

Szczecin, dn. 8.09.2023r.

dr hab. Krzysztof Janasz, prof. US
Instytut Zarządzania
Uniwersytet Szczeciński

RECENZJA

rozprawy doktorskiej mgr Sylwii Henhappel, pt. „Crowdsourcing jako czynnik wzrostu innowacyjności w Polsce”, Szczecin 2023, ss. 368, napisanej pod kierunkiem prof. dr. hab. Piotra Niedzielskiego

1. Wybór i sformułowanie tematu rozprawy

Przedstawiona do recenzji rozprawa dotyczy aktualnej i niewątpliwie ważnej problematyki, którą stanowi crowdsourcing jako narzędzie wzrostu innowacyjności w Polsce. Wybór i sformułowanie tematu zasługuje na uwagę z wielu względów. Crowdsourcing jest używany zarówno przez teoretyków, jak również praktyków w różnych znaczeniach. Z tego powodu problematyka uchwycenia istoty crowdsourcingu i zdefiniowania jego pojęcia jest trudna i skomplikowana. W literaturze przedmiotu spotyka się wielowarstwowe, wieloaspektowe spojrzenie na crowdsourcing, podejmujące jako przedmiot jego badań związek z teorią ekonomii, teorią podejmowania decyzji, procesu rozwoju naukowego i technologicznego, teorią zarządzania. Z wielu badań wynika, że tworzenie innowacji na podstawie tzw. modelu zamkniętego tworzenia innowacji nie przynosi już oczekiwanych rezultatów, ponieważ nie spełnia oczekiwań odbiorców, natomiast nakłady na badania i rozwój (B+R) wymagają ciągłego zwiększania.

Crowdsourcing, jak nadmieniono jest kategorią wielowymiarową, uwarunkowaną zbiorem rozmaitych czynników (personalnych, organizacyjnych, jak również zewnętrznych – ekonomicznych, politycznych, kulturowych i edukacyjnych). Crowdsourcing jako forma wiedzy jest wciąż pogłębiana o nowe aspekty teoretyczne i praktyczne, uwarunkowania jego występowania, funkcje i sposoby mierzenia, czego wyrazem jest m.in. recenzowana praca.

Crowdsourcing jest zjawiskiem występującym w podmiotach gospodarowania, niezależnie od formy własności i wielkości podmiotu gospodarującego. Pozostaje kwestią złożoną, jakie postacie przyjmuje crowdsourcing i w jaki sposób jego idee, (przez jakie

mechanizmy) są absorbowane przez struktury organizacyjne funkcjonujących przedsiębiorstw. Crowdsourcing nie może być zredukowany wyłącznie do porządku techniczno-ekonomicznego, który znajduje swój wyraz jedynie w efektywności pomnażania dóbr. W miarę rozwoju badań nad różnymi nurtami crowdsourcingu podejmuje się próby ich rozpatrywania w aspekcie występowania określonych uwarunkowań społecznych (nowy rodzaj działań przedsiębiorstwa, strategia przebudowy misji), które prowadzą do rewitalizacji kluczowych idei podmiotu gospodarującego.

Doktorantka ma rację twierdząc, że crowdsourcing umożliwia firmom angażowanie społeczności ekspertów zewnętrznych oraz zasobów ludzkich w procesy twórcze, badawcze i decyzyjne (s. 8). Stąd podmiot gospodarujący ma dostęp do różnorodnych perspektyw, wiedzy i umiejętności, co sprzyja generowaniu innowacyjnych rozwiązań i wyróżnieniu się na konkurencyjnym rynku. Stąd odchodzenie od zamkniętych rozwiązań rozwoju przez wykorzystanie crowdsourcingu umożliwia angażowanie społeczności i stanowi ważną przesłankę budowania przyszłości. Umożliwia to z kolei współpracę i dzielenie się ideami, firmy zyskują większą siłę innowacyjną, tworząc nowe produkty, doskonaląc procesy i opracowując nowe modele biznesowe. Crowdsourcing wykształcił się jako zjawisko transformacyjne w świecie biznesu, wykorzystując do tego zbiorową inteligencję i kreatywność, zróżnicowanej grupy jednostek. Wspomniane zjawisko rewolucjonizuje podejście przedsiębiorstw do rozwiązywania problemów, innowacji i pozyskiwania zasobów. Crowdsourcing umożliwia nowy sposób tworzenia wartości dodanej obejmującej wiele aspektów, tj. od pomysłów rozwoju, ulepszania produktów (crowdcreation i crowdvoting) poprzez ich finansowanie (crowdfunding) aż po zarządzanie wiedzą (crowdwisdom). Ponadto Doktorantka podkreśliła, że w Polsce nie ma badań dotyczących zastosowania crowdsourcingu i platform crowdsourcingowych z uwzględnieniem jego wpływu na procesy innowacyjne (s. 326).

Występuje luka badawcza dotycząca wiedzy na ten temat. Nie ma ogólnego uporządkowania tego zjawiska, jak i oceny obecnie występujących definicji, a także przeglądu i klasyfikacji rodzajów crowdsourcingu, w tym platform crowdsourcingowych, ich kategoryzacji i opisu funkcjonowania w badanym obszarze.

Przedstawiona w recenzowanej rozprawie problematyka crowdsourcingu jako czynnika wzrostu innowacyjności w przedsiębiorstwach w Polsce, a także zaproponowane i zrealizowane metody badań, w moim przekonaniu, stanowią wartościowe studium teoretyczno-empiryczne określonych zależności ekonomicznych dotyczące przedmiotu badań. W rozprawie ma miejsce koncentracja zainteresowania Doktorantki na crowdsourcingu jako

kategori, która umożliwia podmiotom skorzystania z kreatywności, wiedzy i różnorodności perspektyw społeczności, co wpływa na generowanie innowacyjnych rozwiązań i możliwości uzyskania przewagi konkurencyjnej. W tym rozumieniu crowdsourcing (wykorzystanie mądrości tłumu) nabiera istotnego znaczenia jako czynnik wzrostu innowacyjności, zdaniem Doktorantki dotyczy to w szczególności małych i średnich przedsiębiorstw. W kontekście sformułowanych rozważań głównym celem dysertacji jest zdefiniowanie roli crowdsourcingu w badanej grupie (MŚP) przedsiębiorstw, skoncentrowanie się na praktykach wykorzystania idei crowdsourcingu, identyfikacji czynników wpływających na zaangażowanie społeczności w wybrane procesy biznesowe, obszary i formy wykorzystania crowdsourcingu, a także ocena jego wpływu na innowacyjność, korzyści i koszty dla podmiotów. Przedmiotem badania jest również analiza wykorzystania platform crowdingowych.

Zasadność podjęcia przywołanej problematyki wynika ponadto z nieustannej ewolucji współczesnego rynku biznesowego, co wymaga od firm ciągłego dostosowywania się do zmian i poszukiwania nowych sposobów rozwoju.

Rozprawa w aspekcie teoretycznym, empirycznym odwołuje się głównie do crowdsourcingu innowacji. Wybór tematu jest więc ważny, gdyż problematyka kształtowania i rozwoju crowdsourcingu stosowanego w rozpatrywanej klasie przedsiębiorstw, jest interesująca z poznawczego punktu widzenia.

Przedstawione powyżej przesłanki jednoznacznie przemawiają za trafnością wyboru tematu recenzowanej rozprawy. Implementacja i funkcjonowanie systemu crowdsourcingu w badanej klasie przedsiębiorstw (zidentyfikowanie oferowanych instrumentów, rozpoznanie kategorii, płaszczyzny ich wykorzystania) pociąga za sobą potrzebę postrzegania, kształtowania i rozwoju crowdsourcingu nie tylko w płaszczyźnie operacyjnej, ale także strategicznej.

2. Merytoryczna ocena pracy

Jak zwykle, rozprawę doktorską trzeba oceniać biorąc pod uwagę kilka kryteriów: wagę podejmowanego tematu, umiejętność postrzegania badanych zjawisk, co znajduje swoje odzwierciedlenie w formułowanym celu badań (zakres), w hipotezach badawczych, sposób prowadzenia wywodu (metodologia, metodyka), w tym dobór i kompletność argumentów, wartość wyprowadzonych na tej podstawie wniosków, nowość (oryginalność) uzyskanych wyników, co objawia się poprawnością wyciągania wniosków weryfikujących uprzednio sformułowane hipotezy badawcze, układ i konstrukcja pracy. Taka umiejętność badań

naukowych powinna być posadowiona na solidnej wiedzy teoretycznej rozpatrywanej problematyki, co wyraża się znajomością literatury z danej dziedziny.

Sądzę, że w ogólności biorąc oceniana praca, w przewidzianym zakresie w zasadzie **spełnia** przywołane **powyżej kryteria**. Do niektórych z nich odniosę się w dalszej części recenzji. Składa się na to **pięć** rozdziałów, poprzedzonych wstępem i zwieńczonych zakończeniem, bibliografią, źródłami internetowymi, spisem tabel i rysunków.

Recenzowana praca jest relatywnie obszerna, zawiera 368 stron merytorycznego tekstu, w tym 55 tabel, 25 rysunków, 174 źródła internetowe. Praca wykorzystuje bogatą literaturę przedmiotu, w tym wiele prac w języku angielskim i niemieckim. Dobór i stopień wykorzystania źródeł literaturowych można uznać za bardzo dobry dla wykazania się przez Doktorantkę wiedzą teoretyczną w dyscyplinie naukowej ekonomia i finanse.

Zakres przedmiotowy zaprojektowanego i zrealizowanego badania mgr Sylwii Henhappel obejmuje: problem badawczy, cele poznawcze, metodologiczno-metodyczne i użytkowe. Głównymi celami badania było uzyskanie odpowiedzi na następujące pytania:

- jakie są obszary i zakres wykorzystania crowdsourcingu w polskich przedsiębiorstwach?
- w jakim zakresie polskie przedsiębiorstwa wykorzystują platformy crowdsourcingowe?

Ponadto sformułowano pytania pomocnicze:

- jakie czynniki wpływają na zastosowanie crowdsourcingu w polskich przedsiębiorstwach,
- w jakich obszarach wykorzystywany jest crowdsourcing w badanej grupie podmiotów,
- w jakim zakresie crowdsourcing wpływa na innowacyjność,
- w jakim zakresie wpływa na konkurencyjność podmiotów,
- jakie są rezultaty zastosowania crowdsourcingu w badanych podmiotach.

Podstawą przeprowadzonych badań merytorycznych opiniowanej rozprawy były przyjęte pytania i sformułowane hipotezy badawcze. Główną hipotezą badawczą jest twierdzenie: Wykorzystanie crowdsourcingu w Polsce jest zależne od poziomu innowacyjności przedsiębiorstw (s. 10). Główna hipoteza badawcza została powiązana z czterema hipotezami szczegółowymi, co wskazuje na złożoność hipotezy głównej:

- w polskich przedsiębiorstwach crowdsourcing najczęściej wykorzystywany jest do sprzedaży i marketingu,
- zastosowanie idei crowdsourcingu powoduje przejście przedsiębiorstw do otwartych modeli innowacyjnych i obniża koszty procesów innowacyjnych,
- zastosowanie idei crowdsourcingu powoduje wzrost poziomu konkurencyjności polskich przedsiębiorstw,

- przedsiębiorstwa polskie wdrażające crowdsourcing są bardziej konkurencyjne, a korzyści jego zastosowania są większe niż koszty.

Ponadto sformułowano drugą hipotezę podstawową: polskie przedsiębiorstwa wykorzystują platformy crowdsourcingowe.

Zakres przestrzenny badania dotyczy całej Polski (16 województw). Próba badawcza o pomiarze ilościowym obejmuje 600 przedsiębiorstw. Zastosowano wielkokrotny dobór próby (próba celowa), uwzględniający specyfikę, założenia poszczególnych etapów, wywiad kwestionariuszowy wspierany telefonicznie (próba losowa). W przypadku zrealizowanego projektu badawczego zastosowano losowanie indywidualne nieograniczone na podstawie trzech wag, tj. wielkości przedsiębiorstwa (na podstawie aktualnego zatrudnienia, lokalizacji siedziby przedsiębiorstwa i dominującego zakresu działalności).

Próba badawcza obejmowała przedsiębiorstwa klasyfikowane jako mikro, małe i średnie. W próbie badawczej znalazło się 580 mikroprzedsiębiorstw, 14 małych i 6 średnich przedsiębiorstw.

W badaniu adekwatnie do treści sformułowanych hipotez, pytań badawczych i celów posłużono się metodami ilościowymi i jakościowymi, tj. statystyczną analizą danych, analizą studiów przypadku. Zastosowano również metodę triangulacji.

Weryfikację przedstawionych hipotez, celów i pytań badawczych przeprowadzono, jak już nadmieniono na podstawie szerokich studiów literaturowych, danych faktograficznych pochodzących z różnych źródeł, a przede wszystkim z własnych badań empirycznych. Cele badawcze zrealizowano wykorzystując interdyscyplinarną metodę oceny systemu crowdsourcingu.

Analizując treść całej rozprawy należy stwierdzić, że sformułowane hipotezy i cele badawcze dobrze porządkują realizowany proces postępowania badawczego. Dodatkowe rozczłonkowanie hipotezy na hipotezy cząstkowe umożliwiło Doktorantce zaplanowanie badań, sprzyjało lepszemu opracowaniu narzędzi badawczych, co także uchroniło przed pominięciem ważnych aspektów procesu badawczego, bądź podejmowania obszarów niezwiązanych ściśle z przedmiotem badań.

Biorąc pod uwagę powyższe przesłanki za właściwe i zgodne z założeniami faktycznie poczynionymi, a nie tylko literalnie wyeksponowanymi przez Doktorantkę, należy uznać, że zapisy te w stopniu ogólnym wyrażnie i jednoznacznie spełniają wymagania stawiane hipotezom i celom badawczym, a omawianych w podręcznikach metodologii nauk społecznych i innych nauk empirycznych.

Oceniając podsumowująco cele rozprawy i główną hipotezę, a także hipotezy szczegółowe można uznać, że są one prawidłowo i właściwie sformułowane, a także adekwatne do postawionego celu badawczego. Ujęte całościowo stanowią dla Doktorantki swoiste wyzwanie badawcze. Dlatego można wyrazić ogólną opinię, że pomimo drobnych uwag, o których poniżej, Doktorantka w sposób poprawny zrealizowała cel swojej rozprawy, przedstawiając rozwinięte opracowanie naukowo-badawcze o właściwych walorach merytorycznych i poznawczych, w pełni odpowiadających wymaganiom stawianym rozprawom doktorskim. W dysertacji z powodzeniem zrealizowane wszystkie etapy procesu badawczego, a przede wszystkim określono problem badawczy, sformułowano hipotezy, opracowano plan badawczy, dokonano pomiaru i poddano ocenie uzyskane wyniki i wreszcie dokonano uogólnienia.

3. Struktura pracy

Cenne w rozprawie jest wielokierunkowe ujęcie teoretycznych podstaw kategorii crowdsourcingu jako źródła innowacji. W warstwie teoretyczno-metodologicznej istotną rolę pełni krytyczno-postulatywna ocena zjawisk związanych z tematem rozprawy. Podkreślam własne przemyślenia i propozycje Autorki w zakresie badanego obszaru zjawisk i kategorii. Za szczególnie istotną uważam warstwę metodyczno-analityczną, obejmującą rozdziały od 4 do 5 wzbogacającą dotychczasową wiedzę o przedmiocie badań.

Analizując strukturę rozprawy doktorskiej trzeba podkreślić, iż w ogólnej ocenie ma ona logiczny, narastający i poprawny układ.

We **Wstępie** przedstawiono najważniejsze motywy wyboru tematyki rozprawy, sformułowano podstawową hipotezę badawczą, hipotezy szczegółowe, główny cel rozprawy, cele pomocnicze, zarysowano jej strukturę i zasadnicze zagadnienia podejmowane w kolejnych rozdziałach.

Jak już nadmieniono rozprawa doktorska składa się z 5 rozdziałów merytorycznych.

W rozdziale **pierwszym**, zatytułowanym: Innowacje otwarte jako fundament budowy przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw (s. 14-37) Autorka w sposób poprawny i przystępny dokonała przeglądu pojęć i roli między innowacjami zamkniętymi a otwartymi, scharakteryzowała procesy innowacyjne oraz przedstawiła wpływ innowacji na konkurencyjność przedsiębiorstw. Ten rozdział omawia koncepcje innowacji otwartych i ich rolę, jaką odgrywają w tworzeniu przewagi konkurencyjnej. Autorka przedstawiła teoretyczne fundamenty innowacji otwartych, zwraca uwagę na ich znaczenie jako narzędzia

wspierającego rozwój przedsiębiorstw, podkreślając korzyści wynikające z wykorzystania zewnętrznej wiedzy i zasobów. Przywołuje wnioski z dotychczasowych badań naukowych i praktyczne wskazówki dotyczące implementacji innowacji otwartych w kontekście biznesowym. Przedstawione rozważania można uznać, że są wystarczająco pogłębione i oddające kluczowe charakterystyki omawianych zagadnień. Tworzą one teoretyczne podstawy do dalszych rozważań.

W rozdziale **drugim** pt.: Wpływ kapitału intelektualnego społeczeństwa internetowego na rozwój innowacji (s. 38-70) następuje charakterystyka zjawiska technologii informacyjnej i rozwoju Internetu w XXI wieku i jego wpływie na rozwój innowacji. Artykulację położono na podstawowe zagadnienia związane z innowacyjnością internetową i tworzeniem wartości w gospodarce sieciowej. W kolejnej części w rozdziale podjęto problematykę modelu ekonomicznego promowanego przez ekonomię behawioralną, w którym zachowania i wewnętrzna motywacja pełnią kluczową rolę w uczestnictwie, zaangażowaniu i satysfakcji z wielu wymiarów wartości. Ponadto, w rozdziale podjęto problematykę tworzenia wartości i Internetu rzeczy, opisując dostarczanie, konsumpcję, a także mechanizmy tworzenia nowej wartości w przedsiębiorstwach. Przedstawiono różne typologie użytkowników sieci Web X.O. Scharakteryzowano kierunki dalszego rozwoju innowacyjności internetowej i rozwijających się technologii, takich jak np. blockchain, sztuczna inteligencja, rzeczywistość wirtualna i rozszerzona itp., które stanowią przyszłość społeczeństwa i będą posiadać istotny wpływ na wiele trendów, w tym również na krajobraz biznesu przedsiębiorstw.

W rozdziale **trzecim** pt. Crowdsourcing jako źródło innowacji (s. 71-166) podstawową kwestią staje się jego istota jako źródła innowacji oraz otwartych granic przedsiębiorstw w procesie innowacyjnym. Kategoria crowdsourcingu jest używana w różnych znaczeniach, takich jak: interaktywne tworzenie wartości, open source, czy też otwarte innowacje. Pojęcie złożoności traktuje się jako tożsame ze stopniem skomplikowania działań. Stąd też na uwagę zasługuje próba precyzyjnej interpretacji tej kategorii w ramach jej pochodnych koncepcji. W rozdziale przedstawiono podstawowe rodzaje i formy crowdsourcingu mające wpływ na angażowanie tłumu w procesy biznesowe, modele biznesowe i innowacyjne. Podkreślenia wymaga fakt opracowania własnej definicji i własnego modelu procesu crowdsourcingu, które uwzględniają wyniki studiów literaturowych przeprowadzonych w ramach dysertacji. Istotną kwestią są również przykłady praktycznego zastosowania innowacji otwartych, które przedstawiają ich skuteczność w praktyce biznesowej, co pozwala lepiej zrozumieć wykorzystanie crowdsourcingu w tworzeniu

innowacji i budowaniu przewagi konkurencyjnej. Jest to czytelna formuła mająca charakter poznawczy w odniesieniu do rozpatrywanej problematyki. Autorka zasygnalizowała również pewne własne opinie, o czym już nadmieniono.

W rozdziale **czwartym** pt. Platformy crowdsourcingowe (s. 167-256) opisano platformy crowdsourcingowe, które spełniają kluczową rolę w procesie crowdsourcingu. Przedstawiono podział na modele platform, wyróżniając trzy główne formy. Wyróżniono crowdsourcing wewnętrzny, odnosi się on do wykorzystania zasobów wewnątrz przedsiębiorstwa. Drugim modelem jest crowdsourcing zewnętrzny bez pośrednika, gdzie podmioty bezpośrednio współpracują z uczestnikami spoza organizacji. Ostatnim modelem jest crowdsourcing zewnętrzny, odbywający się przez pośrednika, gdzie wstępuje pośrednicząca platforma, która łączy podmioty z odpowiednimi zasobami spoza firmy. Wspomniane modele mają swoje unikalne możliwości zastosowania, a także zależności pomiędzy uczestnikami rynku a formami ich wykorzystania. W dalszej części przedstawiono praktyczne przykłady zastosowania wspomnianych modeli w zróżnicowanych podmiotach charakteryzując ich potencjał, jak również korzyści wypływające z crowdsourcingu. Autorka przeprowadziła własną klasyfikację platform crowdsourcingowych na podstawie studiów literaturowych. Uwzględnia ona najbardziej popularne platformy crowdsourcingowe. Zidentyfikowano je za pomocą publicznie dostępnych informacji. Na tej podstawie dokonano systematycznego podziału i uchwycono różnice między poszczególnymi platformami crowdsourcingowymi. Zaproponowane w dysertacji platformy crowdsourcingowe zostały adekwatnie dopasowane do podjętej problematyki.

W rozdziale **piątym** pt. Polskie przedsiębiorstwa w kontekście zjawiska crowdsourcingu (s. 257-323) skoncentrowano się na wnioskach badań przeprowadzonych w badanych podmiotach. Scharakteryzowano zastosowaną metodologię, a także strategię badawczą. Dla zebrania danych empirycznych, wykorzystano określone techniki gromadzenia danych jak: analiza danych zastanych, wywiad ekspercki, wywiad kwestionariuszowy wspierany telefonicznie. Przy pomocy wspomnianych technik ustalono zmienne i wskaźniki badawcze w pomiarze ilościowym, dokonując doboru próby badawczej. W próbie badawczej, jak już nadmieniono, uwzględniono różne wagi, które identyfikowały poszczególne grupy przedsiębiorstw. Z kolei przedstawiono innowacyjność polskich przedsiębiorstw w porównaniu do wybranych gospodarek. Z przeprowadzonych badań wynika specyfika polskich przedsiębiorstw korzystających z crowdsourcingu (wykorzystanie jego rodzajów i form, poziomu innowacyjności, zastosowanie platform crowdsourcingowych). Na podstawie dobranych przykładów, przedstawiono kluczowe płaszczyzny zastosowania crowdsourcingu,

a także możliwości budowy przewagi konkurencyjnej. Przywołano również dobre praktyki aplikacji crowdsourcingu, posługując się wywiadami eksperckimi przeprowadzonymi w ramach studiów przypadków.

Zakończenie ocenianej rozprawy doktorskiej mgr Sylwii Henhappel stanowi reasumpcję nadrzędną w stosunku do przeprowadzonych rozważań teoretycznych i badań empirycznych. Jest więc poprawne, zawiera wnioski uogólniające z przeprowadzonej wieloaspektowej oceny badanych kategorii (zjawisk) crowdsourcingu jako czynnika wzrostu innowacyjności badanych przedsiębiorstw, i co z tym zasługuje na podkreślenie kończy się konkretnymi rekomendacjami. Na podstawie przeprowadzonych badań z wykorzystaniem metod ilościowych i jakościowych, a także kwerendy literatury przedmiotu dokonano weryfikacji sformułowanych hipotez. Ważne i na podkreślenie zasługuje to, że wnioski mieszczą się w obszarze uzyskanych wyników, tzn. nie wybiegają poza obszar badań. Czyni to badania wiarygodnymi i świadczy o dyscyplinie intelektualnej Autorki.

Do walorów pracy zaliczam:

- zawiera określony cel, którego wybór uzasadniono przeglądem krajowej i zagranicznej literatury rozpatrywanego obszaru badawczego i ocenę praktyki gospodarczej występującej w tym zakresie,
- wykazuje dużą erudycję Doktorantki w zakresie zagadnień ogólnych i szczegółowych w obrębie, których mieści się tematyka rozprawy,
- wyznaczone cele rozprawy zostały zrealizowane, a sformułowane hipotezy udowodnione,
- poprawność stosowanych metod badawczych, znajomość ich walorów i braków,
- zaproponowanie i przeprowadzenie wieloźródłowej, wieloetapowej koncepcji badań,
- przedstawia wyniki z rozważań teoretycznych i analitycznych, które świadczą o dobrym przygotowaniu Autorki do prowadzenia prac badawczych i wykształcenia sprawnego warsztatu działalności naukowej,
- zidentyfikowano szanse, bariery i uwarunkowania zastosowania proponowanych w koncepcji crowdsourcingu rozwiązań w kierunku przedstawionych rekomendacji,
- przedstawiono autorską koncepcję badania crowdsourcingu, relacji między crowdsourcingiem, innowacyjnością i konkurencyjnością badanych przedsiębiorstw.

Trudno jednak o dysertację, w stosunku do której recenzent nie miałby wątpliwości o charakterze merytorycznym, jak i formalnym. Moje wątpliwości związane z pracą są nieliczne, niektóre można uznać za dyskusyjne, polemiczne, bądź wymagające wyjaśnienia i odnoszą się do następujących kwestii:

1. Obszerność rozprawy może budzić wątpliwości (368 stron). W moim postrzeganiu dotyczy to zwłaszcza rozdziałów 3 i 4. Są one wprawdzie merytorycznie związane z tematem, lecz ich objętość jest nadmierna. Rozdział 3 liczy 95 stron, 4-ty – 90 stron. Myślę, że przydałaby się ich kompresja.
2. W tej dużej pracy występują nieliczne niepoprawione błędy maszynowego zapisu, np. s.9 wiersz 9 od góry jest „na swicie” powinno być „na świecie”, s. 10 jest „... uwag...e”, powinno być „uwagę”, s. 15 odsyłacz 17 jest „W. Janusz”, powinno być „W. Janasz”, podobnie w zamieszczonej bibliografii (s. 343).
3. Autorka nie stosuje zasad jednolitej konwencji podawania odsyłaczy – w jednych podaje wydawnictwo, w innych – nie, co nie jest zgodne z przyjętymi regułami.
4. s. 115, paragraf 3.2. Pojęcie i istota ... są to terminy dla mnie tożsame, nie zawierają wyraźnego rozgraniczenia semantycznego.
5. Na wielu stronach Autorka używa określeń branża. Aktualna klasyfikacja gospodarki (PKD, EKD), jak Doktorantce wiadomo, takich określeń nie przewiduje i nie stosuje. Pojęcie branży występowało w poprzedniej KGN. Obecnie, tj. od maja 2004 roku obowiązuje PKD (inny rodzaj klasyfikacji i grupowania). Jej układ przewiduje podział na 5 poziomów: sekcje, działy, grupy i podklasy, z dodatkowymi poziomem pośrednim (podsekcje) w przemyśle. Pojęcia „branża” nie stosuje również GUS. Moim zdaniem, w tym przypadku właściwym byłoby użycie pojęcia „dział” zamiast określenia „branża”.
6. Zgłaszam wątpliwości co do sposobu zapisu hipotezy 2. W moim postrzeganiu stanowi ona oczywistą konstatację. A jej sposób sformułowania nie ma charakteru przyczynowo - skutkowego.
7. s. 272 Autorka twierdzi, że „W przypadku struktury wielkości przedsiębiorstw ze względu na liczbę osób zatrudnionych występuje nadreprezentacja małych i średnich podmiotów, co stanowiło celowy zamysł badaczki”. Doktorantka ma prawo do celowego zamysłu. Jak dobrze odczytuję dane pomieszczone na s. 271, że w próbie badawczej znalazło się 580 mikroprzedsiębiorstw, 14 małych i 6 średnich, to z tego wynika, że można mówić o nadreprezentacji mikroprzedsiębiorstw, a nie małych i średnich? Idąc dalej tym tokiem myślenia można powiedzieć, że małe (mikro) jest piękne, a duże innowacyjne.

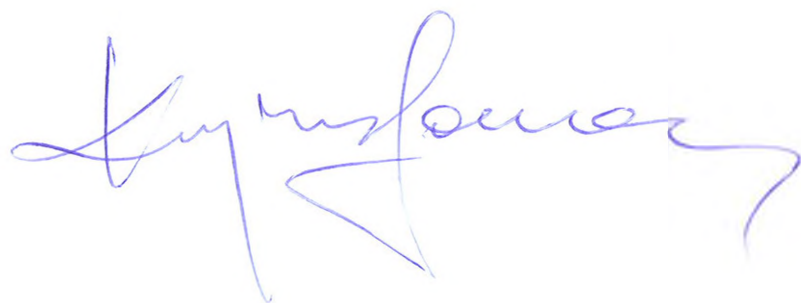
4. Konkluzja

Ocena treści recenzowanej rozprawy doktorskiej pozwala na stwierdzenie, iż stanowi ona interesujące, **oryginalne studium teoretyczno-empiryczne** dotyczące kategorii crowdsourcingu w rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce w określonej perspektywie badawczej. Oceniam tę pracę **jednoznacznie pozytywnie** zarówno w warstwie teoretyczno-metodycznej, jak i aplikacyjnej.

Bilansując poszczególne składowe pracy, pragnę wyrazić opinię, że recenzowana rozprawa stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie ekonomia i finanse. Wykazuje odpowiedni poziom wiedzy teoretycznej jej Autorki oraz umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy badawczej. Tym samym spełnia wymagania sformułowane w art. 13 Ustawy o tytule i stopniach naukowych z dnia 14.03.2003r. Dz.U. nr 65, poz. 595 z późniejszymi zmianami.

W związku z powyższym stawiam wniosek o przyjęcie recenzowanej rozprawy doktorskiej mgr Sylwii Henhappel nt.: Crowdsourcing jako czynnik wzrostu innowacyjności w Polsce. Spełnia ona ustawowe wymogi merytoryczne i formalne stawiane rozprawom doktorskim i przedstawiam Radzie Instytutu Ekonomii i Finansów wniosek o dopuszczenie do publicznej obrony hipotez zawartych w pracy.

Sądzę, że ze względu na przytoczone powyżej walory, po odpowiednim skróceniu i zredagowaniu, zasługuje ona na opublikowanie.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Sylwia Henhappel', is written in a cursive style across the lower right portion of the page.