

Prof. dr hab. Jacek OTTO

10.08.2023

Instytut Marketingu

i Zrównoważonego Rozwoju

Wydział Organizacji i Zarządzania Pł

Recenzja

Rozprawy doktorskiej mgr Arona Wadlewskiego pt. „Multilevel marketing-determinanty sukcesu biznesowego”, napisanej pod kierunkiem naukowym prof. dr hab. Bogdana Gregora i promotora pomocniczego dr hab. Magdaleny Kalińskiej -Kuli na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego

1.Podstawy formalne sporządzenia recenzji

Niniejsza recenzja została sporządzona w oparciu o pismo Przewodniczącej Komisji Uniwersytetu Łódzkiego ds. stopni naukowych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego prof. dr hab. Ewy Walińskiej w zgodzie z którym zostałem powołany na recenzenta w przewodzie doktorskim mgr A. Wadlewskiego pt: „Multi level Marketing-determinanty sukcesu rynkowego”.

Niniejsza recenzja rozprawy doktorskiej została sporządzona w oparciu o 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. 2017 poz.1789).

Przewód doktorski prowadzony jest w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości .

2. Ocena rozprawy

Przedstawiona mi do zrecenzowania rozprawa doktorska liczy razem 192 strony, w tym na tekst zasadniczy przypada 171 stron uzupełnionych o wszystkie

wymagane elementy pracy naukowej to jest bibliografię, spis tabel, rysunków oraz załączników.

Praca została podzielona na trzy rozdziały, w tym dwa ogólnoteoretyczne i trzeci o charakterze empirycznym. Formalne wymogi w odniesieniu do dysertacji doktorskich zostały spełnione.

Autor w swojej pracy podejmuje problematykę koncepcji marketingowej określanej jako Multi Level Marketing (MLM). Koncepcja ta pomimo iż znana jest już od kilkudziesięciu lat, do dnia dzisiejszego nadal nie jest jednoznacznie interpretowana, ciągle jest źródłem nieporozumień, wzbudza również wiele kontrowersji. Taki stan rzeczy powodowany jest niedoborem wartościowej literatury o charakterze naukowym jak również pejoratywnym obrazem jaki został ukształtowany w części społeczeństwa spowodowanym nieetycznymi praktykami marketingowymi.

Ta wieloaspektowa, ciągle ważna i aktualna koncepcja marketingowa nie osiągnęła statusu koncepcji postrzeganej jako kompleksowa, spójna i jednorodna, nie budząca istotnych wątpliwości, w szczególności co do jej istoty. MLM nadal mylony jest z marketingiem bezpośrednim czy franczyzą. Do naprawienia pozostaje również problem negatywnego odium/pejoratywnego obrazu jakie jej towarzyszą.

W tle powyżej zarysowanej problematyki Autor sformułował lukę badawczą dotyczącą zidentyfikowania i analizy determinant sukcesu biznesowego przedsiębiorstw prowadzących działalność bazującą na wykorzystaniu koncepcji MLM. Wybrany przez Doktoranta kierunek badań wymaga przyjęcia perspektywy przedsiębiorcy MLM co powoduje, że prowadzone rozważania są skoncentrowane na poziomie mikroekonomicznym. Jest to rzadko stosowana perspektywa badawcza stosowana w badaniach MLM.

Uważam zatem, że wybór problemu rozprawy jest wyrazem dążenia Autora do analizy aktualnych i ważnych zjawisk determinujących metody i narzędzia konkurowania przedsiębiorstw na współczesnym rynku B2C.

Za cel główny rozprawy Autor obrał: „wyjaśnienie istoty MLM oraz identyfikację czynników determinujących możliwość osiągnięcia sukcesu w działalności MLM”.

Z celu głównego pracy wyprowadzono sześć celów szczegółowych logicznie wynikających z celu głównego.

Dla realizacji celów pracy Doktorant sformułował 12 pytań badawczych, w tym sześć o charakterze ogólnym i sześć szczegółowych. Ogólnie oceniam, że pytania badawcze zostały sformułowane poprawnie. Pytania te identyfikują zamiar badawczy Autora.

Na kolejnym etapie procesu postępowania badawczego dla realizacji celu głównego i celów szczegółowych pracy oraz odpowiedzi na postawione pytania badawcze sformułowano pięć hipotez głównych oraz 15 hipotez szczegółowych. Brzmiały one logicznie i przekonująco.

Struktura monografii jest klarowna, choć jak zawsze można dyskutować o ewentualnych modyfikacjach, uzupełnieniach. Jak już wspomniałem składa się z dwóch rozdziałów teoretycznych i jednego empirycznego.

Odnosząc się do rozdziałów ogólnoteoretycznych należy zaznaczyć, że Autor wykazał się ogólną wiedzą teoretyczną na poziomie pozwalającym na rozwiązanie problemu pracy doktorskiej w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.

W trzecim rozdziale pracy Autor przedstawia metodykę prowadzonych badań oraz prezentuje wyniki badań empirycznych. Wybrane metody badawcze oceniam jako właściwe w odniesieniu do zamierzenia badawczego.

W zakończeniu pracy Autor formułuje główne wnioski wynikające zarówno z przeprowadzonych studiów literaturowych jak również własnych badań empirycznych. Wyraża również pewne ograniczenia co do możliwości wykorzystania sformułowanych wniosków oraz wskazuje kierunki dalszych

12
badań, w ramach których należałoby kontynuować problematykę podjętą w niniejszej pracy.

Na szczególną uwagę zasługują następujące osiągnięcia Autora i Jego oryginalne propozycje jakie dostrzegam w niniejszej dysertacji :

-koncepcja multilevel marketingu została opisana w istniejącej literaturze przedmiotu. Pomimo dominującej w publikacjach narracji o charakterze praktycznym odnaleźć można także publikacje naukowe, w których Autorzy analizują problematykę z perspektywy makroekonomicznej bądź mezoekonomicznej. Autor w niniejszej dysertacji koncentruje się na analizie poziomu mikroekonomicznego modelu MLM, czyli na badaniu indywidualnych podmiotów prowadzących działalność biznesową w ramach tej koncepcji.

Podejście zaproponowane przez Autora nosi znamiona oryginalności,

-Autor podjął udaną próbę uporządkowania terminologii, przedstawił genezę oraz ogólny mechanizm funkcjonowania MLM, co stanowi Jego wkład w działania zmierzające do opracowanie spójnej, powszechnie akceptowanej koncepcji MLM,

-interesującym podejściem, w kategoriach nowatorskich jest wykorzystanie modelu czterolistnej koniczyny autorstwa Roberta Kozielskiego do analizy koncepcji multi level marketingu,

-Autor sformułował przekonujące argumenty wzmocnione adekwatną literaturą przedmiotu pozwalające na jednoznaczne odróżnienie MLM od piramidy finansowej, co pozwala na uporządkowanie literatury przedmiotu w tym obszarze,

- w rozprawie zwraca uwagę obszerna i szczegółowa procedura postępowania badawczego. W pracy wykorzystano tzw. triangulację metodologiczną. Badania właściwe poprzedzono badaniami pilotażowymi. Badania ilościowe zostały przeprowadzone na grupie 352 przedsiębiorców, którzy prowadzą działalność biznesową w oparciu o model MLM. Z kolei badania jakościowe miały charakter wywiadów swobodnych z ważnymi przedstawicielami sprzedaży bezpośredniej i MLM w Polsce,

-Autor przedstawił wstępne ustalenia co do cech osób odnoszących sukces biznesowy w działalności opartej na MLM,

- mgr A. Wadlewski wyspecyfikował czynniki warunkujące osiągnięcie sukcesu w przypadku prowadzenia działalności opartej na MLM,

- w rozprawie wykorzystana została adekwatna literatura przedmiotu licząca ok. 140 poprawnie i merytorycznie dobranych pozycji,

- cel pracy został osiągnięty w stopniu wystarczającym a udzielone odpowiedzi na postawione pytania badawcze i sformułowane hipotezy są ugruntowane w zebranych materiale empirycznym,

- wyniki przeprowadzonych badań mogą być interesującą inspiracją dla dalszych dociekań naukowych. W podsumowaniu Autor wskazał obszary dalszej eksploracji naukowej,

- Doktorant sformułował propozycje i rekomendacje dla praktyków wykorzystujących MLM w działalności biznesowej. Praca może być zatem źródłem inspiracji i fachowej pomocy dla menedżerów funkcjonujących w badanej branży.

Lektura niniejszej pracy nasuwa też pewne wątpliwości, czasem zastrzeżenia, w pewnym stopniu natury polemicznej. Oto one:

- dla realizacji celów niniejszej pracy Autor wykorzystał informacje pochodzące ze źródeł wtórnych jak i pierwotnych. Posiłkował się dostępnymi publikacjami naukowymi, zarówno polskimi jak i zagranicznymi. Stworzenie podstaw teoretycznych mechanizmu działania MLM narzuciło konieczność wykorzystania głównie literatury popularno-naukowej oraz czasopism branżowych. Takie podejście, obiektywnie wymuszone jest źródłem pewnych słabości z punktu widzenia jakości naukowej prowadzonego wywodu. I tak na przykład na stronach 80-100 w prowadzonych rozważaniach wyczuwalna jest „nuta instruktażowa” niepożądana w opracowaniach o charakterze naukowym jakim bez wątpienia jest rozprawa doktorska,

- w części ogólnoteoretycznej odczuwam także pewien niedostatek bardziej krytycznego podejścia do cytowanej literatury przedmiotu. W moim rozumieniu Autor w sposób nazbyt „koturnowy” odnosi się do cytowanej literatury przedmiotu i nie próbuje podjąć krytyki, czasami wręcz się narzucającej,

-Autor ma świadomość negatywnych opinii jakie towarzyszą koncepcji MLM. Moim zdaniem w nieproporcjonalnie małym stopniu dostrzega źródła owych negatywnych opinii w błędach popełnionych przez same firmy wykorzystujące koncepcję MLM w swojej działalności, w szczególności w latach wcześniejszych, we współczesnych czasach dawne winy zostały w znaczącym stopniu zapomniane dzięki ich wyeliminowaniu (głównie poprzez regulacje formalno-prawne), nie mniej jednak część z nich nadal funkcjonuje w zbiorowej pamięci,

-w rozprawie pojawiają się literówki, drobne błędy stylistyczne i personifikacje.

Powyższe uwagi mające po części charakter dyskusyjny nie zmieniają mojego pozytywnego osądu przedłożonej mi do zrecenzowania rozprawy doktorskiej.

Konkluzja

Oceniając założenia, cele, pytania badawcze i hipotezy rozprawy doktorskiej Pana mgr A. Wadlewskiego i ich realizację w pracy mogę stwierdzić, że efekt jest pozytywny. Konstrukcja pracy i jej treść pozwoliły na zrealizowanie zamierzeń Autora. A. Wadlewski posiada ogólną wiedzę teoretyczną na poziomie wystarczającym dla rozwiązania zidentyfikowanego problemu badawczego. Doktorant posiada warsztat naukowy na który składają się narzędzia badawcze, umiejętność prowadzenia badań i samodzielność w interpretowaniu wyników. Rozprawa doktorska mgr Arona Wadlewskiego spełnia zatem wymogi stawiane pracy na stopień naukowy doktora i może być złożona do publicznej obrony.

