

Wrocław, 08.12.2023

dr hab. Magdalena Sobocińska, prof. UEW
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Recenzja rozprawy doktorskiej

mgr Natalii Kozik

pt. „Czynniki satysfakcji konsumentów z oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych”, przygotowanej w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie pod kierunkiem naukowym promotor dr hab. inż. Agnieszki Cholewy-Wójcik, prof. UEK oraz promotor pomocniczej: dr inż. Agnieszki Kaweckiej

Podstawa opracowania recenzji i ogólna charakterystyka rozprawy

Przedmiotem niniejszej recenzji jest rozprawa doktorska Pani mgr Natalii Kozik pt. „Czynniki satysfakcji konsumentów z oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych”. Promotorką pracy jest Pani dr hab. inż. Agnieszka Cholewa-Wójcik, prof. UEK, a promotor pomocniczą Pani dr inż. Agnieszka Kawecka. Podstawą formalną recenzji jest pismo z dnia 10 października 2023 roku Dyrektora Szkoły Doktorskiej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie Pana Prof. dra hab. inż. Stanisława Popka w sprawie powierzenia mi – zgodnie z decyzją Rady Dyscypliny Nauki o Zarządzaniu i Jakości Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie – do oceny rozprawy doktorskiej mgr Natalii Kozik.

Celem recenzji jest odpowiedź na pytanie, czy rozprawa ta spełnia wymogi określone w art. 187 ustawy z dnia 20 lipca 2018 roku Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (tekst jednolity Dz.U. z 2023 r. poz. 742, z późn. zm.).

Mając na uwadze, że rozprawa doktorska powinna stanowić oryginalne rozwiązanie problemu naukowego oraz prezentować ogólną wiedzę teoretyczną Kandydatki w dyscyplinie naukowej, w tym przypadku w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości, a także potwierdzać

umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej, to ocena rozprawy doktorskiej została dokonana na podstawie poniżej wymienionych kryteriów, umożliwiających stwierdzenie, czy przedstawiona rozprawa doktorska mgr Natalii Kozik spełnia wymogi ustawowe. Recenzja została opracowana z uwzględnieniem:

- wyboru pola badawczego oraz znaczenia problematyki i tematu rozprawy doktorskiej,
- sformułowanych celów rozprawy, hipotez, a także zastosowanych metod badawczych,
- zawartości merytorycznej pracy oraz jej układu i struktury,
- strony formalnej, językowej i edytorskiej rozprawy.

Recenzowana rozprawa doktorska liczy 369 stron wraz z załącznikami w formie kwestionariusza ankiety, karty oceny zgodności oświadczeń zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych z wymogami prawnymi, listy grup oświadczeń, wypełnionych kart oceny zgodności oświadczeń zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych z wymogami prawnymi, a także scenariusza badania percepcji wzrokowej oświadczeń o produktach metodą eyetrackingu oraz scenariusza wywiadu z producentami i dystrybutorami kosmetyków naturalnych. Na zasadniczą strukturę rozprawy doktorskiej składają się wstęp, sześć rozdziałów, podsumowanie, bibliografia, a także spisy tabel i rysunków.

Wybór pola badawczego, problematyka i temat rozprawy doktorskiej

Rozprawa doktorska mgr Natalii Kozik dotyczy czynników wpływających na satysfakcję konsumentów z zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych oświadczeń o produktach. Jest to problematyka interesująca poznawczo i nadal w małym stopniu rozpoznana. Jednym z atutów rozprawy doktorskiej jest to, iż Autorka przedstawia rolę opakowań i ich elementów w procesie komunikacji marketingowej, a także prezentuje stan badań w zakresie znaczenia opakowań kosmetyków naturalnych wraz z zamieszczanymi na nich informacjami i ich wpływu na poziom satysfakcji konsumentów. Nadanie rozprawie doktorskiej takich ram konceptualnych, iż w centrum rozważań są opakowania i ich rola w komunikacji z klientem oraz satysfakcja konsumentów z realizacji funkcji informacyjnej opakowań w odniesieniu do produktów kosmetycznych, a także przeprowadzenie pogłębianych studiów literaturowych i złożonych badań empirycznych sprawia, że praca posiada walory poznawcze i aplikacyjne. Istnieje wiele przesłanek prowadzenia badań naukowych w tym zakresie. Są to z jednej strony zmiany zachodzące w zarządzaniu opakowaniem, a z drugiej dokonujące się przemiany w zachowaniach konsumentów. W obszarze tym występuje luka badawcza, którą Autorka trafnie identyfikuje w rozprawie. Dokonany przez Doktorantkę wybór pola badawczego w moim przekonaniu spełnia wymagania stawiane w tym zakresie rozprawom

doktorskim. Temat pracy został ujęty trafnie i w sposób dobrze oddający poruszaną w pracy problematykę. Treść rozprawy jest zgodna z jej tytułem.

Ocena w zakresie sformułowanych celów rozprawy, hipotez, a także zastosowanych metod badawczych

Po lekturze rozprawy doktorskiej mgr Natalii Kozik należy stwierdzić, że jej treść została ukierunkowana na realizację celu głównego, którym było określenie wpływu poszczególnych czynników na poziom satysfakcji konsumentów z oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach jednostkowych kosmetyków naturalnych. Cel główny został dookreślony celami szczegółowymi, do których Doktorantka zaliczyła:

- określenie poziomu zadowolenia i oczekiwań konsumentów co do oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych,
- ocenę istotności oświadczeń o produktach dla konsumentów,
- określenie percepcji wzrokowej oświadczeń o produktach z uwzględnieniem zwracania uwagi, zainteresowania i zapamiętania różnych form oświadczeń przez konsumentów,
- zaproponowanie rekomendacji pozwalających na doskonalenie przekazu informacji przez oświadczenia o produktach i pozytywnie wpływających na satysfakcję konsumentów.

Cele zostały określone w sposób prawidłowy i ambitny. Doktorantka sformułowała również ściśle związaną z wybranym polem badawczym hipotezę główną, która brzmi: „oświadczenia o produktach zamieszczane na opakowaniach kosmetyków naturalnych spełniają wymagania prawa i informacje, które przekazują są przydatne, zrozumiałe i wiarygodne dla konsumentów”. Oprócz hipotezy głównej Doktorantka sformułowała pięć hipotez szczegółowych:

- H1 – O poziomie satysfakcji konsumentów z oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych decyduje w równym stopniu ich przydatność, zrozumiałość i wiarygodność.
- H2 – Najbardziej istotnymi dla konsumentów oświadczeniami o produktach są oświadczenia o działaniu produktu, oświadczenia o składnikach oraz oświadczenia potwierdzone przez niezależne jednostki badawcze i certyfikujące.
- H3 – Najbardziej wiarygodnymi dla konsumentów oświadczeniami o produktach są oświadczenia potwierdzone przez niezależne jednostki badawcze i certyfikujące.
- H4 – Elementami wyglądu zewnętrznego opakowań kosmetyków naturalnych, utrudniającymi zrozumienie oświadczeń o produktach są niezrozumiałe słowa i zawiłe

sformułowania oraz niejednolite tło treści.

H5 – Oświadczenia o produktach w postaci ikonicznej są bardziej przydatne niż w postaci tekstowej przy podejmowaniu świadomych decyzji przez konsumentów.

Proces badawczy został ukierunkowany na realizację celów i służył weryfikacji postawionych hipotez. Walory metodyczne rozprawy są znaczące. Pewien niedosyt budzi jednak zakres odnoszenia się przez Doktorantkę w treści rozprawy do poszczególnych hipotez. Być może warto byłoby odwoływać się w większym stopniu podczas analizy wyników do poszczególnych hipotez. Jest to jednak kwestia polemiczna.

Z uznaniem pragnę podkreślić, że zrealizowany przez mgr Natalię Kozik proces badawczy był wieloetapowy i wymagał od Doktorantki posiadania wysokich kompetencji badawczych. Obejmował on studia literatury, badania eksperckie (N=7), badania kwestionariuszowe (N=500), a także badania jakościowe w formie studiów przypadków oraz pogłębionych wywiadów indywidualnych, którymi objęto przedstawicieli firm zajmujących się produkcją i dystrybucją kosmetyków naturalnych (N=7). Niezwykle wysoko należy ocenić wykorzystanie w procesie badawczym metody eyetrackingu (N=60). Potencjał tej metody i zwiększający się zakres jej zastosowań wynika z tego, iż pozwala ona wyjść poza racjonalizowane opinie respondentów i identyfikować luki występujące między rzeczywistymi zachowaniami konsumentów a ich deklaracjami. Zastosowanie triangulacji metod i źródeł danych umożliwiło Doktorantce bardzo szeroko i głęboko spojrzeć na badane kategorie.

Zakres i sposób zaprezentowania w rozprawie metodyki zrealizowanych badań jakościowych i ilościowych świadczy o bardzo dobrym przygotowaniu Doktorantki do prowadzenia badań. Użyte metody badawcze są właściwe z punktu widzenia celów pracy, a uzyskane wyniki posiadają duży walor poznawczy i aplikacyjny. Pragnę również dodać, że prawidłowo zostały zaprojektowane narzędzia badawcze, ujęte w załącznikach do rozprawy. Należy podkreślić, że dzięki zrealizowaniu złożonego procesu badawczego mgr Natalia Kozik zgromadziła niezwykle bogaty materiał badawczy, który poddała analizie, w tym analizie statystycznej, której zakres był adekwatny do zgromadzonego materiału empirycznego. W konsekwencji przełożyło się to na zaprezentowanie w rozprawie wielu nowych treści dotyczących czynników warunkujących satysfakcję konsumentów z oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych. Moja ocena w zakresie przyjętych rozwiązań metodycznych jest jednoznacznie pozytywna.

Ocena zawartości merytorycznej pracy oraz jej układu i struktury

Praca mgr Natalii Kozik ma charakter teoretyczno-empiryczny i cechuje się spójną, logiczną i przejrzystą konstrukcją, która dobrze wyraża podjętą przez Doktorantkę

problematykę oraz cele badawcze rozprawy. Treść rozprawy doktorskiej została ujęta w dwóch częściach (teoretycznej i empirycznej). W strukturze pracy wyodrębnionych jest sześć rozdziałów. Proporcje między poszczególnymi rozdziałami zostały zachowane. Należy zaznaczyć, że wstęp i podsumowanie przygotowano prawidłowo i zawierają one elementy oczekiwane w tych częściach rozpraw doktorskich.

Wysoko należy ocenić dobór źródeł literaturowych. Zgodnie z wykazem bibliografia recenzowanej pracy liczy łącznie 423 pozycje. Wykaz cytowanych źródeł został prawidłowo przygotowany. Pozycje literaturowe wydane po 2010 roku stanowią 83% bibliografii ogółem. Udział pozycji literaturowych wydanych w języku angielskim w bibliografii ogółem wynosi 66%. Stanowi to potwierdzenie, że Doktorantka dokonując syntezy literatury, przeprowadziła analizę nie tylko polskiego, ale także światowego dorobku naukowego dotyczącego prezentowanej w rozprawie doktorskiej problematyki. Pozwoliło to Doktorantce osadzić wyniki własnych, niezwykle wartościowych badań empirycznych w dotychczasowym dorobku literaturowym dotyczącym satysfakcji konsumentów oraz opakowań i oświadczeń o produktach.

Rozdział pierwszy – teoretyczny – dotyczy roli opakowań kosmetyków naturalnych i zamieszczanych na nich informacji w procesie komunikacji z konsumentem. Za właściwe uważam, iż Doktorantka wychodzi w rozważaniach od przedstawienia procesu komunikacji marketingowej i jej istoty. Pozwoliło to na ukazanie miejsca opakowania w systemie marketingu i komunikacji marketingowej. Wysoko należy ocenić prowadzone analizy dotyczące atrybutów opakowania, które mają wpływ na decyzje zakupowe podejmowane przez konsumentów. Walorem rozdziału jest także zaprezentowanie w nim wymagań stawianych informacjom zamieszczanym na opakowaniach kosmetyków naturalnych. Cenne jest, iż Doktorantka odwołując się do aktów prawnych podkreśla znaczenie takich elementów opakowania, jak: dane identyfikujące producenta, zawartość produktu w opakowaniu, data minimalnej trwałości produktu, środki ostrożności, które należy zachować podczas stosowania produktu, numer partii, funkcja produktu i wykaz składników. Za wartościowe uważam również zaprezentowane w rozprawie doktorskiej rozważania odnoszące się do oświadczeń o produktach występujących na opakowaniach kosmetyków naturalnych, które mogą przyjmować formę tekstu, nazw, znaków towarowych, obrazów i innych symboli, służących informowaniu konsumenta o właściwościach i cechach produktów. Wartość tych rozważań jest tym większa, że Doktorantka powołując się na literaturę przedmiotu ukazuje różne typologie oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków. Do atutów tego rozdziału zaliczam również analizy dotyczące wymagań stawianych przez jednostki certyfikujące kosmetyki naturalne i organiczne. Należy zgodzić się ze sformułowanym przez

mgr Natalię Kozik wnioskiem, że mnogość oświadczeń, czy też występujące w branży kosmetyków nieprawidłowości w zakresie używanych na opakowaniach sformułowań skutkują dezorientacją wśród konsumentów.

Z kolei rozdział drugi, który podobnie jak pierwszy również ma charakter teoretyczny, został ukierunkowany na kategorię satysfakcji konsumentów z realizacji funkcji informacyjnej opakowań produktów kosmetycznych. Prowadzone w nim rozważania pozwoliły na systematyzację wiedzy z zakresu satysfakcji klientów, a w szczególności sposobów jej definiowania, rodzajów oraz modeli. Na dużą wartość rozdziału wpływa również to, iż Autorka w oparciu o analizę dobrze dobranej literatury identyfikuje czynniki wpływające na satysfakcję konsumentów z wyrobów, w tym opakowań produktów kosmetycznych. Potwierdzeniem bardzo dobrej znajomości podjętej przez Doktorantkę problematyki są treści ukazujące dotychczasowy stan badań. Z uznaniem pragnę podkreślić, że Doktorantka we właściwy sposób zidentyfikowała dwa dominujące obszary badawcze dotyczące wpływu opakowań kosmetyków naturalnych i zamieszczanych na nich informacji na zachowania zakupowe konsumentów, a także wpływu opakowań kosmetyków naturalnych i zamieszczanych na nich informacji na poziom satysfakcji konsumentów. O erudycji Natalii Kozik świadczy to, iż w pogłębiony sposób ukazała zakresy badań innych Autorów w ramach wymienionych obszarów badawczych. Stanowi to dobre zwieńczenie tego rozdziału, które pozwoliło Autorce określić lukę badawczą i we wzorcowy sposób opracować plan badań mających na celu określenie wpływu poszczególnych czynników na poziom satysfakcji konsumentów z oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach jednostkowych kosmetyków naturalnych.

Kolejne cztery rozdziały rozprawy doktorskiej mają charakter empiryczny. W każdym z nich określono cel i zakres badań, charakterystykę podmiotu badań, a także metody i narzędzia badawcze. Wartość tych rozdziałów jest bardzo duża. Konstrukcja założeń badawczych oraz dobór metod, a także sposób przeprowadzenia badań empirycznych zasługuje na bardzo wysoką ocenę. Moja opinia na temat przyjętych rozwiązań metodycznych jest wysoce pozytywna i została zaprezentowana w poprzedniej części recenzji.

Niewątpliwie wkładem mgr Natalii Kozik w rozwój wiedzy o zachowaniach konsumentów i opakowaniach kosmetyków naturalnych oraz zamieszczanych na nich informacjach jest dokonana przez Doktorantkę w rozdziale trzecim analiza wyników badania empirycznego zrealizowanego na celowo dobranej próbie 500 konsumentów kosmetyków naturalnych. Rozdział ten posiada duży ładunek poznawczy i cechuje się spójnością rozważań, które zostały ukierunkowane na analizę preferencji zakupowych konsumentów dotyczących opakowań kosmetyków naturalnych i ich elementów, a także na ocenę istotności informacji występujących na opakowaniach kosmetyków naturalnych. Uzyskane w toku badania

ilościowego dane, poddane właściwie przeprowadzonej analizie statystycznej, pozwoliły mgr Natalii Kozik ukazać hierarchię ważności czynników branych pod uwagę przez konsumentów podczas nabywania kosmetyków naturalnych. Interesującą częścią tego rozdziału są także rozważania dotyczące hierarchii ważności elementów opakowania podczas nabywania kosmetyków naturalnych. Osiągnięciem Doktorantki jest również zidentyfikowanie hierarchii ważności i przydatności dla konsumentów wybranych grup informacji występujących na opakowaniach kosmetyków naturalnych z uwzględnieniem informacji obligatoryjnych, oświadczeń o produktach oraz informacji fakultatywnych. Wysoko należy ocenić również analizy dotyczące zrozumiałości oraz wiarygodności dla nabywców kosmetyków naturalnych informacji zamieszczanych na opakowaniach. Na dużą wartość rozważań wpływa to, że Doktorantka przeprowadza zgodnie ze standardami pracy naukowej dyskusję wyników.

Równie wartościowe i interesujące są zaprezentowane w rozdziale czwartym wyniki badań empirycznych. Zrealizowane przez Doktorantkę badania o charakterze eksperckim (N=7) pozwoliły na dokonanie oceny zgodności oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych z wymogami prawnymi i zidentyfikowanie występujących w tym zakresie nieprawidłowości. Wyrazem realizacji celów pracy są także analizy percepcji wzrokowej oświadczeń o produktach. Ich podstawę stanowiły wyniki badań eyetrackingowych, które wskazują, iż oświadczenia o produktach wzbudzają zainteresowanie badanych. O dużym zakresie analiz świadczy to, iż dotyczyły one opakowań 8 produktów (Yope, Natura Box, Hagi, Ziaja, 4organic, Palmolive, Barwa, Organic Shop). Walory nie tylko poznawcze, ale również aplikacyjne posiadają prezentowane w omawianym rozdziale mapy cieplne i mapy fiksacji dotyczące wymienionych produktów. Ich analiza została istotnie wzbogacona wynikami badania kwestionariuszowego dotyczącego przydatności, zrozumiałości i wiarygodności informacji oraz oświadczeń zamieszczanych na badanych opakowaniach kosmetyków naturalnych.

Dobłą kontynuację rozważań stanowi rozdział piąty, którego treść została ukierunkowana na określenie oczekiwań konsumentów wobec oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych. Przeprowadzone analizy statystyczne – w oparciu o dane pozyskane w toku badania kwestionariuszowego (N=500) – pozwoliły Doktorantce ustalić hierarchię cech oczekiwanych przez konsumentów od oświadczeń o produktach. Wartościowe są również ustalenia wynikające z analiz poziomu zadowolenia konsumentów z oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych. Zostały one trafnie zwizualizowane w formie mapy jakości dla oświadczeń zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych, uwzględniającej takie kategorie, jak: zrozumiałość, przydatność i wiarygodność. Niezwykle cenny jest

zaprezentowany w omawianym rozdziale model oceny wpływu przydatności, zrozumiałości i wiarygodności oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków na poziom satysfakcji konsumentów.

Wartościowym dopełnieniem prowadzonych w rozprawie rozważań jest kończący pracę rozdział szósty, który zawiera zalecenia dotyczące doskonalenia kierunków rozwoju komunikacji za pomocą oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych. Zestaw 27 rekomendacji został wypracowany w oparciu o wyniki badania jakościowego zrealizowanego w formie analizy studiów przypadków oraz pogłębionych wywiadów indywidualnych, w których udział wzięli przedstawiciele 7 przedsiębiorstw zajmujących się produkcją i wprowadzaniem do obrotu kosmetyków naturalnych. O holistycznym podejściu mgr Natalii Kozik do badanych kategorii świadczy to, że w analizach prezentowanych w tym rozdziale uwzględniony jest kontekst źródeł informacji na temat konsumentów, które wykorzystywane są przez biorących udział w badaniu przedstawicieli producentów i dystrybutorów kosmetyków naturalnych, czy też rodzajów i cech jakich, w opinii przedsiębiorców, konsumenci oczekują od oświadczeń zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych.

Kończąc ten punkt recenzji wyrażam głębokie przekonanie, że wypracowana struktura rozprawy, tok rozumowania, a także zakres zrealizowanych badań literaturowych i empirycznych oraz sposób prezentacji wyników zasługują na uznanie.

Strona formalna, językowa i edytorska pracy

Rozprawa doktorska mgr Natalii Kozik spełnia wymogi formalne stawiane tego typu pracom. Została przygotowana ze starannością i troską o kwestie edytorskie. Używana w pracy terminologia jest zgodna z obowiązującą w literaturze przedmiotu, a sprawność narracyjna świadczy o dobrym opanowaniu przez Doktorantkę warsztatu pisarskiego oraz bardzo dobrej znajomości podjętej problematyki dotyczącej opakowań, oświadczeń o produktach oraz satysfakcji konsumentów. Bogata bibliografia podawana jest w sposób prawidłowy. Wysoce pozytywnie należy ocenić autorskie wykresy i tabele, które dobrze służą wizualizacji i syntezie wyników przeprowadzonych badań.

Konkluzja recenzji

W konkluzji recenzji pragnę podkreślić, że moja ocena rozprawy doktorskiej mgr Natalii Kozik pt. „Czynniki satysfakcji konsumentów z oświadczeń o produktach

zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych”, przygotowanej pod kierunkiem naukowym promotor dr hab. inż. Agnieszki Cholewy-Wójcik, prof. UEK oraz promotor pomocniczej: dr inż. Agnieszki Kaweckiej jest jednoznacznie pozytywna.

Zrealizowany przez Doktorantkę przegląd literatury oraz sposób prezentacji jego wyników stanowią potwierdzenie, iż mgr Natalia Kozik posiada ogólną wiedzę teoretyczną w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości oraz spełnia przesłankę ustawową w tym zakresie. Autorka rozprawy doktorskiej spełniła również kolejną przesłankę ustawową dotyczącą umiejętności samodzielnej pracy naukowej. Mając na uwadze przeprowadzone przez Doktorantkę złożone i wymagające posiadania licznych kompetencji postępowanie badawcze, które zostało ukierunkowane na realizację sformułowanego we wstępie celu głównego oraz celów szczegółowych, należy podkreślić, że pracę cechuje walor nowości i posiada ona oryginalny charakter wyrażający się w sposobie rozwiązania podjętego problemu naukowego.

Do głównych osiągnięć Doktorantki zaliczam w szczególności:

- zidentyfikowanie w trafny sposób luki badawczej i dobre osadzenie rozważań w literaturze przedmiotu z zakresu satysfakcji konsumentów, komunikacji marketingowej, opakowań i oświadczeń o produktach występujących na opakowaniach kosmetyków naturalnych,
- sformułowanie wiązki ważnych celów (głównego oraz szczegółowych), które zostały osiągnięte dzięki przeprowadzeniu przez Doktorantkę wieloetapowego procesu badawczego z zastosowaniem triangulacji klasycznych metod o charakterze jakościowym i ilościowym oraz mających duży potencjał rozwoju badań okulograficznych,
- przedstawienie w szczegółowy sposób metodyki zrealizowanych badań empirycznych,
- poddanie zgromadzonego bardzo bogatego materiału badawczego analizie z wykorzystaniem dobrze dobranych metod, w tym metod statystycznych,
- wypracowanie modelu oceny wpływu przydatności, zrozumiałości i wiarygodności oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków na poziom satysfakcji konsumentów,
- sformułowanie zestawu mających walory poznawcze i aplikacyjne zaleceń dotyczących kierunków doskonalenia i rozwoju komunikacji za pomocą oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych.

Uwzględniając powyższe w mojej opinii rozprawa doktorska mgr Natalii Kozik pt. „Czynniki satysfakcji konsumentów z oświadczeń o produktach zamieszczanych na opakowaniach kosmetyków naturalnych”, przygotowana pod kierunkiem naukowym promotor

dr hab. inż. Agnieszki Cholewy-Wójcik, prof. UEK oraz promotor pomocniczej: dr inż. Agnieszki Kaweckiej w pełni spełnia warunki stawiane rozprawom doktorskim określone w art. 187 ustawy z dnia 20 lipca 2018 roku Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (tekst jednolity Dz.U. z 2023 r. poz. 742, z późn. zm.) i zasługuje na bardzo wysoką ocenę. W związku z tym wnoszę o przyjęcie rozprawy doktorskiej mgr Natalii Kozik i dopuszczenie do publicznej obrony.

W moim przekonaniu rozprawa doktorska mgr Natalii Kozik jest pracą bardzo dojrzałą, cenną poznawczo, wnoszącą nowe treści i posiadającą walory, które ujawniają się na płaszczyźnie teoretycznej, metodycznej oraz aplikacyjnej. Z uwagi na wysoki poziom prowadzonych rozważań oraz dużą złożoność zrealizowanych badań empirycznych i analiz ich wyników składam również wniosek o wyróżnienie rozprawy doktorskiej mgr Natalii Kozik nagrodą zgodnie z zasadami obowiązującymi w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie.

Magdalena Sobolinska