

13.12.2024 r.

# Spotkanie podsumowujące

Naukowy program szkoleniowo-mentoringowy  
**Science-Up**

*Informujemy, że spotkanie jest nagrywane!*

Zadanie publiczne współfinansowane ze środków otrzymanych w 2024 r. od Ministra Nauki w ramach konkursu „Organizowanie i animowanie działań na rzecz środowiska akademickiego”



# ScienceUp<sup>1</sup>

PROGRAM DLA MŁODYCH NAUKOWCÓW



# Agenda

 10:00

## Podsumowanie programu i omówienie osiągniętych rezultatów

prowadzący: dr Marcin J. Piątkowski

 10:30

## Panel dyskusyjny

prowadzący: Bartłomiej Bednarz

Wystąpią: **prof. Edyta Rudawska** - Uniwersytet Szczeciński  
**dr hab. Adam Sulich, prof. UEW** - Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
**Karol Patla** - Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie  
**Dominika Klucznik** - Uniwersytet Jagielloński

 11:00

## Prezentacje uczestników

Wystąpią: **Anna Marszałek** - Uniwersytet Szczeciński  
**Jakub Misztal** - Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie  
**Maksymilian Decowski** - Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie  
**Marta Krypczyk** - Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach



# Science-Up to zadanie publiczne

Zadanie publiczne współfinansowane ze środków otrzymanych w 2024 r. od Ministra Nauki w ramach konkursu „Organizowanie i animowanie działań na rzecz środowiska akademickiego”



# Partnerzy

Uniwersytety i katedry



Katedra Zarządzania Publicznego  
i Nauk Społecznych Uniwersytetu  
Ekonomicznego w Katowicach



Katedra Przedsiębiorczości  
Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania  
w Rzeszowie



# Partnerzy

Instytucje publiczne i organizacje pozarządowe



Patronat honorowy: Łukasz Smółka  
Marszałek Województwa Małopolskiego



Podmioty i inicjatywy świata nauki



# Partnerzy

Patroni medialni

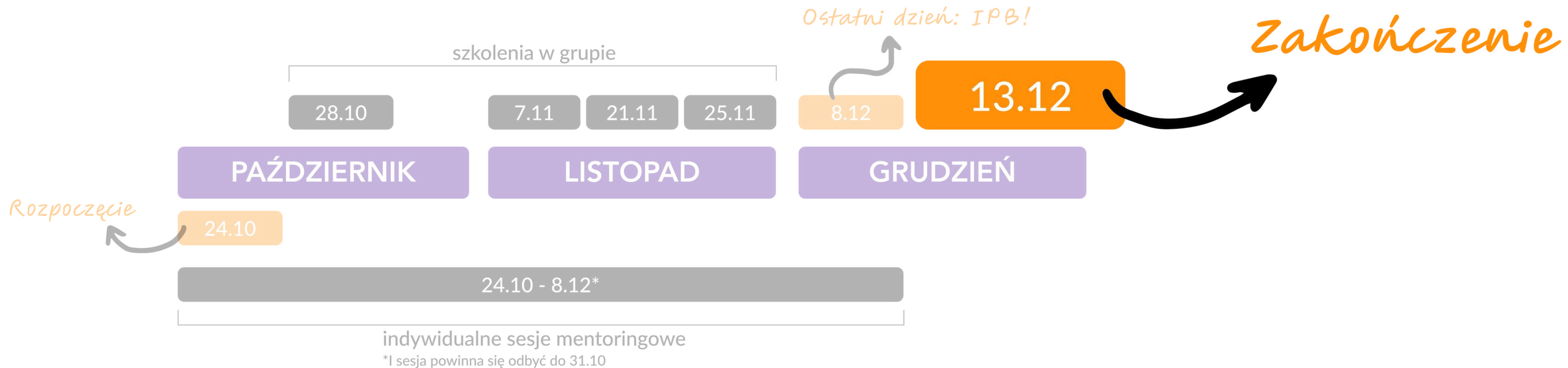


Organizacje studenckie i koła naukowe





# Gdzie dziś jesteśmy?



# Przypomnijmy założenia programu...



## **SZKOLENIA**

Cztery szkolenia  
dopasowane do programu



## **MENTORING**

Pięć indywidualnych sesji  
mentoringowych



## **PRACA INDYWIDUALNA**

Nad indywidualnym  
planem badawczym



# Wzięliście udział w szkoleniach...

#1

JAKI TEMAT?

Jak poprawnie korzystać z baz danych online (zasobów literaturowych)?

KTO POPROWADZIŁ?

**Julianna Czyż, Daniel Fidała**

pracownicy Biblioteki Głównej UE we Wrocławiu

#2

JAKI TEMAT?

Planowanie badań i opracowywanie indywidualnego planu badawczego

KTO POPROWADZIŁ?

**dr hab. Jarosław Korpysa, prof. US**

Uniwersytet Szczeciński

#3

JAKI TEMAT?

Jak pisać teksty naukowe?

KTO POPROWADZIŁ?

**dr hab. Piotr Siuda, prof. UKW**

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

#4

JAKI TEMAT?

Współpraca z czasopismem naukowym

KTO POPROWADZIŁ?

**Jan Majdecki**

Warszawska Firma Wydawnicza

...oraz sesjach mentoringowych

175

sesji 1:1  
z mentorem



## Wyniki

# 100%

## uczestników

opracowało i dostarczyło  
w terminie Indywidualny  
Plan Badawczy



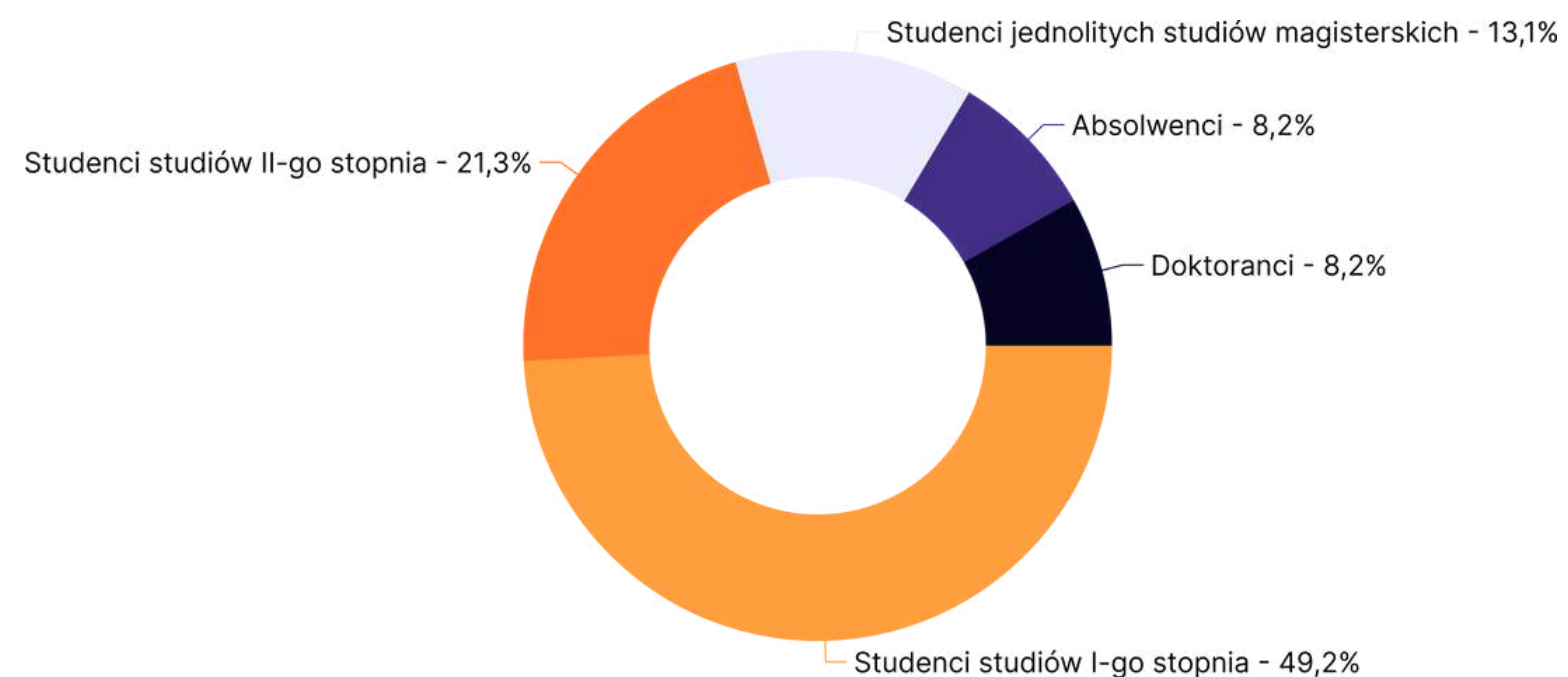
# Kilka statystyk...

ScienceUp<sup>7</sup>

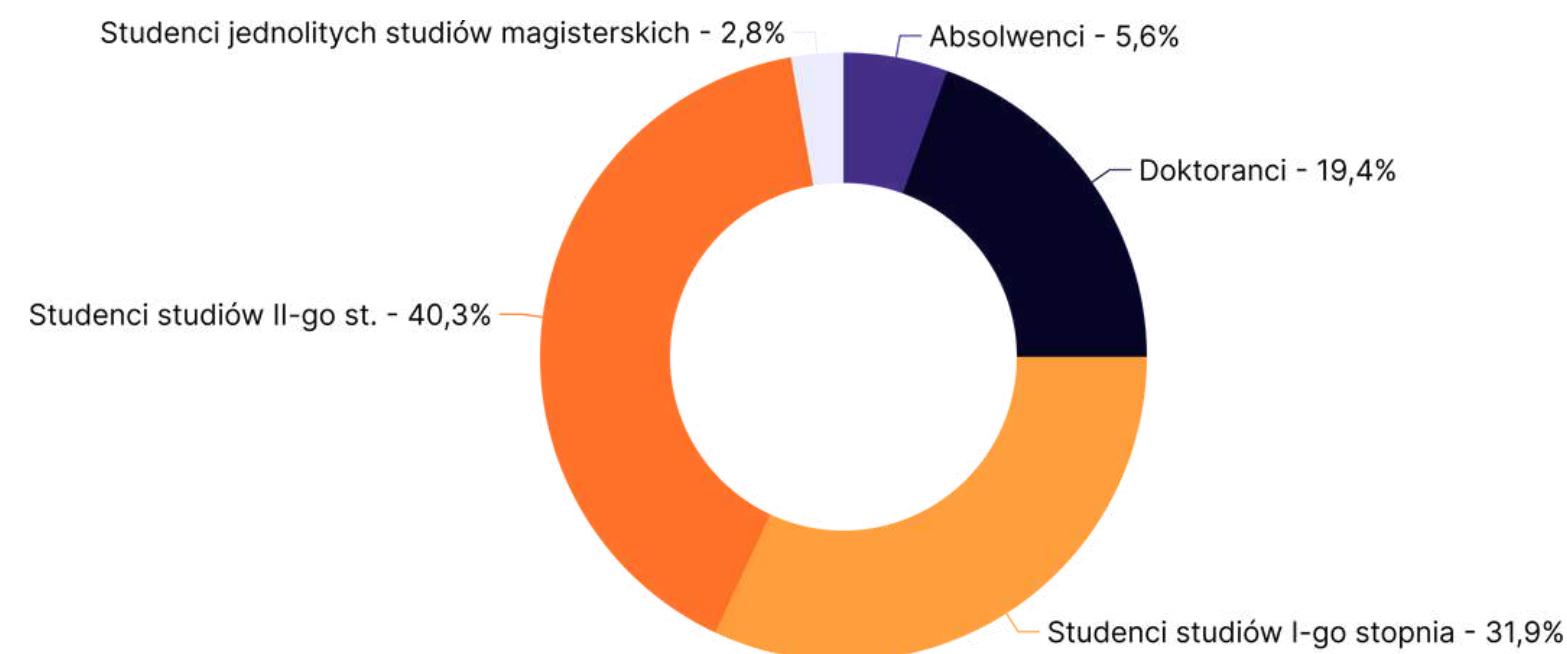


# Struktura aplikujących do programu Science-Up według rodzajów studiów

## I edycja - 2023



## II edycja - 2024



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z formularzy rekrutacyjnych do programu

# Uczestnicy II edycji programu Science-Up według uczelni

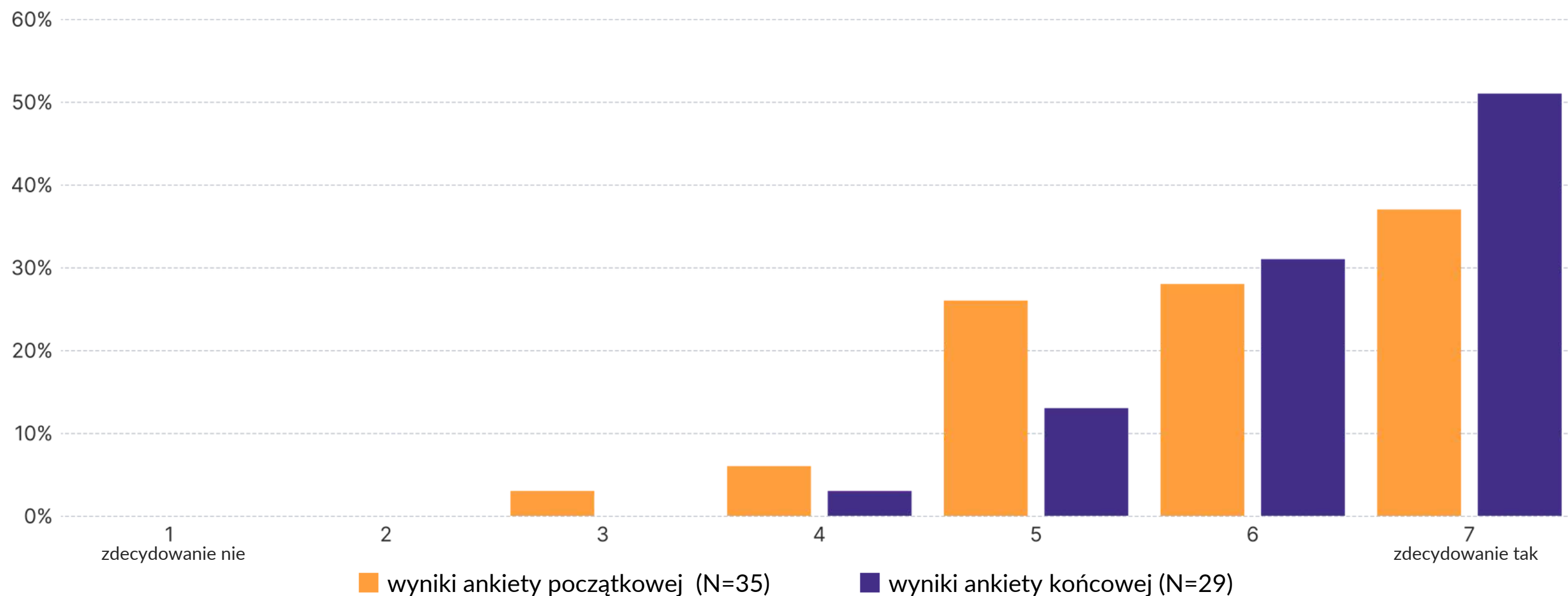
Nazwa uczelni	Liczba uczestników
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach	7 osób
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie	6 osób*
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie	5 osób
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu	5 osób
Uniwersytet Warszawski	2 osoby*
Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu	2 osoby
Uniwersytet Jagielloński	2 osoby
Uniwersytet Opolski	2 osoby
Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie	2 osoby
Uniwersytet Łódzki	1 osoba
Uniwersytet Rolniczy im. H. Kołłątaja w Krakowie	1 osoba
Uniwersytet Szczeciński	1 osoba

\* jedna osoba zgłosiła się do programu jako student kształcący się równolegle na dwóch uczelniach SGH oraz UW, stąd łączna liczba osób nie jest równa ostatecznej liczbie uczestników programu (35).



# Wyniki ankiet uczestników II edycji Science-Up

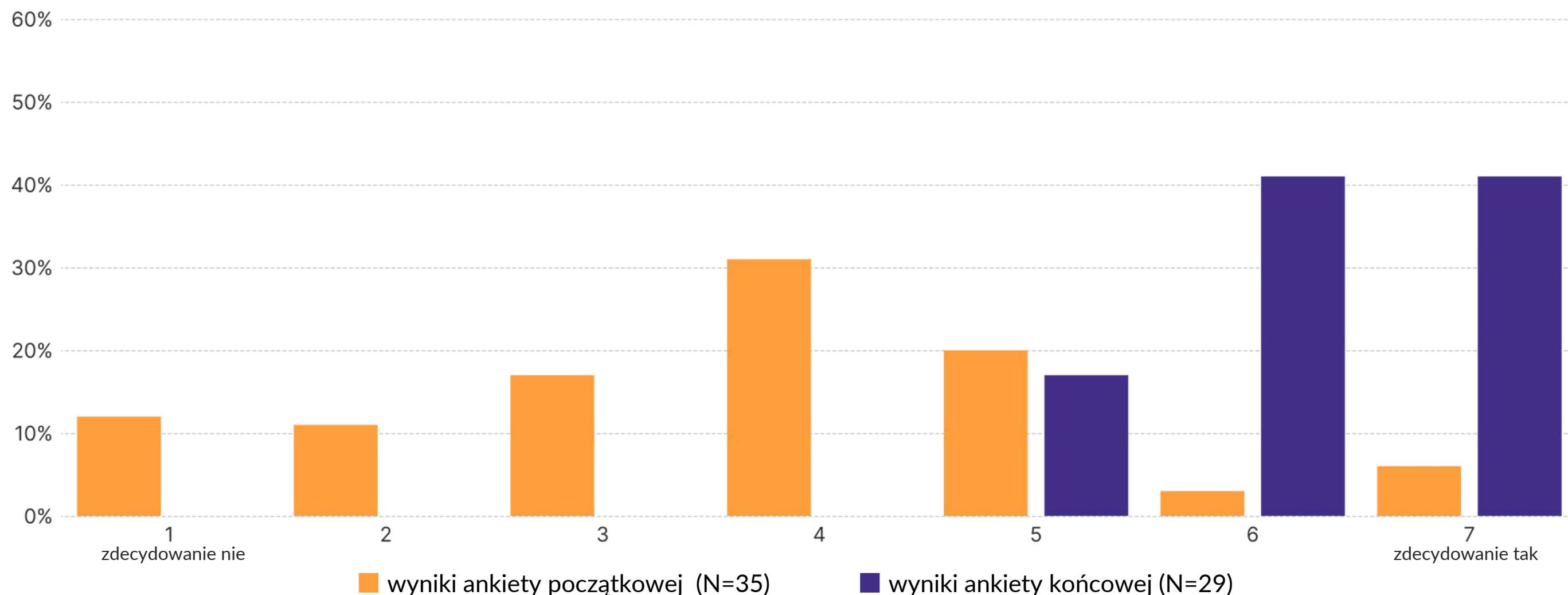
**Pytanie:** Jestem wewnętrznie zmotywowany(-a) do rozwoju naukowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z ankiet ewaluacyjnych

# Wyniki ankiet uczestników II edycji Science-Up

**Pytanie:** Posiadam wiedzę na temat planowania badań naukowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z ankiet ewaluacyjnych

# Wyniki ankiet uczestników II edycji Science-Up

**Pytanie:** Potrafię zdefiniować problem badawczy oraz określić metodykę badania



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z ankiet ewaluacyjnych

# Wyniki ankiet uczestników II edycji Science-Up

**Pytanie:** Posiadam wiedzę na temat narzędzi pomocnych w pisaniu tekstów naukowych

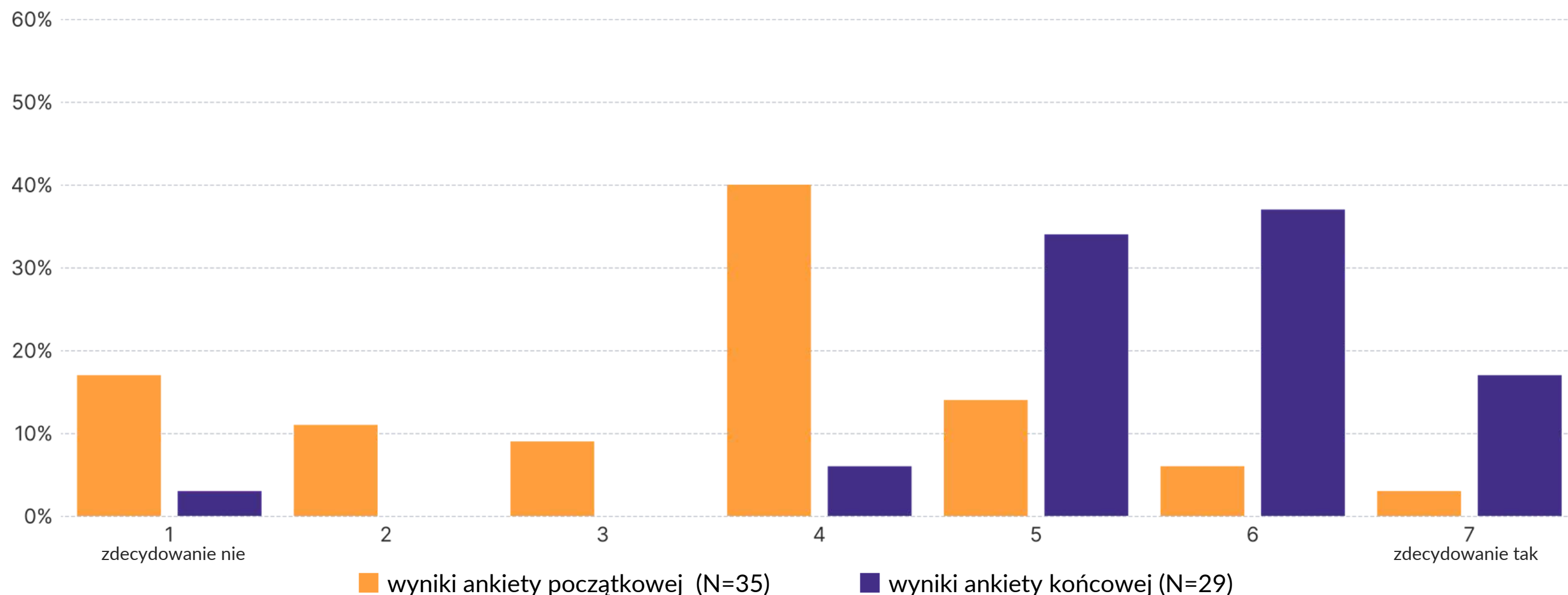


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z ankiet ewaluacyjnych



# Wyniki ankiet uczestników II edycji Science-Up

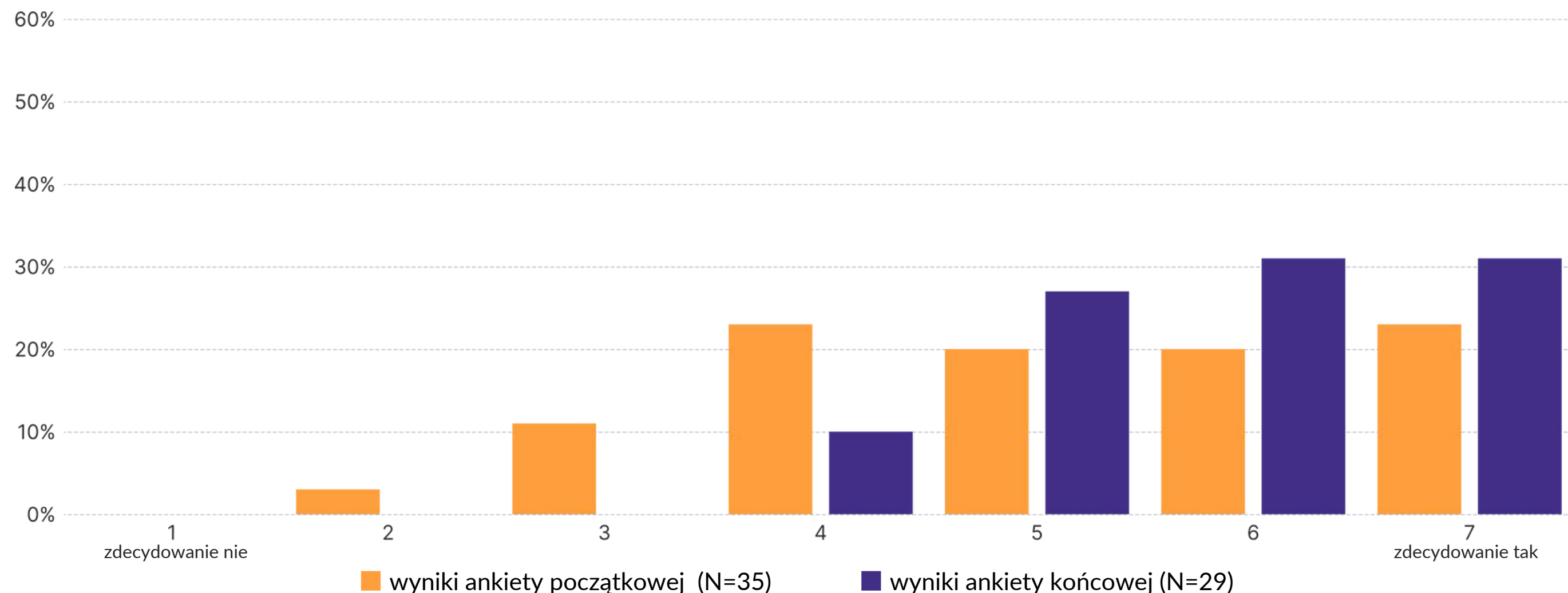
**Pytanie:** Posiadam umiejętność tworzenia tekstów naukowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z ankiet ewaluacyjnych

# Wyniki ankiet uczestników II edycji Science-Up

**Pytanie:** Potrafię jasno i czytelnie formułować myśli w formie ustnej



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z ankiet ewaluacyjnych

# Wyniki ankiet uczestników II edycji Science-Up

**Pytanie:** Potrafię jasno i czytelnie formułować myśli w formie pisemnej



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z ankiet ewaluacyjnych

# Wyniki ankiet uczestników II edycji Science-Up

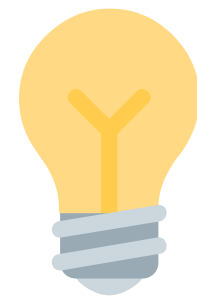
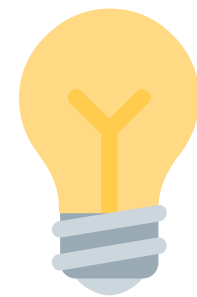
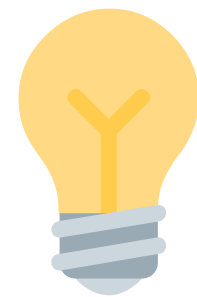
**Pytanie:** Posiadam wiedzę na temat procedury zgłaszania i publikacji tekstów naukowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z ankiet ewaluacyjnych



# Plany badawcze: tematy, autorzy i mentorzy





MENTOR

**prof. dr hab. Aldona Frączkiewicz-Wronka**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach**

Katedra Zarządzania Publicznego i Nauk Społecznych

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Projektowanie zmian organizacji świadczenia usług rehabilitacyjnych w konsekwencji syntezy wiedzy na temat oceny jakości usług w badanym podmiocie leczniczym**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Maciej Bogacz**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Ocena satysfakcji górników korzystających z badań medycyny pracy jako czynnik determinujący zmianę zachowań menedżera.**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Natalia Grzyb**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach





MENTOR

**dr hab. Ewa Gałęcka-Burdziak, prof. SGH**

**Szkoła Główna Handlowa w Warszawie**

Katedra Ekonomii I

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Rozmyta jakościowa analiza porównawcza (fsQCA)  
w ocenie wpływu determinantów zaangażowania  
w pracę przedstawicieli pokolenia Z**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Julianna Koczy**  
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Wpływ reguł fiskalnych i ich przestrzegania na  
wycenę skarbowych papierów wartościowych i ocenę  
stabilności dług**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Paulina Masternak**  
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie





MENTOR

**dr hab. Sławomir Gawroński, prof. WSiZ**

**Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie**  
Katedra Mediów i Komunikacji Społecznej

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Czynniki aktywizujące odbiorców mediów  
społecznościowych na przykładzie kampanii „Strajk  
Kobiet”**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Zuzanna Madej**  
Uniwersytet Opolski





MENTOR

**dr Zofia Gródek-Szostak**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie**

Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Innowacje w sektorze bankowym oparte na AI –  
perspektywa klienta**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Maryia Kamila Makauchuk**  
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie



MENTOR

**dr Tomasz Grzegorzczak**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu**

Katedra Zarządzania Międzynarodowego

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Virtual Reality jako narzędzie w nauce języka angielskiego: Badanie efektywności i motywacji uczniów w szkołach średnich**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Michał Sielski**

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Wykorzystanie ChatuGPT przez pracowników akademickich a technostres**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Agnieszka Stadnicka**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach





MENTOR

**dr hab. Danuta Kabat-Rudnicka, prof. UEK**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie**

Katedra Polityki Ekonomicznej i Programowania Rozwoju

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Bilans zysków i strat Federacji Rosyjskiej w kontekście wojny w Ukrainie**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Piotr Iskrzak**

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Zarządzanie bankiem centralnym a realizacja celów polityki pieniężnej – NBP jako studium przypadku**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Jerzy Sordyl**

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie





MENTOR

**dr hab. Rafał Kasprzak, prof. SGH**

**Szkoła Główna Handlowa w Warszawie**

Zakład Marketingu Wartości

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Wpływ systemu perspektywy kamery (SPK) na doświadczenia gracza w grach wideo**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Maksymilian Decowski**

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania  
w Rzeszowie

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Próba określenia kryteriów skuteczności dla wdrożenia elementów gamifikacji z perspektywy modelu biznesowego**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Wojciech Fokczyński**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu





MENTOR

**dr hab. Arkadiusz Kawa, prof. WSL**

**Wyższa Szkoła Logistyki w Poznaniu**  
Katedra Logistyki

**Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu**  
Katedra Relacji Biznesowych i Marketingu Międzynarodowego

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Wpływ NTMs na wymianę handlową pomiędzy  
Polską/UE a Chinami na przykładzie e-commerce**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Karol Patla**  
Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja  
w Krakowie



MENTOR

**dr Magdalena Kowalska**

**Uniwersytet Szczeciński**

Katedra Marketingu

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Postrzeganie i akceptacja chatbotów jako głównego kanału komunikacji w relacjach B2C: Analiza preferencji i oczekiwań generacji Z**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Marta Krypczyk**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach





MENTOR

**prof. dr hab. Regina Lenart-Gansiniec**

**Uniwersytet Jagielloński**  
Instytut Spraw Publicznych

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Partnerstwo publiczno-społeczne: systematyczny przegląd literatury**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Patrycja Paszek**  
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Doświadczenia związane z macierzyństwem w kontekście podejmowania decyzji przez kobiety liderki w branży IT**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Dorota Szydłowska**  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie



MENTOR

**dr Bartłomiej Lisicki**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach**

Katedra Rachunkowości

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Wpływ czasu realokacji składowych portfela ETF-ów  
na efektywność inwestycji w świetle teorii portfelowej  
Markowitza**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Tomasz Bokun**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu





MENTOR

**dr hab. Artur Modliński**

**Uniwersytet Łódzki**

Katedra Zarządzania

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Zakupy w wirtualnym sklepie a prawa konsumenckie**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Radosław Budnik**  
Uniwersytet Opolski

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Model oceny dojrzałości przedsiębiorstw do wdrażania rozwiązań sztucznej inteligencji w przedsiębiorstwach**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Ewelina Ząb**  
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu



MENTOR

**dr hab. Agata Niemczyk, prof. UEK**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie**

Katedra Turystyki

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Kuchnia regionalna w promocji turystycznej  
Suwalszczyzny – perspektywa władz lokalnych**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Dominika Klucznik**  
Uniwersytet Jagielloński



MENTOR

**dr Aneta Oleksy-Gębczyk**

**Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu**

Katedra Ekonomii i Finansów

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Wpływ wizerunku marki oraz instrumentów marketingu relacji na zachowania konsumentów na przykładzie marki Suzuki**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Mateusz Krzyżak**

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu





MENTOR

**dr Katarzyna Peter-Bombik**

**Uniwersytet Jagielloński**

Zakład Zarządzania Organizacjami Pozarządowymi

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Rentowność a płynność finansowa przedsiębiorstw  
działających w branży spożywczej na Ślądeczczyźnie**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Kamil Wojciechowski**

Akademia Nauk Stosowanych  
w Nowym Sączu



MENTOR

**dr Marcin J. Piątkowski**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie**

Katedra Przedsiębiorczości i Innowacji

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**E-commerce jako zagrożenie nadmiernego konsumpcjonizmu**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Jakub Misztal**

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie



MENTOR

**prof. dr hab. Edyta Rudawska**

**Uniwersytet Szczeciński**

Katedra Marketingu

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Komunikacja w zarządzaniu zespołem projektowym –  
identyfikacja luk badawczych i kierunków przyszłych  
badań**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Anna Marszałek**  
Uniwersytet Szczeciński







MENTOR

**dr Joanna Rzempła**

**Uniwersytet Szczeciński**

Katedra Organizacji i Zarządzania

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Kompetencje indywidualne w organizacjach  
badawczo-rozwojowych (B+R)**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Anna Ziólkowska**  
Uniwersytet Łódzki



MENTOR

**dr hab. Katarzyna Sanak-Kosmowska, prof. UEK**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie**

Katedra Marketingu

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Wpływ transferów piłkarskich na postawy i lojalność kibiców wobec klubu i zawodnika**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Oliwia Miernik**  
Uniwersytet Jagielloński





MENTOR

**dr hab. Tomasz Skica, prof. WSiIZ**

**Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie**

Katedra Przedsiębiorczości

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Neuroróżnorodność na rynku pracy: rola instytucji, prawa i pracodawców w promowaniu inkluzywności i redukcji nierówności**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Marlena Szczur**

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania  
w Rzeszowie

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Czynniki motywujące oraz demotywujące do korzystania z roweru jako środka transportu w mieście Wrocław**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Filip Ziota**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu



MENTOR

**dr inż. Adam Sulich, prof. UEW**

**Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu**

Katedra Zaawansowanych Badań w Zarządzaniu

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Zarządzanie cyberbezpieczeństwem w zielonych sektorach gospodarki**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Kalina Klich**  
Uniwersytet Warszawski

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Skutki gospodarcze sprawiedliwej transformacji energetycznej**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Julia Wrzał vel Kosowska**  
Szkoła Główna Handlowa





MENTOR

**dr hab. Artur Walasik, prof. UE**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach**  
Katedra Finansów Publicznych

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Wpływ progresji opodatkowania dochodów osobistych na przetrwanie małych przedsiębiorstw w Polsce**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Filip Zieliński**

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie



MENTOR

**dr Martyna Wronka-Pośpiech**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach**

Katedra Przedsiębiorczości i Zarządzania Innowacyjnego

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Czynniki motywujące studentów do dołączenia do organizacji studenckich**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Julia Kalita**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Wpływ lokalnych inicjatyw na rozwój kompetencji cyfrowych seniorów na przykładzie słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku w Bytomiu**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Ewelina Kiedewicz**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach





MENTOR

**dr Marta Ziółkowska**

**Szkoła Główna Handlowa w Warszawie**

Katedra Zrównoważonego Biznesu

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Analiza ryzyka w Afryce Zachodniej w strefie franka CFA**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Zofia Minge**

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie,  
Uniwersytet Warszawski

TEMAT PLANU BADAWCZEGO:

**Wykorzystanie sztucznej inteligencji w polityce międzynarodowej – aspekty społeczne i etyczne**

OPRACOWANY PRZEZ:

**Paulina Życka**

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie



**Panel dyskusyjny**



ScienceUp<sup>7</sup>

# Panel dyskusyjny

prowadzący: Bartłomiej Bednarz

Wystąpią: **prof. Edyta Rudawska** - Uniwersytet Szczeciński

**dr inż. Adam Sulich, prof. UEW** - Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

**Karol Patla** - Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie

**Dominika Klucznik** - Uniwersytet Jagielloński

# Prezentacje uczestników



ScienceUp<sup>7</sup>



# Prezentacje uczestników

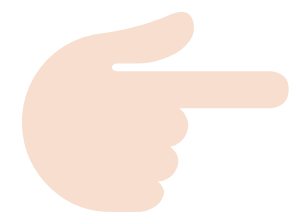
Wystąpią: **Anna Marszałek** - Uniwersytet Szczeciński

**Jakub Misztal** - Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

**Maksymilian Decowski** - Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

**Marta Krypczyk** - Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

## Prezentacje uczestników



**Anna Marszałek**

Uniwersytet Szczeciński

**ScienceUp<sup>7</sup>**

PROGRAM DLA MŁODYCH NAUKOWCÓW

# Udział w programie “Science-Up”



**Anna Marszałek, Uniwersytet Szczeciński**



# Podstawowe informacje



## Mentor

prof. dr hab. Edyta Rudawska,  
Uniwersytet Szczeciński



## Cel

Przygotowanie Indywidualnego  
Planu Badawczego pod artykuł  
naukowy



## Dyscyplina naukowa

Nauki o zarządzaniu i jakości

***“KOMUNIKACJA W ZARZĄDZANIU  
ZESPOŁEM PROJEKTOWYM -  
IDENTYFIKACJA LUK BADAWCZYCH I  
KIERUNKÓW PRZYSZŁYCH BADAŃ”***



# Moje doświadczenia

Kilka słów o moim doświadczeniu w programie

01



Indywidualny Plan  
Badawczy

02



Współpraca z  
mentorem

03



Przygotowanie  
artykułu  
naukowego

04



Oczekiwanie na  
recenzję





**DZIĘKUJĘ  
ZA UWAGĘ ;)**

**Anna Marszałek**



<https://www.linkedin.com/in/anna-marszalek00/>

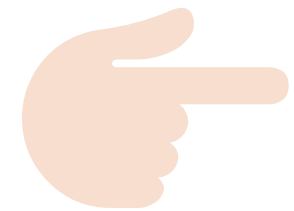


Uniwersytet Szczeciński



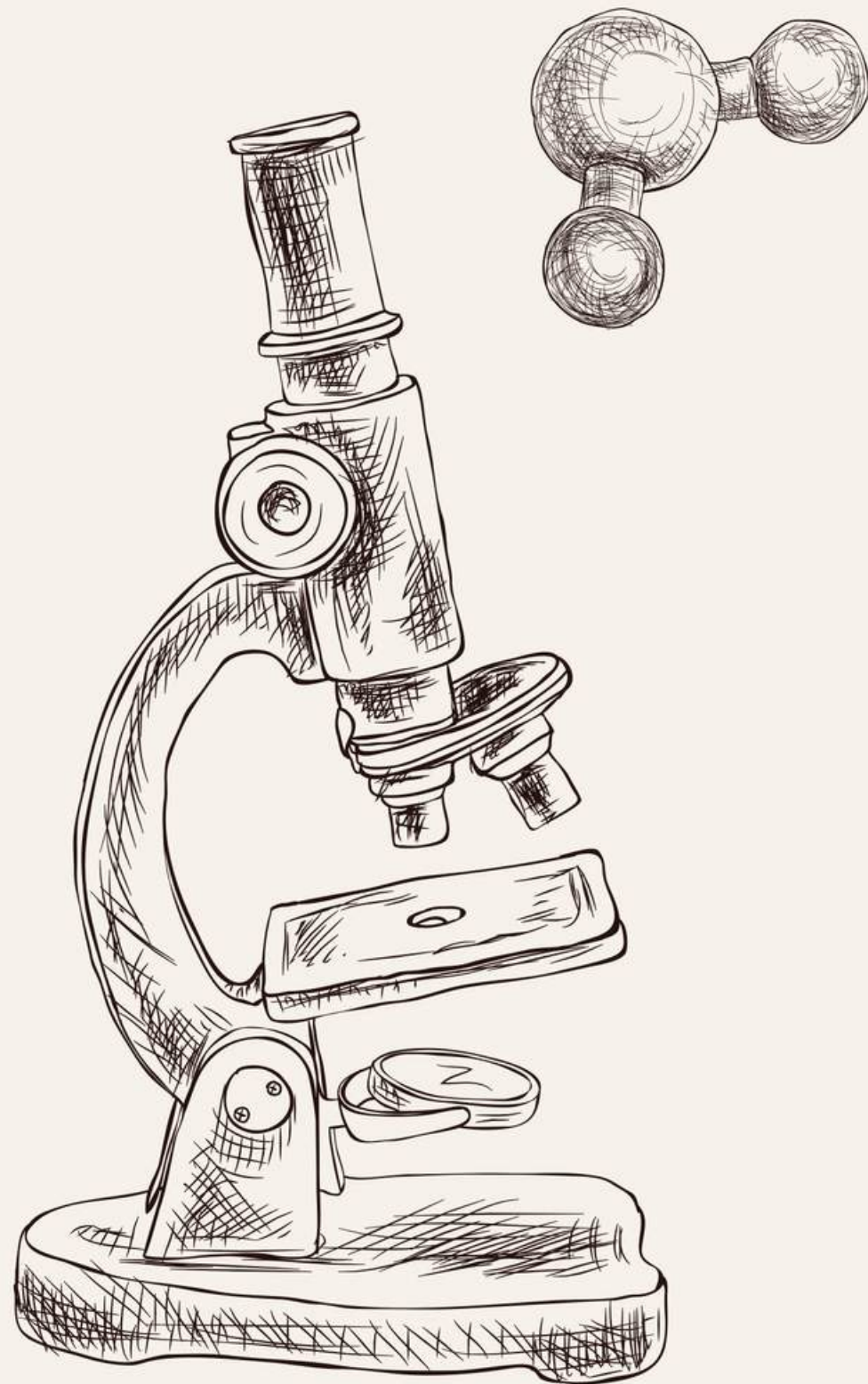


## Prezentacje uczestników



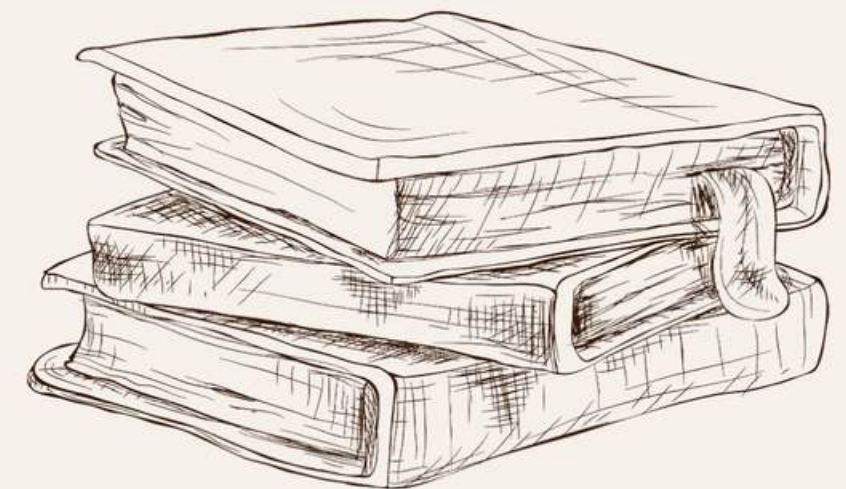
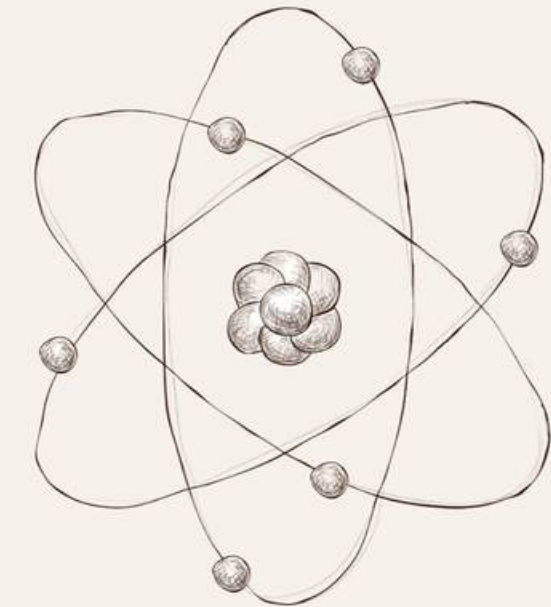
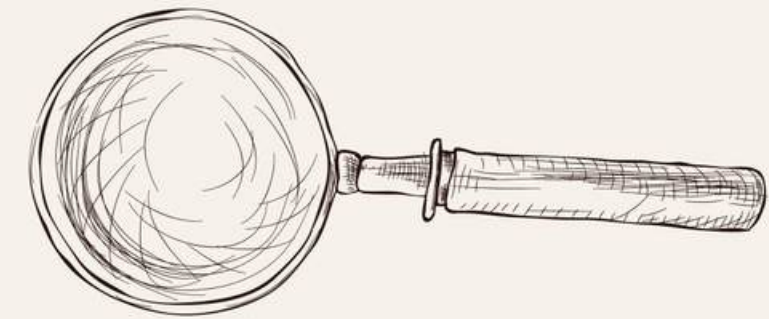
**Jakub Misztal**

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie



# SCIENCE UP

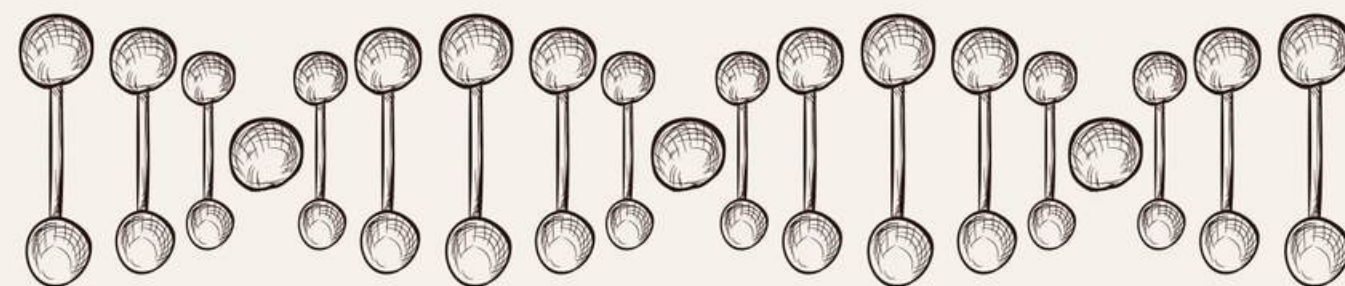
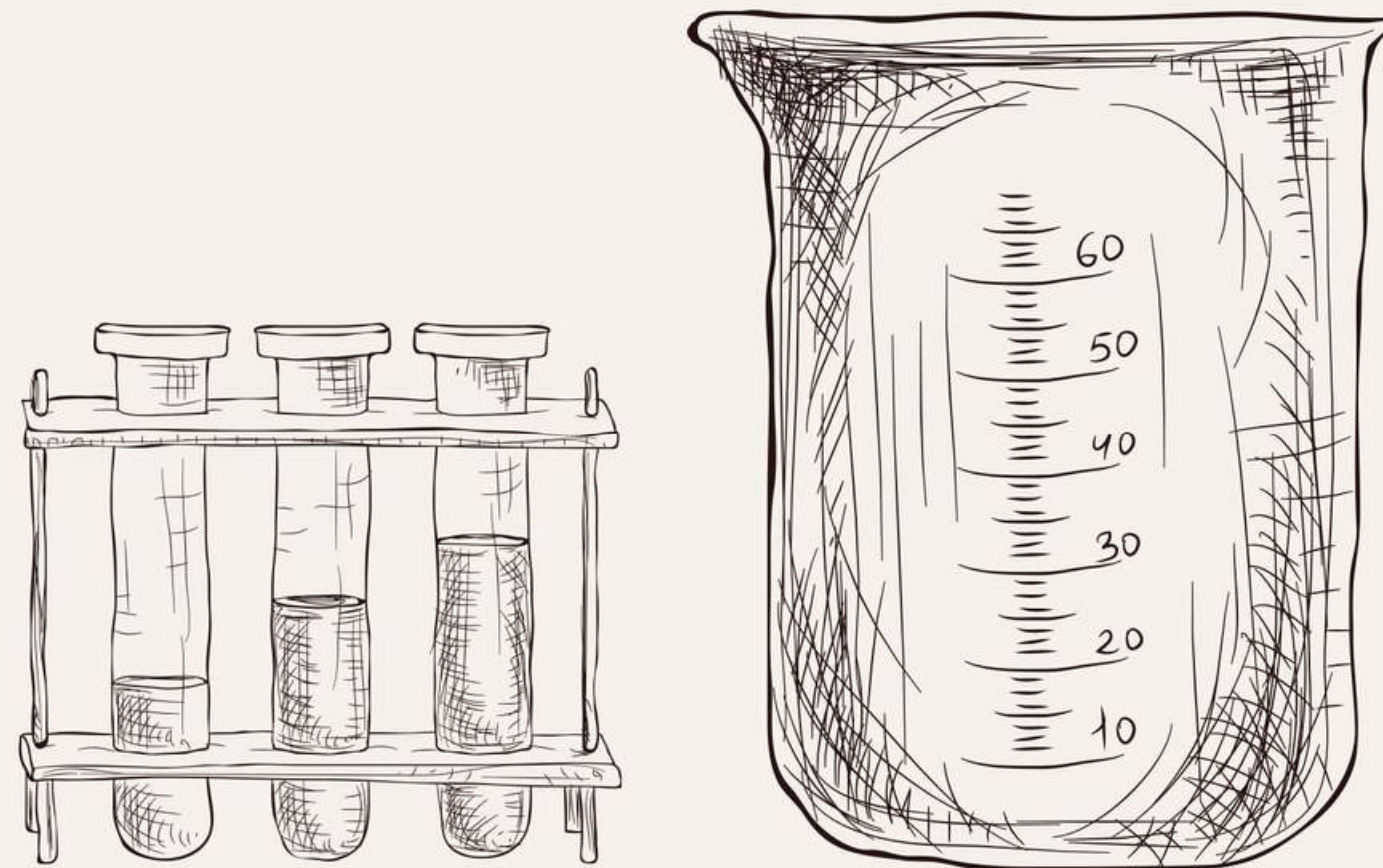
Podsumowanie mentoringu między Panem  
Doktorem Marcinem J. Piątkowskim a  
studentem Jakubem Misztalem





# Agenda

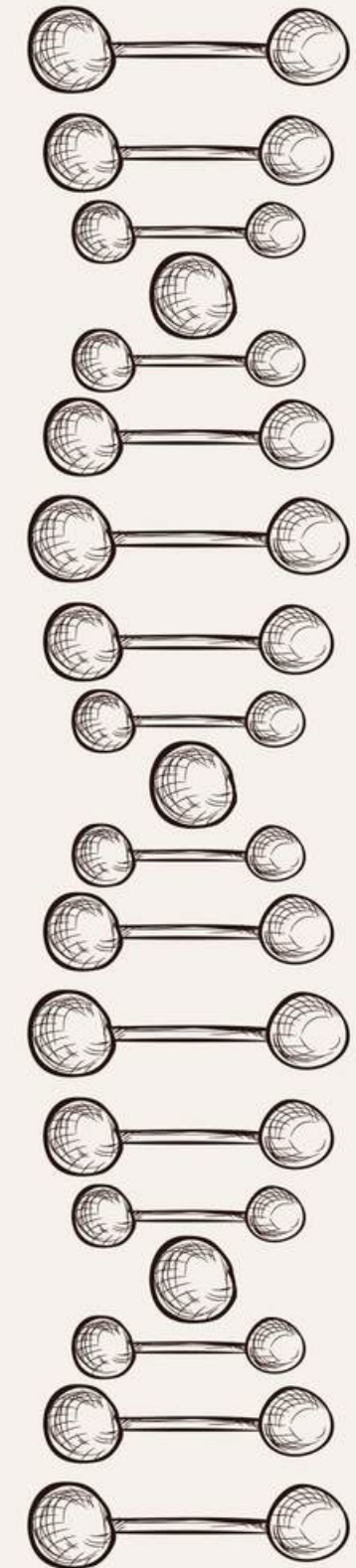
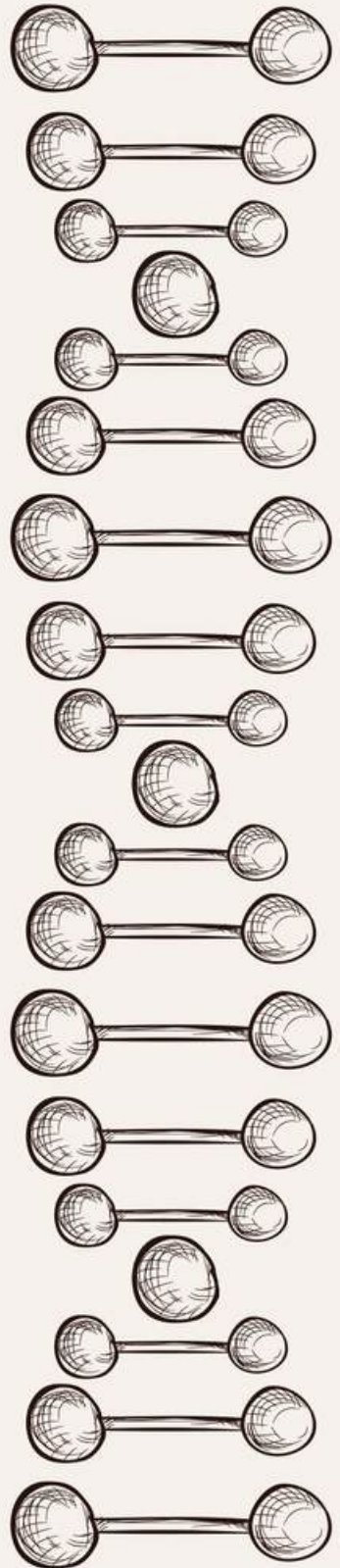
1. Cel spotkań mentoringowych
2. Artykuł naukowy - składowe na podstawie IPB
3. Metodologia badań
4. Implikacje praktyczne i wartość dodana



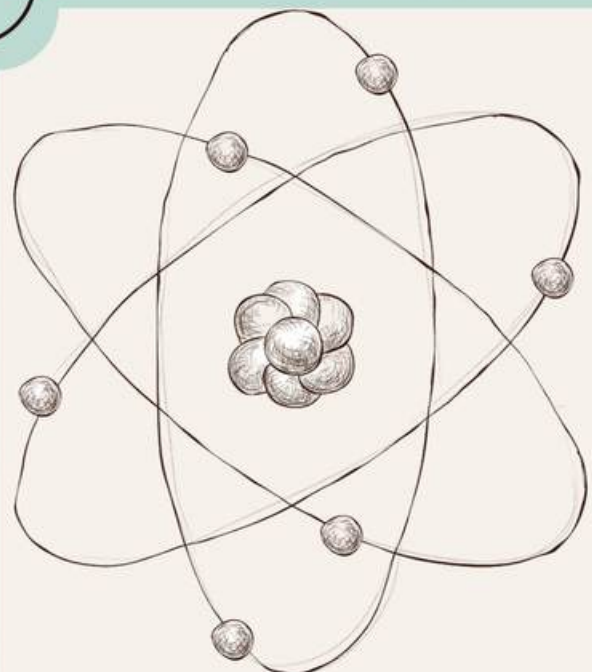


# Cel spotkań mentoringowych

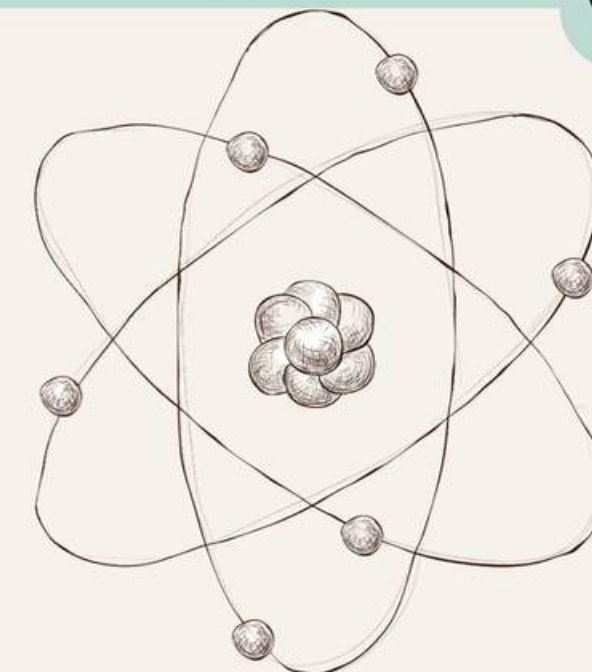
- Dyskusja na interesujące mnie tematy w obszarze zainteresowań mojego Mentora,
- Znalezienie i przegląd źródeł,
- Przygotowanie koncepcji artykułu,
- Określenie problemu badawczego,
- Przygotowanie celu artykułu, pytań badawczych i hipotez badawczych,
- Opracowanie metodologii badania,
- Dalsza praca i dyskusja na temat IPB,
- Ostatnie poprawki i zatwierdzenie przez Mentora IPB.







# Artykuł



**Tytuł:** E-commerce jako zagrożenie nadmiernego konsumpcjonizmu

**Problem badawczy:** Nadmierny konsumpcjonizm jest zaliczany do grona problemów współczesnego świata, a jedną z przyczyn jest kreowanie przez media i cyfryzację mody na konsumowanie, zakup przedmiotów czy korzystanie z różnych usług materialnych lub niematerialnych (Przybysz, Cybulska, 2020, s. 24). Obecnie liczba dóbr jakie konsument może posiadać jest w zasadzie ograniczona jedynie jego zamożnością (Mysona Byrska, 2021, s. 25). William Davies trafnie nawiązuje do tzw. przemysłu szczęścia polegającego na rozbudzeniu w jednostce potrzeb, o których zaspokojeniu i istnieniu przedmiotów zaspokajających te potrzeby jednostka nie była wcześniej świadoma. Wpływ na to mogą mieć różnego rodzaju nowo oferowane lub polecane produkty czy usługi, które są nabywane przez konsumenta bez głębszego namysłu (Davies, 2016). W dobie cyfryzacji i mnogości ofert, które można porównać konsumenta dzieli kilka kliknięć od podjęcia decyzji i zakupu towaru w Internecie (Vangelov, 2022, s. 282).

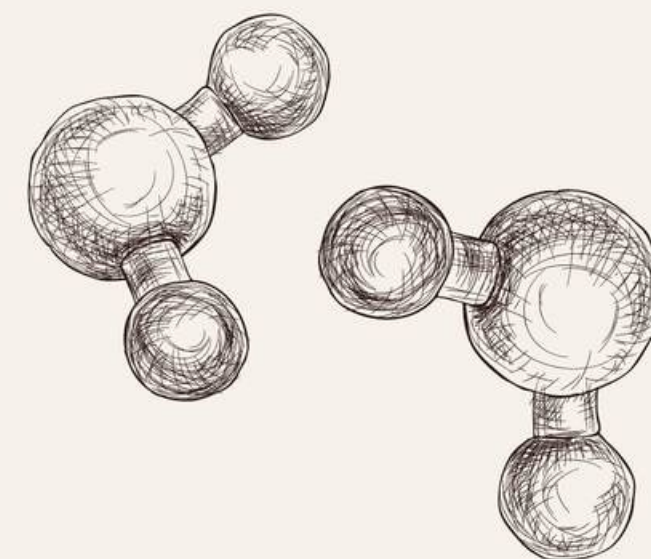
**Słowa kluczowe:** konsumpcjonizm, e-commerce, marketing cyfrowy, zachowania konsumentów, decyzje zakupowe

**Cel Główny:** zidentyfikowanie i uszeregowanie czynników przyczyniających się do nadmiernego konsumpcjonizmu w e-commerce oraz zakupach tradycyjnych. Cel szczegółowy stanowi zbadanie relacji pomiędzy dostępnością produktów w formie online, personalizacją ofert marketingowych a impulsywnością dokonywania zakupów przez konsumentów. Dodatkowym celem szczegółowym jest określenie wpływu e-commerce na zmiany w zachowaniach konsumentów, które mogą prowadzić do zwiększenia konsumpcji z uwzględnieniem podziału respondentów na pokolenia X, Y, Z.





# Pytania badawcze



01

W jaki sposób różne grupy pokoleniowe definiują pojęcie konsumpcjonizmu oraz wskazanie elementów kluczowych?

02

W jaki sposób marketing cyfrowy i media społecznościowe kształtują potrzeby konsumentów i zachęcają do konsumpcji?

03

Jakie są różnice w zachowaniach konsumpcyjnych między różnymi grupami wiekowymi oraz między zakupami online a tradycyjnymi ze względu na różne czynniki oddziaływania?



# Podmiot badań

Wybrany podmiotem badań będzie ogólna populacja konsumentów, która pozwoli uzyskać szeroki obraz zachowań zakupowych i postaw wobec konsumpcji. Różne grupy społeczno-ekonomiczne pomogą zbadać związek między poziomem dochodów a skłonnością do nadmiernej konsumpcji lub związek między wiekiem a skłonnością do konsumpcji. W badaniu udział wezmą konsumenci w wieku 18-60 lat, którzy dokonują zakupów online lub/i w formie tradycyjnej. W ramach tego przedziału wiekowego zostaną wyodrębnione trzy generacje (XYZ).





# Hipotezy badawcze



- **Główna**

Łatwość zakupów w e-commerce stymuluje wzrost konsumpcji, prowadząc do zwiększenia wydatków konsumentów zarówno na dobra materialne jak i niematerialne poprzez obniżenie barier zakupowych i zwiększenie dostępności produktów.



- **Szczegółowa - 1**

Poziom odporności społecznej na konsumpcjonizm jest większy w przypadku konsumentów dokonujących zakupów tradycyjnych niż zakupów w e-commerce.



- **Szczegółowa - 2**

Wpływ mediów społecznościowych i influencerów przyczynia się do wzrostu presji społecznej na konsumpcję.



- **Szczegółowa - 3**

Pokolenie Z wykazuje mniejszy poziom odporności społecznej na konsumpcjonizm w porównaniu do generacji X i Y.



# Metodologia

- W części empirycznej zastosowane zostanie badanie o charakterze ilościowym. Wykorzystane zostanie narzędzie kwestionariusza ankietowego metodą CSAQ za pomocą formularza Google. Oprócz CSAQ wykorzystana zostanie również metoda CAWI. Ankieta online będzie skierowana do grupy osób w wieku 18-60 lat w Polsce. Podjęto decyzję o wyborze próby dobieranej warstwowej ze względu na wiek oraz płeć adekwatną do sytuacji występującej na obszarze badania. Odpowiedzi respondentów zostaną zaprezentowane w formie zagregowanej.
- Dodatkowo zastosowana zostanie również metoda desk research - krytyczna analiza literatury naukowej krajowej i zagranicznej.
- Zebrany materiał zostanie poddany analizie statystycznej. Do opracowania ilościowego zostanie wykorzystany program MS Excel, a wyniki zaprezentowane w formie tabelarycznej oraz materiałów ilustracyjnych.



# Próba badawcza

01

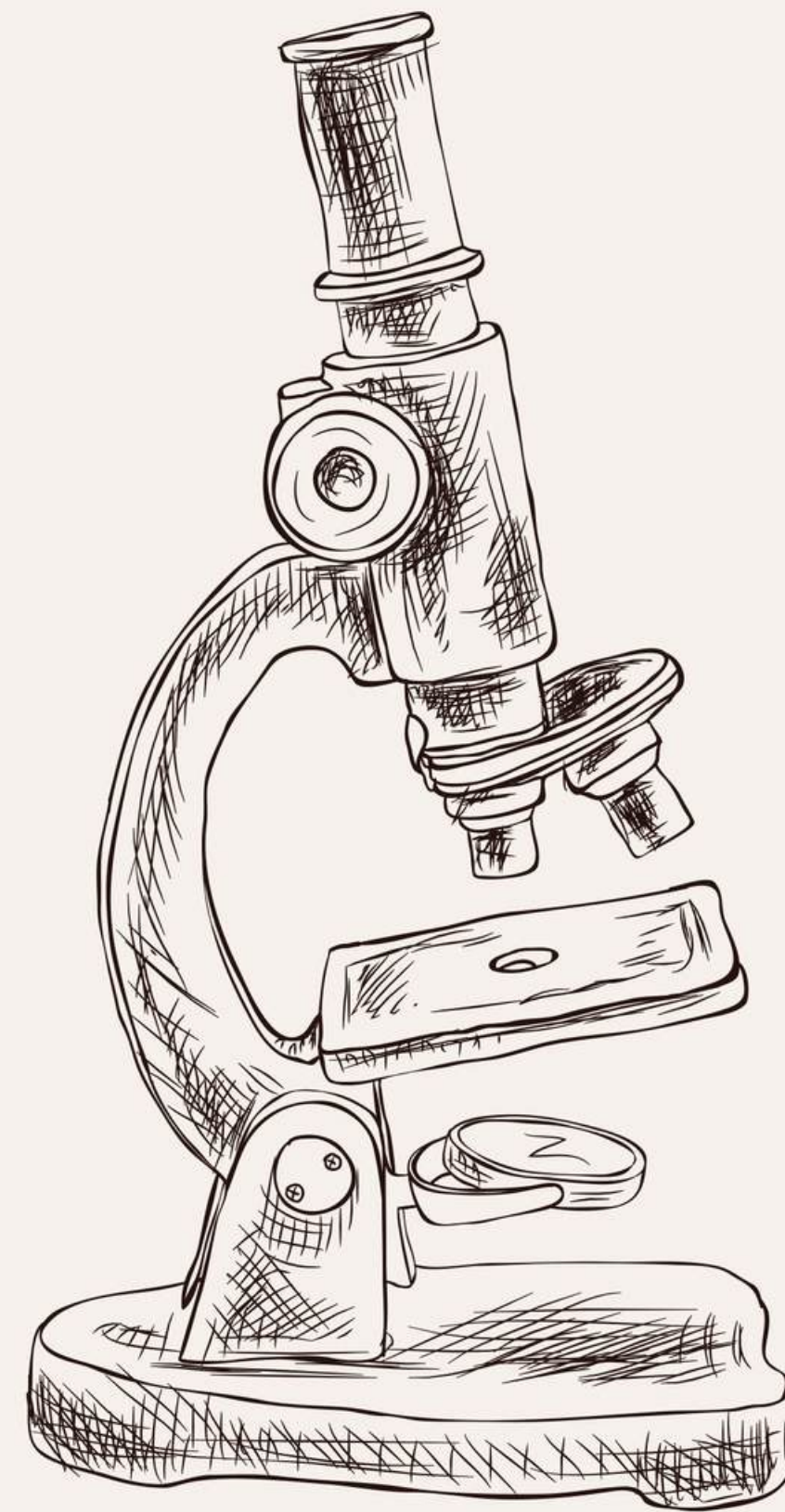
Próba dobierana warstwowa w oparciu o podział respondentów na trzy grupy wiekowe zgodnie z ich datą urodzenia.

02

- Generation X (1965-1980)
- Generation Y (1981-1995)
- Generation Z (1995+)

03

Przynajmniej 100 odpowiedzi w ramach każdej generacji.





# Implikacje praktyczne i wartość dodana



01

Zrozumienie psychologicznych, społecznych i ekonomicznych czynników, które wpływają na nadmierny konsumpcjonizm polskich konsumentów.

02

Zwiększenie świadomości społecznej na temat problemów związanych z problematyką konsumpcjonizmu.

03

Opracowanie rozwiązań, które będą pomocne przy ograniczaniu negatywnych skutków konsumpcjonizmu.

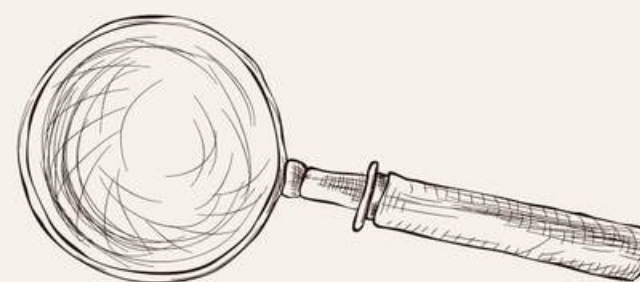
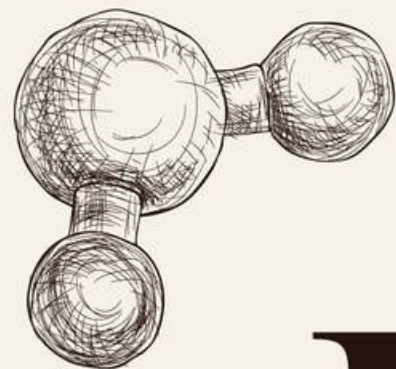
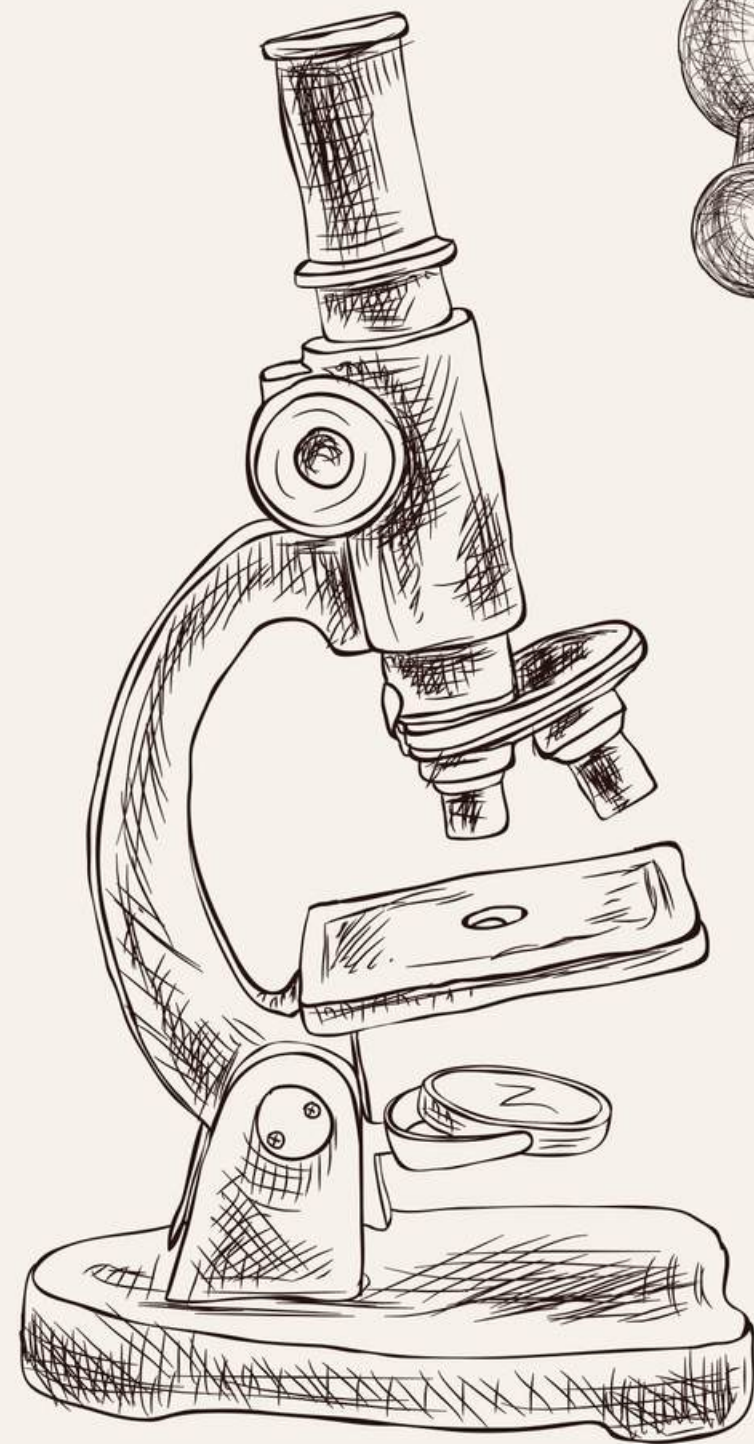
04

Zachęcenie konsumentów do zmiany swoich nawyków zakupowych.

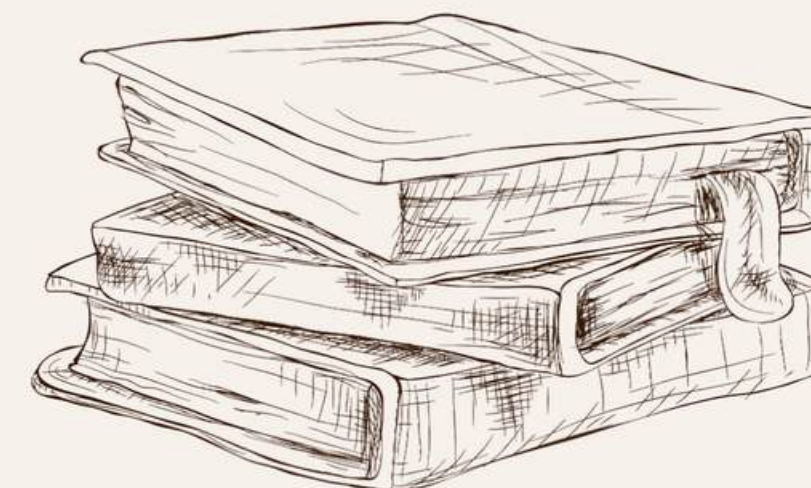
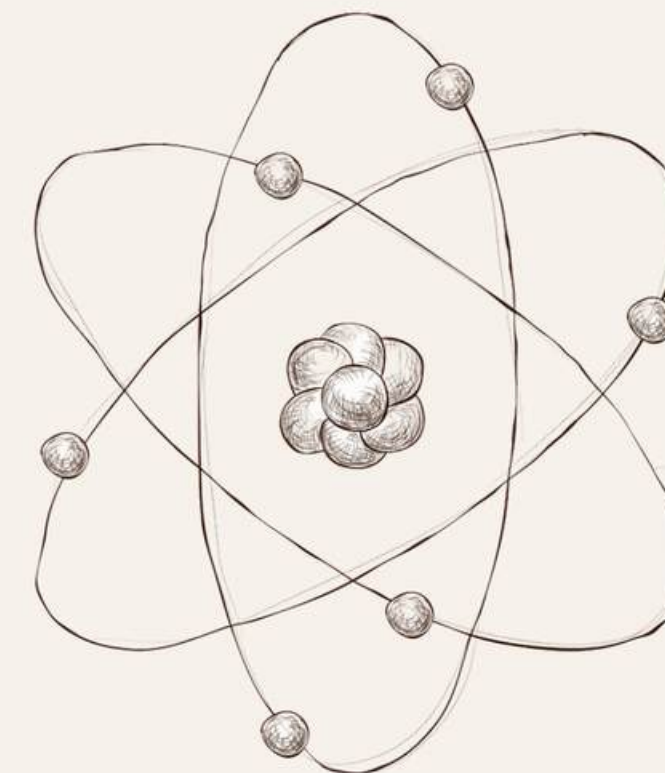
05

Próba zidentyfikowania nowych i aktualnych trendów w zachowaniach polskich konsumentów.



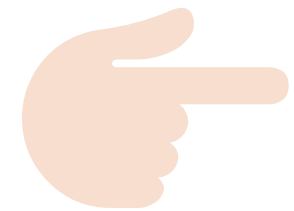


# Dziękuję





## Prezentacje uczestników



**Maksymilian Decowski**

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania  
w Rzeszowie

# Wpływ systemu perspektywy kamery w grach komputerowych na doświadczenie gracza

Maksymilian Decowski WSiIZ

Dr. Hab. Rafał Kasprzak, Prof. SGH







Kamera Pierwszoosobowa (FPP)



Kamera Trzecioosobowa (TPP)

## Czym jest System Perspektywy Kamery?

Kamera pozwala nam na obserwację i interakcję z wirtualnym środowiskiem.

Często stosowanym widokiem kamery jest pierwszoosobowy (FPP) oraz trzecioosobowy (TPP).

-(FPP) widok z oczów sterowanej postaci.

-(TPP) widok na zewnątrz sterowanej postaci.





# Pytanie Badawcze

Czy wybrana perspektywa kamery będzie wpływała pozytywnie na skuteczność oraz zaangażowanie gracza do eksploracji poziomów?





# Eksploracja

Proces przeszukiwania przez graczy wirtualnych środowisk w celu odnalezienia interaktywnej dodatkowej zawartości.



Mogą to być:

- Przedmioty kolekcjonerskie
- Lepsze wyposażenie
- Przedmioty konsumpcyjne
- Przedmioty na handel
- i wiele więcej...





# Implikacje

Większa świadomość twórców gier na temat wybranej perspektywy w stosunku do ustalonego celu.



# Metodologia

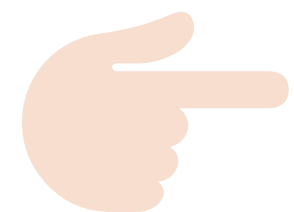
- Studium przypadku gier o wybranej perspektywie
- Wywiad pogłębiony z twórcami gier o ich wiedzy i doświadczeniu w projektowaniu perspektyw.
- Badania ankietowe z graczami o preferencjach i odczuciach względem perspektyw kamery.
- Literatura naukowa.



Dziękuję za uwagę.



## Prezentacje uczestników



**Marta Krypczyk**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach



# ScienceUp<sup>1</sup>

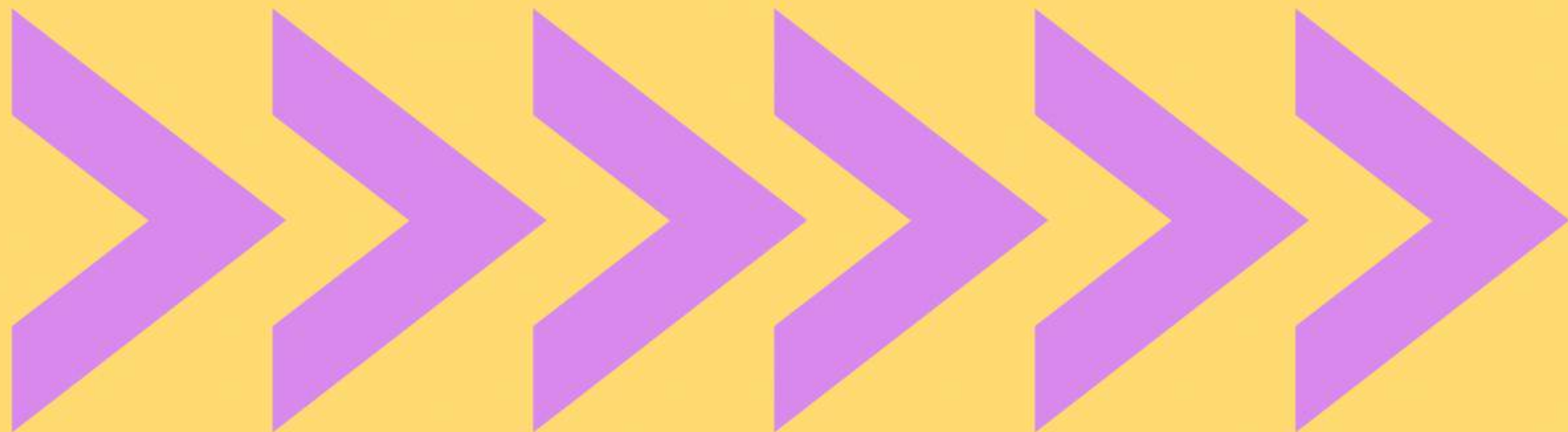
PROGRAM DLA MŁODYCH NAUKOWCÓW

Podsumowanie udziału w programie oraz mentoringu pomiędzy Panią dr Magdaleną Kowalską, a studentką Martą Krypczyk



# CELE OSIĄGNIĘTE PODCZAS SPOTKAŃ Z MENTORKĄ

1. Doprecyzowanie celu badawczego
2. Wypracowanie pytań badawczych
3. Stworzenie kwestionariusza ankiety
4. Ustalenie harmonogramu działań
5. Doprecyzowanie metodologii badań.
6. Identyfikacja próby badawczej
7. Zdefiniowanie praktycznych implikacji badań





# INDYWIDUALNY PLAN BADAWCZY

## Tytuł:

*Postrzeganie i akceptacja chatbotów jako głównego kanału komunikacji w relacjach B2C: Analiza preferencji i oczekiwań generacji Z.*

Skąd wziął się pomysł  
na temat?





# PROBLEM BADAWCZY

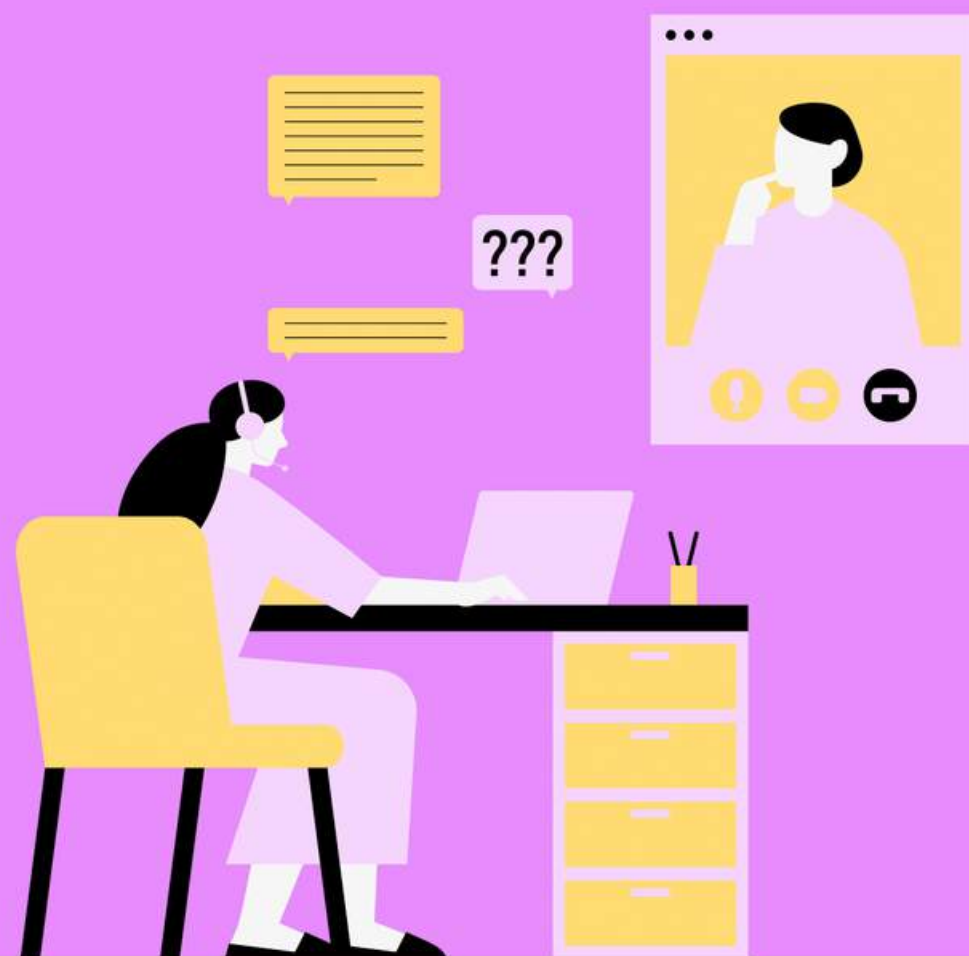
Celem badania jest zidentyfikowanie postrzegania i postaw generacji Z względem firm stosujących chatboty oraz zrozumienie jak te technologie wpływają na odbiór firm przez młodsze pokolenie, jak i identyfikacja czynników akceptacji technologii chatbotów.

GENERACJA Z

KOMUNIKACJA CYFROWA

CHATBOTY

SŁOWA KLUCZOWE



# PYTANIA BADAWCZE

Jakie są postawy generacji Z wobec chatbotów jako głównego kanału komunikacji z firmami?

Jak generacja Z postrzega firmy stosujące chatboty?

Jakie są bariery i czynniki akceptacji chatbotów przez generację Z?

Jak postawy generacji Z wobec chatbotów korelują z ich postawami dotyczącymi obsługi klienta?



# METODYKA

- Badanie ilościowe:** Kwestionariusz ankiety na próbie 400 osób z generacji Z dystrybuowany online.
- Badanie jakościowe:** Wywiady pogłębione z 10 uczestnikami, aby uzyskać szczegółowe informacje o ich doświadczeniach z chatbotami.
- Zasięg terytorialny:** Ankieta ogólnopolska.







DZIĘKUJĘ!

# Zespół Science-Up



dr Marcin J. Piątkowski  
Koordynator programu



Adrianna Bednarz  
Social media



Krzysztof Kosmala  
Komunikacja



Jagoda Stasiak  
UX/Design



Bartłomiej Bednarz  
Specjalista ds. administracji



Bartosz Glanowski  
Prezes Zarządu Fundacji  
Projektów Studenckich



Piotr Skalbmierski  
Marketing i media



# To się może nadal przydać...

**1** Prezentacje ze spotkania będą opublikowane na stronie internetowej w zakładce *Regulamin i dokumentacja*. [Link do tej sekcji](#)

**2** Osoby do kontaktu:



*Dla uczestników:*

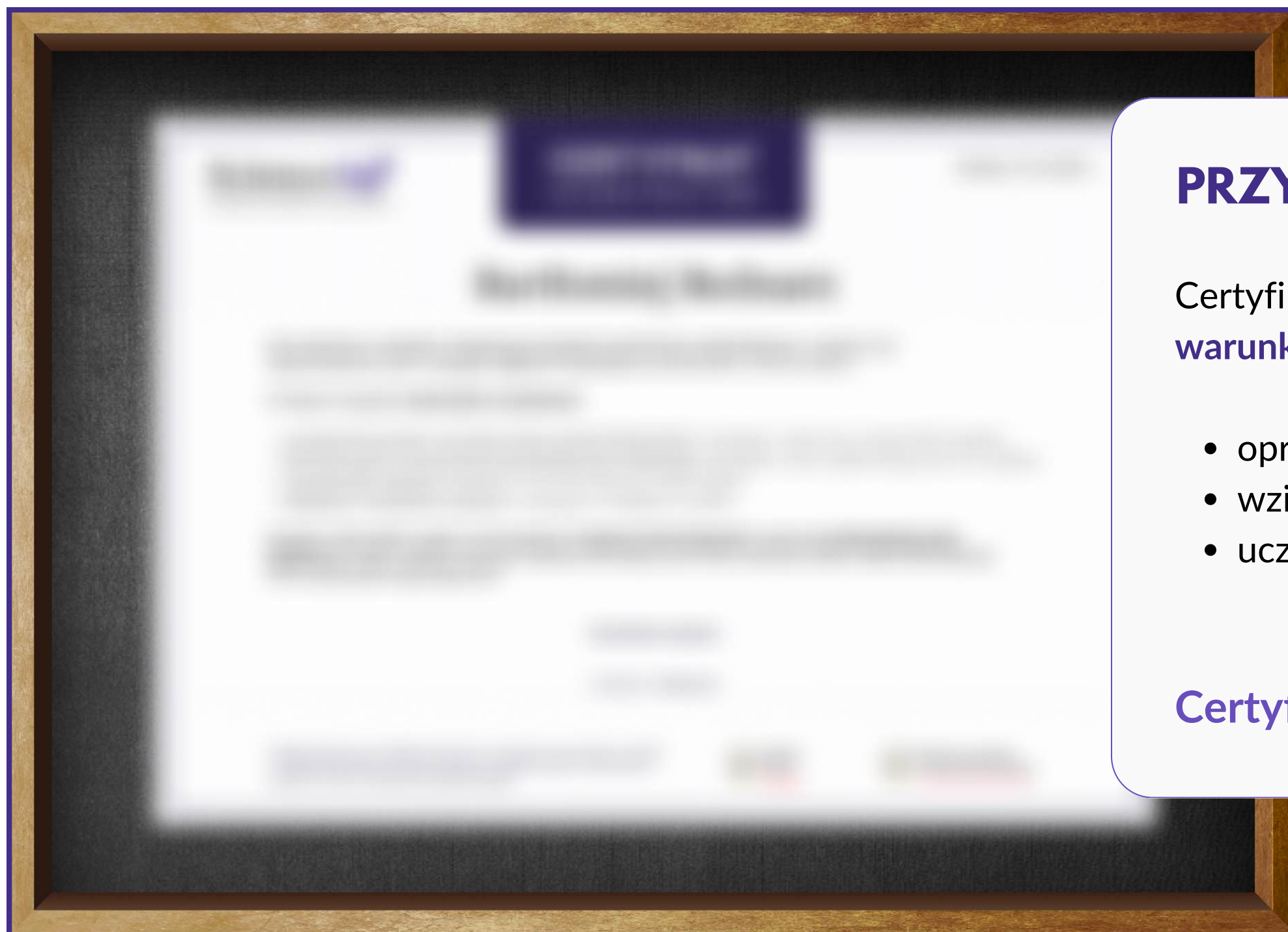
Krzysztof Kosmala  
[scienceup@bliskonauki.pl](mailto:scienceup@bliskonauki.pl)  
tel. 697 114 527



*Dla mentorów:*

Bartłomiej Bednarz  
[bartlomiej.bednarz@bliskonauki.pl](mailto:bartlomiej.bednarz@bliskonauki.pl)  
tel. 602 807 113

# Certyfikat



## PRZYPOMINAMY...

Certyfikat otrzymają osoby, które **spełniły wszystkie warunki:**

- opracowały plan badawczy;
- wzięły udział w 5 sesjach mentoringowych;
- uczestniczyły w szkoleniach.

**Certyfikaty zostaną wysłane do 15.12.2024 r.**



# Nasze social media



**OBSERWUJ NAS!**

**POCHWAL SIĘ UDZIAŁEM W SCIENCE-UP!**

**Dziękujemy!**

**ScienceUp<sup>1</sup>**

PROGRAM DLA MŁODYCH NAUKOWCÓW

