

Prof. dr hab. Szymon Cyfert
Katedra Teorii Organizacji i Zarządzania
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

RECENZJA

rozprawy doktorskiej mgr Katarzyny Sicińskiej
pt. *Marketing doświadczeń w budowaniu lojalności klientów hoteli luksusowych*
napisanej pod kierunkiem naukowym promotor dr hab. Justyny Łapińskiej, prof.
UMK oraz promotor pomocniczej dr Iwony Escher
na Wydziale Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu
Mikołaja Kopernika w Toruniu

1. Ocena doboru problematyki badawczej i tematu rozprawy

Zapewnienie wysokiego poziomu lojalności klientów, znajdującego przełożenie na utrzymanie dotychczasowych i pozyskanie nowych grup klientów, należy uznać za kluczowy czynnik powodzenia organizacji funkcjonujących w warunkach szybkiej dyfuzji informacji. W szczególności problem ten jest dostrzegalny w przedsiębiorstwach świadczących usługi na wysoce konkurencyjnym rynku usług hotelowych. Dlatego też, podjętą przez mgr Katarzynę Sicińską próbę osadzenia dyskusji nad wykorzystaniem marketingu doświadczeń w procesach kształtowania lojalności klientów hoteli luksusowych należy ocenić jednoznacznie pozytywnie.

Po zapoznaniu się z treścią rozprawy pt. *Marketing doświadczeń w budowaniu lojalności klientów hoteli luksusowych* z pełnym przekonaniem stwierdzam, że dokonany przez Doktorantkę wybór problemu badawczego spełnia oczekiwania i wymogi stawiane dysertacjom doktorskim. Przedmiotem rozprawy jest istotny problem naukowo-badawczy z obszaru nauk o zarządzaniu i jakości, którego rozwiązanie może stanowić podstawę do nadania stopnia naukowego doktora.

Mając na uwadze powyższe spostrzeżenia, wybór problematyki rozprawy doktorskiej należy uznać za właściwy, zarówno z punktu widzenia teorii, jak i praktyki zarządzania, co dobrze świadczy o rozeznaniu mgr Katarzyny Sicińskiej w kluczowych wyzwaniach stojących przed naukami o zarządzaniu i jakości.

2. Ocena systemu celów i pytań badawczych

Dokonując oceny rozprawy, należy zwrócić uwagę na precyzyjnie zarysowany system celów i pytań badawczych, wskazujących na bardzo dobrze przemyślane podejście metodyczne w zakresie prowadzonych badań, które niewątpliwie stanowią silną stronę dysertacji. Przeprowadzony przez mgr Katarzynę Sicińską pogłębiony przegląd literatury wykazał brak prowadzenia badań w przedmiotowym zakresie, co pozwoliło na zdefiniowanie luki poznawczej, którą Doktorantka skutecznie wypełniła rezultatami przeprowadzonych prac badawczych. Prowadzona dyskusja mająca charakter teoriopoznawczy, a nawet miejscami nawet teoriiotwórczy, pozwala mi w jednoznaczny sposób stwierdzić, że poziom wiedzy teoretycznej Doktorantki w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości należy uznać za zdecydowanie ponadprzeciętny. Chciałbym także podkreślić, że recenzowaną rozprawę doktorską nie tylko charakteryzuje wysoki poziom merytoryczny prowadzonych rozważań, które w istotny sposób wzbogacają nauki o zarządzaniu i jakości, ale także wzorowa staranność rygoru prowadzonej dyskusji oraz prezentowanych koncepcji.

W mojej ocenie zaproponowany cel główny rozprawy dobrze koresponduje zarówno z tytułem pracy, celami szczegółowymi (i dodatkowymi), jak i sformułowanymi pytaniami badawczymi. Warto nadmienić, iż system celów cechuje istotność poznawcza, a w ramach przeprowadzonego w rozprawie postępowania badawczego możliwe jest odniesienie się do treści zaproponowanych przez Doktorantkę celów.

Podsumowując ocenę sposobu sformułowania systemu celów oraz pytań badawczych rozprawy pragnę stwierdzić, że praca doktorska mgr Katarzyny Sicińskiej charakteryzuje się wysokim poziomem dojrzałości naukowej.

3. Ocena zakresu rozprawy, źródeł informacji i metod badawczych

Przyjęty system celów oraz sformułowane pytania badawcze powodują, że przedmiotem rozważań w rozprawie doktorskiej staje się zagadnienie kształtowania lojalności klientów usług luksusowych, rozpatrywane z punktu widzenia wykorzystania narzędzi marketingu doświadczeń. Zakres podmiotowy stanowią hotele luksusowe i klienci korzystających z usług tychże hoteli, a zakres czasowy obejmuje w warstwie teoretycznej okres od pojawienia się w literaturze przedmiotu rozważań poświęconych problematyce kształtowania lojalności marketingu doświadczeń, aż po współczesność, natomiast w warstwie empirycznej okres od czerwca do listopada 2023r. Tak zdefiniowany zakres pracy, z punktu odniesienia tytułu dysertacji i treści pracy, należy uznać za prawidłowy.

W teoretycznej warstwie rozprawy mgr Katarzyna Sicińska umiejętnie wykorzystwała imponującą bibliografię obejmującą ponad 800 (!) pozycji, ze szczególnym uwzględnieniem publikacji odnoszących się do problematyki lojalności klientów, usług i produktów luksusowych oraz marketingu doświadczeń. Dokonując oceny wykorzystania literatury w aspekcie jakościowym należy zwrócić uwagę na wysoki poziom nasycenia bibliografii pozycjami anglojęzycznymi, umiejętność właściwego przywoływania cytowanych pozycji, oraz bardzo dobrą znajomość Doktorantki dorobku z zakresu omawianych zagadnień.

Wykorzystanie przez mgr Katarzynę Sicińską zróżnicowanych metod pozyskiwania i analizy danych dobrze obrazuje Jej uporządkowane i rzeczowe podejście do rozwiązywanego zdefiniowanego problemu naukowego. Potwierdza to bardzo wysokie umiejętności Doktorantki w zakresie samodzielnego prowadzenia pracy naukowej. W oparciu o bardzo dobrze zaprojektowane i właściwie przeprowadzone badania mgr Katarzyna Sicińska zrealizowała wszystkie postawione cele (zarówno szczegółowe, jak i dodatkowe). Rozprawa bardzo dobrze wpisuje się w eksplorację słabo jeszcze zbadanego obszaru marketingu doświadczeń, który jak wykazała Doktorantka, jest niezwykle efektywny w odniesieniu do zarządzania lojalnością klientów na rynku usług luksusowych.

Konkludując ocenę zakresu rozprawy, źródeł informacji oraz metod badawczych należy podkreślić, że mgr Katarzyna Sicińska wykazała się dojrzałą postawą badawczą przeprowadzając rozbudowane ilościowe i jakościowe badania, stanowiące niewątpliwie silną stronę rozprawy, w przypadku których tok rozumowania, argumentacji i wyciągania wniosków jest właściwy.

4. Ocena układu pracy i ocena merytoryczna pracy

Rozprawa ma charakter teoretyczno-empiryczny i składa się ze wstępu, sześciu rozdziałów, dyskusji wyników, zakończenia oraz wykazu literatury, spisów (bibliografii, netografii, tabel, rysunków, wykresów, fotografii, załączników). Całość obejmuje 324 strony (w tym 262 strony tekstu), co oznacza, że mamy do czynienia z opracowaniem, które mieści się w objętości zwyczajowo przyjętej dla rozpraw doktorskich.

Podkreślając wysoce pozytywną ocenę merytoryczną recenzowanej rozprawy, chciałbym skoncentrować się na tych nielicznych zagadnieniach, które budzą moje uwagi i wątpliwości.

We **wstępie**, którego konstrukcja i treść odpowiadają wymaganiom warsztatowym, Doktorantka wskazała na przesłanki uzasadniające podjęcie badań, zarysowała problem badawczy, zdefiniowała system celów dysertacji, przedstawiła pytania badawcze, scharakteryzowała zastosowane metody badawcze oraz opisała logikę konstrukcji poszczególnych rozdziałów rozprawy.

Trzy pierwsze rozdziały recenzowanej rozprawy mają znaczenie teoriopoznawcze, w tym przede wszystkim systematyzujące, odnoszą się bowiem do podstawowych zagadnień związanych z lojalnością klienta, dobrami luksusowymi i marketingiem doświadczeń.

Punktem wyjścia w rozdziale pierwszym Doktorantka uczyniła przeprowadzenie dyskusji nad istotą lojalności klientów. W dalszej części rozdziału mgr Katarzyna Sicińska odniosła się do czynników determinujących lojalność klientów, typologii i poziomów lojalności klientów, kończąc rozważania propozycją autorskiego modelu procesu kształtowania lojalności klientów. Zawartość merytoryczną rozdziału oceniam bardzo wysoko, jakkolwiek pragnę zgłosić pod adresem prowadzonych rozważań trzy drobne uwagi. Po pierwsze, uważam, że jeżeli na s.23 Doktorantka przyjęła jako bazowe trójwymiarowe podejście do lojalności klienta, to prowadzenie dalszych rozważań w tym obszarze nie ma już uzasadnienia. Po drugie, uważam, że w rozdziale 1.2 mgr Katarzyna Sicińska mogła najpierw przedstawić listę determinant nad którymi będzie prowadziła dyskusję determinanty, a potem dokonać ich charakterystyki. Po trzecie, jakkolwiek bardzo wysoko oceniam autorski model procesu kształtowania lojalności klienta przedstawiony w rozdziale 1.5, to zmuszony jestem zauważyć, że nie jest on wykorzystywany w części empirycznej, a zatem z punktu widzenia tematu pracy należy uznać go za nadmiarowy.

Przedmiot zainteresowań rozdziału drugiego stanowi istota i charakterystyka dóbr luksusowych. Po przeprowadzeniu dyskusji nad definicją i rozwojem pojęcia luksusu mgr Katarzyna Sicińska podjęła udaną próbę opisanie produktów luksusowych jako specyficznej kategorii dóbr konsumpcyjnych, a następnie odniosła się do zagadnienia klienta na rynku dóbr luksusowych i przeprowadziła charakterystykę polskiego i światowego rynku dóbr luksusowych. Rozważania poświęcone wymienionym powyżej zagadnieniom są bardzo dobrze osadzone w literaturze przedmiotu i wskazują na wysoki poziom erudycji Doktorantki, jakkolwiek zastanawiam się, czy z punktu widzenia logiki pracy nie byłoby zasadne odwrócenie kolejności rozdziałów 1 i 2, co pozwoliłoby mgr Katarzynie Sicińskiej skoncentrować się w dyskusji nad zagadnieniem lojalności na kwestiach związanych z dobrami luksusowymi i ograniczyć zawartość pierwszego rozdziału.

W trzecim rozdziale mgr Katarzyna Sicińska zajęła się problematyką marketingu doświadczeń. Zdefiniowanie pojęcia doświadczenie stanowiło dla Doktorantki kanwę do przedstawienia genezy i istoty marketingu doświadczeń, a następnie do zarysowania istoty zarządzania doświadczeniami klientów i scharakteryzowania działań i narzędzi wykorzystywanych w marketingu doświadczeń.

Kształt pierwszych trzech rozdziałów jest funkcją zarówno ugruntowanej wiedzy mgr Katarzyny Sicińskiej, jak i bardzo dobrze wykorzystanej literatury przedmiotu. Jakkolwiek niezwykle wysoko

oceniam przeprowadzoną dyskusję, która miejscami ma charakter teoriiotwórczy, to w mojej ocenie najbardziej wartościową część dysertacji stanowią przedstawione w rozdziale piątym i szóstym wyniki postępowania badawczego.

W **rozdziale czwartym** Doktorantka scharakteryzowała metodykę zastosowanego podejścia badawczego - zdefiniowała cel i przedmiot badań oraz opisała zastosowane procedury postępowania badawczego – metody jakościowe (studia przypadków) i ilościowe (badania ankietowe). W odniesieniu do metodyki mam dwie drobne uwagi. Po pierwsze, jakkolwiek mam świadomość, że wybór podmiotów do badań jakościowych był subiektywny, to w mojej ocenie należałoby lepiej uzasadnić przesłanki wyboru czterech spośród osiemnastu hoteli zidentyfikowanych jako hotele luksusowe. Domyślam się, że Doktorantka do badania przyjęła cztery, w największym stopniu różniące się hotele, po to, by móc zidentyfikować wspólne dla nich charakterystyki. Niemniej jednak należałoby o tym wspomnieć w opisie badań. Po drugie, jakkolwiek jednoznacznie pozytywnie oceniam przeprowadzone badania ilościowe i wyrażam głęboki podziw dla pozyskanej próby badawczej, to chciałbym zauważyć, że do przeprowadzenia badań został wybrany specyficzny okres (wrzesień-listopad), który mógł wpłynąć na zniekształcenie wyników (w tym okresie z usług hotelowych korzysta określona grupa klientów – warto byłoby o tym wspomnieć w ograniczeniach postępowania badawczego).

Wyniki badań przedstawione w rozdziale **piątym i szóstym** oceniam niezwykle wysoko. Doktorantka wykazała się nie tylko wysokim poziomem rzetelności i dociekliwości naukowej, wykorzystując procedurę badawczą dopasowaną do założonego celu i sformułowanych problemów badawczych, ale także na bazie uzyskanych wyników potrafiła wyprowadzić wartościowo poznawcze wnioski, które mają dużą wartość dla teorii i praktyki zarządzania. Prezentowane studia przypadku zostały przeprowadzone i przedstawione zgodnie z regułami sztuki. Warto także docenić zaproponowany przez Doktorantkę, jako wynik postępowania badawczego, interesujący model determinant lojalności klientów hoteli luksusowych. Moja bardzo wysoka ocena (odnosząca się zarówno do postępowania badawczego, wysiłku włożonego w jego przeprowadzenie, jak i przeprowadzonej dyskusji), nie oznacza jednak, że w odniesieniu do omawianych w rozdziale piątym i szóstym treści nie pojawiają się uwagi i wątpliwości. Po pierwsze, jeżeli Doktorantka wykazała, że „wśród przedstawicieli badanych hoteli świadomość na temat marketingu doświadczeń jest stosunkowo niska” to czy miała podstawy do przeprowadzenia oceny celu dodatkowego CD1 sformułowanego w postaci „Ocena skuteczności działań i instrumentów z zakresu marketingu doświadczeń wykorzystywanych w budowaniu lojalności klientów hoteli luksusowych w opinii przedstawicieli hoteli luksusowych” Po drugie, wyrażam żal, że w procesie badawczym lojalność klientów została sprowadzona do postaci jednego konstruktu „loyalty” (którego zawartość nie została

zdefiniowana, ale domyślam się, że chodziło o pytania z obszaru V „Zachowania lojalnościowe klientów”). Uważam, że warto byłoby odnieść się w odrębny sposób do wpływu poszczególnych czterech zmiennych składających się na konstrukt lojalności (jakkolwiek wpłynęłoby to negatywnie na rozmiar rozprawy doktorskiej i być może dlatego mgr Katarzyna Sicińska nie zdecydowała się na takie działanie). Po trzecie, prezentowany model determinant lojalności klientów hoteli luksusowych, wbrew zawartości celu dodatkowego CD3 „Opracowanie modelu kształtowania lojalności klientów z wykorzystaniem działań i instrumentów z zakresu marketingu doświadczeń na rynku hoteli luksusowych”, nie jest modelem kształtowania lojalności klientów, bo nie odnosi się do procesu kształtowania, tylko do determinant.

Pozytywnie należy ocenić ostatni fragment rozprawy doktorskiej, który stanowi zakończenie. Mgr Katarzyna Sicińska dokonała w nim rekapitulacji dociekań i wskazała na kierunki dalszych badań, a także zdefiniowała dostrzeżone ograniczenia postępowania badawczego. Zawarte w podsumowaniu wnioski oceniam jako należycie umotywowane oraz ostrożnie i jednocześnie trafnie sformułowane.

5. Ocena merytoryczna pracy

W moim przekonaniu rezultaty, osiągnięte w teoretycznej i metodycznej warstwie recenzowanej rozprawy mogą stanowić podstawę do nadania mgr Katarzynie Sicińskiej stopnia doktora nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.

Przeprowadzone postępowanie badawcze pozwoliło Doktorantce na osiągnięciu zarówno głównego celu rozprawy, celów szczegółowych (i dodatkowych), a także na udzielenie odpowiedzi na sformułowane pytania badawcze. Cele zostały osiągnięte w wyniku przeprowadzenia postępowania badawczego, osadzonego na właściwie opisanych i ugruntowanych podstawach teoretycznych.

Metodyczna warstwa przeprowadzonego postępowania badawczego nie budzi uwag i zastrzeżeń. Dokonany przez mgr **Katarzynę Sicińską** wybór ilościowych i jakościowych metod został w należyty sposób uargumentowany, zaś same badania zostały przeprowadzone we wzorcowy sposób. Pragnę podkreślić, że sformułowane przez Doktorantkę wnioski i spostrzeżenia, wynikające z przeprowadzonych badań posiadają istotną wartość dla rozwoju nauk o zarządzaniu i jakości, zarówno w wymiarze teorii, jak i praktyki.

6. Ocena zagadnień terminologicznych rozprawy

Podstawą każdej rozprawy naukowej jest spójny system pojęć, przy pomocy którego opisywana jest badana rzeczywistość. Zapewnienie spójności bazy pojęciowej ma bowiem istotne znaczenie dla oceny jakości naukowej dysertacji doktorskiej. Podstawowymi pojęciami dla recenzowanego opracowania są kategorie „lojalność klienta”, „dobra luksusowe” oraz „marketing doświadczeń”, które zostały zdefiniowane przez mgr Katarzynę Sicińską we właściwy sposób.

7. Ocena strony formalnej pracy

Strona formalna stanowi silną stronę recenzowanej rozprawy. Rozprawa napisana jest poprawną polszczyzną z dbałością o poprawność językową oraz estetyczną formą edycyjną i graficzną. Zamieszczone w rozprawie doktorskiej tabele i rysunki dobrze uzupełniają prezentowane rozważania oraz wyniki badań. Spisy wszystkich tabel, rysunków oraz wykresów zamieszczono w rozprawie. W rozważaniach Doktorantka zachowuje logiczny ciąg wywodów, wykazując się umiejętnością prezentacji zjawisk oraz poprawnością zarówno w odniesieniu do wyprowadzanego wniosku, jak i do interpretacji wyników.

8. Konkluzje recenzji

Wyprowadzone na podstawie studiów literaturowych oraz przeprowadzonego postępowania badawczego wnioski potwierdzają predyspozycje i umiejętności mgr Katarzyny Sicińskiej do samodzielnego prowadzenia pracy naukowej. Przedmiotem rozprawy doktorskiej jest oryginalne rozwiązanie problemu naukowego, a w treści rozprawy przedstawiono oryginalne rozwiązanie w zakresie zastosowania wyników badań w sferze społecznej, co pozwala mi uznać pracę za nowatorskie rozwiązanie istotnego problemu naukowego z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości o istotnych walorach teoretycznych, metodycznych i użytkowych.

W świetle poczynionych ustaleń stwierdzam, że recenzowana rozprawa doktorska mgr Katarzyny Sicińskiej pt. *Marketing doświadczeń w budowaniu lojalności klientów hoteli luksusowych*, napisana pod kierunkiem naukowym promotora dr hab. Justyny Łapińskiej, prof. UMK oraz promotora pomocniczej dr Iwony Escher, spełnia wymagania określone w Ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, co upoważnia mnie do wystąpienia z wnioskiem do Rady Dyscypliny Nauki o Zarządzaniu i Jakości Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu o jej przyjęcie i dopuszczenie do publicznej obrony. Równocześnie z wnioskiem o dopuszczenie rozprawy doktorskiej do publicznej

obrony wnioskuję do Rady Dyscypliny Nauki o Zarządzaniu i Jakości Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu o wyróżnienie rozprawy stosowną nagrodą.

Wskazując na przesłanki wyróżnienia rozprawy doktorskiej, chciałbym zwrócić uwagę na walory naukowe i użyteczne, a także teoriopoznawczy i inspirujący charakter dysertacji. W mojej ocenie rozprawa doktorska mgr Katarzyny Sicińskiej stanowi interesujące i niezwykle wartościowe studium badawcze bardzo dobrze wypełniające zidentyfikowaną uprzednio lukę badawczą. Należy także podkreślić, że dysertacja została oparta na szerokiej wiedzy teoretycznej w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości oraz oryginalnych wynikach jakościowych i ilościowych badań, które wskazują na bardzo dobry warsztat badawczy, dużą dociekliwość naukową oraz wysoki poziom wiedzy teoretycznej i praktycznej Doktorantki.

Zakrzewo, dnia 15 marca 2024r.