

Łódź, 22.12.2025

Prof. dr hab. inż. Magdalena Grębosz-Krawczyk
Instytut Marketingu i Zrównoważonego Rozwoju
Wydział Organizacji i Zarządzania
Politechnika Łódzka

Recenzja osiągnięć naukowych dr inż. Marii Rybaczewskiej w związku z postępowaniem habilitacyjnym prowadzonym przez Radę Dyscypliny Naukowej Nauki o Zarządzaniu i Jakości Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości

1. Podstawy formalne sporządzenia recenzji

Podstawą sporządzenia recenzji było pismo Pani dr hab. Katarzyny Szczepańskiej-Woszczyń, prof. AWSB, Prorektora ds. Nauki i Kształcenia Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej z dnia 23 października 2025 roku wraz z załączoną dokumentacją (którą otrzymałam w dniu 18 listopada 2025 roku), dotyczące przygotowania recenzji osiągnięć naukowych dr inż. Marii Rybaczewskiej.

Przesłana dokumentacja obejmowała:

1. Wniosek przewodni o wszczęcie postępowania habilitacyjnego
2. Dane wnioskodawcy
3. Kopię dokumentu potwierdzającego posiadanie stopnia doktora nauk ekonomicznych
4. Autoreferat
5. Wykaz osiągnięć naukowych, stanowiących znaczny wkład w rozwój dyscypliny
6. Monografię zgłaszaną jako główne osiągnięcie naukowe
7. Kopie publikacji naukowych zgłaszanych jako główne osiągnięcie
8. Dwa pendrive'y z elektroniczną wersją dokumentacji.

2. Charakterystyka przebiegu pracy zawodowej i aktywności naukowej, dydaktycznej, popularyzatorskiej oraz organizacyjnej Habilitantki

W 2008 roku Pani dr inż. Maria Rybaczewska ukończyła studia magistersko-inżynierskie na Wydziale Organizacji i Zarządzania Politechniki Łódzkiej w International Faculty of Engineering (Centrum Kształcenia Międzynarodowego), na kierunku Business and Technology.

Stopień doktora nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu został nadany Habilitantce uchwałą Rady Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Łódzkiej z dnia 3 lipca 2014 roku na podstawie obrony rozprawy doktorskiej pt. „The employer image and purchase decision process of the buyer upon the example of the telecommunications sector”. Promotorem pracy doktorskiej była prof. dr hab. Agnieszka Baruk.

Uzupełnieniem edukacji Habilitantki były studia na kierunku “Master of Research in Business and Management” realizowane w latach 2016-2017 na University of Stirling (Szkocja, Wielka Brytania).

W latach 2015-2016 Habilitantka była zatrudniona na stanowisku adiunkta w Wyższej Szkole Informatyki i Umiejętności w Łodzi. Jednocześnie w 2015 roku prowadziła działalność dydaktyczną na Politechnice Łódzkiej. W latach 2016-2020 pracowała na stanowisku adiunkta na Wydziale Zarządzania Społecznej Akademii Nauk w Łodzi. W latach 2022-2025 była zatrudniona na stanowisku adiunkta na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Natomiast od 2024 roku Habilitantka pracuje na stanowisku adiunkta w Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej na Wydziale Nauk Stosowanych. Dodatkowo od 2017 roku Pani dr inż. Maria Rybaczewska współpracuje z Marketing and Retail Division Stirling Management School w University of Stirling w ramach Research Fellowship. Akademia WSB w Dąbrowie Górniczej jest aktualnie głównym miejscem pracy dr inż. Marii Rybaczewskiej.

Przedmiotem zainteresowań Habilitantki są przede wszystkim zachowania konsumentów w turbulentnym otoczeniu, analizowane w kontekście determinant demograficznych, technologicznych, pandemicznych, czy też z uwzględnieniem wpływu rynku lokalnego. Dorobek Habilitantki po uzyskaniu stopnia doktora koncentrował się przede wszystkim na eksploracji problematyki dotyczącej decyzji nabywczych konsumentów. W dorobku Habilitantki wyraźnie widać dużą różnorodność zainteresowań badawczych.

Dorobek publikacyjny Habilitantki przed uzyskaniem stopnia doktora obejmował 5 pozycji, w tym monografię współautorską wydaną w wydawnictwie Difin, 3 autorskie rozdziały w monografiach (wskazane w dokumentacji jako publikacje w czasopismach nieindeksowanych) oraz 1 współautorski artykuł. Dorobek publikacyjny Habilitantki po doktoracie obejmuje natomiast 21 prac naukowych, w tym 1 autorską monografię wydaną w wydawnictwie Difin, 11 współautorskich artykułów znajdujących się w indeksowanych międzynarodowych bazach, 4 autorskie artykuły w czasopismach nieindeksowanych, 2 współautorskie artykuły w czasopismach nieindeksowanych, 1 współautorski rozdział

w monografii oraz 2 współredakcje numerów czasopism. W dorobku dominują publikacje we współautorstwie, w tym przygotowane wspólnie z autorami z zagranicy. W wykazie publikacji, Habilitantka wskazała także publikacje, które są w druku i których – zgodnie z obowiązującymi zasadami – nie uwzględniłam w powyższym wykazie. Dorobek publikacyjny Habilitantki z perspektywy jakościowej oceniam pozytywnie. Spośród 21 publikacji wykazanych po uzyskaniu stopnia doktora, 9 zostało wskazanych przez Habilitantkę jako główne osiągnięcie naukowe stanowiące znaczny wkład w rozwój dyscypliny.

Należy podkreślić, że publikacje Habilitantki są cytowane w bazie WoS oraz Scopus. Liczba cytowań publikacji Habilitantki w bazie Web of Science wynosi 49 (bez autocytowań), natomiast indeks Hirsha wynosi 5. Liczba cytowań publikacji Habilitantki w bazie Scopus wynosi 84 (bez autocytowań), natomiast indeks Hirsha wynosi 6.

Zgodnie z informacjami zawartymi w dokumentacji, po uzyskaniu stopnia doktora, Kandydatka brała udział w 24 konferencjach. W wykazie wskazano aktywny udział, jednak nie podano tytułów wystąpień. Część wskazanych konferencji to konferencje branżowe, a nie naukowe (np. Retail Trends 2024 i 2025, Scotland's Towns Conference 2021, Poland & CEE Retail Summit 2024 i 2025). Habilitantka nie była członkiem komitetów organizacyjnych lub naukowych konferencji. Kandydatka jest natomiast członkiem wielu stowarzyszeń, w tym branżowych. Dr inż. Maria Rybaczewska wskazała w dokumentacji członkowsko w komitetach naukowych 2 czasopism, co budzi pewną wątpliwość, gdyż Jej nazwisko nie widnieje w aktualnych wykazach na stronach tych czasopism. Na uwagę zasługuje aktywność recenzyjna Kandydatki, która do 2025 roku wykonała 49 recenzji artykułów (w tym do czasopism indeksowanych w międzynarodowych bazach).

Mankamentem jest brak doświadczenia Habilitantki w kierowaniu badawczymi projektami pozyskanymi i finansowanymi ze źródeł zewnętrznych. Habilitantka pełniła funkcję kierownika jedynie w wewnętrznym projekcie pt. „Modele rezyliencji (lokalnego) kanału żywnościowego (sektora tzw. convenience stores) wobec dynamiki zmian zachowań konsumentów oraz wielowymiarowych zakłóceń podaży i popytu – transfer wiedzy i doświadczeń między Szkocją a Polską” realizowanym w ramach działania Inicjatywa Doskonałości Uniwersytetu Jagiellońskiego w latach 2022-25. Zgodnie z informacjami zawartymi w dokumentacji, Habilitantka była wykonawcą w 4 projektach badawczych, w tym 3 zagranicznych:

- *SGF Go Local Programme* – projekt finansowany przez Scottish Grocers Federation oraz Scotland Food and Drink; Habilitantka jest współautorką raportu branżowego.

- HAGIS – *Healthy Ageing In Scotland* – projekt badawczy w ramach którego przygotowywane są cykliczne raporty. Habilitantka jest współautorką jednego rozdziału w jednym z raportów, jednak nie jest wymieniona na stronie projektu jako wykonawca.
- *Analysis of Transactional Retail Data to Inform Policy Agendas for Town/City Centres Project* – szczegóły projektu oraz rola Habilitantki nie zostały omówione w złożonych dokumentach.
- *City Centre Revitalisation Project* – program rozwoju przedsiębiorczości w obszarze rewitalizacji wraz z zasadami funkcjonowania centrum aktywizacji i przedsiębiorczości, realizowany przez Urząd Miasta Włocławek, PZR Consulting (Polska), European Social Funds (ESF) and European Cohesion Funds (2016–2018). Rola Habilitantki nie została omówiona w złożonych dokumentach.

Habilitantka jest bardzo aktywna na polu współpracy z sektorem gospodarczym poprzez udział we wspomnianych powyżej projektach realizowanych we współpracy m.in. z rządem Szkocji oraz działalności eksperckiej także powiązanej z tymi projektami.

Habilitantka jest także bardzo aktywna na polu dydaktycznym. Prowadzi i prowadziła zajęcia z całego spectrum przedmiotów związanych zarówno z marketingiem, jak i zarządzaniem na różnych uczelniach (przede wszystkim w języku angielskim). Jest również wykładowcą na studiach podyplomowych. Habilitantka jest członkiem Rady Biznesu oraz Rady Programowej Szkoły Biznesu Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej i koordynuje jeden moduł studiów Executive MBA Akademii WSB.

W 2020 roku za osiągnięcia naukowe otrzymała nagrodę JM Rektora Społecznej Akademii Nauk. W 2021 roku otrzymała także wyróżnienie od Clark University za osiągnięcia dydaktyczne i naukowe. Natomiast w roku 2018 przyznano Jej kilkuletnie stypendium habilitacyjne Społecznej Akademii Nauk.

Działalność dydaktyczno-organizacyjna Kandydatki wraz z Jej zaangażowaniem na rzecz współpracy z otoczeniem zasługuje na pozytywną ocenę.

Bardzo pozytywnie oceniam także stopień umiędzynarodowienia działalności zawodowej dr inż. Marii Rybaczewskiej, która dzięki współpracy z University of Stirling aktywnie rozwija się na różnych polach.

3. Ocena głównego osiągnięcia naukowego Habilitantki

Jako główne osiągnięcie naukowe, stanowiące znaczny wkład w rozwój dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości, Habilitantka – zgodnie z art. 219 ust. 1, pkt 2a Ustawy Prawo

o szkolnictwie wyższym i nauce – wskazała **cykl 9 publikacji** pt. *Determinanty zachowania konsumentów w turbulentnym otoczeniu: demografia, postęp technologiczny, sytuacje zagrożenia, aspekty lokalne*, na który składa się 1 monografia (wydana przez wydawnictwo, które w roku opublikowania monografii w ostatecznej formie było ujęte w wykazie sporządzonym zgodnie z przepisami wydanymi na podstawie art. 267 ust. 2 pkt 2 lit. a) oraz 8 artykułów naukowych opublikowanych w czasopismach naukowych, które w roku opublikowania artykułu w ostatecznej formie były ujęte w wykazie sporządzonym zgodnie z przepisami wydanymi na podstawie art. 267 ust. 2 pkt 2b.

Wskazany cykl obejmuje następujące publikacje:

- [1] Rybaczewska, M. (2025). Zachowania zakupowe w internecie zaawansowanego wiekiem konsumenta z dwóch perspektyw poznawczych. Difin.
- [2] Rybaczewska, M., Kłopocka, A. M., Kuszewski, T., Sułkowski, Ł. (2023), Grocery shopping behaviour in the era of Covid-19: panel data analysis from convenience store sector in England, Scotland and Wales, “Economics & Sociology”, 16(2), 210-228.
- [3] Rybaczewska M., Sparks L. (2021), Ageing consumers and e-commerce activities, “Ageing & Society”, 42 (8), 1979-1898.
- [4] Rybaczewska M., Kłopocka A.M., Kuszewski T., Sułkowski Ł. (2021), Consumers’ response to pandemic threat: purchase behaviour in convenience stores. Evidence from British panel data, “Journal of International Studies” 14(4), 251-269.
- [5] Rybaczewska M., Sułkowski Ł., Bilan Y. (2021), COVID-19 pandemic and independent convenience stores in the United Kingdom, “Inżynieria Ekonomika - Engineering Economics”, 32(3), 258-265.
- [6] Rybaczewska M., Sparks L. (2020), Locally-owned convenience stores and the local economy, “Journal of Retailing and Consumer Services”, 52, Art. No.: 101939.
- [7] Rybaczewska M., Jirapathomsakul S., Liu Y., Tsing Chow W., Thanh Nguyen M., Sparks L. (2020), Slogans, Brands and Purchase Behaviour of Students, “Young Consumers”, 21(3), 305-317.
- [8] Rybaczewska, M., Sparks, L. (2019), Place marketing and place based loyalty schemes, “Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy”, 14(1), 42-56.
- [9] Rybaczewska M., Chesire B. J., Sparks L. (2020) YouTube vloggers as brand influencers on consumer purchase behavior, Journal of Intercultural Management 12(2), 117-140.

W przypadku monografii dr inż. Maria Rybaczewska jest jedynym autorem, natomiast pozostałe 8 publikacji zostało przygotowanych we współautorstwie. Udział Habilitantki został w autoreferacie określony w sposób opisowy. Nie wskazano załączono oświadczeń współautorów o udziale.

Wskazana w cyklu monografia została wydana przez polskie wydawnictwo Difin. Wszystkie 8 artykułów – wskazanych jako osiągnięcie naukowe – to publikacje w czasopismach zagranicznych (w języku angielskim). Pod względem tematycznym pozytywnie oceniam dobór czasopism, w których opublikowano artykuły składające się na główne osiągnięcie naukowe. Wysoko oceniam także ich stopień umiędzynarodowienia i obecność w indeksowanych międzynarodowych bazach.

Tematykę podjętą przez Habilitantkę należy uznać za interesującą, zarówno z punktu widzenia zachowań konsumentów, jak i z punktu widzenia praktyki gospodarczej. W warunkach współczesnego rynku, świadomość, potrzeby, oczekiwania i zachowania konsumentów ulegają zmianom, co może wynikać z wielu czynników zewnętrznych, analizowanych przez Kandydatkę.

Deklarowane osiągnięcia naukowe, o których mowa w art. 219 ust. 1 pkt. 2 Ustawy obejmują „poszerzenie stanu wiedzy w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości w zakresie badanej ‘tetrady’ zagadnień w kontekście zachowań konsumentów w turbulentnym otoczeniu (demografia – postęp technologiczny – sytuacje zagrożenia – aspekty lokalne)”, poprzez:

- pogłębienie rozumienia wielowymiarowości zachowań konsumentów w turbulentnym otoczeniu,
- poszerzenie rozumienia: efektów starzenia się konsumentów, reaktywnego zachowania nabywczego w sytuacji szeroko rozumianego zagrożenia, zachowania konsumentów i roli handlu detalicznego w zarządzaniu miejscem/miastem i w lokalnej ekonomii,
- wskazanie nowych kierunków konceptualizacji wybranych determinant zachowań konsumenta w turbulentnym otoczeniu (procesy starzenia się a działania e-commerce, slogany, marki a decyzje zakupowe konsumentów, YouTube vlogerzy a promowanie marki, marketing miasta/miejsca a programy lojalnościowe kierowane do konsumentów, lokalny biznes i konsument a lokalna ekonomia, zagrożenia pandemiczne i ich konsekwencje a zachowania nabywcze konsumentów),
- wskazanie nowych wymiarów analizy znaczenia określonych sformułowań funkcjonujących w literaturze przedmiotu (proces starzenia się konsumentów i jego

implikacje, systematyzacja modeli zachowań konsumentów oraz huby lokalnej społeczności tworzone przez tzw. *convenience stores*).

W ramach zrealizowanych badań, Habilitantka wskazała **cztery obszary badawcze**, a także powiązane z nimi **cele**:

- identyfikację heterogeniczności zachowania konsumentów w kontekście ich wieku:
 - Cel 1: ocenę wpływu zaawansowanego wieku konsumentów na ich zachowania zakupowe [publikacja 1, publikacja 3]
 - Cel 2: analizę segmentacji i charakterystyki zaawansowanego wiekiem konsumenta [publikacja 1, publikacja 3]
 - Cel 3: określenie marketingowych determinant zachowania zakupowego młodych konsumentów [publikacja 7]
 - Cel 4: systematyzację modeli zachowania konsumentów [publikacja 1]
- eksplorację zachowania konsumentów w dobie postępu technologicznego:
 - Cel 5: analizę zachowań zakupowych w internecie [publikacja 1, publikacja 3]
 - Cel 6: identyfikację użycia nowych technologii do promocji marki [publikacja 9]
- ocenę wpływu sytuacji zagrożenia i obniżonego poczucia bezpieczeństwa na zachowania konsumenta:
 - Cel 7: eksplorację nawyków zakupowych w kontekście polityk publicznych [publikacja 2, publikacja 4]
 - Cel 8: porównanie nawyków zakupowych w sytuacji relatywnej stabilności oraz zagrożenia [publikacja 4, publikacja 5]
- eksplorację aspektów regionalnych i lokalnych w złożonym procesie podejmowania decyzji zakupowej, poprzez:
 - Cel 9: analizę nawyków zakupowych w sytuacji zagrożenia w zależności od miejsca (region, kraj etc.) [publikacja 2]
 - Cel 10: analizę promowania miejsca poprzez lokalną kartę lojalnościową
 - Cel 11: badanie wpływu zakupów w sklepach lokalnych na lokalną społeczność [publikacja 8, publikacja 6].

Przedstawione przez Habilitantkę obszary badawcze oraz przypisane im cele charakteryzują się bardzo dużą rozpiętością tematyczną i obejmują liczne, często odległe od siebie wątki badawcze. Choć wszystkie odnoszą się do szeroko rozumianej problematyki zachowań konsumentów, to liczba i różnorodność sformułowanych celów badawczych sprawiają, że badania te mają raczej charakter eksploracyjny niż pogłębiony i ukierunkowany na

konsekwentne rozwijanie jednego, jasno zdefiniowanego problemu naukowego. Dodatkowo analiza (wskazana jako cel 2, 5, 9 i 10) pełni przede wszystkim funkcję narzędzia opisu i porządkowania obserwowanych zjawisk, a nie celu badania.

Po zapoznaniu się z poszczególnymi osiągnięciami wskazanymi we wniosku stwierdzam, że **nie można ich uznać za osiągnięcia stanowiące znaczny wkład w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości.**

W odniesieniu do deklarowanych osiągnięć naukowych Kandydatki formułuję **uwagi w trzech zasadniczych obszarach**: spójności tematycznej i zakresu przedstawionego cyklu, jego faktycznego odniesienia do dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości oraz transparentności metodycznej i indywidualnego wkładu badawczego Kandydatki.

Deklarowane przez Habilitantkę osiągnięcia naukowe obejmują bardzo szerokie spektrum zagadnień odnoszących się do zachowań konsumentów w tzw. turbulentnym otoczeniu, rozumianym jako zbiór zróżnicowanych i heterogenicznych uwarunkowań, takich jak procesy demograficzne, postęp technologiczny, sytuacje zagrożenia czy czynniki lokalne. Analiza treści autoreferatu oraz szczegółowa lektura wskazanych publikacji prowadzą jednak do wniosku, że mimo wspólnego, bardzo ogólnego mianownika w postaci kategorii „zachowań konsumentów”, trudno uznać przedstawiony dorobek za spójny tematycznie cykl artykułów naukowych. Poszczególne prace koncentrują się bowiem na odmiennych grupach konsumentów, różnych poziomach analizy oraz rozbieżnych kontekstach badawczych (m.in. e-commerce, pandemia Covid-19, marketing miejsca, komunikacja marketingowa w mediach społecznościowych), przy zastosowaniu zróżnicowanych podejść metodycznych. W rezultacie poruszane zagadnienia mają charakter rozproszony i fragmentaryczny, co uniemożliwia wskazanie jednego, wyraźnie zarysowanego problemu badawczego oraz konsekwentnie rozwijanej, kumulatywnej linii badawczej. Nie można zatem mówić o cyklu powiązanych tematycznie publikacji, co jest wymogiem ustawowym.

Po lekturze autoreferatu oraz załączonych publikacji należy stwierdzić, że dorobek naukowy – wskazany przez Kandydatkę jako osiągnięcie – sytuować należy głównie w obrębie dyscypliny ekonomia i finanse (publikacje [1], [2], [3], [4], [5], [7]), a tylko częściowo w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości (publikacje [6], [8], [9]). O ile same analizy zachowań konsumentów – które dominują w dorobku Habilitantki – oraz formułowane na ich podstawie wnioski można uznać za interesujące i wartościowe poznawczo, o tyle trudno postrzegać je jako stanowiące znaczny wkład w rozwój nauk o zarządzaniu i jakości, w których centralnym obiektem badań pozostaje organizacja oraz procesy w niej zachodzące. Badania

rynku, w tym badania konsumentów, stanowią istotne zaplecze informacyjne i kontekst decyzyjny dla procesów zarządczych, zwłaszcza w obszarze marketingu. Jednakże właśnie ten aspekt – przełożenie wyników badań konsumenckich na konkretne implikacje dla zarządzania organizacjami – w analizowanych pracach Kandydatki został potraktowany w sposób dość ogólnikowy.

Istotne wątpliwości budzi również wkład badawczy Kandydatki w realizację przedstawionych badań empirycznych. Metodyka badań w przypadku monografii oraz części publikacji nie została bowiem przedstawiona w sposób wystarczająco klarowny i transparentny, co wynika m.in. z faktu, że Kandydatka odwołuje się do wielu różnych projektów badawczych oraz analiz opartych na dużych, istniejących wcześniej bazach danych. Choć wykorzystanie rozbudowanych zbiorów danych należy ocenić pozytywnie, to z lektury autoreferatu i części publikacji nie wynika jednoznacznie, jaki był rzeczywisty udział Kandydatki w projektowaniu procesu badawczego, konstruowaniu narzędzi badawczych ani w doborze zastosowanych metod. Brakuje również precyzyjnych informacji na temat charakteru wykorzystywanych narzędzi badawczych oraz zakresu odpowiedzialności Kandydatki w badaniach realizowanych we współautorstwie, co utrudnia ocenę jej indywidualnego wkładu naukowego.

Uzasadniając niniejsze stanowisko odniosę się dodatkowo do każdej publikacji osobno.

Monografia 1 (Rybczewska, M. (2025). *Zachowania zakupowe w internecie zaawansowanego wiekiem konsumenta z dwóch perspektyw poznawczych*, Difin) poświęcona zachowaniom zakupowym w internecie konsumentów zaawansowanych wiekiem podejmuje temat aktualny i istotny poznawczo. Na szczególne podkreślenie zasługuje obszerna część teoretyczna, stanowiąca uporządkowany i wartościowy przegląd dotychczasowych badań oraz dorobku innych autorów w obszarze zachowań konsumenckich osób starszych, co czyni tę część pracy cenną z punktu widzenia syntetyzowania istniejącego stanu wiedzy. Część empiryczna monografii opiera się na analizie danych pochodzących z projektu *Healthy Ageing in Scotland (HAGIS)*, realizowanego w Szkocji, z wykorzystaniem dostępnej bazy danych. W pracy Autorka wskazuje, iż „kwestionariusz główny HAGIS został przeprowadzony w ramach wywiadu domowego ... [uczestnicy] zostali również poproszeni o wypełnienie kwestionariusza samodzielnego, opracowanego przez zespół ekspertów HAGIS”. W pracy nie zamieszczono jednak kwestionariusza badawczego, ani scenariusza wywiadu. Opis metodyki zawiera wiele nieścisłości. Z treści monografii nie wynika jednoznacznie, jaki był udział Autorki w projektowaniu badania, konstruowaniu narzędzi badawczych ani w realizacji procesu zbierania danych. I czy w ogóle brała w nim udział. Z treści wynika, że przeprowadzone analizy

mają charakter wtórny i opierają się na danych zastanych. Jak już wspominałam, w dokumentacji projektu HAGIS (<https://www.hagis.scot/>) dostępnej na stronie przedsięwzięcia wskazani są główni wykonawcy oraz współwykonawcy badań, wśród których nie została wymieniona Habilitantka, co utrudnia ocenę jej indywidualnego wkładu w realizację prezentowanych w monografii wyników badań empirycznych. Dodatkowo w monografii Kandydatka nie podejmuje szerszej dyskusji naukowej przedstawionych wyników badań, zwłaszcza z perspektywy teorii zarządzania czy marketingu. Podrozdział „Wnioski i dyskusja” liczy 5 stron i odnosi się głównie do problematyki ekonomii behawioralnej. Tym samym publikacja ta wpisuje się w dyscyplinę ekonomia i finanse.

Artykuł 3 (Rybczewska M., Sparks L. (2021), Ageing consumers and e-commerce activities, “Ageing & Society”, 42 (8), 1979-1898) podejmuje podobną problematykę aktywności starszych konsumentów podczas zakupów online. Uzyskane wyniki są interesujące poznawczo i koncentrują się na konsumencie. Publikacja w dużej mierze powiela zarówno tematykę, jak i podejście badawcze zaprezentowane w monografii Kandydatki, opierając się na analizie danych pochodzących z projektu *Healthy Ageing in Scotland (HAGIS)*. Część empiryczna ma charakter wtórnej analizy danych. W efekcie, mimo wartości poznawczej w dyscyplinie ekonomia i finanse, trudno uznać publikację za wnoszącą znaczny, oryginalny wkład Habilitantki w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości.

Artykuł 2 (Rybczewska, M., Kłopocka, A. M., Kuszewski, T., Sułkowski, Ł. (2023). Grocery shopping behaviour in the era of Covid-19: panel data analysis from convenience store sector in England, Scotland and Wales, “Economics & Sociology”, 16(2), 210-228) poświęcony jest ocenie zmian zachowań zakupowych w sektorze sklepów typu *convenience stores* w okresie pandemii Covid-19 w Wielkiej Brytanii. Praca opiera się na obszernej bazie danych transakcyjnych, obejmującej ponad 778 tys. obserwacji pochodzących z 1 282 sklepów, co pozwala na interesujące i poznawczo wartościowe wnioski dotyczące dynamiki zachowań zakupowych w warunkach zróżnicowanych restrykcji pandemicznych, co wpisuje się w dyscyplinę ekonomia i finanse. Część empiryczna artykułu została oparta na analizie wtórnych danych transakcyjnych udostępnionych przez podmiot zewnętrzny (*The Retail Data Partnership Ltd*). Publikacja dotyczy problematyki wyraźnie odmiennej od prac [1], [3], [6], [7], [8] i [9] wchodzących w skład przedstawionego cyklu, co potwierdza jego tematyczne rozproszenie.

Artykuł 4 (Rybczewska M., Kłopocka A.M., Kuszewski T., Sułkowski Ł. (2021), Consumers’ response to pandemic threat: purchase behaviour in convenience stores. Evidence from British panel data, “Journal of International Studies” 14(4), 251-269) również podejmuje

problematykę reakcji konsumentów na zagrożenie pandemiczne w sektorze sklepów typu *convenience stores* i stanowi rozwinięcie wątków obecnych w publikacjach [2] i [5]. Podobnie jak w przypadku wcześniejszych publikacji, część empiryczna opiera się na analizie danych transakcyjnych pochodzących z profesjonalnej, zewnętrznej bazy danych (*The Retail Data Partnership Ltd*). W konsekwencji, mimo niewątpliwej wartości poznawczej analiz, trudno uznać publikację za wnoszącą znaczny wkład Habilitantki w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości, także ze względu na ekonomiczny charakter analiz oraz odmienność tematyczną.

Podobna problematyka poruszana jest w **artykule 5** (Rybaczewska M., Sułkowski Ł., Bilan Y. (2021), COVID-19 pandemic and independent convenience stores in the United Kingdom, “Inżynieria Ekonomia - Engineering Economics”, 32(3), 258-265). Praca tematycznie wpisuje się w nurt analiz pandemicznych obecnych w publikacjach [2] i [4], jednocześnie pozostając wyraźnie odmienna od pozostałych prac wchodzących w skład deklarowanego cyklu i wpisująca się w dyscyplinę nauki o ekonomii i finansach. Podobnie jak w przypadku publikacji [2] i [4], część empiryczna artykułu opiera się na analizie danych pochodzących z zewnętrznych, profesjonalnych baz danych. Mimo poznawczej wartości uzyskanych wyników, publikacja nie stanowi znacznego wkładu Habilitantki w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości.

Artykuł 6 (Rybaczewska M., Sparks L. (2020) Locally-owned convenience stores and the local economy, “Journal of Retailing and Consumer Services”, 52, Art. No.: 101939) dotyczy roli lokalnie zarządzanych sklepów typu *convenience stores* w kształtowaniu lokalnej gospodarki i spójności społecznej, opierając się na badaniach jakościowych zrealizowanych w Szkocji przez Habilitantkę oraz współautorkę tekstu. Praca wnosi interesujące wnioski poznawcze i podejmuje zagadnienie istotne z perspektywy polityki lokalnej oraz rozwoju społeczno-ekonomicznego. Jednocześnie publikacja ta dotyczy problematyki odmiennej od pozostałych prac wchodzących w skład deklarowanego cyklu. W efekcie, mimo swojej wartości merytorycznej, artykuł dodatkowo wzmacnia wrażenie tematycznego rozproszenia dorobku.

Artykuł 7 (Rybaczewska M., Jirathomsakul S., Liu Y., Tsing Chow W., Thanh Nguyen M., Sparks L. (2020), Slogans, Brands and Purchase Behaviour of Students, “Young Consumers”, 21(3), 305-317) dotyczy wpływu sloganów reklamowych na świadomość marki oraz zachowania zakupowe młodych konsumentów – studentów – i opiera się na badaniach jakościowych prowadzonych techniką wywiadu pogłębionego przez Habilitantkę oraz współautorów. Uzyskane wyniki można uznać za interesujące z perspektywy badań nad

komunikacją marketingową. Publikacja ta odnosi się jednak do zupełnie odmiennego obszaru tematycznego oraz innej grupy respondentów niż pozostałe prace wchodzące w skład deklarowanego cyklu. Badania dotyczą młodych konsumentów i komunikacji marketingowej marek, a nie – jak w innych publikacjach – zachowań konsumentów starszych, reakcji na zagrożenia czy funkcjonowania handlu detalicznego w kontekście lokalnym. W efekcie artykuł ten potwierdza brak spójności tematycznej przedstawionego cyklu.

Artykuł 8 (Rybaczewska, M., Sparks, L. (2019), Place marketing and place based loyalty schemes, “Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy”, 14(1), 42-56) Artykuł dotyczy problematyki marketingu miejsca oraz programów lojalnościowych opartych na lokalizacji, ujmując ją z perspektywy menedżerów i przedsiębiorców. Zastosowane podejście badawcze oraz uzyskane wyniki mają wartość poznawczą oraz aplikacyjną i sytuują publikację w obrębie dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości. Jednocześnie praca ta porusza kolejny, odmienny obszar tematyczny, słabo powiązany z pozostałymi publikacjami wchodzącymi w skład deklarowanego cyklu. Mimo poprawnego osadzenia w literaturze oraz interesujących wniosków, obecność publikacji we wskazanym cyklu dodatkowo potwierdza brak jego spójności tematycznej.

Ostatnia publikacja z cyklu, **artykuł 9** (Rybaczewska M., Chesire B. J., Sparks L. (2020) YouTube vloggers as brand influencers on consumer purchase behavior, Journal of Intercultural Management 12(2), 117-140) poświęcony jest roli vlogerów na platformie YouTube jako influencerów marek oraz ich wpływowi na zachowania zakupowe konsumentów. Praca porusza kolejny, wyraźnie odmienny obszar tematyczny, niezwiązany bezpośrednio ani z badaniami nad konsumentami starszymi, ani z analizami zachowań zakupowych w warunkach zagrożenia czy w kontekście lokalnym, co ponownie potwierdza brak spójności tematycznej deklarowanego dorobku. Uzyskane wyniki jakościowe oraz obserwacje dotyczące aktywności vlogerów i interakcji z odbiorcami można uznać za interesujące poznawczo. Część ilościowa badań, oparta na niewielkiej próbie respondentów ma ograniczoną wartość. W konsekwencji, mimo poznawczej atrakcyjności tematu, publikacja nie wnosi znacznego wkładu w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości i nie wpisuje się w tematykę cyklu.

Podsumowując, w mojej opinii, wskazany cykl publikacji nie jest osiągnięciem stanowiącym znaczny wkład w rozwój dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości i w związku z powyższym stwierdzam, że **Kandydatka nie spełnia wymogu stawianego w Art. 219 ust. 1 pkt 2 Ustawy z 20 lipca 2018r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.**

4. Ocena aktywności naukowej Habilitantki realizowanej w więcej niż jednej uczelni, w szczególności zagranicznej

Na wstępie pragnę zaznaczyć, że Habilitantka bardzo dobrze scharakteryzowała w *Autoreferacie* swoje osiągnięcia w obszarze aktywności naukowej realizowanej w więcej niż jednej uczelni, w szczególności zagranicznej.

Kandydatka wykazała pracę w charakterze Research Fellow w University of Stirling (od 2017 roku). Współpraca ta zaowocowała udziałem Habilitantki we wspomnianych już trzech projektach badawczych: SGF Go Local Programme, HAGIS, Minimum Wage – National Living Wage, realizowanych we współpracy instytucji naukowych, biznesu, rządu oraz samorządów. Efektem współpracy z naukowcami ze Szkocji jest sześć publikacji. Kandydatka jest również aktywna na forum międzynarodowym (głównie w Szkocji) poprzez udział w konferencjach naukowych i branżowych oraz działalność ekspercką.

Habilitantka pracowała także na stanowisku adiunkta na czterech polskich uczelniach – w Wyższej Szkole Informatyki i Umiejętności, w Społecznej Akademii Nauk, na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz w Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej. Współpraca z naukowcami z tych uczelni także zaowocowała wspólnymi publikacjami.

Dokonując oceny aktywności naukowej Habilitantki poza jednostką macierzystą, można stwierdzić, że Habilitantka poprzez pracę na stanowisku naukowo-dydaktycznym w kilku polskich uczelniach oraz poprzez pracę w charakterze Research Fellow w University of Stirling w Szkocji wykazuje się istotną aktywnością naukową realizowaną w więcej niż jednej uczelni i spełnia w stopniu bardzo dobrym wymóg stawiany w **Art. 219 pkt 3 ustawy z 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce**.

5. Konkluzja

Zgodnie z art. 219 ust. 1 Ustawy z 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce stopień doktora habilitowanego nadaje się osobie, która: (1) posiada stopień doktora; (2) posiada w dorobku osiągnięcia naukowe albo artystyczne, stanowiące znaczny wkład w rozwój określonej dyscypliny, w tym co najmniej 1 monografię naukową lub 1 cykl powiązanych tematycznie artykułów naukowych opublikowanych w czasopiśmie naukowych lub w recenzowanych materiałach z konferencji międzynarodowych (publikacje muszą być ujęte w stosownych wykazach); (3) wykazuje się istotną aktywnością naukową albo artystyczną realizowaną w więcej niż jednej uczelni, instytucji naukowej lub instytucji kultury, w szczególności zagranicznej.

Pani dr inż. Maria Rybaczewska spełnia w sposób oczywisty wymóg (1). Na poziomie bardzo dobrym spełnia w mojej opinii także wymóg (3). Stwierdzam jednak, że Kandydatka nie spełnia wymogu (2). Publikacje wskazane jako główne osiągnięcie naukowe w mojej opinii nie wnoszą znacznego wkładu w dyscyplinę nauki o zarządzaniu i jakości.

Konkludując, stwierdzam zatem, że Pani dr inż. Maria Rybaczewska nie spełnia wymagań określonych w Ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce w i nie popieram Jej starań o nadanie stopnia doktora habilitowanego.

M. Grybosz