

RECENZJA
rozprawy doktorskiej mgr Moniki Różyckiej
pt. „Wartości kobiece w biznesie”,
przygotowanej pod kierunkiem naukowym
prof. dr hab. Renaty Ziemińskiej
oraz promotora pomocniczego dr Marty Hozer-Koćmiel

1. Tematyka rozprawy i oryginalność podjętego problemu badawczego

Tematyka recenzowanej rozprawy doktorskiej dotyczy aktualnego i coraz częściej podejmowanego w Polsce problemu znaczenia potencjału kobiet w biznesie. Współcześnie jedną z istotnych determinant konkurencyjności przedsiębiorstwa jest zorientowanie na różnorodność ze względu na płeć i promowanie kobiet na stanowiska kierownicze najwyższego szczebla. Jest już wiele badań, których wyniki wskazują na ekonomiczne i pozaekonomiczne korzyści z różnorodności (np. Lisowska 2010; Woolley et al 2010; OECD 2012; Deloitte 2012, McKinsey 2013), a tym samym stanowią istotny argument w dyskusjach z pracodawcami na rzecz zatrudniania kobiet, w tym w szczególności na stanowiskach decyzyjnych. Korzyści te są także punktem wyjścia dla formułowania polityki Unii Europejskiej w zakresie dostępu kobiet do zatrudnienia i równych z mężczyznami warunków pracy (np. w dokumencie strategicznym Europa 2020 jednym z priorytetów jest zwiększenie aktywności zawodowej kobiet, w tym przez zakładanie przez nie własnych firm, a także zlikwidowanie dysproporcji płacowych). Działania i inicjatywy podejmowane w ramach Unii Europejskiej na rzecz urzeczywistnienia tego priorytetowego celu, jakim jest przeciwdziałanie dyskryminacji na rynku pracy ze względu na płeć, wynikają z faktu, że sprzyja to rozwojowi gospodarstwu (mierzonemu produktem narodowym brutto) i zwiększaniu dobrobytu w krajach członkowskich. W Polsce od kilku lat poszukuje się odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób skłonić pracodawców (reprezentujących zarówno duże i średnie, jak i małe firmy) do wdrażania polityki równości i różnorodności w miejscu pracy. Dzięki projektom Gender Index (2006-2008), Diversity Index (2013-2014) czy Równość w biznesie (2014 i 2017) udało się upowszechnić wiedzę o korzyściach z polityki równości i różnorodności wśród polskich pracodawców, ale tylko częściowo udało się ich przekonać do wdrażania tej polityki w firmach. Ze strony pracodawców można wciąż usłyszeć



stwierdzenia, że z ekonomicznego punktu widzenia zatrudnianie kobiet nie opłaca się z powodu ich niskiej dyspozycyjności uwarunkowanej macierzyństwem i opieką nad dziećmi. Katalog wartości kobiecych w biznesie, opracowany przez mgr Monikę Różycką, można z pewnością uznać za bardzo istotny argument w dyskusji z pracodawcami nad korzyściami z różnorodności.

Warto podkreślić, że mówiąc o kobietach w biznesie, Doktorantka ma na uwadze zarówno kobiety pełniące stanowiska kierownicze wyższego szczebla w charakterze pracownika najemnego, jak i kobiety prowadzące własne firmy, czyli samozatrudnione i działające na rachunek własny. Obie te grupy są egzemplifikacją przedsiębiorczości w ujęciu Schumpetera.

Rozprawa doktorska napisana przez mgr Monikę Różycką wpisuje się w nurt badawczy związany z przedsiębiorczością kobiet. Doktorantka podjęła się zadania identyfikacji i aprecjacji katalogu wartości, które kobiety wnoszą do biznesu i na rynek pracy. Dysertacja ma charakter interdyscyplinarny, bowiem gdy o wartościach mowa, to trzeba sięgnąć do dorobku nauk humanistycznych, takich jak filozofia i psychologia, a z kolei biznes ma konotacje z naukami ekonomicznymi, w tym w szczególności z zarządzaniem.

Problematyka dysertacji jest ważna tak z teoretycznego, jak i praktycznego punktu widzenia, jest również bardzo aktualna, a sposób jej prezentacji – interesujący i kompleksowy. Należy podkreślić i wysoko ocenić oryginalność podjętego tematu badawczego, bowiem dotychczasowe badania poświęcone przedsiębiorczości kobiet koncentrowały się głównie na motywacjach i barierach pracy na własny rachunek, stylach zarządzania oraz możliwościach łączenia pracy na własny rachunek z macierzyństwem. Recenzowana rozprawa wypełnia lukę dotyczącą empirycznego podejścia do wskazania cech i/lub talentów właściwych kobietom i opracowania na tej podstawie katalogu wartości, które kobiety wnoszą do biznesu.

Biorąc pod uwagę zarówno wymiar teoretyczny, jak i aplikacyjny należy wskazać, że praca doktorska mgr Moniki Różyckiej stanowi oryginalną próbę rozwiązania ważnego i aktualnego problemu badawczego, jakim jest kwestia wartości, które kobiety wnoszą do biznesu.

2. Ocena poprawności celu pracy i hipotez badawczych

Autorka dysertacji wychodzi z założenia, że przedsiębiorczość kobiet stanowi istotny element budowania silnej i stabilnej gospodarki. Inaczej mówiąc kobiety są niezbędne w biznesie jako osoby zarządzające przedsiębiorstwami (własnymi lub będącymi własnością innych). Warto podkreślić, że na podstawie bogatego przeglądu literatury Autorka konkluduje, że współcześnie biznes jest w fazie „przeprojektowania” w kierunku doceniania

wartości kobiecych. Cel dysertacji został sformułowany przez Doktorantkę w sposób następujący: „...celem niniejszej rozprawy jest próba opracowania koncepcji wartości kobiecych w biznesie, w tym identyfikacja i aprecjacja katalogu współczesnych wartości, które wnosić mogą kobiety do biznesu i na rynek pracy.” (str. 5).

Jako cel uzupełniający rozprawy, Autorka wskazała „budowanie ram współpracy pomiędzy naukami ekonomicznymi i społecznymi oraz filozofią, a w szczególności pokazanie współczynnika humanistycznego w biznesie.” (str. 6).

We wstępie rozprawy została sformułowana jedna hipoteza badawcza w następującym brzmieniu: „Hipotezą badawczą dysertacji jest to, że kobiety, które odnoszą sukcesy w biznesie, reprezentują jednocześnie silniejsze cechy kobiece oraz silniejsze cechy męskie.” (str. 6).

Zarówno cele rozprawy, jak i hipoteza badawcza zostały sformułowane w sposób jasny i adekwatny do podjętego problemu badawczego.

3. Ocena zastosowanych metod badawczych

W celu rozwiązania postawionego problemu badawczego i weryfikacji sformułowanej na użytek dysertacji hipotezy badawczej, Doktorantka wykorzystwała kilka metod badawczych: metodę analityczno-opisową, metodę statystyczno-opisową i badanie ilościowe, a jako metodę doboru próby do badań własnych – metodę „kuli śnieżnej”. Pierwsza z metod – analityczno-opisowa – posłużyła prezentacji problemu badawczego i teoretycznych podstaw dla opisu badań własnych. Doktorantka wykorzystwała tu wtórne źródła informacji, takie jak interdyscyplinarna literatura krajowa i zagraniczna, wyniki dotychczasowych badań empirycznych, raporty, materiały statystyczne GUS, PARP, MPiPS i dokumenty legislacyjne (krajowe i unijne) dotyczące zakazu dyskryminacji na rynku pracy ze względu na płeć. Druga z zastosowanych metod – statystyczno-opisowa – została wykorzystana do prezentacji sytuacji kobiet na rynku pracy w Polsce, w tym wskaźników aktywności zawodowej, wskaźników udziału kobiet wśród pracujących na rachunek własny i wśród kierowników, luki płacowej, ale także do opisu struktury badanej przez Doktorantkę zbiorowości kobiet. Trzecia metoda – badanie ilościowe – posłużyła Doktorantce do zaprojektowania i przeprowadzenia ankiet wśród właściolek firm i byłych właściolek, wśród kobiet pełniących funkcje zarządcze i menedżerskie oraz tych, które pełniły w przeszłości takie funkcje na terenie województwa zachodniopomorskiego, wreszcie do przeprowadzenia testu na kobiecość i męskość w biznesie wśród osób przedsiębiorczych – 48 kobiet i 48 mężczyzn.

Dużą zaletą recenzowanej pracy jest szeroki zakres badań własnych: objęto nimi łącznie 275 osób, w tym 227 kobiet i 48 mężczyzn, a na użytek badań opracowano 5 ankiet. Badania

OC 3

nie spełniają kryterium reprezentatywności – respondentki i respondenci byli dobierani na podstawie określonych cech i z wykorzystaniem metody „kuli śniegowej”. To z pewnością nie pozwala na uogólnianie wyników, ale umożliwia osiągnięcie celu postawionego przez Doktorantkę w jej pracy doktorskiej.

Dobór i wykorzystanie metod badawczych uznaję za prawidłowe do osiągnięcia sformułowanego we wstępie celu badawczego, jak również do weryfikacji postawionej hipotezy badawczej.

4. Ocena struktury i zawartości merytorycznej dysertacji

Rozprawa doktorska mgr Moniki Różyckiej składa się ze wstępu, trzech rozdziałów, zakończenia, bibliografii, spisu rysunków, tabel i wykresów, spisu załączników, którymi są głównie narzędzia badawcze, a także streszczenia rozprawy doktorskiej w języku polskim oraz języku angielskim. Praca ma łącznie 347 stron, w tym 28 stron stanowi bibliografia.

Struktura dysertacji jest logiczna, kompletna i przejrzysta, jeśli chodzi o prezentowanie problemu badawczego: od jego sformułowania, umiejscowienia w literaturze przedmiotu, czyli wskazania jak są definiowane główne pojęcia dysertacji (biznes i wartości kobiece), co wynika z dotychczasowych badań oraz analiz, do prezentacji własnych badań i wniosków z nich płynących.

We wstępie Autorka uzasadnia, dlaczego uczyniła przedmiotem swojej pracy doktorskiej problem wartości kobiecych w biznesie, przedstawia cel główny i cel uzupełniający rozprawy oraz wskazuje na jej zarówno teoretyczny, jak i praktyczny charakter, formułuje hipotezę badawczą, wskazuje na źródła danych oraz omawia treść poszczególnych rozdziałów. Wstęp spełnia najważniejsze wymagania określone w standardach pisania pracy doktorskiej.

W pierwszym rozdziale rozprawy, zatytułowanym „Analiza biznesu z perspektywy płci”, została przedstawiona definicja biznesu i jego zmieniające się na przestrzeni ostatniego stulecia cele, opisano aktywność kobiet w biznesie i na rynku pracy w ujęciu historycznym oraz wskazano na zjawisko *homo oeconomicus* z punktu widzenia płci. W tym rozdziale Doktorantka wskazała także, jak jest definiowana równość szans i jak w praktyce wygląda respektowanie zasady równości płci w Polsce. Omawiając definicje biznesu, Doktorantka nawiązuje do podejścia triangularnego (*triangular thinking*), czyli ograniczenia się do triady ekonomia-zarządzanie-przedsiębiorczość w analizie tego, czym jest biznes i jakie są jego cele. Przytaczając literaturę przedmiotu z tych dyscyplin, Doktorantka podkreśla dokonujące się zmiany w podejściu do biznesu wymuszane oczekiwaniami klientów i konsumentów, które to zmiany idą w kierunku maksymalizacji satysfakcji wszystkich interesariuszy oraz koncentracji

na ochronie podstaw ludzkiej egzystencji (ochronie środowiska naturalnego i całej planety), a nie wyłącznie na maksymalizacji zysku i gromadzeniu dużego kapitału w nielicznych rękach. W tym kontekście – zmieniającego się biznesu – pojawia się w rozprawie kategoria płci i rola kobiet we współczesnym biznesie. Autorka przytacza m.in. tych autorów, którzy wskazują, że paradygmat człowieka racjonalnego (*homo oeconomicus*) jest zastępowany paradygmatem człowiek emocjonalnego (*homo sapiens oeconomicus*), na co zwraca w szczególności uwagę nowa gałąź ekonomii, czyli ekonomia behawioralna. Ten nowy paradygmat w większym stopniu niż paradygmat człowieka racjonalnego kojarzony jest z kobiecością. W rozdziale tym Doktorantka w sposób ciekawy wskazuje, dlaczego temat wartości kobiecych w biznesie jest współcześnie ważny. Daje tym samym szerokie tło dla podjętych przez nią badań. W szczególności podrozdział 1.3. *Historia przedsiębiorczości kobiet* uwidacznia, że przez całe stulecia biznes i przedsiębiorczość były traktowane jako domena męskiej aktywności aż do czasu, gdy w 1976 r. w *Journal of Contemporary Business* ukazał się artykuł E. Schwartz zatytułowany *Entrepreneurship. A new female frontier*, w którym po raz pierwszy wskazano, że może to być zajęcie także dla kobiet. Przez stulecia sytuacja kobiet w wielu społeczeństwach była gorsza niż mężczyzn, czego nie daje się wytłumaczyć – według Amartya Sen – za pomocą modeli neoklasycznych opartych na paradygmacie racjonalnego wyboru. Mankamentem jest brak przywołania przez Doktorantkę oryginalnego opracowania, w którym Amartya Sen tego dowodzi, jak również brak odesłania do pracy tego ekonomisty, w której opisuje model siły przetargowej kobiet i mężczyzn (Doktorantka cytuje za L. Benerią, 2013). Tym bardziej wskazane byłoby uwzględnienie w bibliografii pozycji Amartya Sena, że jego koncepcja kooperacyjnego konfliktu jest jedną z kluczowych przesłanek teoretycznych dysertacji (Doktorantka odwołuje się do tej koncepcji nie tylko w tym rozdziale na str. 36, ale także w zakończeniu – na str. 168). W podrozdziale 1.4. *Równość szans* Doktorantka dowodzi, że Polska należy do tych społeczeństw, gdzie „nierówne traktowanie kobiet i mężczyzn w biznesie i na rynku pracy nadal jest ważnym problemem” (str. 87) i pokazuje pozycję Polski w rankingu krajów Unii Europejskiej pod względem wskaźnika równości, który jest opracowywany co dwa lata przez Europejski Instytut Równości.

Drugi rozdział jest zatytułowany „Koncepcja wartości kobiecych”. Doktorantka dokonuje w nim przeglądu definicji wartości obecnych w polskiej i zagranicznej literaturze z zakresu filozofii, socjologii, psychologii, ekonomii i zarządzania, ujmując te definicje w tabeli zamieszczonej na stronach 91–95, a następnie szczegółowo się do nich ustosunkowuje i jako konkluzję ukazuje katalog wartości neutralnych (opracowany na podstawie literatury), które mogą wpływać na osiągnięcie sukcesu w biznesie. Dalej Doktorantka analizuje rodzaje

wartości w kontekście płci, a w szczególności ukazuje znaczącą rolę społecznych stereotypów w określaniu, jakie wartości są preferowane przez kobiety a jakie przez mężczyzn (wartości kobiet/wartości mężczyzn), a z drugiej strony ukazuje zestaw cech i talentów kobiecych, które mogą być przydatne na rynku pracy i w biznesie. Istotne w kontekście tego rozdziału jest uwypuklenie przez Doktorantkę, że „termin wartości w podziale na płeć zawierać może w sobie dwojakie znaczenie”. Po pierwsze są wartości kobiet, czyli priorytety i preferencje kobiet przez nich wskazywane (zebrane w tabeli na stronie 135). Po drugie są „wartości kobiece jako zestaw cech lub talentów właściwych kobietom, w oparciu o które funkcjonują i które prezentują na zewnątrz” (str. 168), a w szczególności wartości kobiece w biznesie to takie, które kobiety wnoszą do biznesu (str. 169). To rozróżnienie jest istotne z punktu widzenia tematyki pracy i stanowi ważny jej element, szczególnie w kontekście badań własnych Doktorantki. Wartości kobiece to cechy uznawane przez społeczeństwo za charakterystyczne dla kobiet w danym momencie historycznym (epoce) i w danym środowisku kulturowym (kraju), co zostało przez Doktorantkę podkreślone, jak również to, że podlegają one zmianom w czasie.

W trzecim rozdziale zatytułowanym „Analiza cech przedsiębiorczych kobiet”, Doktorantka przedstawia wyniki badań własnych, których efektem merytorycznym jest opracowanie „modelu komplementarności wartości płci”. Prezentacja ta jest poprzedzona interesującymi rozważaniami w punkcie 3.1. *Paradygmat aprecjacji*. Jak można się domyślić z treści zawartej w tym punkcie, chodzi o aprecjację wartości kobiecych we współczesnym biznesie. Szkoda, że Doktorantka nie wyeksponowała tego w tytule punktu, tym bardziej, że przedstawione ujęcie jest oryginalne na tle dotychczasowych rozważań poświęconych kobietom w biznesie. W ramach badań własnych, przeprowadzonych na terenie województwa zachodniopomorskiego, Doktorantka porównywała właścicielki firm, które odnoszą aktualnie sukcesy z tymi, które nie odniosły sukcesu, czego wyrazem było zaprzestanie działalności gospodarczej. Badaniami objęte też były kobiety piastujące stanowiska kierownicze wyższego i najwyższego szczebla zatrudnione na podstawie umowy o pracę, mianowania bądź w innej formie oraz takie, które kiedyś piastowały takie stanowiska. Dobór osób do badania był celowy i opierał się na osobistych kontaktach i rekomendacjach społecznych oraz wykorzystaniu metody „kuli śniegowej”. Na użytek swoich badań Doktorantka zdefiniowała sukces jako osiągnięcie przez firmę wybranych parametrów ekonomicznych („sukces w prowadzeniu firmy” – str. 224) oraz jako stopień zamożności respondentki, uzyskanie przez nią prestiżu i uznania społecznego, posiadania koneksji i wpływów oraz subiektywnego odczucia odniesienia sukcesu („sukces w życiu” – str. 224–225). Z kolei brak sukcesu oznaczał spadek aktywów, przychodów i rentowności sprzedaży oraz brak spełnienia wyznaczników sukcesu osobistego.

Podkreślić należy, że Autorka podjęła znaczący wysiłek badawczy związany z opracowaniem katalogu wartości kobiecych w biznesie. Po pierwsze dokonała modyfikacji ogólnie dostępnego testu na kobiecość i męskość, nazywanego *Inwentarzem płci psychologicznej* (został opracowany w 1992 r.), dostosowując go do badania kobiet przedsiębiorczych. Po drugie, zastosowała ten test w badaniu 54 kobiet, które pisemnie go wypełniały. Ten etap badania zakończył się niepowodzeniem m.in. dlatego, że brakowało w *Inwentarzu* wielu cech, które współcześnie można uznać za przydatne w biznesie (były wypisywane przez respondentki w pozycji „inne”). Po trzecie, zmodyfikowaną listę cech kobiecych, męskich i neutralnych płciowo Doktorantka poddała kolejnemu badaniu – zostało ono przeprowadzone w postaci bezpośrednich wywiadów z przedsiębiorcami obu płci (w sumie 96 wywiadów, 48 z kobietami i 48 z mężczyznami). Po czwarte, Doktorantka dokonała analizy uzyskanych wyników i zdecydowała o włączeniu do dalszych badań listy 21 cech każdego rodzaju (męskich, kobiecych i neutralnych) i w ten sposób opracowała autorski *Test na kobiecość i męskość w biznesie*.

W efekcie przeprowadzonych badań z wykorzystaniem czterech ankiet i testu, Doktorantka mogła pozytywnie zweryfikować hipotezę rozprawy, że kobiety odnoszące sukcesy w biznesie charakteryzują się współwystępowaniem silnych cech kobiecych i silnych cech męskich, które tworzą komplementarną całość. Ten efekt pracy badawczej Doktorantki wpisuje się w dotychczasowe ustalenia naukowe w obszarze psychologii, że współcześnie jednostki androgyniczne statystycznie częściej osiągają sukcesy zawodowe i życiowe niż jednostki typowo męskie lub typowo kobiece (patrz np. Bem 2000; Heilbrun 1980; Jung 1953). Poza opracowaniem katalogu cech kobiecych przydatnych w biznesie, Doktorantka stworzyła autorski „model komplementarności wartości płci” (str. 266–267).

W zakończeniu Autorka dokonała syntetycznego i klarownego podsumowania najważniejszych kwestii poruszanych w dysertacji i wskazała kierunek dalszych badań, określając go jako objęcie podobnymi badaniami mężczyzn, którzy odnoszą sukcesy w biznesie i na rynku pracy oraz formułując następujące pytania badawcze: Jakie cechy są wskazywane przez mężczyzn jako pożądane w biznesie? Czy o sukcesie osiąganym przez mężczyzn decydują – podobnie jak w przypadku kobiet – cechy zarówno silnie kobiece, jak i silnie męskie?

Reasumując, bardzo wysoko oceniam zawartość merytoryczną recenzowanej pracy, a także warsztat badawczy Doktorantki i jej umiejętności analityczne w prezentowaniu dotychczasowego dorobku naukowego w zakresie objętym tematem dysertacji, jak i wyników badań własnych.



5. Wykorzystana literatura i materiały źródłowe

W przedłożonej do recenzji dysertacji nawiązano do bardzo wielu źródeł – w sumie wykorzystano 399 pozycji bibliograficznych z dorobku krajowego i zagranicznego. Doktorantka sięgnęła do literatury z różnych dyscyplin: filozofii, psychologii, ekonomii oraz zarządzania. Drobnym uchybieniem jest brak w poz. 149 tytułu przywoływanego artykułu. W niektórych pozycjach nie ma nazwy wydawnictwa (poz. 22, 23, 49, 81, 82, 88, 92, 108, 117, 162, 184, 189, 201, 203, 204, 209, 212, 216, 219, 238, 293, 347). Wskazane byłoby także uporządkowanie bibliografii według podziału na pozycje zwarte (książki i monografie naukowe), artykuły naukowe oraz inne (dokumenty, artykuły prasowe, raporty, publikacje statystyczne GUS itp.).

6. Rezultaty badawcze

W mojej ocenie tematyka rozprawy jest bardzo aktualna, oryginalna i wartościowa zarówno z teoretycznego, jak i praktycznego punktu widzenia. W rozprawie zostały wykorzystane zróżnicowane metody badawcze. Uznaję, iż sformułowane cele zostały osiągnięte, a hipoteza została zweryfikowana.

Do szczególnych osiągnięć Doktorantki zaliczam:

- oryginalność podjętej tematyki badawczej,
- prawidłowo sformułowany temat i cel badawczy,
- wykorzystanie zróżnicowanych metod i narzędzi badawczych,
- wykorzystanie aktualnych danych statystycznych,
- opracowanie katalogu wartości kobiecych w biznesie,
- autorski model komplementarności wartości płci.

Chciałabym uzyskać od Doktorantki odpowiedzi na dwa następujące pytania:

1. Na czym polega paradygmat wartości kobiecych w biznesie?
2. Co oznacza podejście progresywne w opracowanym przez Doktorantkę modelu komplementarności wartości płci?

7. Ocena strony formalnej i technicznej pracy

Dysertacja została napisana językiem w miarę starannym i zrozumiałym. Dostrzec można dużą dyscyplinę Autorki w formułowaniu swoich myśli, jednakże można znaleźć w dysertacji liczne błędy językowe. Wśród nich wymienić należy w szczególności:



niepoprawne używanie słowa „ilość” tam, gdzie powinno być słowo „liczba” (np. „ilość dzieci”; „ilość kobiet”), a słowa „odnośnie” bez przyimka „do”. Na str. 216 jest literówka zmieniająca znaczenie użytego słowa: jest „lobbing”, a powinno być „mobbing”. W zakończeniu, na str. 270 (drugi akapit), jest zdanie niepoprawne stylistycznie: „U ogromnej ilości *prowadząca do spełnienia kariera*, to często mniej inspirujące, a bardziej żmudne, monotonne czy odtwórcze zajęcia, które wykonują poniżej posiadanych kwalifikacji” (powinno być „W przypadku większości kobiet jest tak, że prowadząca do spełnienia kariera to...”). Na str. 271 (pierwszy akapit), w następującym zdaniu „W szczególności zatem wśród firm mikro, małych i średnich firm istnieje konieczność budowania świadomości odnośnie potencjału kobiet i korzyści z ich zatrudniania oraz wartości, jakie wnoszą do biznesu i na rynek pracy”, niepotrzebne jest powtórzenie słowa „firm” oraz brakuje przyimka „do” przy słowie „odnośnie”. Inny błąd jest w zdaniu na str. 273 (ostatni akapit): „Poddano ponadto pod uwagę koncepcję...” (powinno być „wzięto pod uwagę” lub „poddano analizie”).

Zwraca uwagę, że Doktorantka w sposób niekonsekwentny i bez czytelnej (wyartykułowanej) reguły zamieszcza w przypisach krótkie informacje o autorach/postaciach, które przywołuje w tekście; jest np. odsyłacz odnoszący się do Druckera, Schumpetera, Webera, a nie ma do takich autorów, jak Amartya Sen, Naomi Weisstein, McCloskey, Erich Fromm czy Nelson.

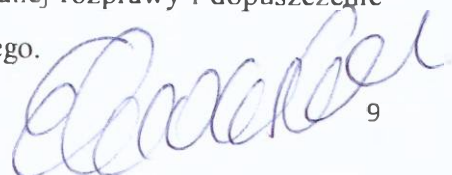
Wskazane błędy redakcyjne są łatwe do wyeliminowania, gdyby praca miała być publikowana, i nie wpływają na moją pozytywną ocenę zawartości merytorycznej dysertacji.

8. Konkluzja końcowa

Analiza recenzowanej dysertacji mgr Moniki Różyckiej pozwala na stwierdzenie, że praca stanowi oryginalne i interesujące studium badawcze dotyczące wartości kobiecych w biznesie. Oceniam tę pracę wysoko zarówno w warstwie teoretycznej, jak i praktycznej. Doktorantka wykazała się wiedzą teoretyczną z zakresu nauk humanistycznych i ekonomicznych oraz umiejętnością samodzielnego prowadzenia pracy naukowej: formułowania problemu badawczego, doboru metody badawczej i wyciągnięcia wniosków.

Przedłożona rozprawa spełnia zatem wymogi, które określono w Rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 26 września 2016 r. w sprawie szczegółowego trybu i warunków przeprowadzania czynności w przewodzie doktorskim, w postępowaniu habilitacyjnym oraz w postępowaniu o nadanie tytułu profesora (Dz. U. 2016, poz. 1586).

W związku z powyższym wnoszę o przyjęcie recenzowanej rozprawy i dopuszczenie mgr Moniki Różyckiej do dalszych etapów przewodu doktorskiego.



9