zarówno kwestie konceptualne jak i definicyjne (Pytanie 1 - Co jest istotą koncepcji modelu biznesowego? Pytanie 2 - Jakie wymiary opisują model biznesowy przedsiębiorstwa e-commerce?), jak i operacjonalizujące oraz aplikacyjne (Pytanie 3 Jakie uwarunkowania mają największy wpływ na funkcjonowanie i rozwój przedsiębiorstw e-commerce? Pytanie 4 - Jaka jest relacja pomiędzy modelem biznesowym a potencjałem innowacyjnym przedsiębiorstwa e-commerce? P5 Jak mierzyć potencjał innowacyjny przedsiębiorstw e-commerce?). Świadczy to o dobrze przemyślanej strukturze problematyki badawczej, a sam zakres pytań odpowiada przedmiotowi rozprawy i pozwala na spójną operacjonalizację zmiennych badawczych, a tym samym na realizację celów pracy.

Luki badawcze, cele oraz hipotezy sformułowano zarówno we wstępie pracy jak i części metodycznej. Sformulowano osiem celów (przy tym, cel 1 jest celem głównym rozprawy):

C1 Sformułowanie i opisanie wielowymiarowej koncepcji modelu biznesowego przedsiębiorstw e-commerce.

C2 Sformułowanie nowej definicji modelu biznesowego uwzględniającej wiele wymiarów modelowania.

C3 Opracowanie i opisanie metody pomiaru potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw e-commerce.

C4 Identyfikacja kluczowych elementów biznesu e-commerce.

C5 Systematyzacja wiedzy na temat funkcjonowania i rozwoju branży e-commerce w Polsce.

C6 Empiryczna weryfikacja wielowymiarowej koncepcji modelu biznesowego przedsiębiorstw e-commerce.

C7 Empiryczna weryfikacja związku pomiędzy modelem biznesowym a potencjałem innowacyjnym przedsiębiorstw e-commerce.



C8 Empiryczna weryfikacja związku pomiędzy złożonością modelu biznesowego, a potencjałem innowacyjnym przedsiębiorstw e-commerce.

Generalnie cele te zostały sformułowane prawidłowo, choć można mieć wątpliwości czy „sformułowanie i opisanie” lub „opracowanie i opisanie” stanowią w istocie jeden cel.

Na podstawie tak sformułowanych celów, Doktorant stawia następujące hipotezy:

H1 Model biznesowy przedsiębiorstwa z branży e-commerce jest zdeterminowany przez potencjał innowacyjny przedsiębiorstwa.

H2 Potencjał innowacyjny przedsiębiorstwa jest determinantą pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa e-commerce.

H3 Przedsiębiorstwa e-commerce o bardziej złożonym modelu biznesowym cechują się wyższym potencjałem innowacyjnym.

H4 Model biznesowy przedsiębiorstwa z branży e-commerce opisuje wiele wymiarów modelowania.

Hipotezy te także należy uznać za poprawnie sformułowane, logicznie powiązane z celami badawczymi oraz zgodne z przyjętym schematem conceptualnym pracy. Mają one charakter empirycznie weryfikowalny, a ich ukierunkowanie pozwala na testowanie zależności między kluczowymi zmiennymi - modelem biznesu, jego złożonością, potencjałem innowacyjnym oraz pozycją konkurencyjną przedsiębiorstwa. Wskazują tym samym na spójną logikę konstrukcji badania oraz konsekwentne przełożenie założeń teoretycznych na strukturę empiryczną rozprawy.

4. Metodyka badań

W przedłożonej rozprawie Doktorant, zastosował triangulację jako sposób na ograniczenie błędu pomiarowego. Biorąc pod uwagę poruszana tematykę i wykorzystane techniki badań podejście to należy uznać nie tylko za prawidłowe, ale i słuszne. Generalnie, Doktorant w ramach pięciu etapów badań wykorzystuje szereg technik, m.in.: obserwację, analizę treści, wywiad swobodny.

Badanie przeprowadzono wśród 308 przedsiębiorstw e-commerce działających na rynku polskim, co stanowi próbę wystarczającą do realizacji odpowiednich analiz ilościowych. Jednostki zostały wyłonione w sposób celowy, z zastosowaniem wieloetapowej procedury selekcyjnej (tzn. wyodrębnienie z bazy Senuto odpowiednich rekordów, usunięcie z bazy nie działających witryn, ustalenie modeli biznesu witryn w bazie, usunięcie z bazy witryn nie prowadzących sprzedaży internetowej na terenie Polski, usunięcie z bazy witryn, dla których niemożliwe było ustalenie NIP-u przedsiębiorcy, usunięcie z bazy witryn, dla których niemożliwe było ustalenie wielkości przedsiębiorstwa, usunięcie z bazy witryn kategorii zdrowie, usunięcie z bazy witryn działających w modelu porównywarki cenowej, portalu ogłoszeniowego i pasażu afiliacyjnego).

Jeśli chodzi o samo scharakteryzowanie w rozprawie doktorskiej wykorzystanych metod i technik badawczych - opis moim zdaniem jest zbyt lakoniczny. Natomiast zważywszy na niewielkie rozmiary części metodycznych (o czym szerzej w punkcie piątym niniejszej recenzji), opis ten uznać można za treściwy i precyzyjny. Przy tym, użycie liczby mnogiej (tzn. części metodycznych) nie jest przypadkowe. Doktorant bowiem wykorzystuje już określone metody przed opisem zawartym na stronach 135-136 (a więc przed scharakteryzowaniem wykorzystanych metod badawczych). Począwszy od strony 105 do 118 wykorzystał metodę

PESTEL, którą również pokrótce scharakteryzował. Za minus przy wykorzystaniu tej metody uznać należy brak posilkowania się opiniami eksperckimi lub jakimikolwiek sposobami obiektywizującymi przyznane kierunki i siły wpływu. Na usprawiedliwienie można dodać, iż Doktorant w rzeczowy i profesjonalny sposób starał się uzasadnić przyznane przez siebie oceny. Niemniej jednak subiektywizm (tzn. brak sformalizowanych i obiektywizujących kryteriów wyłaniania i oceniania) występuje w pracy częściej. Dotyczy to choćby kombinacji modeli biznesu wyłanianych na podstawie danych wymiarów (str. 58-59- podrozdział 2.3 - Wielowymiarowe modele biznesowe przedsiębiorstw e-commerce). Doktorant napisał, iż „Spośród wszystkich 240 kombinacji w ocenie autora do zaobserwowania jest jedynie 56”. W kolejnym zdaniu po tym stwierdzeniu Doktorant napisał „Ponadto autor proponuje wyróżnienie sześciu bazowych modeli biznesowych przedsiębiorstw e-commerce”. Usprawiedliwiono wprowadzenie wybór owych 56 kombinacji, pisząc, iż „W praktyce niektóre kombinacje są bardzo mało prawdopodobne, np. producent nie będzie sprzedawał własnych produktów za pomocą linków afiliacyjnych, a pasaż afiliacyjny nie będzie oparty na własnych magazynach”, jednak brakuje przedstawienia jasno skonkretyzowanego i metodycznego podejścia do sposobu eliminacji wszystkich kombinacji (podobnie jak propozycji wyróżnienia bazowych modeli biznesu). Podobnie Doktorant postąpił przy ocenie potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw e-commerce, tzn. sam zauważył, iż „Ocena potencjału innowacyjnego dokonywana jest na podstawie wskaźników o charakterze dychotomicznym pomnożonym przez wagi przyjęte arbitralnie przez autora ...”. W tym przypadku jednak dodatkowo podparto się obserwacjami w ramach badań pilotażowych oraz wynikami wywiadów swobodnych z przedsiębiorcami, których celem było wskazanie kluczowych czynników potencjału innowacyjnego biznesu e-commerce. Szkoda zatem, że nie scharakteryzowano dokładniej owych badań pilotażowych - na czym polegały, jakie wyniki dały, kiedy były przeprowadzane. Uwiarygodniłoby to przyjęte w procesie oceny potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw wagi.

Konieczność rygoru w procesie oceny, eliminacji bądź doborze określonych czynników dotyczy wszystkich aspektów pracy naukowej. Dlatego przy wyborze definicji również należy pamiętać o rygorystycznym. Tytułem przykładu można podać wybrane przez Doktoranta definicje innowacji (tab. 10, str. 68). Przed tabelą podano tylko informację, iż „W tabeli 10 przedstawiono wybrane definicje innowacji sformułowane na przestrzeni ponad 100 lat rozwoju koncepcji”. To samo dotyczy tabeli 11 („Wybrane definicje potencjału innowacyjnego” – str. 77), tabeli 12 („Wybrane klasyfikacje czynników potencjału innowacyjnego” – str. 78), tabeli 14 („Wybrane innowacje w biznesie e-commerce” - str. 85). Ponadto, w przypadku przedstawienia zbioru definicji danego pojęcia, zasadne jest wskazanie, która z nich została przyjęta na potrzeby dalszych analiz lub alternatywnie sformułowanie własnego podejścia definicyjnego na podstawie przeprowadzonego przeglądu. Tego rodzaju zestawienia powinny pełnić nie tylko funkcję informacyjną, lecz również prowadzić do sprecyzowania stanowiska Autora względem analizowanego pojęcia.

Wydaje się również, iż lepszemu zrozumieniu założeń metodycznych i przeprowadzenia całego procesu badań sprzyjałoby bardziej przejrzyste rozbudowanie aneksu (tzn. takiego z oddzielnymi wzorami arkusza obserwacji arkusza oceny potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw itd., a nie tylko zbiorczego aneksu nr 1).

5. Struktura rozprawy

Generalnie struktura pracy jest prawidłowa. Poszczególne treści w logiczny sposób wynikają z siebie nawzajem, tworząc spójną i przejrzystą narrację prowadzącą od założeń teoretycznych, poprzez konstrukcję modelu badawczego, aż po część empiryczną i wnioski. Doktorant prawidłowo rozpoczyna wywód od kwestii ontologicznych związanych z modelem, modelowaniem oraz modelem biznesu, co stanowi solidny fundament dla dalszych rozważań teoretycznych oraz konstrukcji ram badawczych. Dlatego, uznać można, iż rozdział pierwszy ma charakter wprowadzający i systematyzujący treści dotyczące modelu biznesu. Pamiętać jednak należy, iż dogłębnemu i uporządkowanemu przeglądowi literatury w zakresie definicji modelu biznesu powinna towarzyszyć końcowa i jednoznaczna konkluzja, którą definicję Doktorant ostatecznie przyjmuje bądź też próba sformułowania autorskiej definicji na podstawie przeprowadzonego przeglądu literatury (trzeba jednak nadmienić, iż brak jednoznacznego stanowiska definicyjnego w rozdziale pierwszym zostaje częściowo skorygowany w rozdziale drugim, w którym Doktorant formułuje własną propozycję definicji modelu biznesu).

Jeśli chodzi o wspomniany systematyczny przegląd literatury, to Doktorant powinien pamiętać, że formułując stwierdzenie: „Kwestia definicji modelu biznesowego była przedmiotem pogłębionych badań literaturowych autora, które obejmowały przegląd 100 najwyższej notowanych pozycji w bazach Google Scholar oraz Scopus, a także wszystkich pozycji dostępnych w bazie bazEkon” - należy jednoznacznie doprecyzować, w jakim sensie dane pozycje zostały uznane za „najwyższej notowane” (np. ze względu na liczbę cytowań czy też innych parametrów).

Przed omawianiem funkcji modelu można było wydzielić część materiału dotyczącą cech takiego modelu – zazwyczaj rozpoczynamy od definicji i poprzez cechy przechodzimy do funkcji i wreszcie składników, czyli elementów budowy modelu, a także jak to czyni Autor klasyfikacji modeli).

Rozdział drugi prezentuje koncepcję wielowymiarowego modelu biznesu oraz ujmuje złożoność tego modelu. Autor krytycznie odnosi się do jednowymiarowych podejść, formułuje definicję modelu wielowymiarowego, identyfikuje jego cechy i wymiary (podrozdział 2.1 oraz 2.2), a następnie proponuje sześć bazowych typów modeli dla sektora e-commerce wraz z ich wariantami (podrozdział 2.3). W podrozdziale 2.4 analizuje również złożoność modeli biznesu w odniesieniu do poszczególnych wymiarów modelowania. Rozdział ten ma w dużej mierze charakter autorski i stanowi oryginalny wkład Doktoranta w rozwój koncepcji modeli biznesu w ujęciu wielowymiarowym. Niemniej jednak odnośnie koncepcji wielowymiarowości nasuwa się pewien problem, który powinien stanowić przyczynek do dalszych rozważań i dyskusji. Mianowicie model biznesu nie jest modelem przedsiębiorstwa. Zatem może występować (i często występuje) sytuacja, w której przedsiębiorstwo posiada więcej niż jeden model biznesu. W praktyce wiele przedsiębiorstw prowadzi zdywersyfikowaną działalność, oferując różne propozycje wartości skierowane do odmiennych segmentów klientów (opisywany w rozprawie przykład McDonalda). Dlatego należy rozstrzygnąć, na ile analizowana koncepcja wielowymiarowości odnosi się do jednego, złożonego modelu biznesu, a na ile powinniśmy traktować ją jako próbę ujęcia „wielomodelowości” – tj. współistnienia kilku odrębnych modeli biznesu funkcjonujących równolegle w ramach jednego przedsiębiorstwa. Rozróżnienie to ma istotne znaczenie zarówno dla dalszej konceptualizacji, jak i dla operacjonalizacji analizowanego zjawiska.



Rozdział trzeci stanowi przegląd teoretyczny zagadnień związanych z innowacyjnością - od podstawowych definicji, procesów i typologii innowacji, przez analizę potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw, wraz z propozycją jego czynników w kontekście e-commerce, po omówienie roli innowacji w rozwoju biznesu elektronicznego. Rozdział ten należy ocenić pozytywnie pod względem merytorycznym (całość rozdziału została opracowana rzetelnie, a dobór literatury jest adekwatny i aktualny).

Rozdział czwarty stanowi kompleksową analizę uwarunkowań funkcjonowania przedsiębiorstw e-commerce, obejmując zarówno charakterystykę branży, analizę otoczenia (wspomnianą już wcześniej metodę PESTEL), jak i aspekty funkcjonalno-procesowe - przy tym stwierdzić należy, iż Doktorant wykazał się w tym rozdziale umiejętnością integrowania danych empirycznych z podejściem systemowym, co przekłada się na wysoką wartość diagnostyczną i poznawczą przedstawionych treści.

Ostatni rozdział zawiera w sobie zarówno część metodyczną jak i wyniki przeprowadzonych badań. Dotyczą one zależności między modelem biznesu a potencjałem innowacyjnym polskich firm e-commerce. W podrozdziale 5.1 przedstawiono założenia metodyczne, narzędzia badawcze, arkusz oceny innowacyjności oraz charakterystykę próby. Kolejne podrozdziały zawierają odpowiednio analizę wyników i ich syntetyczne podsumowanie.

Podsumowując, tak zarysowaną strukturę rozprawy doktorskiej wraz z jej treściami merytorycznymi można uznać za prawidłową. Wątpliwości budzi jednak zbytne rozdrobnienie poszczególnych części np. rozdział 1.4 nie ma nawet 1 strony, a podrozdziały 3.2.1.-do 3.2.6 zaledwie po kilka linijek. Zapewne fakt ten wynika z dającej się zauważyć tendencji pisania rozpraw doktorskich wzorowanych na strukturze artykułu naukowego. Niemniej jednak w tego typu rozprawach jeśli dana część (wyodrębniony problem) nie posiada około 3 stron, to należałoby postawić pytanie o zasadność wydzielania danego obszaru z całości rozprawy. Odnośnie proporcji objętościowych, wątpliwości budzi również fakt skromnego (moim zdaniem) opisu metodycznego zawartego w rozprawie. Opis ten sensu stricto zawiera się w części 5.1.2-Metodyka badawcza. Właściwszym rozwiązaniem według mnie byłoby wydzielenie całego rozdziału metodycznego (aczkolwiek rozwiązanie zastosowane w niniejszej rozprawie jest dopuszczalne). W sugerowanym przez mnie rozwiązaniu, nie powstałby problem z tytułami poszczególnych części. Doktorant nie chcąc powtarzać tytułów, nadał podrozdziałowi 5.1 tytuł „Metodologia badań”, natomiast wspomnianej części 5.1.2 „Metodyka badawcza”. W języku polskim przez pojęcie metodologii rozumie się raczej naukę o badaniach naukowych stosowanych w danej dziedzinie wiedzy. Zatem za metodologię w obszarze dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości, uważa się naukę, która zajmuje się metodami i technikami, wykorzystywanymi w procesie badawczym. Dlatego twierdzę, że gdyby wydzielić jasno wyodrębnioną część (rozdział metodyczny) tego typu problem by nie powstał.

Podsumowując ten wątek, warto zaznaczyć, że mimo zwięzłej prezentacji metodyki badawczej, Autorowi udało się przedstawić klarowny i uporządkowany opis etapów badań oraz zastosowanych technik, wzbogacony przejrzystym zestawieniem tabelarycznym.

6. Ocena formalna pracy

Dysertacja napisana poprawnym i zrozumiałym językiem. Dyskusyjne jest jednak używanie w języku polskim sformułowania „model biznesowy”. Według mnie poprawnym sformułowaniem jest „model biznesu” (podobnie jak „model samolotu” lub „model okrętu”, nie zaś „model samolotowy” lub „model okrętowy”). Niemniej jednak powszechność używania

w języku polskim sformułowania „model biznesowy” jest bardzo duża – i to zarówno w publikacjach naukowych jak i popularnonaukowych. Mam wrażenie, że częściej w języku polskim stosowany jest termin „model biznesowy” nie zaś „model biznesu”. Dlatego też nie można w tym względzie czynić zarzutów Doktorantowi. Zresztą mgr Łukasz Rosicki słusznie zauważył we wstępie rozprawy: „iż „business models” tłumaczone jest na język polski jako „modele biznesowe” lub „modele biznesu”. Wydaje się, że Doktorant ma świadomość kontrowersji odnośnie używania pojęcia „model biznesowy”. Świadczy o tym choćby wzmianka zawarta na stronie 22, która brzmi: „Koncepcja modelu biznesowego lub jak podaje część polskich autorów, modelu biznesu...”. Fakt ten nie zwalnia jednak od dyskusji nad poprawnością obu używanych w języku polskim terminów.

W pracy występują również drobne błędy stylistyczne i literówki, np. wstęp, str. 11 „problemy związane jednowymiarowym podejściem” – brakuje litery spomiędzy wyrazami, natomiast na str. 63 – 4 linijka odwrotnie tzn. jest liter z, a nie powinno jej być „cehuje się z koniecznością obsługi”. Kolejne przykłady to str. 16 „...do jedynie do kluczowych...”; następna strona 17 – początek podrozdziału 1.1.2: „Modele posiadają pełnią szereg funkcji poznawczych”; i następna strona 18, 5 linijka od dołu: „...a uzyskane wyniki w ten sposób wyniki pozwalają...”, str. 23 – 21 linijka zamiast „logiką” powinno być „logikę”. Podobne błędy w zdaniach znajdują się na str. 31 - 6 linijka od dołu, str. 55 – 18 linijka od dołu, str. 61 – 3 linijka nad tabelą. Na niektórych stronach tego typu błędów występuje po kilka, np. str. 75 (17 linijka od góry „...lub być mieć charakter inwestycji”); 13 linijka od dołu brak przecinka przy wymienianiu charakteru innowacji, 5 linijka od dołu: „...lub w udział w zyskach...”. Jak wspomniałem to tylko przykłady, bo błędy występują również na stronach 102,103,104,114,116,117,119,125). Poza tym w zdaniach często powtarzają się te same wyrazy, np. „Przykład Allegro z perspektywy właściciela platformy...”. Zdarza się też więcej niż jeden błąd w pojedynczym zdaniu, np. str. 146 – 3 linijka „Jednocześnie w rankingu uwzględnione zostały również inne dane, np. liczba fraz, na które witryna widnieje wśród 10 najlepszych wyników wyszukiwania w Google (tzw. frazy w TOP10), czy główna kategorii towarowej w obrębie witryny”. Dodatkowo występują braki odnośnie polskich znaków (np. wielokrotnie w stosunku do słowa „zarządzanie”).

Nie powinno dawać się kropek w tytułach tabel. To samo dotyczy tytułów rozdziałów i podrozdziałów – od podrozdziału 3.2.1. pojawiają się kropki w tytułach podrozdziałów lub rozdziałów, np. kropka na końcu tytułu rozdziału 4 i 5 lub podrozdziału 5.2 (tego typu błędów w pracy znajduje się więcej, przy tym raz występują kropki, a raz nie).

W tego typu pracach zalecam unikać stwierdzeń typu: „jest w ocenie autora”, „poczynione przez autora obserwacje”, „przeprowadzonych przez autora”, „autor wytypował”, itd. Zamiast tego wskazane jest stosowanie bezosobowych, obiektywizujących konstrukcji językowych, takich jak: „z analizy wynika”, „zaobserwowano”, „zidentyfikowano” – alternatywnie dopuszczalne jest konsekwentne posługiwanie się pierwszą osobą liczby pojedynczej.

Doktorant powinien również pamiętać, że każdorazowe przywoływanie nazwiska konkretnego autora wymaga podania odpowiedniego źródła. Tytułem przykładu rozpoczynając podrozdział 3.1.3 zatytułowany „Typologia innowacji” (str. 73), Doktorant stwierdza „Już w Teorii rozwoju gospodarczego J.A. Schumpeter definiując innowacje wskazał na kilka różnych typów innowacji, tym samym otwierając kwestię typologii innowacji”. Nie podał jednak odniesienia bibliograficznego po tym zdaniu. Fakt, iż dana publikacja została zacytowana w zupełnie innym miejscu rozprawy, nie zwalnia z obowiązku każdorazowego wskazania źródła w kontekście bezpośredniego odwołania się do niej.



Podsumowując, choć w rozprawie dostrzegalne są uchybienia stylistyczne, redakcyjne oraz niespójności w formatowaniu, nie umniejszają one jej ogólnej wartości merytorycznej. Warto jednak zwrócić na nie uwagę, by w przyszłości zwiększyć przejrzystość oraz spójność językową tekstu.

7. Konkluzja końcowa

Podsumowując, należy stwierdzić, iż oceniana rozprawa doktorska zawiera oryginalne ujęcie istotnego problemu naukowego i świadczy o wysokim poziomie opanowania wiedzy teoretycznej przez Doktoranta w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości. Na szczególne uznanie zasługuje sposób przeprowadzenia procesu badawczego oraz adekwatne i poprawne zastosowanie przyjętych metod i technik badawczych. Jednocześnie zawarte w rozprawie wnioski posiadają potencjał aplikacyjny i mogą stanowić punkt odniesienia dla praktyków zarządzania w zakresie projektowania modeli biznesu zorientowanych na innowacje.

Jednym z wyraźnych atutów rozprawy jest klarowna struktura wewnętrzna, obejmująca logiczne wprowadzenia do omawianych zagadnień oraz zamykające je podsumowania, które ułatwiają płynne przechodzenie do kolejnych części pracy. Taki układ sprzyja lepszemu przyswajaniu treści oraz umożliwia zrozumienie spójnego i dobrze przemyślanego toku wyводу. Trzeba przy tym nadmienić, iż zawartość merytoryczna pracy jednoznacznie świadczy o rozległej wiedzy teoretycznej i praktycznej Doktoranta.

Do słabych stron zaliczam przede wszystkim zbyt lakoniczny opis metodyki badań w porównaniu do ich wagi dla konstrukcji części empirycznej pracy, a także brak wyraźnie wydzielonego rozdziału metodycznego, co utrudnia orientację w strukturze badawczej rozprawy. Wątpliwości budzi również stopień rozdrobnienia niektórych podrozdziałów, co może utrudniać utrzymanie przejrzystości struktury narracyjnej.

Ponadto za słabą stronę rozprawy doktorskiej przedstawionej przez mgr. Łukasza Rosickiego uważam brak sformalizowanych kryteriów dotyczących różnych aspektów przedstawianych w pracy, np. kierunków i siły wpływu w metodzie PESTEL, doboru analizowanych kombinacji modeli biznesu czy wybór konkretnych definicji w procesie analizowania pojęć. Choć Doktorant uzasadnia swoje decyzje w sposób logiczny, zauważalny jest miejscami subiektywizm, który mógłby zostać ograniczony przez większy rygor metodyczny.

Reasumując, zawartość merytoryczna pracy potwierdza, iż Doktorant wykazał się dojrzałością badawczą, samodzielnością w formułowaniu problematyki oraz umiejętnością prowadzenia kompleksowych analiz teoretycznych jak i empirycznych. Na podstawie przeprowadzonych badań potrafi on formułować logiczne, spójne i trafne wnioski, świadczące o zdolności do krytycznego myślenia oraz właściwej interpretacji uzyskanych wyników.

Zważywszy na powyższe stwierdzam, iż oceniana dysertacja spełnia wymogi stawiane pracom doktorskim zgodnie z ustawą z 20 lipca 2018 roku Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2024 r., poz. 1571, z późn. zm.). Wnioskuje zatem do Rady Naukowej Dyscypliny Nauk o Zarządzaniu i Jakości Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie o przyjęcie rozprawy Pana mgr. Łukasza Rosickiego oraz jej dopuszczenie do publicznej obrony.

Marian Olinśki⁹