

Toruń, dnia 25.03.2024 r.

Dr hab. Justyna Łapińska, prof. UMK
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania
Katedra Zachowań Organizacyjnych i Marketingu

**Recenzja osiągnięć naukowych dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej
ubiegającej się o nadanie stopnia doktora habilitowanego
w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości**

I. Podstawy formalne recenzji

Podstawę formalną sporządzenia niniejszej recenzji stanowi pismo Z-cy Przewodniczącego Rady Dyscypliny Nauki o Zarządzaniu i Jakości, dr hab. Ewy Wszendybył-Skulskiej, prof. UJ z dnia 24.01.2024 r., informujące o powołaniu mojej osoby na recenzenta w postępowaniu w sprawie nadania stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości dr Małgorzacie Budzanowskiej-Drzewieckiej.

Podstawą do przeprowadzenia oceny są następujące prace i dokumenty przesłane przez Habilitantkę:

- autoreferat przedstawiający opis dorobku i osiągnięć w pracy naukowo-badawczej;
- wykaz osiągnięć naukowych;

- autorska monografia zatytułowana: *Nieformalna komunikacja między konsumentami za pośrednictwem internetu (eWOM). Charakter i efekty perswazyjne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2023, ISBN 978-83-233-5269-3 (wersja papierowa);
- kopie osiągnięć naukowych wskazanych we wniosku o przeprowadzenie postępowania w sprawie nadania stopnia doktora habilitowanego (wersja elektroniczna – nośnik *pendrive*).

Przesłana dokumentacja jest wystarczająca do sporządzenia recenzji. Ocena została przeprowadzona zgodnie z ustawą z dnia 20 lipca 2018 r. *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce* (Dz. U. z 2022 r., poz. 574 z późn. zm.), według której 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:
 - a) 1 monografię naukową wydaną 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,
 - lub
 - b) 1 cykl powiązanych tematycznie artykułów naukowych opublikowanych w czasopismach naukowych lub w recenzowanych materiałach z konferencji międzynarodowych, które w roku opublikowania artykułu w ostatecznej formie były ujęte w wykazie sporządzonym zgodnie z przepisami wydanymi na podstawie art. 267 ust. 2 pkt 2 lit. b,
 - lub
 - c) 1 zrealizowane oryginalne osiągnięcie projektowe, konstrukcyjne, technologiczne lub artystyczne;
- 3) wykazuje się istotną aktywnością naukową albo artystyczną realizowaną w więcej niż jednej uczelni, instytucji naukowej lub instytucji kultury, w szczególności zagranicznej.

II. Podstawowe dane o Kandydatce

Pani dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka jest absolwentką Wydziału Filozoficznego Uniwersytetu Jagiellońskiego, gdzie uzyskała tytuł magistra na kierunku pedagogika resocjalizacyjna. W 1997 roku ukończyła Studium Zarządzania i Biznesu utworzone przy Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego. W latach 1999-2006 Habilitantka odbyła studia doktoranckie na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Od 2012 roku jest zatrudniona na stanowisku adiunkta w Katedrze Systemów Zarządzania na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.

III. Weryfikacja posiadania stopnia doktora (wymóg wynikający z art. 219 ust. 1, pkt. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce*)

Dr Małgorzata Budzanowska-Drzewicka uzyskała stopień doktora nauk humanistycznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w 2006 roku, na podstawie rozprawy doktorskiej zatytułowanej: *Społeczne uwarunkowania zachowań rynkowych konsumentów w wieku 9-11 lat w środowisku wielkomiejskim*. Promotorem pracy doktorskiej był doc. dr hab. Tadeusz Borkowski. Recenzentami w przewodzie doktorskim byli: prof. dr hab. Anna Czubala oraz prof. dr hab. Anna Olejniczuk-Merta. **Stwierdzam zatem, że dr Małgorzata Budzanowska-Drzewicka spełnia pierwszy wymóg ustawy.**

IV. Ocena osiągnięć naukowych stanowiących znaczny wkład w rozwój dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości (wymóg wynikający z art. 219 ust. 1, pkt. 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce*)

Jako główne osiągnięcie naukowe w rozumieniu art. 219 ust.1. pkt. 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce*, Kandydatka wskazała autorską monografię zatytułowaną: *Nieformalna komunikacja między konsumentami za pośrednictwem internetu*

(eWOM). *Charakter i efekty perswazyjne*, wydaną w 2023 roku przez Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego. Wydawnictwo to znajduje się w wykazie wydawnictw publikujących recenzowane monografie naukowe sporządzonym przez Ministra Edukacji i Nauki z dnia 22 lipca 2021 roku, w ramach poziomu II. Recenzentami wydawniczymi monografii byli: prof. dr hab. Jan W. Wiktor oraz dr hab. Radosław Mącik, prof. UMCS.

Oceniając, czy wskazana monografia stanowi znaczny wkład w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości, przyjął następujące kryteria: aktualność i znaczenie podjętej tematyki, zaprezentowane ramy teoretyczno-badawcze, poprawność metodyczną oraz warstwę empiryczną pracy.

Odnosząc się do podjętej przez dr Małgorzatę Budzanowską-Drzewiecką tematyki pracy – nieformalnej komunikacji między konsumentami dokonującej się za pośrednictwem Internetu należy przyznać, że współcześnie, z uwagi na dynamiczny rozwój mediów społecznościowych oraz innych platform online, jest to zagadnienie niezwykle aktualne i jednocześnie ważne zarówno z teoretycznego, jak i praktycznego punktu widzenia. Środowisko wirtualne umożliwia konsumentom szybkie i na masową skalę dzielenie się opiniami, doświadczeniami i rekomendacjami odnośnie do oferowanych na rynku produktów. Badania dotyczące tego zjawiska wskazują na dokonującą się ewolucję wzorców zachowań konsumenckich, gdzie wpływ społeczny i interakcje między konsumentami (rzeczywistymi i potencjalnymi) odgrywają coraz to większą rolę w procesie podejmowania decyzji zakupowych. Z tego powodu istotne staje się zrozumienie podstawowych procesów wpływających na przebieg i percepcję konsumenckich komunikatów nieformalnych rozpowszechnianych za pośrednictwem Internetu, co w efekcie łączy się z perswazyjnością tej formy komunikacji. W kontekście komunikacji online, kluczową rolę przypisuje się specyfice tej formy interakcji, przejawiającą się w innowacyjnym wykorzystaniu technologii w procesie wymiany informacji pomiędzy użytkownikami sieci oraz swoistej dynamice wirtualnych grup społecznych. Jak słusznie zauważa we wstępie pracy Autorka, w tego rodzaju komunikacji ujawnia się również inny problem, a mianowicie *„brak lub niedostatek wskazówek niewerbalnych, które prowadzą do niedoceniań interpersonalnego i emocjonalnego wpływu interakcji online w przetwarzaniu komunikatów”*. Jest to problem ważny i aktualny zarówno z punktu widzenia zachowań nabywczych, wpisujących się w obszar marketingu, jak również z perspektywy innych obszarów wiedzy, np. socjologii.

Należy również podkreślić, iż problematyka nieformalnej komunikacji między konsumentami była podejmowana dotychczas tylko przez nielicznych polskich badaczy. Badania w tym obszarze, dotyczące w szczególności komunikacji między konsumentami na polskim rynku należy zatem uznać za nowatorskie i wpisujące się w istniejącą lukę badawczą.

Zagadnienie przedstawiające nieformalną komunikację klientów za pośrednictwem Internetu w kontekście stosowanych technik i osiągniętych efektów uważam za interesujące poznawczo, a przy tym – jak już wyżej zaznaczyłam – aktualne i ważne zarówno z punktu widzenia rozwoju teorii w obszarze zarządzania (w subdyscyplinie marketing), jak i praktyki gospodarczej. Świadczy to o istotnym znaczeniu i trafnym wyborze podjętej w pracy problematyki badawczej.

Przedstawiona do oceny monografia ma typową strukturę. Składa się z pięciu rozdziałów, z czego trzy to rozdziały o charakterze teoretycznym, jeden metodyczny i jeden empiryczny. Układ rozdziałów jest spójny i logiczny a proporcje pomiędzy nimi odpowiednie. Warto podkreślić, że praca napisana jest dobrym językiem. Autorka zadbała o to, aby czytelnik lepiej odnajdywał się w jej treści prowadząc logiczny wywód i jednocześnie wzbogacając go licznymi schematami ułatwiającymi odbiór prezentowanych w monografii zagadnień.

Stronę merytoryczną monografii, podobnie jak stronę formalną, oceniam wysoko. Centralnym pojęciem pracy Autorka uczyniła eWOM, czyli komunikację nieformalną między konsumentami za pośrednictwem Internetu. Pracę rozpoczyna wstęp, w którym Habilitantka przedstawia lukę badawczą. Na podstawie przeprowadzonych studiów literaturowych zauważa, iż w dotychczasowych badaniach nad perswazyjnością komunikacji eWOM stosunkowo mało miejsca poświęcono emocjom dyskretnym. Autorka podjęła zatem próbę wypełnienia tej luki, koncentrując swoją uwagę na polskich konsumentach, a więc osądzając zagadnienie w konkretnych uwarunkowaniach kulturowych, które wydają się być istotne z punktu widzenia możliwości modyfikacji reakcji na przekazy eWOM i objaśnienia dynamiki wymiany informacji między konsumentami.

Część teoretyczna pracy (rozdziały 1–3) to sprawny przegląd pojęć i koncepcji dotyczących kluczowego zagadnienia, czyli nieformalnej komunikacji między konsumentami za pośrednictwem Internetu (eWOM). Autorka, łącząc formę narracyjnego i systematycznego przeglądu literatury, przedstawiła krytyczną dyskusję istniejącego stanu wiedzy w każdym z omawianych obszarów. Podjęła próbę holistycznego usystematyzowania wiedzy dotyczącej

komunikacji eWOM z perspektywy marketingowej, zaproponowała rekonceptualizację głównego pojęcia, proponując autorską definicję, umożliwiającą zaakcentowanie idiosynkratycznych cech tego typu komunikacji. Omówiła znaczenie komunikacji eWOM w procesie podejmowania decyzji nabywczych, wskazując jednocześnie na rolę i uwarunkowania zaangażowania konsumentów w przebieg tej komunikacji. Kontynuując pogłębione rozważania teoretyczne szczególną uwagę zwróciła na uwarunkowania perswazyjności komunikacji eWOM, w tym zwłaszcza na emocjonalne atrybuty komunikatów.

W rozdziałach teoretycznych autorski wkład polega głównie na uporządkowaniu i systematyzacji aktualnej wiedzy. Jest to bardzo ważne w obszarach wiedzy, które rozwijają się w dość szybkim tempie oraz dodatkowo są analizowane z różnych perspektyw. Systematyzacja wiedzy jest często traktowana jako odtwórczy element rozprawy, jednak w tym przypadku Habilitantka do prezentowanego zagadnienia podeszła w sposób przemyślany i twórczy, wzbogacając fundamenty teoretyczne, np. o autorskie definicje. Habilitanta zadbała o szeroki dobór źródeł, czego wyrazem jest obszerna bibliografia kończąca monografię. Jakość źródeł nie budzi wątpliwości. W ich doborze dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka uwzględniła zarówno wyniki badań prowadzonych w kraju, jak również ustalenia badawcze i wątki dyskutowane w literaturze światowej. Dogłębne studia literaturowe, oparte na bogatej i aktualnej literaturze przedmiotu pozwoliły Habilitantce stworzyć odpowiednie tło teoretyczne problemu badawczego, który w dalszej kolejności poddany został analizie empirycznej.

Opracowany i zastosowany przez Autorkę proces badawczy obejmował trzy kluczowe etapy: (1) studia literaturowe, (2) serię eksperymentów online, (3) analizę danych oraz testowanie i weryfikację hipotez. Przeprowadzona przez Habilitantkę procedura została czytelnie przedstawiona w pracy (s. 18).

Punktem wyjścia podjętych w monografii rozważań był sformułowany przez Autorkę cel pracy, który w ogólnym zarysie odnosił się do pogłębienie wiedzy z zakresu perswazyjnych efektów komunikacji eWOM, w szczególności poprzez identyfikację znaczenia emocji dyskretnych ujawnianych przez twórców komunikatów (w recenzjach internetowych) w procesach nabywczych konsumentów, w odniesieniu do produktów typu *search* i *experience*. Cel główny został przez Autorkę zdekomponowany na cele szczegółowe, wśród których wskazała Ona na cel teoretyczny, metodologiczny oraz cel empiryczny. Celem teoretycznym było przede wszystkim uporządkowanie koncepcji teoretycznych objaśniających

komunikację eWOM jako procesu dzielenia się informacjami między konsumentami w środowisku wirtualnym. W celu teoretycznym pojawia się sformułowanie, iż jest nim również „*rozszerzenie teorii z zastosowaniem podejścia eksperymentalnego (...) w zakresie perswazyjnych efektów wywołanych przez emocjonalne atrybuty komunikatów eWOM (recenzji online)*”. Takie sformułowanie budzi pewne wątpliwości. Co oznacza zdaniem Autorki owo rozszerzenie teorii – czy jest to jej uzupełnienie o wybrany aspekt, czy też weryfikacja wybranych, dotychczasowych osiągnięć, a może zaproponowanie nowych, alternatywnych koncepcji teoretycznych objaśniających omawiane zjawisko? Kwestię tę warto było już na samym początku doprecyzować. Celem metodycznym było uporządkowanie metodologicznych aspektów badania perswazyjności komunikacji eWOM i na tej podstawie wypracowanie procedury własnego badania. Z kolei cel empiryczny, jak pisze Autorka nawiązywał do poszerzenia istniejącej wiedzy w zakresie efektów perswazyjnych wywołanych przez emocjonalne atrybuty recenzji internetowej, tj. walencję przekazu oraz ujawniane emocje dyskretnie. W mojej ocenie zaproponowany przez Habilitantkę system celów jest właściwie skonstruowany, jednocześnie, w przeprowadzonych w pracy rozważaniach, możliwe jest odniesienie się do sformułowanych przez Autorkę celów.

Przyjmując za punkt wyjścia postawione cele Habilitantka sformułowała pięć pytań badawczych oraz siedem hipotez głównych i aż dwadzieścia jeden hipotez szczegółowych, które Autorka określa jako kierunkowe. Odnosząc się do hipotez mam jednak pewne wątpliwości dotyczące ich sformułowania. Po pierwsze już hipotezy główne są bardzo rozbudowane, najczęściej zawierają w sobie aż trzy elementy, które Badaczka oznacza literami (a), (b) i (c). Teoretycznie zatem każda z hipotez głównych może być zweryfikowana na wiele różnych sposobów, w zależności od tego, który element hipotezy zostanie odrzucony i/lub w odniesieniu, do którego zostanie stwierdzone, iż nie ma podstaw do jego odrzucenia. Dodatkowo Autorka wprowadzając hipotezy kierunkowe utrudniła sobie weryfikację hipotez głównych, ponieważ w tych hipotezach ponownie są dwa a nawet trzy różne elementy do weryfikacji (tu najczęściej już nie są one w żaden sposób oznaczone). Takie sformułowanie hipotez bardzo utrudnia ich jednoznaczną weryfikację. Hipotezy obejmują bowiem kombinacje różnych zależności. Ujęcie w jednej hipotezie wpływu kilku czynników powoduje potencjalne niejasności i trudności interpretacyjne w przypadku, gdy weryfikacja wpływu jednego czynnika okazuje się być zgodna z przewidywaniami, a kolejnego czy kolejnych już nie. Ten problem w istocie pojawia się w końcowej części monografii, gdzie Autorka dokonuje

interpretacji zweryfikowanych przez siebie hipotez. Próbuąc poradzić sobie z problemem unika jednoznacznego sformułowania, czy na podstawie przeprowadzonych przez Nią badań daną hipotezę należy odrzucić, czy też stwierdzić, że nie ma podstaw do jej odrzucenia (a w taki sposób, ze statystycznego punktu widzenia, interpretuje się hipotezy). Odnosząc się do zweryfikowanych zależności, stosuje pewien zabieg stwierdzając ostatecznie, że niektóre hipotezy są częściowo potwierdzone (s. 271 i nast.). Dodatkowo niektóre z hipotez kierunkowych, ale także głównych (np. hipoteza H5) nie mają, w mojej opinii, wystarczającego poparcia w literaturze (brak odniesień do konkretnych pozycji literaturowych). Pomimo pewnych wątpliwości doceniam jednak fakt, że Autorka mając świadomość wielu zależności, które ujęła w postawionych hipotezach, postarała się maksymalnie ułatwić czytelnikowi zorientowanie się w ich systemie, ułatwiając odbiór poprzez ich przejrzyste zaprezentowanie w pracy w formie tabelarycznej (s. 202-204).

Podstawą weryfikacji postawionych hipotez badawczych były przeprowadzone przez Habilitantkę badania empiryczne. Autorka przyjęła podejście ilościowe (paradygmat pozytywistyczny). Zastosowała często stosowaną w tego typu badaniach procedurę eksperymentu czynnikowego międzygrupowego. Przeprowadziła badanie empiryczne, na które składała się seria trzech eksperymentów online. Poszczególne etapy badania zostało szczegółowo zaprezentowane. Opis tej części jest wystarczający, a wybory Autorki odnośnie do kolejnych etapów badania, ich zakresu oraz wykorzystanych technik odpowiednio uzasadnione. Przedstawiony model nie jest nadmiernie rozbudowany i wynika bezpośrednio z wcześniej przeprowadzonych analiz.

Proces badawczy oceniam jako zgodny z rygiorem metodologicznym. Na podkreślenie zasługuje wysoki poziom rzetelności badawczej, właściwa analiza wyników, jak również trafność wnioskowania. Przeprowadzone przez Habilitantkę badania pozwoliły sformułować szereg interesujących poznawczo wniosków dotyczących efektów perswazyjnych wywoływanych przez emocjonalne atrybuty komunikatów eWOM w procesach decyzji nabywczych konsumentów. Owe wnioski pozwalają na lepsze rozumienie istoty tej formy komunikacji, co może prowadzić do realizacji korzyści zarówno dla organizacji (dostarczającej konsumentom dobra i usługi), jak i samych konsumentów. Pewien niedosyt może budzić jednak słabo uwypuklony kontekst kulturowy, Autorka prowadząc badania i opisując ich wyniki skoncentrowała swoją uwagę na polskich konsumentach. W pracy zabrakło jednak szerszego odniesienia się do uwarunkowań kulturowych, które jak wcześniej wspomniałam

wydają się być istotne z punktu widzenia możliwości modyfikacji reakcji na przekazy eWOM i objaśnienia dynamiki wymiany informacji między konsumentami.

Podsumowując, w mojej ocenie podjęty przez dr Małgorzatę Budzanowską-Drzewiecką problem badawczy cechuje oryginalność oraz interdyscyplinarność. Wybór zarówno problemu badawczego podjętego w monografii, jak również przyjętej perspektywy teoretycznej i empirycznej pozwalają stwierdzić, iż recenzowana monografia mieści się w obszarze nauk o zarządzaniu i jakości. Stwierdzam, iż wskazane przez dr Małgorzatę Budzanowską-Drzewiecką osiągnięcie naukowe w formie monografii naukowej zatytułowanej: *Nieformalna komunikacja między konsumentami za pośrednictwem internetu (eWOM). Charakter i efekty perswazyjne* można uznać za wartościowe studium teoretyczno-empiryczne, które wnosi znaczny wkład w rozwój wiedzy w obszarze nauk o zarządzaniu i jakości.

Wkład dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej w rozwój dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości wykazany we wskazanym osiągnięciu naukowym, wyraża się przede wszystkim w:

- uporządkowaniu i systematyzacji wiedzy dotyczącej nieformalnej komunikacji między konsumentami za pośrednictwem Internetu i wpływu tej komunikacji na decyzje nabywcze konsumentów,
- opracowaniu procedury badań empirycznych i autorskich narzędzi badawczych pozwalających na wnioskowanie o zależnościach przyczynowo-skutkowych omawianych w pracy zagadnień,
- identyfikacji podstawowych prawidłowości dotyczących uwarunkowań perswazyjności eWOM wraz z określeniem kierunków oddziaływania ujawnianych w komunikatach emocji dyskretnych na decyzje nabywcze konsumentów.

Wobec powyższego, w mojej ocenie, drugi wymóg ustawy został przez dr Małgorzatę Budzanowską-Drzewiecką spełniony.

V. Ocena istotnej aktywności naukowej albo artystycznej realizowanej w więcej niż jednej uczelni, instytucji naukowej lub instytucji kultury, w szczególności zagranicznej (wymóg wynikający z art. 219 ust. 1, pkt. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce*)

Oceniając aktywność naukową dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej po uzyskaniu stopnia doktora należy wskazać na opublikowanie łącznie 77 prac, w tym:

- 2 monografii,
- 20 rozdziałów w monografiach,
- 7 współredakcji monografii oraz 2 współredakcje serii monograficznych,
- 45 artykułów w czasopismach naukowych,
- 3 publikacji konferencyjnych.

Kandydatka wykazała w swoim dorobku 3 prace w czasopismach posiadających Impact Factor. Jej sumaryczny IF wynosi 16.8; Indeks H publikacji dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej wynosi: 1 (*Web of Science*), 2 (*Scopus*), 7 (*Publish or Perish*). Jej wskaźniki cytowań wynosiły na dzień 18 września 2023 roku: 7 (*Web of Science*), 11 (*Scopus*), 193 (*Publish or Perish*). Wśród czasopism, w których dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka publikowała można wskazać m.in.: *International Journal of Marketing Communication and New Media* (IF=0.4), *Management of Environmental Quality: An International Journal* (IF=5.3), *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (IF=11.1).

Dorobek publikacyjny Habilitantki wpisuje się w obszar nauk o zarządzaniu i jakości, jest spójny i koncentruje się wokół zagadnień związanych z:

- zachowaniami konsumentów (w kontekście marketingowym),
- komunikacją marketingową i jej oddziaływaniem na konsumentów,
- społecznie odpowiedzialnymi zachowaniami pracowników i organizacji.

Wskazane obszary badawcze konsekwentnie poszerzane o nowe, istotne i aktualne zagadnienia odzwierciedlają rozwój naukowy Kandydatki.

Pozytywnie oceniam aktywność publikacyjną Kandydatki po uzyskaniu stopnia doktora, łącznie 77 publikacji to dobry wynik, średniorocznie daje on ponad 4 publikacje od uzyskania stopnia doktora. Rekomendować można byłoby jedynie pracę nad jego upowszechnianiem ze względu na wskaźniki cytowalności, zwłaszcza, że badania Habilitantki uważam za wartościowe i rzetelne, a tym samym warte zaprezentowania w cenionych periodykach.

W tym miejscu godnym podkreślenia jest fakt, że wyłaniająca się z dzieł, które ukazały się w ostatnich latach, strategia publikacyjna Habilitantki wyraźnie przenosi akcent na upowszechnianie osiągnięć badawczych w czasopismach o uznanej, międzynarodowej renomie.

Habilitantka w okresie po uzyskaniu stopnia doktora wykazywała również aktywność w zakresie realizacji projektów badawczych oraz współpracy z innymi ośrodkami naukowymi w Polsce i za granicą. Aktywność ta polegała w szczególności na:

- odbyciu miesięcznego stażu o charakterze naukowo-badawczym w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, w Katedrze Badań Zachowań Konsumentów (Kolegium Zarządzania i Finansów); opiekunem stażu był dr hab. Adrian Lubowiecki-Vikuk, prof. SGH;
- uczestnictwie w programach europejskich, takich jak: (1) Projekt *Kompetentnie ku Przyszłości*, projekt zrealizowany przez Centrum Rozwoju Strategicznego Wyższej Szkoły Europejskiej im. ks. J. Tischnera, finansowany przez UE w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, (2) Projekt Rozwoju Uniwersytetu Jagiellońskiego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020, współfinansowany przez UE w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, (3) Program Erasmus+, w ramach Staff Mobility for Teaching: University of Valladolid Campuse in Segiovia (Hiszpania) oraz Staff Mobility for Training: University of Applied Labour Studies w Mannheim (Niemcy);
- współpracy naukowo-badawczej z pracownikami z innych ośrodków naukowych: (1) polskich: Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej, Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Uniwersytetu WSB Merito, Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego; (2) zagranicznych: University of Applied Labour Studies w Mannheim (Niemcy), Nottingham Business School;
- udziale w konferencjach naukowych (Habilitantka wzięła udział łącznie w 88 konferencjach, z czego 49 miało charakter naukowy oraz 7 naukowo-dydaktyczny);
- recenzjach tekstów naukowych (Habilitantka wykonała 75 recenzji prac naukowych, w tym 20 dla czasopism międzynarodowych oraz 7 zgłoszonych na konferencje międzynarodowe).

Zakres oraz rezultaty przedstawionej przez Kandydatkę współpracy z innymi ośrodkami naukowymi należy ocenić jako odpowiadające wymaganiom, tym bardziej, że większość z nich dała konkretne efekty ich realizacji, najczęściej w postaci publikacji naukowych.

Wobec powyższego stwierdzam, że przedstawione osiągnięcia publikacyjne oraz aktywność naukowa dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej w więcej niż jednej uczelni, w tym w uczelniach zagranicznych spełniają trzeci wymóg ustawy.

Habilitantka wykazała się również istotnymi osiągnięciami w zakresie pracy organizacyjnej, aktywności dydaktycznej oraz działalności na rzecz otoczenia społeczno-gospodarczego. Osiągnięcia te, zgodnie z wymogami ustawowymi, nie stanowią jednak przedmiotu oceny w postępowaniu o nadanie stopnia doktora habilitowanego.

VI. Konkluzja

Podsumowując ocenę osiągnięć naukowych doktor Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej ubiegającej się o nadanie stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości, stwierdzam, że spełniają one kryteria określone w art. 219., pkt. 1, 2 i 3, ustawy z dnia 20 lipca 2018 roku *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce*, w szczególności Kandydatka posiada stopień naukowy doktora, posiada w dorobku osiągnięcie naukowe w postaci monografii wnoszącej znaczny wkład w rozwój dyscypliny naukowej nauki o zarządzaniu i jakości, a także wykazała się aktywnością naukową realizowaną w innych niż macierzysta instytucjach naukowych, w tym zagranicznych. W związku z powyższym popieram wniosek dr Małgorzaty Budzanowskiej-Drzewieckiej o nadanie stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.

/Dr hab. Justyna Łapińska, prof. UMK/