

Rada Naukowa Dyscyplin Ekonomia i Finanse
oraz Nauki o Zarządzaniu i Jakości
Federacji Naukowej Uniwersytet VIZJA
ul. Okopowa 59
01-043 Warszawa

(nazwa i dane adresowe podmiotu habilitującego,
wybranego do przeprowadzenia postępowania)
za pośrednictwem:
Rady Doskonałości Naukowej
pl. Defilad 1
00-901 Warszawa
(Pałac Kultury i Nauki, p. XXIV, pok. 2401)

Tomasz Stanisław Szopiński
(imię i nazwisko wnioskodawcy)

Uniwersytet VIZJA/ Wydział Biznesu
(miejsce pracy/jednostka naukowa)

Wniosek

z dnia 16.02.2026

o przeprowadzenie postępowania w sprawie nadania stopnia doktora habilitowanego
w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie ekonomia i finanse.

Wnoszę – na podstawie art. 221 ust. 10 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie
wyższym i nauce – aby komisja habilitacyjna podejmowała uchwałę w sprawie nadania stopnia
doktora habilitowanego w głosowaniu ~~tajnym~~/jawnym*¹

Zostałem poinformowany, że:

*Administratorem w odniesieniu do danych osobowych pozyskanych w ramach postępowania w
sprawie nadania stopnia doktora habilitowanego jest Przewodniczący Rady Doskonałości Naukowej
z siedzibą w Warszawie (pl. Defilad 1, XXIV piętro, 00-901 Warszawa).*

*Kontakt za pośrednictwem e-mail: kancelaria@rdn.gov.pl, tel. 22 656 60 98 lub w siedzibie organu.
Dane osobowe będą przetwarzane w oparciu o przesłankę wskazaną w art. 6 ust. 1 lit. c)
Rozporządzenia UE 2016/679 z dnia z dnia 27 kwietnia 2016 r. w związku z art. 220 - 221 oraz art.
232 – 240 ustawy z dnia 20 lipca 2018 roku - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, w celu
przeprowadzenie postępowania o nadanie stopnia doktora habilitowanego oraz realizacji praw i
obowiązków oraz środków odwoławczych przewidzianych w tym postępowaniu.*

*Szczegółowa informacja na temat przetwarzania danych osobowych w postępowaniu dostępna jest
na stronie www.rdn.gov.pl/klauzula-informacyjna-rodo.html*

.....
(podpis wnioskodawcy)

Załączniki:

¹ * Niepotrzebne skreślić.

Spis załączników		
Lp.	Nazwa załącznika	Zawartość
1	odpis_dypłomomu_doktorskiego.pdf	Odpis dyplomu doktorskiego SGH – doktor nauk ekonomicznych (dyscyplina: ekonomia) 2012
2	Szopiński T. - Prosument na rynku usług bankowości elektronicznej.pdf	Wersja cyfrowa głównego osiągnięcia naukowego, o którym mowa w art. 219 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce
3	swiadcetwo_pracy_WSU_Kielce_2009.pdf	skan świadectwa pracy – Wyższa Szkoła Umiejętności w Kielcach 2009
4	zaswiadczenia_wypromowane_prace.pdf	Zaświadczenie o liczbie wypromowanych prac dyplomowych (licencjackich i magisterskich) oraz sporządzonych recenzjach prac dyplomowych w latach 2013-2025
Nazwa folderu - skany publikacji habilitanta wspomniane w autoreferacie		
Lp.	Nazwa załącznika	Zawartość
5	art_uwarunkowania_banki_WSU_2007.pdf	skan publikacji - Szopiński T., Uwarunkowania decyzyjne konsumentów na rynku kredytów hipotecznych – wyniki badań własnych (w:) System bankowy a gospodarka perspektywy Polski, Białorusi i Ukrainy. (red.) J. L. Bednarczyk, A. Szyguła, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Umiejętności im. Stanisława Staszica w Kielcach, Kielce 2007, s. 409-421.
6	art_MD5_KUL_2007.pdf	skan publikacji - Szopiński T., Skalowanie wielowymiarowe wybranych instytucji finansowych: Percepcja najczęściej reklamowanych banków. Roczniki Nauk Społecznych, Zeszyt 3 Ekonomia i Zarządzanie, Tom XXXV, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2007, s. 333-343.
7	art_TIBE_payments_2014.pdf	skan publikacji - Staniewski M., Szopiński T., Trends in the Use of Cyclical Payment Channels by Polish Households: Implications for E-Banking, Transformations in Business & Economics, Vol. 13(3/33), 2014, s. 152-167
8	art_IR_etourism_2016.pdf	skan publikacji - Szopiński T., Staniewski M., Socio-economic factors determining the way E-Tourism is used in European Union member states, Internet Research, 26 (1), 2016, s. 2-21.
9	art_JBR_e-banking_2016.pdf	skan publikacji - Szopiński T., Factors affecting the adoption of online banking in Poland, Journal of Business Research, 69 (11), 2016, s. 4763-4768.
10	art_IR_e-gov_2017.pdf	skan publikacji - Szopiński T., Staniewski M., Manifestations of E-government Usage in Post-Communist European Countries, Internet Research, 27 (2), 2017, s. 199-210.
11	art_unbanked_2019.pdf	skan publikacji - Szopiński T., Who is Unbanked? Evidence from Poland. Contemporary Economics, 13(4), 2019, s. 417-426.
12	monografia_zagrozenia_na_ryнку_usług_banko wych_2020.pdf	skan publikacji - Szopiński T., Zagrożenia dla konsumentów na rynku usług bankowych. Wydawnictwo AEH, Warszawa 2020.
13	art_switching_CE_2021.pdf	skan publikacji - Szopiński T., Impact of Consumer Awareness on Switching Behavior in Banking. Contemporary Economics, 15(4), 2021, s. 467-478.
14	art_ER_multibanking_2022.pdf	skan publikacji - Szopiński T., Holding accounts in several banks - a conscious or reckless consumer?, Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 2022, 36(2), s. 1-13.
15	art_TFSC_e-learning_2022.pdf	skan publikacji - Szopiński T., Bachnik K., Student evaluation of online learning during the COVID-19 pandemic, Technological Forecasting & Social Change, 2022, 174, s. 1-8.
16	art_ipepsi_2024.pdf	skan publikacji - Szopiński T., E-learning Acceptance Model in the Post-Pandemic World. Journal for Perspectives of Economic Political and Social Integration, 2024, 30(1), s. 109-133.
Nazwa folderu - Dokumenty potwierdzające udział w konferencjach naukowych i materiały uzupełniające		
Lp.	Nazwa załącznika	Zawartość
17	udzial_w_konferencji_WNPiE_KUL_2005.pdf	Wyjaśnienie braku zaświadczenia o udziale w konferencji Marketing. Wybrane obszary badawcze, 2005 + spis treści publikacji pokonferencyjnej
18	udzial_w_konferencji_WSU_Kielce_2007.pdf	Wyjaśnienie braku zaświadczenia o udziale w konferencji Banki w Polsce i na Świecie, 2007 + spis treści publikacji pokonferencyjnej
19	udzial_w_konferencji_KUL_2007.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji – Nowoczesność – Ponowoczesność – Społeczeństwo obywatelskie w Europie Środkowej i Wschodniej 2007
20	udzial_w_konferencji_WSU_Kielce_2008.pdf	Wyjaśnienie braku zaświadczenia o udziale w konferencji Przedsiębiorczość i Innowacje – Problemy, Koncepcje, Wyzwania 2008 + spis treści publikacji pokonferencyjnej
21	udzial_w_konferencji_KUL_2008.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji – Kultura a Rynek 2008
22	udzial_w_konferencji_KUL_2009.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji – E-gospodarka – E-społeczeństwo w Europie Środkowej i Wschodniej 2009
23	udzial_w_konferencji_FCRL_2011.pdf	Wyjaśnienie braku zaświadczenia o udziale w konferencji Przedsiębiorczość akademicka szansą na efektywną komercjalizację osiągnięć naukowych 2011 + spis treści publikacji pokonferencyjnej
24	udzial_w_konferencji_WSNSiF_Radom_2012.pdf	Wyjaśnienie braku zaświadczenia o udziale w konferencji Oświata w aspekcie administracyjnym, finansowym i pedagogicznym 2012 + spis treści publikacji pokonferencyjnej
25	udzial_w_konferencji_KUL_2012.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji – Kryzys finansowy – przebieg i skutki społeczno-gospodarcze w Europie Środkowej i Wschodniej 2012

26	udzial_w_konferencji_WSTI_2012.pdf	Dokument potwierdzający udział i wystąpienie – program konferencji Naukowcy bliżej biznesu, biznes bliżej nauki, 2012 (prezentacja na otwarcie konferencji)
27	udzial_w_konferencji_Masarykova_konference_2012.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji – Mezinárodní Masarykova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky 2012
28	udzial_w_konferencji_RESER_2012.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji – RESER 2012
29	udzial_w_konferencji_KUL_2013.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji – Gospodarcze i społeczne strategie działań w warunkach kryzysu finansowego. Doświadczenia Europy Środkowej i Wschodniej 2013
30	udzial_w_konferencji_IBRKK_2013.pdf	Wyjaśnienie braku zaświadczenia o udziale w konferencji Przedsiębiorstwa handlu i usług w okresie spowolnienia gospodarczego 2013 + zaproszenie / program konferencji
31	udzial_w_konferencji_Bukareszt_GEG_2014.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji Global Economy & Governance International Conference (GEG) 2014
32	udzial_w_konferencji_IBRKK_2015.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji Handel niezależny i sieciowy w Polsce wobec wyzwań gospodarki opartej na wiedzy 2015
33	udzial_w_konferencji_GIKA_2016.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji GIKA 2016
34	udzial_w_konferencji_SGGW_2017.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji – 3rd International Conference on Marketing Management (MM2017) 2017
35	udzial_w_konferencji_GEG_2017.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji GEG 2017
36	udzial_w_konferencji_GIKA_2017.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji GIKA 2017
37	udzial_w_konferencji_US_2018.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Klient w orientacji współczesnych podmiotów. Trendy w komunikacji marketingowej, 2018
38	udzial_w_konferencji_SGH_2019.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji Bezpieczeństwo konsumenta – ujęcie holistyczne 2019
39	udzial_w_konferencji_INEKA_2019.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji INEKA 2019
40	udzial_w_konferencji_CCE_2020.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji CCE 2020
41	CCE_prowadzenie_sesji_2020.pdf	Zaświadczenie o przewodniczeniu sesji podczas konferencji Challenges of Contemporary Economics 2020
42	zaswiadczenie_komitet_naukowy_IBMAGE_2020.pdf	Zaświadczenie o udziale w Komitecie Naukowym konferencji Innovative Business Management & Global Entrepreneurship 2020
43	udzial_w_konferencji_ACIEK_2021.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji ACIEK 2021
44	udzial_w_konferencji_SGH_2025.pdf	Zaświadczenie o udziale w konferencji Świadomość konsumenta jako element jego bezpieczeństwa na rynku 2025
Nazwa folderu - Wykłady i staże zagraniczne		
Lp.	Nazwa załącznika	Zawartość
45	Augsburg_College_2002.pdf	Zaświadczenie Augsburg College – potwierdzenie pobytu studyjnego (USA, Minneapolis) 2002
46	zaswiadczenie_BEWOG_Niemcy_2003.pdf	Zaświadczenie BEWOG – świadectwo pracy (potwierdzenie praktyki zawodowej, Heidelberg, Niemcy) 2003
47	zaswiadczenie_erasmus_Pula_2018.pdf	Zaświadczenie Erasmus plus – potwierdzenie realizacji mobilności dydaktycznej (Pula, Chorwacja) 2018
Nazwa folderu - Nagrody i wyróżnienia		
Lp.	Nazwa załącznika	Zawartość
48	nagroda_Rektora_AEH_2018.pdf	Nagroda Rektora AEH za publikacje naukowe w latach 2016-2017
49	wyroznienie_best_paper_GEG_2017.pdf	Wyróżnienie Best Paper Certificate (Best Paper Award) na konferencji Global Economy and Governance – Challenges in a Turbulent Era (GEG 2017) ,

Tomasz Jędrzejko

Wykaz osiągnięć naukowych albo artystycznych, stanowiących znaczny wkład w rozwój określonej dyscypliny

Informacje zawarte w poszczególnych punktach tego dokumentu powinny uwzględniać podział na okres przed uzyskaniem stopnia doktora oraz po jego uzyskaniu.

I. WYKAZ OSIĄGNIĘĆ NAUKOWYCH ALBO ARTYSTYCZNYCH, O KTÓRYCH MOWA W ART. 219 UST. 1. PKT 2 USTAWY

1. Monografie naukowe, zgodnie z art. 219 ust. 1. pkt 2a ustawy

Jako główne osiągnięcie naukowe, o którym mowa w art. 219 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, wskazuję autorską monografię naukową:

Szopiński, T. (2025). *Prosument na rynku usług bankowości elektronicznej – modele zachowań*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu. ISBN: 978-83-8102-921-6.

Liczba stron: 263.

Recenzenci monografii: prof. dr hab. Agnieszka Izabela Baruk (Politechnika Łódzka), dr hab. Robert Wolny, prof. UE Katowice (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach).

II. WYKAZ AKTYWNOŚCI NAUKOWEJ ALBO ARTYSTYCZNEJ

1. Wykaz członkostwa w redakcjach naukowych monografii.

Współredaktor naukowy monografii: *Pomysł – pieniądze – przedsiębiorstwo*, red. A. Surma, T. Szopiński, CeDeWu, Warszawa 2017.

2. Wykaz wystąpień na krajowych lub międzynarodowych konferencjach naukowych lub artystycznych, z wyszczególnieniem przedstawionych wykładów na zaproszenie i wykładów plenarnych.

Wystąpienia przed doktoratem:

1. Konferencja „Marketing. Wybrane obszary badawcze”. Tomaszów Lubelski, 18 czerwca 2005. Organizator – Katolicki Uniwersytet Lubelski, Wydział Zamiejscowy Nauk Prawnych i Ekonomicznych w Tomaszowie Lubelskim;
2. Konferencja „Nowoczesność – Ponowoczesność – Społeczeństwo obywatelskie w Europie Środkowej i Wschodniej”. Nałęczów, 14-16 maja 2007. Organizator – Katedra Mikrostruktur Społecznych Instytutu Socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego;
3. Konferencja „Banki w Polsce i na Świecie”. Kielce, 17 czerwca 2007. Organizator – Wydział Nauk Ekonomicznych Wyższej Szkoły Umiejętności w Kielcach;
4. Konferencja „Kultura a rynek”. Nałęczów, 12-14 maja 2008. Organizator – Katedra Mikrostruktur Społecznych Instytutu Socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego;
5. Konferencja „Przedsiębiorczość i Innowacje – Problemy, Koncepcje, Wyzwania”. Kielce, 26 czerwca 2008. Organizator – Wydział Nauk Ekonomicznych Wyższej Szkoły Umiejętności w Kielcach.
6. Konferencja „E-gospodarka - E-społeczeństwo w Europie Środkowej i Wschodniej”. Nałęczów, 11-13 maja 2009. Organizator – Katedra Mikrostruktur Społecznych i Współczesnych Teorii Socjologicznych Instytutu Socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego;
7. Konferencja „Przedsiębiorczość akademicka szansą na efektywną komercjalizację osiągnięć naukowych”. Lublin, 11 marca 2011. Organizator – Fundacja Centrum Rozwoju Lokalnego.

Wystąpienia po doktoracie:

8. Konferencja „Oświata w aspekcie administracyjnym, finansowym i pedagogicznym”. Radom, 10 grudnia 2011. Organizator – Wyższa Szkoła Nauk Społecznych i Technicznych w Radomiu;
9. Konferencja „Kryzys finansowy – przebieg i skutki społeczno-gospodarcze w Europie Środkowej i Wschodniej”. Nałęczów, 21-23 maja 2012. Organizator – Katedra Mikrostruktur Społecznych i Współczesnych Teorii Socjologicznych Instytutu Socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Ośrodek Społeczeństwa i Kultury Europy Wschodniej, Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie Szkoły Głównej Handlowej oraz Instytut Socjologii Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej;

10. Konferencja „Naukowcy bliżej biznesu, biznes bliżej nauki”. Warszawa, 25 października 2012. Organizator – Wyższa Szkoła Technologii Informatycznych w Warszawie wystąpienie otwierające konferencję.
11. Konferencja „Gospodarcze i społeczne strategie działań w warunkach kryzysu finansowego. Doświadczenia Europy Środkowej i Wschodniej”. Nałęczów, 13-15 maja 2013. Organizator – Katedra Mikrostruktur Społecznych i Współczesnych Teorii Socjologicznych Instytutu Socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Ośrodek Społeczeństwa i Kultury Europy Wschodniej, Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie Szkoły Głównej Handlowej oraz Instytut Socjologii Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej;
12. Handel sieciowy w Polsce wobec wyzwań gospodarki opartej na wiedzy. Konferencja zorganizowana przez Instytut Badań Rynku Konsumpcji i Koniunktur w dniu 2 marca 2015 w Warszawie – udział w dyskusji panelowej przy stole prezydialnym.
13. 3rd International Conference on Marketing Management. Konferencja zorganizowana w Ryńi przez Szkołę Główną Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Nauk Ekonomicznych w dniach 5-6 czerwca 2017.
14. XIV Konferencja Naukowa „Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty”. Konferencja zorganizowana przez Katedrę Marketingu Usług Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego w dniach 7-9 października 2018 wystąpienie końcowe konferencji (udział w prezydium).
15. Bezpieczeństwo konsumenta – ujęcie holistyczne. Konferencja zorganizowana przez Szkołę Główną Handlową w Warszawie. Kolegium Zarządzania i Finansów. Instytut Zarządzania. Katedra Badań Zachowań Konsumentów w dniu 23 września 2019 w Warszawie.
16. III Krajowa konferencja naukową „Świadomość konsumenta jako element jego bezpieczeństwa na rynku”, zorganizowana w dniu 28 maja 2025 roku przez Katedrę Badań Zachowań Konsumentów (Instytut Zarządzania SGH).

3. Wykaz udziału w komitetach organizacyjnych i naukowych konferencji krajowych lub międzynarodowych, z podaniem pełnionej funkcji.

– Członek Rady Naukowej oraz prowadzący sesje tematyczne podczas międzynarodowej konferencji *Global Economy and Governance – Challenges in a Turbulent Era (GEG 2017)*, Warszawa, 23–24 października 2017 r.

- Członek Komitetu Organizacyjnego oraz prowadzący sesje tematyczne podczas międzynarodowej konferencji *Challenges of Contemporary Economics*, konferencja online, Akademia Ekonomiczno-Humanistyczna w Warszawie, 14–15 września 2020 r.
 - Członek Scientific Committee międzynarodowej konferencji *Innovative Business Management & Global Entrepreneurship (IBMAGE 2020)*, konferencja online, 4 września 2020 r.
4. Wykaz uczestnictwa w pracach zespołów badawczych realizujących projekty finansowane w drodze konkursów krajowych lub zagranicznych, z podziałem na projekty zrealizowane i będące w toku realizacji, oraz z uwzględnieniem informacji o pełnionej funkcji w ramach prac zespołów.

Projekty zrealizowane: nie dotyczy

Projekty będące w toku realizacji:

„Inicjatywa doskonałości – uczelnia badawcza” (IDUB), Debiuty, edycja 7 – *Artificial Intelligence (AI) in personal finance management – perception, attitudes, actual use*.

Decyzja nr 41/2024/Debiuty_7; kwota 32 000 zł; data przyznania 06.06.2024.

Kierownik: dr Michał Buszko.

Rola: uczestnik zespołu badawczego.

Zespół: dr Tomasz Szopiński, dr hab. Małgorzata Porada-Rochon.

5. Wykaz członkostwa w międzynarodowych lub krajowych organizacjach i towarzystwach naukowych wraz z informacją o pełnionych funkcjach.
- ACIEK (dawniej: INEKA oraz GIKA) – międzynarodowa inicjatywa akademicka afiliowana przy Academy of Innovation and Entrepreneurship (Uniwersytet w Walencji, Hiszpania); członkostwo od 2016 r.; pełnione funkcje: brak
 - Polskie Towarzystwo Ekonomiczne (PTE) – członkostwo zwyczajne od 2023 r.; pełnione funkcje: brak
6. Wykaz staży w instytucjach naukowych lub artystycznych, w tym zagranicznych, z podaniem miejsca, terminu, czasu trwania stażu i jego charakteru.

Augsburg College (Minneapolis, USA), Spring Semester 2002 – pobyt studyjny typu *visiting student*; udział w zajęciach z zakresu m.in. zachowań konsumenckich, przedsiębiorczości, narzędzi informatycznych w biznesie (Excel); praca studyjna związana z przygotowaniem projektu magisterskiego; wizyty studyjne w przedsiębiorstwach: Cargill, Land-O-Lakes (zaświadczenie: 13.05.2002).

7. Wykaz członkostwa w komitetach redakcyjnych i radach naukowych czasopism wraz z informacją o pełnionych funkcjach (np. redaktora naczelnego, przewodniczącego rady naukowej, itp.).

Contemporary Economics (Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie): redaktor techniczny (2012–2014); zastępca redaktora naczelnego (2014–2018).

Sustainability (MDPI): redaktor gościnny (Guest Editor) wydania specjalnego pt. „*Digital Transformation of Sustainable Education in the Context of Emerging Economies*” (2025–2026).

8. Wykaz recenzowanych prac naukowych lub artystycznych, w szczególności publikowanych w czasopismach międzynarodowych.

W celu syntetycznego przedstawienia dorobku naukowego zastosowano zestawienie tabelaryczne obejmujące trzy kluczowe parametry: pełne dane bibliograficzne publikacji, ich wartość punktową, wpływ (Impact Factor), oraz liczbę cytowań według bazy Google Scholar. Dla zachowania klarowności i zgodności z etapami rozwoju naukowego publikacje przedstawiono w dwóch odrębnych tabelach: obejmujących dorobek powstały *przed* uzyskaniem stopnia doktora oraz dorobek powstały *po* jego uzyskaniu.

Prace opublikowane przed doktoratem

Lp.	Publikacja (autorzy, tytuł, źródło, rok)	Punktacja	Cytowania Google Scholar
-----	--	-----------	--------------------------

1.	Szopiński T., Mierzenie percepcji konsumenckiej dóbr niematerialnych i prawnych (na przykładzie marek samochodów). „Rzecznik Patentowy. Problemy ochrony własności przemysłowej”. 1-2(36-37) styczeń-czerwiec 2003, 94-107.	3 pkt MNiSW	0
2.	Szopiński T., Czynniki determinujące zmiany w metodach doboru respondentów do badań marketingowych. (w:) P. Marzec, E. Wolanin- Jarosz-Marketing. Wybrane obszary badawcze. Polihymnia. Lublin 2005, 67-79.	6 pkt MNiSW	0
3.	Szopiński T., Wykorzystanie Internetu jako instrumentu promocji usług edukacyjnych. „Badania Naukowe”, 17(1), Wyższa Szkoła Umiejętności im. Stanisława Staszica w Kielcach, Kielce 2006, 145-153.	1 pkt MNiSW	0
4.	Szopiński T., Materiały do ćwiczeń z mikroekonomii, Badania Naukowe Tom 3, Podręczniki i skrypty nr 3, Wyższa Szkoła Umiejętności im. Stanisława Staszica w Kielcach, Kielce 2006.	6 pkt MNiSW	0
5.	Szopiński T., Rola Internetu w zmniejszaniu asymetrii informacji w relacji sprzedający-kupujący. (w:) Nowoczesność – Ponowoczesność – Społeczeństwo obywatelskie w Europie Środkowej i Wschodniej (red.) S. Partycki, Wydawnictwo KUL, Lublin 2007, 445-449.	3 pkt MNiSW	0
6.	Szopiński T., Uwarunkowania decyzyjne konsumentów na rynku kredytów hipotecznych – wyniki badań własnych (w:) System bankowy a gospodarka perspektywy Polski, Białorusi i Ukrainy. (red:) J. L. Bednarczyk, A. Szyguła, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Umiejętności im. Stanisława Staszica w Kielcach, Kielce 2007, 409-421.	3 pkt MNiSW	0
7.	Szopiński T., Skalowanie wielowymiarowe wybranych instytucji finansowych: Percepcja najczęściej reklamowanych banków. Roczniki Nauk Społecznych, Zeszyt 3 Ekonomia i Zarządzanie, Tom XXXV, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2007, 333-343.	6 pkt MNiSW	0
8.	Szopiński T., Tendencje rozwoju e-usług. (w:) Kultura a Rynek (red:) S. Partycki, Wydawnictwo KUL, Lublin 2008, 510-514.	3 pkt MNiSW	0
9.	Szopiński T., Rozwój Internetu a konkurencyjność podmiotów na wybranych rynkach usług (w:) Przedsiębiorczość i Innowacje – Problemy, Koncepcje,	3 pkt MNiSW	0

	Wyzwania. (red:) S. Lis, T. Szot- Gabryś, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Umiejętności im. Stanisława Staszica w Kielcach, Kielce 2008, 211-220.		
10.	Szopiński T., Internet jako źródło poszukiwania informacji o produktach turystycznych (w:) E-społeczeństwo. E-gospodarka w Europie Środkowej i Wschodniej Tom II (red:) S. Partycki, Wydawnictwo KUL, Lublin 2009, 175-178	3 pkt MNiSW	0
11.	Szopiński T., Determinanty wyboru źródła finansowania zakupu nieruchomości (w:) Badania Naukowe Vol. 22(2), red. T. Pałaszewska-Reindl, T. Szot-Gabryś, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Umiejętności im. Stanisława Staszica w Kielcach, Kielce 2009, 205-216.	3 pkt MNiSW	0
12.	Suprynowicz M., Szopiński T., Kryteria wyboru systemu franchisingowego przez potencjalnych biorców licencji (w:) Wiedza jako czynnik rozwoju gospodarki i organizacji. (red:) T. Szot-Gabryś, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Umiejętności im. Stanisława Staszica w Kielcach, Kielce 2009, 351-358.	3 pkt MNiSW	0
13.	Szopiński T., Korzyści dla firm związane z wykorzystaniem e-mail marketingu (w:) M. Sienkiewicz, T. Szot-Gabryś (red.), Przedsiębiorczość Akademicka Koncepcje, formy, warunki rozwoju. Wydawnictwo Fundacji Centrum Rozwoju Lokalnego, Lublin 2011, 141-152.	4 pkt MNiSW	0

Prace opublikowane po doktoracie

Lp.	Publikacja (autorzy, tytuł, źródło, rok)	Punkty MEiN / IF	Cytowania Google Scholar
1.	Szopiński T., Changes in the Form of Savings in Polish Households in the Years 2000- 2011, (w:) Kryzys finansowy. Przebieg skutki społeczno-gospodarcze w Europie Środkowej i Wschodniej, (red.) S. Partycki, t. 2, Wydawnictwo KUL, Lublin 2012, 360-374.	4 pkt MNiSW	0
2.	Szopiński T., Uwarunkowania Rozwoju e-learningu w Szkolnictwie Wyższym, (w:) Oświata w aspekcie administracyjnym, finansowym i pedagogicznym. (red.) M. Pierzchalska, I. Pałgan, Instytut Naukowo- Wydawniczy „SPATIUM”, Radom 2012, 219-229.	4 pkt MNiSW	0

3.	Szopiński T., E-konsument na rynku usług. Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2012.	20 pkt MNiSW	36
4.	Szopiński T., An Analysis of Goals and Form of Savings Among Polish Household. Conference Proceedings: International Masaryk Conference for Ph.D. Students and Young Researchers 2012. Hradec Kralove: MAGNANIMITAS. Vol. III, 2012, 1221-1230.	6 pkt MNiSW	3
5.	Szopiński T., Kreatywność i jej znaczenie w biznesie, (w:) Metody i techniki pobudzania kreatywności w organizacji i zarządzaniu. (red:) A. Kosieradzka, Wydawnictwo Edu-libri, Kraków 2013, 91-105.	4 pkt MNiSW	15
6.	Szopiński T., Problem asymetrii informacji w relacji sprzedający kupujący na rynku nieruchomości mieszkaniowych, (w:) Strategie działań w warunkach kryzysu. (red.) S. Partycki, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 2013, 146-154.	4 pkt MNiSW	0
7.	Staniewski M., Szopiński T., Influence of Socioeconomic Factors on the Entrepreneurship of Polish Students, <i>Transformations in Business & Economics</i> , 12(3/30), 2013, 353-366.	20 pkt MNiSW, Impact Factor (2013): 0,435	19
8.	Szopiński T., Czynniki determinujące korzystanie z handlu elektronicznego przez konsumentów, <i>Handel Wewnętrzny</i> , 6, 2013, 32-42.	7 pkt MNiSW.	14
9.	Szopiński J., Szopiński T., The Influence of Family Relationships on Creativity in the Workplace, <i>The Gifted and Talented International</i> , 28(1-2), 2013, 185-196.	4 pkt MNiSW.	4
10.	Szopiński T., Nowacki R., Plane Ticket Price Dispersion in the On-Line Selling System in Poland, <i>Contemporary Economics</i> , 8(2), 2014, 207-217.	10 pkt MNiSW	10
11.	Staniewski M., & Szopiński T., Trends in the Use of Cyclical Payment Channels by Polish Households: Implications for E-Banking, <i>Transformations in Business & Economics</i> , 13(3/33), 2014, 152-167.	15 pkt MNiSW, Impact Factor (2014): 0,358	5
12.	Szopiński T., Staniewski M., Socio-economic factors determining the way E-Tourism is used in European Union member states, <i>Internet Research</i> , 26(1), 2016, 2-21.	30 pkt. MNiSW, Impact Factor (2016): 2,931	71
13.	Szopiński T., Nowacki R., The Influence of Purchase Date and Flight Duration over Dispersion of Airline Ticket Prices, <i>Contemporary Economics</i> , 9(3), 2015, 353-366.	13 pkt MNiSW.	23

14.	Staniewski M., Szopiński T., Student readiness to start their own business, <i>Economic Research-Ekonomska Istraživanja</i> , 28(1), 2015, 608-619.	15 pkt MNiSW, Impact Factor (2015): 0,447	51
15.	Staniewski M., Szopiński T., Awruk K., Setting up a business and funding sources, <i>Journal of Business Research</i> , 69(6), 2016, 2108-2122.	25 pkt MNiSW, Impact Factor (2016): 3,354	56
16.	Szopiński T., Factors affecting the adoption of online banking in Poland, <i>Journal of Business Research</i> , 69(11), 2016, 4763-4768.	25 pkt MNiSW, Impact Factor (2016): 3,354	241
17.	Szopiński T., Staniewski M., Manifestations of E-government Usage in Post-Communist European Countries, <i>Internet Research</i> , 27(2), 2017, 199-210.	30 pkt MNiSW, Impact Factor (2017): 3,838	40
18.	Szopiński T., The determinants of household savings in Poland, <i>Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia</i> , 16(2), 2017, 117-125.	15 pkt MNiSW.	17
19.	Szopiński T., The influence of the assessment of internet websites offering tourist services on the manner of purchase of holiday packages, <i>Economic Research-Ekonomska Istraživanja</i> , 30 (1), 2017, 1655-1668.	15 pkt MNiSW, Impact Factor (2017): 1,137	12
20.	Szopiński T., Kontrowersje wokół "walutowych" kredytów hipotecznych, <i>Konsumpcja i Rozwój</i> , 22, 2018, 79-94.	7 pkt MNiSW.	1
21.	Surma A., Szopiński T., Przedsiębiorczość jest w nas, (w:) A. Sulma, T. Szopiński Pomysł - Pieniądze – Przedsiębiorstwo, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2017, 13-34.	20 pkt MNiSW.	0
22.	Szopiński T., Marketing w małej firmie (w:) A. Sulma, T. Szopiński (red.), Pomysł - Pieniądze – Przedsiębiorstwo, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2017, 115-146.	20 pkt MNiSW.	0
23.	Surma A., Szopiński T., (red.), Pomysł - Pieniądze – Przedsiębiorstwo, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2017.	20 pkt MNiSW.	0
24.	Bachnik K., Nowacki R., Szopiński T., Determinants of assessing the quality of advertising services - the perspective of enterprises active and inactive in advertising, <i>Journal of Business Research</i> , 88, 2018, 474-480.	25 pkt MNiSW, Impact Factor (2018): 4,028	30

25.	Szopiński T., Problem dezinformacji konsumentów poszukujących informacji o usługach turystycznych za pośrednictwem Internetu. <i>Marketing i Zarządzanie</i> , 2, 2018, 215-223.	9 pkt MNiSW.	0
26.	Szopiński T., Who is Unbanked? Evidence from Poland. <i>Contemporary Economics</i> , 13(4), 2019, 417-426.	40 pkt MNiSW	13
27.	Szopiński T., Bachnik K., Nowacki R., Cross-channel information search and patterns of consumer electronics purchasing. <i>Economic Research-Ekonomska Istraživanja</i> , 33 (1), 2020, 2806-2824.	70 pkt MNiSW Impact Factor (2020): 3,080	9
28.	Szopiński T., Zagrożenia dla konsumentów na rynku usług bankowych. Wydawnictwo AEH, Warszawa 2020.	100 pkt MNiSW	2
29.	Szopiński T., Zagrożenia dla finansów konsumentów towarzyszące rozwojowi e-usług (w:) R. Kasprzak, & A. Lubowiecki-Vikuk (red.), Bezpieczeństwo konsumentów na rynkach usług finansowych i społecznych, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2020, 61-70.	20 pkt MNiSW	2
30.	Szopiński T., Impact of Consumer Awareness on Switching Behavior in Banking. <i>Contemporary Economics</i> , 15(4), 2021, 467-478.	100 MEiN	7
31.	Szopiński T., Bachnik K., Student evaluation of online learning during the COVID-19 pandemic, <i>Technological Forecasting & Social Change</i> , 174, 2022, 1-8.	140 pkt MEiN, Impact Factor (2022): 12,0.	226
32.	Szopiński T., Holding accounts in several banks - a conscious or reckless consumer?, <i>Economic Research-Ekonomska Istraživanja</i> , 2023, 36(2), 1-13.	20 pkt MEiN	6
33.	Szopiński T., University Students' Attitude to E-learning in the Post-COVID-19 Era, <i>Contemporary Economics</i> , 17(3), 2023, 1-12.	100 pkt MEiN.	10
34.	Szopiński T., Nowacki R., Fandrejewska A., Zatwarnicka-Madura B., The determinants of electric scooter acceptance among students as a manifestation of adapting to the requirements of e-mobility, using the technology acceptance model, <i>Humanities and Social Sciences</i> , 30(4), 2023, 1-24.	140 pkt MEiN w momencie publikacji. W kolejnym roku punktacja została obniżona do 70 pkt	1
35.	Szopiński T., E-learning Acceptance Model in the Post-Pandemic World. <i>Journal for Perspectives of Economic Political and Social Integration</i> , 30(1), 2024, 109-133.	100 pkt MEiN	2

36.	Szopiński T., Bachnik K., Gorbaniuk O., & Samardakiewicz-Kirol, E., Organizational Involvement in CSR Activities in the Context of Leaders' Prosociality. <i>Contemporary Economics</i> 19(2), 2025, 148-162	100 pkt MEiN	1
37.	Słowiński G., Szopiński T., & Wilczewski M., Modeling the Probability of Consumer Boycott Participation Among Europeans Using Artificial Intelligence. <i>Contemporary Economics</i> , 19(4), 2025, 447-463.	100 pkt MEiN	0

9. Wykaz uczestnictwa w programach europejskich lub innych programach międzynarodowych.

Erasmus+ – Juraj Dobrila University of Pula, Faculty of Economics and Tourism „Dr. Mijo Mirković” (Chorwacja), czerwiec 2018 – mobilność dydaktyczna; prowadzenie wykładów (14 godzin) w ramach kursu „International e-marketing: opportunities and challenges”.

10. Wykaz udziału w zespołach badawczych, realizujących projekty inne niż określone w pkt. II.4.

Nie dotyczy

11. Wykaz uczestnictwa w zespołach oceniających wnioski o finansowanie badań, wnioski o przyznanie nagród naukowych, wnioski w innych konkursach mających charakter naukowy lub dydaktyczny.

Nie dotyczy

III. WSPÓŁPRACA Z OTOCZENIEM SPOŁECZNYM I GOSPODARCZYM

1. Wykaz dorobku technologicznego.

Nie dotyczy

2. Współpraca z sektorem gospodarczym.

- Praktyka na rynku nieruchomości (zarządzanie najmem) – Beamten-Wohnungsgesellschaft Dr. Buschmann K.G., sierpień - wrzesień 2003.
- Praca przy obsłudze eksportu i importu – PH Krautex, 2003–2004.
- Praca przy obsłudze eksportu i importu – Kuźnia Matrycowa Sp. z o.o., 2009.
- Trener i doradca w ramach szkolenia „Firmy typu spin off/spin out szansą na komercjalizację przedsięwzięć naukowych” – Fundacja Centrum Rozwoju Lokalnego w Lublinie, 2009–2011.
- Prowadzący zajęcia („ABC Przedsiębiorczości”, „Biznes plan”) oraz doradca w zakresie przygotowywania wniosków o dotacje na rozpoczęcie działalności gospodarczej w projekcie „40 tysięcy możliwości dla 50+” – Fundacja Inicjatyw Lokalnych w Lublinie, marzec–październik 2014.

3. Wykaz uzyskanych praw własności przemysłowej, w tym uzyskanych patentów krajowych lub międzynarodowych.

Nie dotyczy

4. Wykaz wdrożonych technologii.

Nie dotyczy

5. Wykaz wykonanych ekspertyz lub innych opracowań wykonanych na zamówienie instytucji publicznych lub przedsiębiorców.

Nie dotyczy

6. Wykaz udziału w zespołach eksperckich lub konkursowych.

Nie dotyczy

7. Wykaz projektów artystycznych realizowanych ze środowiskami pozaartystycznymi.

Nie dotyczy

IV. DANE NAUKOMETRYCZNE

1. Impact Factor (w dziedzinach i dyscyplinach, w których parametr ten jest powszechnie używany jako wskaźnik naukometryczny).

Łączna suma wskaźników Impact Factor (IF) moich publikacji, obliczona na podstawie wartości wskaźnika z roku opublikowania poszczególnych artykułów (zgodnie z bazą Journal Citation Reports), wynosi: 34,962. Mój dorobek obejmuje 11 artykułów w

czasopismach indeksowanych w bazie JCR. Większość z nich (6 publikacji) ukazała się w czasopismach z najwyższego kwartyłu (Q1), a najwyższy uzyskany pojedynczy wskaźnik Impact Factor wynosi 12,000. Poniższa tabela przedstawia wykaz czasopism z mojego dorobku naukowego, które posiadały wskaźnik Impact Factor w roku opublikowania artykułu.

Zestawienie wskaźników Impact Factor dla publikacji w czasopismach indeksowanych w bazie JCR

Lp.	Rok	Czasopismo	Impact Factor (rok publ.)	Kwartył (JCR)
1.	2013	Transformations in Business & Economics	0,435	Q2
2.	2014	Transformations in Business & Economics	0,358	Q2
3.	2015	Economic Research-Ekonomska Istraživanja	0,447	Q2
4.	2016	Internet Research	2,931	Q1
5.	2016	Journal of Business Research	3,354	Q1
6.	2016	Journal of Business Research	3,354	Q1
7.	2016	Economic Research-Ekonomska Istraživanja	1,137	Q2
8.	2017	Internet Research	3,838	Q1
9.	2018	Journal of Business Research	4,028	Q1
10.	2020	Economic Research-Ekonomska Istraživanja	3,080	Q2
11.	2022	Technological Forecasting & Social Change	12,0	Q1
SUMA ŁĄCZNA:			34, 962	

2. Liczba cytowań publikacji wnioskodawcy, z oddzielnym uwzględnieniem autocytowań.

Na dzień 5 lutego 2026 r. liczba cytowań moich publikacji wynosi: w Google Scholar 927 (w tym 23 autocytowania; 904 bez autocytowań), w Scopus 371 (w tym 4; 367 bez



autocytowań) oraz w Web of Science 126 (w tym 7; 119 bez autocytowań).

3. Indeks Hirscha.

Na dzień 5 lutego 2026 r. indeks Hirscha (h-index) dla moich publikacji indeksowanych w poszczególnych bazach, wynosi: 13 w Google Scholar, 9 w Scopus oraz 6 w Web of Science (WoS).

Informacje zawarte w pkt. IV powinny wskazywać również na bazę danych, na podstawie której zostały podane.

Przy wyborze tej bazy należy zwracać uwagę na specyfikę dziedziny i dyscypliny naukowej, w której kandydat ubiega się o nadanie stopnia doktora habilitowanego.

Rada Doskonałości Naukowej informuje, że podawanie danych naukometrycznych – w opinii Rady Doskonałości Naukowej – jest wskazane i zalecane, wynika to także ze stosowanej powszechnie praktyki przez samych kandydatów ubiegających się o awans naukowy. Należy jednak podkreślić, że podane we wnioskach o wszczęcie postępowania awansowego dane naukometryczne nie mogą stanowić kryterium oceny dorobku naukowego Kandydata dla podmiotów doktoryzujących, habilitujących oraz samej Rady Doskonałości Naukowej, organów prowadzących postępowania w sprawie nadania stopnia lub tytułu. Zadaniem tych organów jest przede wszystkim ocena ekspercka dorobku naukowego Kandydata ubiegającego się o awans naukowy, zaś decyzja o nadaniu stopnia lub tytułu nie powinna być uzależniona od podania tych danych.

.....*Tomasz Szpilewski*.....
(podpis wnioskodawcy)

AUTOREFERAT

Dr Tomasz Szopiński

Uniwersytet VIZJA

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'T' followed by a cursive flourish.

Spis treści

1. Imię i nazwisko.....	4
2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe lub artystyczne – z podaniem podmiotu nadającego stopień, roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej.....	4
3. Informacja o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych lub artystycznych.....	4
4. Omówienie osiągnięć, o których mowa w art. 219 ust. 1 pkt. 2 ustawy z dnia 20 ipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2021 r. poz. 478 z późn. zm.). Omówienie to winno dotyczyć merytorycznego ujęcia przedmiotowych osiągnięć, jak i w sposób precyzyjny określać indywidualny wkład w ich powstanie, w przypadku, gdy dane osiągnięcie jest dziełem współautorskim, z uwzględnieniem możliwości wskazywania dorobku z okresu całej kariery zawodowej.....	4
4.1. Wprowadzenie i charakter osiągnięć.....	4
4.2. Geneza i kontekst podjętej problematyki.....	7
4.3. Cele i problematyka badawcza.....	9
4.4. Metodyka badań.....	13
4.5. Najważniejsze wyniki i wnioski.....	16
4.6. Wkład własny habilitanta.....	22
4.7. Wkład w rozwój dyscypliny.....	22
4.7.1. Luka badawcza i uzasadnienie podjęcia badań.....	22
4.7.2. Zakres i osadzenie dyscyplinarne wkładu.....	23
4.7.3. Wkład teoretyczno-koncepcyjny.....	23
4.7.4. Wkład metodologiczny narzędziowy.....	25
4.7.5. Wkład empiryczny i implikacje dla mikroekonomii usług cyfrowych.....	26
5. Informacja o wykazywaniu się istotną aktywnością naukową albo artystyczną realizowaną w więcej niż jednej uczelni, instytucji naukowej lub instytucji kultury, w szczególności zagranicznej.....	27
5.1. Aktywność naukowa realizowana w więcej niż jednej uczelni zagranicznej.....	27

5.1.1. Udział w międzynarodowych konferencjach i seminariach naukowych za granicą	27
5.1.2. Wykłady na zagranicznych uczelniach	28
5.1.3. Wspólne (z autorem z zagranicy) publikacje naukowe oraz recenzje naukowe dla innych uczelni lub instytucji naukowych	28
5.1.4. Nagrody i wyróżnienia	29
5.2. Aktywność naukowa realizowana w więcej niż jednej uczelni krajowej	29
5.2.1. Udział w konferencjach (o międzynarodowym lub ogólnopolskim zasięgu) zorganizowanych przez polskie uczelnie i instytucje naukowe	29
5.2.2. Wspólne (z autorami z innych polskich uczelni) publikacje oraz recenzje naukowe dla innych uczelni lub instytucji naukowych	32
6. Informacja o osiągnięciach dydaktycznych, organizacyjnych oraz popularyzujących naukę lub sztukę	32
6.1. Osiągnięcia dydaktyczne	32
6.2. Osiągnięcia organizacyjne	33
6.3. Osiągnięcia popularyzujące naukę	35
6.3.1. Publikacje popularyzatorskie i eksperckie (prasa branżowa)	35
6.3.2. Wystąpienia i wykorzystanie wyników badań w mediach	35
6.3.3. Szkolenia i działania doradcze	36
7. Oprócz kwestii wymienionych w pkt. 1-6, wnioskodawca może podać inne informacje, ważne z jego punktu widzenia, dotyczące jego kariery zawodowej	36
8. Wykaz cytowanej literatury	36

1. Imię i nazwisko.

Tomasz Szopiński

2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe lub artystyczne – z podaniem podmiotu nadającego stopień, roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej.

W dniu 15 czerwca 2011 roku uchwałą Rady Kolegium Zarządzania i Finansów Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie został mi nadany stopień naukowy doktora nauk ekonomicznych w dyscyplinie ekonomia, na podstawie przedstawionej rozprawy doktorskiej pod tytułem: *Znaczenie e-usług dla polskich konsumentów*. Moją promotorką w przewodzie doktorskim była dr hab. Mirosława Janoś-Kresło, a recenzentami prof. dr hab. Teresa Słaby oraz dr hab. Jolanta Witek. w dniu 15 października 2002 roku uzyskałem dyplom magistra ekonomii na Wydziale Nauk Społecznych Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II, w Instytucie Ekonomii.

3. Informacja o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych lub artystycznych.

W okresie od 1 marca 2005 r. do 30 września 2009 r. byłem zatrudniony na stanowisku asystenta w Katedrze Ekonomii na Wydziale Nauk Ekonomicznych Wyższej Szkoły Umiejętności im. St. Staszica w Kielcach. Od 1 października 2011 r. do chwili obecnej jestem zatrudniony na stanowisku adiunkta w uczelni funkcjonującej początkowo pod nazwą Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie, która następnie została przekształcona w Akademię Ekonomiczno-Humanistyczną w Warszawie, a od 2025 r. działa jako Uniwersytet VIZJA.

4. Omówienie osiągnięć, o których mowa w art. 219 ust. 1 pkt. 2 ustawy z dnia 20 ipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2021 r. poz. 478 z późn. zm.). Omówienie to winno dotyczyć merytorycznego ujęcia przedmiotowych osiągnięć, jak i w sposób precyzyjny określać indywidualny wkład w ich powstanie, w przypadku, gdy dane osiągnięcie jest dziełem współautorskim, z uwzględnieniem możliwości wskazywania dorobku z okresu całej kariery zawodowej.

4.1. Wprowadzenie i charakter osiągnięć

W niniejszym autoreferacie przedstawiam autorską monografię pt. „Prosument na rynku usług bankowości elektronicznej – modele zachowań”, w której opracowałem zintegrowaną

koncepcję prosumenta w bankowości elektronicznej, rozwiniętą w postaci dwóch komplementarnych modeli zachowań, stanowiącą zasadnicze osiągnięcie naukowe w postępowaniu habilitacyjnym.

Punktem wyjścia dla prowadzonych rozważań jest ogólne ujęcie prosumenta w literaturze przedmiotu. Współczesny konsument coraz częściej występuje w podwójnej roli: konsumenta i producenta, przejmując część zadań wcześniej realizowanych przez producenta. Efektem „skrzyżowania” producenta z konsumentem jest prosument (Toffler, 1997; Bywalec, 2002).

Na bazie tego ujęcia w monografii zaproponowałem autorską definicję prosumenta funkcjonującego na rynku usług elektronicznych, traktując bankowość elektroniczną jako jeden z kluczowych segmentów tego rynku. Następnie opracowałem koncepcję analityczną zachowań prosumenckich, ujmując je z dwóch komplementarnych perspektyw analitycznych. Pierwsza perspektywa – behawioralna – odnosi się do faktycznych zachowań użytkowników bankowości elektronicznej, obejmujących zakres przejmowania przez nich czynności realizowanych tradycyjnie przez instytucje bankowe oraz aktywność polegającą na wymianie informacji z innymi uczestnikami rynku usług bankowości elektronicznej. Druga perspektywa – oceniająca – odnosi się do subiektywnych ocen ekonomicznych kosztów i korzyści związanych z zachowaniami prosumentów na rynku usług bankowości elektronicznej, formułowanych przez respondentów jako potencjalnych prosumentów. Szczegółowe elementy składające się na zaproponowaną koncepcję zachowań prosumentów w bankowości elektronicznej, stanowiące integralne komponenty przedstawionego wkładu naukowego, w tym przyjęte definicje, zastosowane narzędzia badawcze oraz uzyskane segmentacje empiryczne, zostały omówione w kolejnych częściach autoreferatu.

Podjęcie tematyki prosumenta stanowiło naturalny etap rozwoju moich zainteresowań badawczych. We wczesnym okresie aktywności badawczej zajmowałem się analizą decyzji konsumentów na rynku finansowym. W publikacjach *Uwarunkowania decyzyjne konsumentów na rynku kredytów hipotecznych – wyniki badań własnych* (2007) oraz *Skalowanie wielowymiarowe wybranych instytucji finansowych: percepcja najczęściej reklamowanych banków* (2007) analizowałem mechanizmy wyboru ofert kredytowych oraz postrzeganie marek banków przez konsumentów. Badania te pozwoliły zrozumieć złożoność procesów podejmowania decyzji finansowych, obejmujących konieczność jednoczesnego uwzględniania wielu parametrów oraz kompromisów pomiędzy różnymi kryteriami oceny oferty.

Kolejnym etapem rozwoju badań było rozszerzenie analiz na obszar usług cyfrowych. Za R. Wolnym można uznać, że usługi elektroniczne stanowią naturalne środowisko prosumpcji (Wolny, 2013), a bankowość elektroniczna należy do najczęściej wskazywanych obszarów jej przejawów wśród e-usług (Murawska & Długosz, 2018). Rezultatem prowadzonych przeze mnie analiz były m.in. następujące publikacje: *Factors affecting the adoption of online banking in Poland* (2016), *Socio-economic factors determining the way e-tourism is used in EU member states* (2016), *Manifestations of e-government usage in post-communist European countries* (2017), *Student evaluation of online learning during the COVID-19 pandemic* (2022), *E-learning Acceptance Model in the Post-Pandemic World* (2024). Badania te pozwoliły mi uchwycić wspólne mechanizmy akceptacji i wykorzystania e-usług oraz stanowiły ważne tło dla pogłębienia analiz dotyczących bankowości elektronicznej jako obszaru o szczególnie wysokiej intensywności korzystania.

Równolegle w prowadzonych badaniach analizowałem zarówno zjawiska aktywności, jak i bierności konsumentów w sektorze finansowym. w artykule *Trends in the Use of Cyclical Payment Channels by Polish Households* (2014) przedstawiłem zachowania użytkowników wobec różnych form płatności, wskazując na rosnącą rolę decyzji podejmowanych w środowisku cyfrowym. Z kolei w pracy *Impact of Consumer Awareness on Switching Behavior in Banking* (2021) skoncentrowałem się na postawach świadomych i samodzielnych klientów, aktywnie zmieniających dostawcę usług bankowych, co można uznać za przejaw dojrzałości finansowej i prosumenckiego podejścia do rynku. Istotnym uzupełnieniem tej perspektywy było podjęcie problemu posiadania rachunków w kilku bankach (zjawiska „overbanked”). w artykule *Holding Accounts in Several Banks – a Conscious or Reckless Consumer?* (2023) wykazałem, że posiadanie rachunków w wielu bankach nie musi być przejawem lekkomyślności, lecz częściej współwystępuje z wyższą świadomością finansową (porównywaniem ofert, znajomością limitów gwarantowania depozytów oraz mniejszą podatnością na phishing). Ponadto wyniki wykazały, że wiek oddziałuje na liczbę utrzymywanych relacji bankowych zarówno bezpośrednio, jak i pośrednio, poprzez mechanizmy związane ze wzrostem tej świadomości. Natomiast w artykule *Who is Unbanked? Evidence from Poland* (2019) przeanalizowałem problem wykluczenia finansowego i braku uczestnictwa w systemie bankowym, identyfikując czynniki determinujące utrzymywanie się grup konsumentów pozostających poza rynkiem usług finansowych.

Zestawienie tych wątków ujawniło przeciwstawne bieguny zachowań konsumentów – od aktywnej, cyfrowej partycypacji po całkowite wykluczenie – porządkując je jako kontinuum

relacji z rynkiem usług finansowych. Monografia rozwija te wcześniejsze wątki, opierając się na perspektywie mikroekonomicznej oraz wykorzystując założenia ekonomii cyfrowej i ekonomii behawioralnej. W opracowaniu przedstawiono wyniki badań empirycznych oraz opracowane na ich podstawie modele zachowań prosumentów w bankowości elektronicznej, obejmujące zarówno aspekt transakcyjny, jak i informacyjno-decyzyjny.

4.2. Geneza i kontekst podjętej problematyki

Zainteresowanie tematyką prosumpcji w sektorze finansowym wynikało z wieloletnich obserwacji oraz analizy zmian zachodzących na rynku usług bankowych. Dynamiczny rozwój technologii informacyjnych, cyfryzacja kanałów obsługi klientów oraz postępująca automatyzacja procesów bankowych stopniowo przekształcały charakter relacji między instytucją finansową a klientem. Analiza tych zmian wskazywała, że użytkownicy coraz częściej przejmują czynności wcześniej zarezerwowane dla pracowników banków – takie jak inicjowanie przelewów, zarządzanie produktami czy uwierzytelnianie tożsamości. Jednocześnie bankowość elektroniczna zaczęła pełnić funkcję „bramy” do innych obszarów e-usług, umożliwiając m.in. dostęp do administracji publicznej czy usług komercyjnych poprzez narzędzia takie jak mojeID. Opisane zjawiska unaocznily nowy etap rozwoju rynku – od dobrowolnego korzystania z technologii do sytuacji, w której uczestnictwo w środowisku cyfrowym staje się nie tylko powszechne, lecz często także przymusowe. Likwidacja oddziałów bankowych i bankomatów, ograniczanie obsługi gotówkowej oraz rosnąca liczba zagrożeń cybernetycznych sprawiły, że konsumenci muszą adaptować się do coraz bardziej złożonego cyfrowego ekosystemu usług.

Ważnym impulsem do podjęcia tej tematyki była praca nad moją wcześniejszą książką *Zagrożenia dla konsumentów na rynku usług bankowych* (2020), w której analizowałem pozycję klienta w systemie finansowym, z uwzględnieniem roli informacji, asymetrii wiedzy oraz ryzyk towarzyszących cyfryzacji. Analiza tych zjawisk pozwoliła wskazać, że rosnąca cyfryzacja rynku usług finansowych niesie nie tylko nowe możliwości, lecz także coraz poważniejsze ryzyka i obowiązki po stronie konsumenta. W porównaniu z tradycyjnymi formami obsługi, skutki błędów popełnianych w środowisku cyfrowym mogą mieć znacznie większe konsekwencje – finansowe i tożsamościowe. W tym sensie cyfryzacja przekształca relację między bankiem a klientem, czyniąc go jednocześnie bardziej samodzielnym i bardziej obciążonym. Korzystanie z usług cyfrowych wymaga dziś coraz szerszych kompetencji technicznych, ekonomicznych i prawnych oraz większej odpowiedzialności za podejmowane decyzje. Ta refleksja stała się punktem wyjścia do dalszych badań nad prosumpcją

w bankowości elektronicznej, rozumianą jako nowa forma uczestnictwa klienta w procesie świadczenia usług finansowych, wymagająca nie tylko aktywności, lecz także wysokiego poziomu wiedzy i odpowiedzialności.

Jednocześnie w literaturze przedmiotu toczy się szeroki spór dotyczący natury i konsekwencji prosumpcji. Już w latach 80. Alvin Toffler (1997) postrzegał prosumenta jako symbol nowej gospodarki – aktywnego uczestnika procesów produkcji i konsumpcji, współtworzącego wartość w ramach tzw. trzeciej fali cywilizacyjnej. To ujęcie miało wyraźnie pozytywny charakter, akcentujący emancypację konsumenta i jego rosnącą sprawczość. W kolejnych dekadach, wraz z rozwojem technologii cyfrowych, pojawiła się jednak krytyczna perspektywa reprezentowana m.in. przez George’a Ritzera (2010; 2012; 2014; 2015), który zwracał uwagę, że współczesna prosumpcja coraz częściej przybiera formę ukrytej eksploatacji. Prosumenci, którzy przejmują na siebie zadania producentów – np. poprzez samoobsługowe stacje benzynowe, automatyczne kioski sprzedażowe czy systemy bankowości elektronicznej – nie zyskują realnej autonomii, lecz stają się częścią rozszerzonego procesu produkcji i administracji, często nieświadomie i bez rekompensaty. Równolegle M. Cardador i M. Pratt (2006) wskazywali na zacieranie się granicy między rolą pracownika a prosumenta, co prowadzi do powstawania nowych form pracy cyfrowej o niejasnym statusie ekonomicznym. Z kolei R. Kozinets, A. Hemetsberger i H. Schau (2008) podkreślali, że dzięki łatwiejszej wymianie informacji społeczności prosumenckie mogą pełnić funkcję kontrolną wobec korporacji – poprzez bojkoty, recenzje czy protesty, wymuszając bardziej etyczne praktyki rynkowe. Odmienny punkt widzenia prezentował E. Comor (2011), który zauważał, że aktywność prosumencka w praktyce często wzmacnia istniejące struktury władzy i utrzuca status quo, zamiast realnie wzmacniać pozycję konsumenta. Zróżnicowanie tych stanowisk stanowiło dla mnie ważne tło teoretyczne przy formułowaniu ram badawczych, pokazując, że prosumpcja jest zjawiskiem wielowymiarowym, łączącym elementy autonomii i eksploatacji. Współczesne przemiany technologiczne dodatkowo ujawniają paradoks opisany przez D. Micka i S. Fourniera (1998), zgodnie z którym technologia zaspokaja jedne potrzeby, jednocześnie generując nowe. W kontekście usług finansowych oznacza to, że rozwój bankowości elektronicznej wymusza na użytkownikach zdobywanie dodatkowych kompetencji, dbanie o bezpieczeństwo cyfrowe i poszerzanie wiedzy o produktach finansowych. W efekcie prosumpcja, zamiast upraszczać życie konsumenta, prowadzi do pojawiania się nowych obowiązków i ryzyk, co czyni ją ambiwalentnym zjawiskiem społeczno-ekonomicznym.

Analiza literatury przedmiotu pozwoliła również zidentyfikować wyraźną lukę poznawczą i badawczą w zakresie badań nad prosumpcją w sektorze finansowym. W literaturze światowej i polskiej dominowały opracowania koncentrujące się na wybranych aspektach prosumpcji – takich jak współpraca z przedsiębiorstwami, uczestnictwo w kampaniach marketingowych czy dzielenie się informacją w środowisku internetowym. Zaledwie nieliczne badania dotyczyły prosumpcji w kontekście usług finansowych, a jeszcze mniej odnosiło się bezpośrednio do rynku bankowości elektronicznej. Co istotne, większość tych analiz została przeprowadzona przed pandemią COVID-19, która radykalnie zmieniła warunki korzystania z usług cyfrowych.

Dostrzegalne było kilka luk. Po pierwsze, brakowało ujęć integrujących różne formy aktywności prosumenckiej – zwłaszcza łączenia samoadministracji (self-banking) z wymianą informacji między użytkownikami a instytucjami finansowymi. Po drugie, wcześniejsze badania w dużej mierze opierały się na zmiennych demograficznych, pomijając znaczenie czynników subiektywnych, takich jak przekonania o własnych kompetencjach cyfrowych, postrzegane korzyści i ryzyka czy zaufanie do instytucji finansowych. Po trzecie, dotychczasowe prace nie uwzględniały w wystarczającym stopniu kontekstu częściowo przymusowego uczestnictwa w usługach cyfrowych (ograniczanie kanałów tradycyjnych), analizując go głównie w tle, bez powiązania z percepcją przesuwania obowiązków na klientów i asymetrią korzyści między bankiem a użytkownikiem.

W konsekwencji, mimo rosnącej liczby publikacji poświęconych prosumpcji, nadal brakowało kompleksowych modeli wyjaśniających złożoność zachowań prosumentów w sektorze bankowości elektronicznej. Odpowiedzią na tę lukę stało się opracowanie przedstawione w mojej monografii, w którym podjąłem próbę zintegrowania różnych wymiarów aktywności prosumenckiej i uchwycenia jej uwarunkowań w warunkach dynamicznej cyfryzacji usług finansowych.

4.3. Cele i problematyka badawcza

Celem głównym rozprawy było wyjaśnienie mechanizmów i uwarunkowań prosumpcji na rynku usług bankowości elektronicznej, rozumianej jako złożone i zróżnicowane zachowanie konsumenckie, kształtowane przez przemiany technologiczne, społeczne oraz indywidualne postawy użytkowników.

Wśród celów poznawczych znalazły się:

- identyfikacja prosumpcji jako złożonego zachowania rynkowego;

- określenie cech nowego prosumenta ukształtowanego w czasie rozwoju Internetu, technologii mobilnych oraz serwisów społecznościowych;
- rozpoznanie czynników różniących współczesnych prosumentów;
- określenie zakresu aktywności prosumentów na rynku usług bankowości elektronicznej.

Z kolei cele empiryczne obejmowały:

- identyfikację struktury i natężenia aktywności prosumenckiej na rynku usług e-bankowości;
- identyfikację determinant wpływających na zakres aktywności prosumentów na rynku bankowości elektronicznej;
- poznanie nastawienia respondentów do możliwości zachowań prosumpcyjnych na rynku e-bankowości;
- opracowanie koncepcyjnych modeli zachowań prosumentów na rynku usług bankowości elektronicznej¹.

W wymiarze teoretycznym badanie miało na celu pogłębienie wiedzy o mechanizmach prosumpcji w sektorze finansowym poprzez zastosowanie perspektyw ekonomii cyfrowej i behawioralnej, łączących analizę wpływu technologii, otoczenia społecznego i postaw psychologicznych na zachowania prosumentów.

W wymiarze praktycznym uzyskane wyniki dostarczają podstaw do lepszego rozumienia postaw prosumentów wobec technologii cyfrowych oraz identyfikacji czynników wpływających na ich aktywność i uczestnictwo w procesach świadczenia usług bankowości elektronicznej.

W związku z przyjętymi celami badawczymi sformułowano nadrzędne pytanie badawcze, integrujące kluczowe wątki rozważań podejmowanych w pracy:

¹ Ostateczny model nie poprzedza analizy, lecz stanowi jej rezultat, będąc próbą zintegrowania wyników i nadania im znaczenia. Zatem zbudowanie modelu jest celem empirycznym, ponieważ wynika bezpośrednio z danych zebranych w toku badania, a nie z apriorycznie przyjętej struktury modelu, w przeciwieństwie do podejścia confirmacyjnego, w którym celem jest teoretyczne potwierdzenie z góry przyjętego modelu, tutaj model powstał jako odpowiedź na niedostatki istniejących ujęć i został ukształtowany w wyniku analizy empirycznej.

W jaki sposób współczesny prosument funkcjonuje na rynku usług bankowości elektronicznej jako aktywny uczestnik procesów współtworzenia wartości oraz jakie czynniki determinują formy, zakres i wzorce jego zachowań w środowisku cyfrowym?

Odpowiedzi na to pytanie wymagały uszczegółowienia problematyki badawczej poprzez zestaw szczegółowych pytań empirycznych, odnoszących się do różnych wymiarów aktywności i postaw prosumentów. Pytania te zostały uporządkowane w czterech głównych obszarach analizy:

- Aktywność prosumencka – dotycząca zakresu i natężenia korzystania z usług e-bankowości, udziału w działaniach promocyjnych oraz dzielenia się informacjami z innymi użytkownikami.
- Determinanty zachowań prosumentów – odnoszące się do wpływu cech demograficznych i sytuacyjnych na preferowane sposoby korzystania z usług oraz form kontaktu z bankami.
- Nastawienie do prosumpcji i wymiany informacji – obejmujące postawy wobec uczestnictwa w działaniach marketingowych, wykorzystania źródeł internetowych oraz motywów aktywności komunikacyjnej użytkowników.
- Modele zachowań prosumentów – ukierunkowane na określenie, jakie czynniki różnicują zachowania prosumentów i w jaki sposób można je pogrupować w odrębne segmenty ze względu na zakres aktywności oraz postawy wobec prosumpcji.

Na potrzeby realizacji przyjętych celów empirycznych sformułowałem hipotezę główną, zgodnie z którą:

Prosumenci na rynku usług bankowości elektronicznej tworzą zróżnicowane segmenty – zarówno statystycznie wyodrębnione na podstawie postaw wobec prosumpcji, jak i klasyfikowane ze względu na zakres aktywności – przy czym w obrębie każdego z tych kryteriów występują istotne różnice możliwe do empirycznej identyfikacji.

Empiryczna weryfikacja hipotezy głównej została przeprowadzona poprzez dziewięć hipotez szczegółowych, które dotyczyły dwóch zasadniczych obszarów analizy:

1. Determinant aktywności prosumenckiej – obejmującej zależność między cechami demograficznymi respondentów a zakresem korzystania z bankowości internetowej i mobilnej.

2. Czynniki różnicujących przynależność do segmentów prosumentów, wyodrębnionych na podstawie zakresu aktywności oraz postaw wobec prosumpcji.

W ramach tego obszaru analizowano wpływ:

- danych demograficznych,
- liczby posiadanych umów o korzystanie z bankowości elektronicznej,
- preferencji dotyczących form kontaktu z bankiem i sposobu realizacji operacji w zależności od kontekstu sytuacyjnego,
- nastawienia do pieniądza gotówkowego i bezgotówkowego,
- aktywności informacyjnej w Internecie,
- postrzeganego doświadczenia w tematyce finansowej,
- nastawienia do akcji marketingowych prowadzonych przez banki,
- doświadczeń związanych z cyberzagrożeniami.

Poniżej przedstawiono brzmienie hipotez szczegółowych przyjętych w monografii (H₁–H₉):

H₁. Cechy demograficzne respondentów determinują zakres ich aktywności prosumpcyjnych dotyczących korzystania z bankowości internetowej i mobilnej.

H₂. Cechy demograficzne respondentów determinują przynależność do określonego segmentu wyróżnionego ze względu na zakres aktywności prosumpcyjnych.

H₃. Liczba posiadanych umów o korzystanie z bankowości elektronicznej determinuje przynależność respondentów do określonego segmentu wyróżnionego ze względu na zakres aktywności prosumpcyjnych.

H₄. Cechy demograficzne respondentów determinują ich przynależność do określonego segmentu wyróżnionego na podstawie ich oceny zjawiska prosumpcji na rynku e-bankowości.

H₅. Ocena zaangażowania innych prosumentów w działania promocyjne banków determinuje przynależność respondentów do określonego segmentu wyróżnionego na podstawie ich oceny zjawiska prosumpcji na rynku e-bankowości.

H₆. Preferencje respondentów dotyczące sposobu dokonywania operacji bankowych determinują ich przynależność do określonego segmentu wyróżnionego na podstawie ich oceny zjawiska prosumpcji na rynku e-bankowości.

H₇. Nastawienie respondentów do pieniądza gotówkowego i bezgotówkowego determinuje ich przynależność do określonego segmentu wyróżnionego ze względu na ich ocenę zjawiska prosumpcji na rynku e-bankowości.

H₈. Aktywności respondentów związane z wymianą informacji o usługach bankowych

w Internecie determinują przynależność do określonego segmentu wyróżnionego ze względu na ich ocenę zjawiska prosumpcji na rynku e-bankowości.

H₉. Doświadczenia respondentów związane z próbami oszustwa ze strony cyberprzestępców determinują przynależność respondentów do określonego segmentu wyróżnionego ze względu na ocenę zjawiska prosumpcji na rynku e-bankowości.

Zaproponowany zestaw hipotez umożliwił zbadanie, w jaki sposób czynniki demograficzne, behawioralne i dotyczące postaw wobec prosumpcji wpływają na zróżnicowanie prosumentów oraz pozwolił opracować dwa modele ich zachowań – model aktywności prosumenckiej i model postaw wobec prosumpcji. Hipotezy porządkują analizę i wspierają wyłonienie tych modeli.

4.4. Metodyka badań

Metodyka zastosowana w monografii została podporządkowana realizacji celów poznawczych i empirycznych oraz weryfikacji przyjętych hipotez badawczych. Jej konstrukcja odzwierciedla zarówno analityczny charakter podjętej problematyki, jak i potrzebę uchwycenia złożoności zachowań prosumentów w środowisku bankowości elektronicznej.

W procesie realizacji celów poznawczych zastosowano krytyczną analizę literatury krajowej i zagranicznej dotyczącej prosumpcji, zachowań prosumenta oraz teorii rynku usług e-bankowości. Uzupełnieniem tej analizy były badania typu desk research, obejmujące raporty krajowych i zagranicznych instytucji oraz agencji badawczych, a także inne dostępne dane wtórne dotyczące funkcjonowania rynku usług cyfrowych (np. dokumenty instytucjonalne i materiały informacyjne podmiotów rynku).

Równolegle przeprowadzono analizę środowiska usług bankowości elektronicznej, ukierunkowaną na identyfikację rzeczywistych możliwości i praktyk użytkowników. Analiza ta obejmowała trzy uzupełniające się obszary:

- przegląd aktualnych ofert banków w zakresie usług cyfrowych,
- analizę funkcjonalności paneli bankowości internetowej i mobilnej (PKO BP, PeKaO SA, mBank, Bank Millennium, Velobank),
- analizę aktywności internautów w mediach społecznościowych i serwisach wymiany opinii, pozwalającą określić dominujące wzorce komunikacji oraz sposoby wymiany informacji między użytkownikami.

Analiza ta umożliwiła uchwycenie głównych uwarunkowań technologicznych, społecznych i rynkowych korzystania z usług e-bankowości, co stanowiło podstawę do dopracowania konstrukcji narzędzia badawczego.

W ramach realizacji celów empirycznych zastosowano autorskie badanie ilościowe, umożliwiające identyfikację rzeczywistych zachowań, postaw i wzorców aktywności użytkowników usług bankowości elektronicznej. Wybór metody ilościowej był uzasadniony potrzebą statystycznej weryfikacji zależności wskazanych w hipotezach szczegółowych oraz koniecznością wyodrębnienia segmentów prosumentów.

Ostateczna wersja kwestionariusza została opracowana na podstawie wieloetapowego procesu projektowego, obejmującego:

- analizę literatury naukowej,
- analizę danych wtórnych,
- obserwacje zachowań użytkowników usług e-bankowości,
- obserwacje działań banków ukierunkowanych na aktywizację prosumentów,
- wywiady indywidualne z informatykami i pracownikami sektora bankowego,
- badanie pilotażowe na próbie 105 osób (listopad–grudzień 2022).

Badanie pilotażowe pozwoliło na weryfikację jednoznaczności i zrozumiałości sformułowań zawartych w kwestionariuszu oraz eliminację potencjalnych błędów interpretacyjnych.

Kwestionariusz miał charakter w pełni autorski, liczył 40 pytań właściwych i 8 metryczkowych. Składał się z 14 stron. Podział na strony umożliwił zastosowanie filtrów przekierowujących respondentów do określonych części kwestionariusza w zależności od udzielonych przez nich odpowiedzi. Rekrutacja respondentów odbywała się poprzez mailing i media społecznościowe, a w grupie osób 60+ – we współpracy z bibliotekami i klubami seniora. w celu zebrania odpowiedzi respondentów wykorzystano darmowe narzędzie Google Forms. Pierwsza część kwestionariusza zawierała pytania dotyczące przejawów prosumpcji związanych z korzystaniem z usług bankowości elektronicznej. Kolejna dotyczyła współpracy respondentów z instytucjami oferującymi te usługi – na przykład poprzez udział w konkursach, akcjach promocyjnych czy programach partnerskich. Trzecia grupa pytań odnosiła się do opinii respondentów na temat zalet i wad aktywności prosumpcyjnych na rynku e-bankowości – zarówno z perspektywy samych prosumentów, jak i instytucji bankowych, innych użytkowników oraz pracowników sektora bankowego. W kolejnej części kwestionariusza

znalazły się pytania o zachowania prosumenckie w Internecie, takie jak poszukiwanie informacji o usługach bankowych, komentowanie ich oraz dzielenie się własnymi treściami (np. poprzez publikowanie postów na blogach czy tworzenie nagrań audio i wideo). Następnie pytano o preferencje respondentów dotyczące sposobu korzystania z usług bankowych oraz dokonywania płatności w różnych kontekstach sytuacyjnych. Na końcu kwestionariusza znalazły się pytania metryczkowe.

Badanie przeprowadzono metodą CAWI (Computer Assisted Web Interview) w okresie lipiec 2023 – czerwiec 2024. Przyjęto kwotowy dobór próby pod względem wieku i płci, zgodny ze strukturą populacji Polski (GUS 2023). W badaniu brały udział osoby w wieku 15 lat i więcej. Ostateczna próba liczyła 1047 respondentów. Najczęściej reprezentowane były grupy wiekowe 40–59 lat oraz 60+, a struktura płci wyniosła 47,4% mężczyzn i 52,6% kobiet. Dodatkowo w analizach uwzględniono: wykształcenie, dochody, wielkość miejsca zamieszkania, strukturę gospodarstwa domowego, narodowość oraz udział w podejmowaniu decyzji finansowych.

W celu przetestowania różnic pomiędzy grupami zastosowano test chi-kwadrat dla zmiennych mierzonych na skali nominalnej oraz test Kruskala-Wallisa dla zmiennych porządkowych. Przyjęto poziom istotności statystycznej $\alpha = 0,05$, co oznacza, że za statystycznie istotne uznawano zależności, dla których prawdopodobieństwo popełnienia błędu I rodzaju (odrzućenia prawdziwej hipotezy zerowej) było mniejsze niż 5%. Dla wyników istotnych statystycznie obliczano również wskaźniki siły zależności: współczynnik V-Cramera (dla testu chi-kwadrat) oraz współczynnik E_r^2 (dla testu Kruskala-Wallisa). Dodatkowo zastosowano technikę skalowania wielowymiarowego (MDS, algorytm ALSCAL), która pozwoliła zidentyfikować wzorce współwystępowania działań związanych z korzystaniem z bankowości internetowej i mobilnej oraz określić główne wymiary determinujące zachowania i motywy użytkowników. W celu wyodrębnienia typologii prosumentów zastosowano dwa podejścia analityczne, dostosowane do charakteru analizowanych danych:

Pierwsza typologia została opracowana na podstawie połączenia analizy czynnikowej oraz analizy skupień. Analiza czynnikowa umożliwiła redukcję liczby zmiennych i identyfikację ukrytych wymiarów opinii respondentów. Jej zastosowanie było uzasadnione wynikami testów adekwatności (KMO, test sferyczności Bartletta oraz analiza macierzy korelacji), które potwierdziły istnienie zależności między zmiennymi, umożliwiającich wyodrębnienie wspólnych czynników. Liczbę czynników określono za pomocą analizy równoległej – metody uznawanej za jedno z najtrafniejszych kryteriów wyboru liczby

wymiarów. Następnie przeprowadzono analizę skupień metodą k-średnich, co pozwoliło na klasyfikację prosumentów na podstawie konfiguracji nasilenia wyodrębnionych czynników. Druga typologia została zbudowana w oparciu o bezpośrednią analizę odpowiedzi, przyjmując za podstawę obserwowane wzorce korzystania z usług bankowości elektronicznej.

Całość procesu badawczego – od koncepcji badawczej, poprzez konstrukcję narzędzia, dobór próby, przeprowadzenie badań pilotażowych oraz gromadzenie danych empirycznych, aż po dobór metod analitycznych, wykonanie obliczeń statystycznych i interpretację wyników – została przeze mnie zrealizowana samodzielnie.

4.5. Najważniejsze wyniki i wnioski

Najważniejsze wyniki i wnioski z przeprowadzonych badań dotyczą zarówno teoretycznego ujęcia prosumpcji, jak i empirycznego rozpoznania zachowań prosumentów na rynku usług bankowości elektronicznej. Wnioski te pokazują złożoność i dynamiczny charakter prosumpcji w usługach cyfrowych, podkreślając jej znaczenie dla funkcjonowania rynku e-bankowości. Przeprowadzona analiza pozwoliła uporządkować i zintegrować kluczowe wątki teoretyczne dotyczące prosumpcji: jej ujęcie jako zjawiska rynkowego, kontekst funkcjonowania bankowości elektronicznej oraz specyficzne formy i mechanizmy zachowań prosumpcyjnych w tym sektorze. Integracja rozproszonych ujęć literaturowych została wsparta autorskimi zestawieniami syntetyzującymi, które porządkują kluczowe elementy opisu prosumpcji: jej ewolucję, determinanty, zakres aktywności oraz typologie prosumentów. W części poświęconej e-bankowości zestawienia te systematyzują specyfikę prosumpcji w usługach finansowych, zakres zachowań prosumenckich, rolę metadanych oraz potencjalne wady i zalety aktywności prosumenckiej z punktu widzenia różnych uczestników rynku bankowości elektronicznej.

Prosumpcja na rynku usług e-bankowości okazuje się zjawiskiem wielowymiarowym, którego znaczenie wyraźnie wzrosło wraz z upowszechnieniem technologii cyfrowych i przeniesieniem wielu czynności finansowych do kanałów zdalnych. Analiza pokazuje, że prosumpcja ma charakter ambiwalentny: zwiększa wygodę, dostępność i elastyczność korzystania z usług, ale równocześnie przenosi na użytkownika większą odpowiedzialność, podnosi poziom ryzyka operacyjnego i ogranicza tradycyjne formy wsparcia. Ta dwoistość korzyści i obciążeń stanowi obecnie jedną z kluczowych cech funkcjonowania usług cyfrowych.

Zaproponowano autorską definicję nowego prosumenta, który wykształcił się w wyniku funkcjonowania Internetu, technologii mobilnych oraz serwisów społecznościowych. Nowy prosument to osoba fizyczna, która samodzielnie korzysta z usług elektronicznych lub je współtworzy/ulepsza. Jego aktywności obejmują zarówno samodzielne wykonywanie operacji zdalnych, takich jak zakupy online, rozliczenia podatkowe, korzystanie z usług e-bankowości, jak i wymianę informacji na temat usługodawców. Pełni on rolę współtwórcy wartości wymiennej, która wpływa na rozwój i innowacyjność usług dostępnych na rynku. Jego zaangażowanie w procesy prosumpcji, zarówno poprzez korzystanie z usług, jak i dzielenie się opiniami oraz sugestiami, stanowi istotny impuls dla dostawców usług, umożliwiając im dostosowanie oferty do potrzeb użytkowników. Aktywność nowego prosumenta staje się fundamentem rozwoju rynku usług elektronicznych, ponieważ uruchamia mechanizmy pozwalające osiągnąć i utrzymać masę krytyczną użytkowników, przy której inwestycje w infrastrukturę cyfrową, bezpieczeństwo oraz rozwój funkcjonalności stają się ekonomicznie uzasadnione. Mechanizmy te obejmują współprodukcję usługi w modelu samoobsługowym (sprzyjającą efektom skali), generowanie danych o użytkowaniu umożliwiających iteracyjne doskonalenie i personalizację rozwiązań, a także wzmacnianie dyfuzji dzięki efektom sieciowym i normom społecznym.

Analiza teoretyczna wskazuje kluczowe aspekty zróżnicowania współczesnych prosumentów, obejmujące poziom partycypacji w procesach prosumpcyjnych, zakres interakcji z innymi uczestnikami rynku oraz stopień zdolności do modyfikowania i ulepszania produktów lub usług. Wśród uwarunkowań tych różnic znajdują się zarówno zmienne demograficzne (wiek, płeć, wykształcenie, dochód), jak i determinanty psychologiczne, obejmujące cechy osobowości, motywy działania oraz poczucie własnej skuteczności. Uzupełnieniem tych rozważań było wyodrębnienie dwóch zasadniczych obszarów działań prosumentów charakterystycznych dla rynku usług bankowości elektronicznej. Pierwszy obejmuje samodzielne wykonywanie operacji bankowych w kanałach zdalnych, takich jak obsługa rachunku, płatności czy realizacja usług dodatkowych. Drugi dotyczy aktywności informacyjnej, obejmującej wyszukiwanie, komentowanie i ocenę informacji o usługach bankowych oraz dzielenie się doświadczeniami i opiniami – zarówno w przestrzeni publicznej, jak i w kontaktach prywatnych. Te dwa obszary tworzą komplementarny obraz prosumpcji, pokazując, że współczesny użytkownik nie ogranicza się jedynie do korzystania z usług, lecz aktywnie współtworzy wiedzę i doświadczenie dotyczące funkcjonowania rynku. W obu obszarach aktywność użytkowników pozostawia ślad cyfrowy w postaci metadanych.

Na tym tle szczególnego znaczenia nabierają wyniki części empirycznej, które pozwalają ocenić, w jakim stopniu opisane wcześniej koncepcje teoretyczne korespondują z rzeczywistymi zachowaniami użytkowników usług e-bankowości. Analiza danych empirycznych ukazuje zarówno obszary zbieżności, jak i te, w których praktyka odbiega od dotychczasowych ustaleń w literaturze. W rezultacie możliwe staje się pełniejsze uchwycenie mechanizmów prosumpcji — nie tylko w wymiarze koncepcyjnym, lecz także w konkretnych decyzjach i nawykach współczesnych prosumentów.

Badania pokazały, że użytkownicy bankowości elektronicznej najczęściej korzystają z bankowości internetowej, przy czym jej użycie przewyższa korzystanie z kanałów mobilnych – w odróżnieniu od tendencji raportowanych przez Związek Banków Polskich (ZBP, 2023). Większość respondentów ograniczała się do podstawowych operacji, takich jak wykonywanie przelewów i sprawdzanie informacji o rachunku. Bankowość elektroniczna pełniła również funkcję narzędzia do uwierzytelniania tożsamości i dostępu do usług publicznych online, natomiast znacznie rzadziej służyła do zawierania umów z komercyjnymi usługodawcami.

Analiza determinant korzystania z bankowości elektronicznej pokazała, że spośród badanych zmiennych demograficznych jedynie wiek i dochód różnicowały aktywność użytkowników. Wiek oddziaływał przy tym w odmienny sposób na poszczególne kanały: korzystanie z bankowości internetowej rosło wraz z wiekiem, natomiast skłonność do korzystania z bankowości mobilnej wyraźnie malała. Wyższy dochód zwiększał prawdopodobieństwo korzystania z obu form bankowości elektronicznej. Z kolei płeć oraz poziom wykształcenia nie wpływały na zakres korzystania ani z bankowości internetowej, ani mobilnej, co wskazuje na odchodzenie od części zależności często raportowanych we wcześniejszych badaniach oraz na zmianę profilu użytkowników tych usług.

Jednocześnie uzyskane wyniki pokazują, że zmienne demograficzne – także te, które nie różnicują samego korzystania z e-bankowości – różnicują przynależność do wyodrębnionych segmentów prosumentów. Oznacza to, że cechy demograficzne nie determinują podjęcia działań prosumpcyjnych, lecz współkształtują sposób, w jaki są one realizowane.

Analiza zachowań użytkowników korzystających równocześnie z bankowości internetowej i mobilnej ujawniła zróżnicowane relacje między tymi kanałami. W przypadku podstawowych operacji – takich jak wyszukiwanie informacji o usługach bankowych czy wykonywanie przelewów na wcześniej zapisane rachunki – oba kanały były wykorzystywane

równolegle, co wskazuje na ich komplementarny charakter. Jednocześnie wiele bardziej zaawansowanych czynności, takich jak zakładanie i zrywanie lokat, obrót papierami wartościowymi czy kontakt z bankiem, było realizowanych sporadycznie lub w ogóle, co uniemożliwia ocenę relacji substytucyjnych między kanałami w tych obszarach. W odniesieniu do definiowania odbiorców nowych przelewów część użytkowników ograniczała się natomiast do jednego z kanałów, co sugeruje istnienie elementów substytucji przy bardziej wymagających operacjach.

Ponadto kontekst sytuacyjny okazał się istotnym czynnikiem wpływającym na wybór formy kontaktu z bankiem oraz preferowane sposoby płatności. Przy bardziej złożonych produktach finansowych badani częściej wskazywali, że woleliby skorzystać z bezpośredniego kontaktu z pracownikiem banku zamiast obsługi zdalnej. Charakter planowanej transakcji również determinował preferencje: większe i bardziej formalne zobowiązania – takie jak zakup droższego przedmiotu czy regulowanie rachunków za media – respondenci częściej deklarowali jako te, które chcieliby realizować za pośrednictwem bankowości internetowej. W sytuacjach nieformalnych, np. przy zwrocie drobnych kwot rodzinie lub znajomym, preferencje wobec bankowości mobilnej i internetowej były bardzo zbliżone.

Analizując aktywność respondentów dotyczącą wymiany informacji na rynku usług bankowości elektronicznej, okazało się, że najczęściej poszukiwali oni w Internecie informacji związanych z korzystaniem z tych usług, korzystając z oficjalnych stron banków, serwisów branżowych oraz porównywarek ofert. Jednocześnie wykazywali ograniczoną skłonność do udziału w akcjach promocyjnych organizowanych przez banki. Znacznie rzadziej niż poszukiwanie informacji deklarowano dzielenie się własnymi doświadczeniami, na przykład poprzez komentowanie usług bankowych, a jeszcze rzadziej angażowano się w tworzenie bardziej wymagających form treści dotyczących bankowości, takich jak publikowanie materiałów własnych — na przykład artykułów, filmów wideo lub innych form treści zamieszczanych na blogach i platformach społecznościowych. Analiza motywów publikowania opinii ujawniła dwa podstawowe wymiary: efektywność publikacyjną, odnoszącą się do relacji między wysiłkiem a oczekiwanym efektem, oraz kontinuum orientacji na siebie lub na innych, obejmujące zarówno motywacje egoistyczne, jak i chęć dzielenia się wiedzą oraz wspierania innych użytkowników.

Zróznicowany charakter ujawnionych aktywności, opinii i motywów wskazywał, że prosumenci nie stanowią jednorodnej grupy, lecz różnią się zarówno zakresem podejmowanych

działań, jak i ich intencjonalnością. W dalszej części opracowałem dwa komplementarne modele opisujące te różnice.

Pierwszy model pozwolił na wyodrębnienie dwóch kategorii użytkowników usług bankowości elektronicznej: prosumentów transakcyjnych ($N = 561$) oraz prosumentów informacyjno-transakcyjnych ($N = 471$). Prosumenci transakcyjni to przede wszystkim kobiety, częściej osoby starsze, o niższych dochodach i mieszkające w mniejszych miejscowościach. Korzystają oni z bankowości elektronicznej głównie w celu realizacji własnych operacji i rzadziej zawierają wiele umów dotyczących bankowości elektronicznej. Prosumenci informacyjno-transakcyjni to natomiast częściej mężczyźni, osoby w wieku średnim, intensywnie korzystające z usług e-bankowości oraz skłonne do dzielenia się informacjami o usługach bankowych z innymi uczestnikami rynku. Model został skonstruowany jako sekwencja logicznych decyzji użytkownika, co empirycznie identyfikuje różne możliwe ścieżki rozwoju aktywności prosumpcyjnych. W schemacie uwzględniono także hipotetyczną grupę prosumentów informacyjnych – osób poszukujących informacji o usługach bankowych, lecz niewykorzystujących bankowości elektronicznej w sposób transakcyjny. Grupa ta nie ujawniła się empirycznie w badanej próbie, jednak jej obecność w modelu umożliwia pełniejsze odwzorowanie potencjalnych zachowań użytkowników. Na etapie konstruowania schematu modelu uwzględniłem również wnioski z literatury wskazujące, że aktywność prosumpcyjna – zarówno transakcyjna, jak i informacyjna – generuje dane wykorzystywane przez instytucje finansowe m.in. do poprawy jakości usług, przewidywania potrzeb użytkowników oraz ograniczania ryzyka nadużyć. Takie ujęcie pozwoliło osadzić model w szerszym kontekście funkcjonowania rynku usług finansowych.

Drugi opracowany model obejmuje segmentację prosumentów na podstawie ich postaw wobec prosumpcji, kształtowanych przez przekonania dotyczące tego, kto odnosi korzyści z samodzielnego wykonywania czynności bankowych oraz popularyzacji bankowości elektronicznej. Analizowane przekonania obejmowały zarówno poglądy akcentujące korzyści po stronie klientów – takie jak niższe koszty korzystania z usług, większe bezpieczeństwo wynikające z obrotu bezgotówkowego czy łatwiejsze porównywanie ofert – jak i przekonania wskazujące na banki jako głównych beneficjentów aktywności prosumentów, poprzez przerzucanie na użytkowników części pracy operacyjnej, redukcję obsługi kasowej dzięki wprowadzeniu bankomatów i wpłatomatów oraz czerpanie korzyści z dodatkowych informacji o klientach gromadzonych podczas płatności internetowych. W twierdzeniach zastosowanych w badaniu uwzględniono również efekty zewnętrzne związane z prosumpcją, obejmujące m.in.

efekty środowiskowe (np. ograniczenie zużycia papieru i konieczności dojazdu do placówek) oraz korzyści wynikające z rozwoju obrotu bezgotówkowego, takie jak zwiększone bezpieczeństwo i wygoda płatności cyfrowych. Na podstawie analizy danych empirycznych wyodrębniłem cztery skupienia prosumentów, którym nadałem nazwy odzwierciedlające charakterystyczne cechy, podobieństwa i różnice ujawnione między nimi: „Sceptyczni”, „Niepewni”, „Świadomi prosumenci” oraz „Zwolennicy nowych technologii”.

Grupa I – „Sceptyczni” (N = 199) obejmuje osoby wykazujące nieufność wobec bankowości elektronicznej i pozostawiania cyfrowych śladów. Preferują one płatności gotówkowe zarówno przy zwrocie niewielkich kwot rodzinie, jak i przy regulowaniu bieżących rachunków, uznając gotówkę za bezpieczniejszą. Uważają, że historia transakcji może zostać wykorzystana przeciwko nim przez instytucje finansowe lub publiczne. Rzadko rekomendują produkty bankowe i niechętnie uczestniczą w akcjach marketingowych, często postrzegając je jako działania obarczone ryzykiem nadużycia danych osobowych. W tej grupie przeważają kobiety.

Grupa II – „Niepewni” (N = 189) skupia prosumentów najniżej oceniających swoją wiedzę finansową. Choć nie postrzegają uczestników akcji marketingowych banków jako naiwnych czy wykorzystywanych, wykazują ostrożność w korzystaniu z bankowości elektronicznej w codziennych sytuacjach. Są mniej skłonni do regulowania rachunków lub zwrotów drobnych kwot za pośrednictwem bankowości internetowej niż osoby z grup III i IV. W skupieniu tym częściej występują kobiety niż mężczyźni.

Grupa III – „Świadomi prosumenci” (N = 318) obejmuje osoby najwyżej oceniające swoją wiedzę finansową. Regularnie poszukują oni i komentują w Internecie informacje dotyczące usług bankowych, określając siebie jako kompetentnych i sprytnych użytkowników potrafiących wykorzystywać promocje. W mniejszym stopniu niż inni preferują gotówkę przy zwrocie niewielkich kwot, a przy zakupach o wyższej wartości chętnie korzystają z bankowości elektronicznej. W tej grupie przeważają osoby w wieku 60 lat i więcej oraz mężczyźni, którzy stanowią większy odsetek niż w grupie I.

Grupa IV – „Zwolennicy nowych technologii” (N = 341) zrzesza osoby wyraźnie preferujące cyfrowe kanały usług finansowych. Stoją one w opozycji do Sceptycznych. Uważają płatności elektroniczne za szybkie, wygodne i bezpieczne, a gotówkę za rozwiązanie mniej praktyczne i potencjalnie mniej higieniczne. Przy zwrocie niewielkich kwot preferują płatności internetowe lub mobilne, a przy zakupie dóbr o większej wartości – płatności

elektroniczne. W najmniejszym stopniu obawiają się naruszenia prywatności podczas transakcji cyfrowych i najrzadziej doświadczyli prób wyludzenia danych. Znaczną część tej grupy stanowią osoby w wieku 60 lat i więcej, co potwierdza wzrost cyfrowej dojrzałości również w starszych kohortach.

4.6. Wkład własny habilitanta

Osiągnięcie ma charakter w pełni autorski i zostało zrealizowane samodzielnie. Opracowałem koncepcję badawczą, założenia teoretyczne oraz strukturę monografii. Zaprojektowałem narzędzie badawcze, przeprowadziłem badanie pilotażowe oraz przygotowałem ostateczną wersję kwestionariusza wykorzystaną w badaniu właściwym. Zorganizowałem i zrealizowałem proces gromadzenia danych, a następnie zebrałem, przygotowałem i przeanalizowałem cały materiał empiryczny, dobierając metody statystyczne oraz dokonując interpretacji wyników. Do mojego wkładu indywidualnego należy również przedstawienie rezultatów w formie modeli i typologii, sformułowanie wniosków teoretycznych i praktycznych oraz przygotowanie kompletnego tekstu monografii.

Monografia oraz autorskie dane empiryczne stanowiące podstawę analiz statystycznych powstały w całości w ramach mojej pracy badawczej. Dane te nie były wcześniej wykorzystywane w żadnych publikacjach ani nie pochodzą z badań realizowanych we współpracy, co jednoznacznie potwierdza indywidualny charakter wszystkich etapów opracowania.

4.7. Wkład w rozwój dyscypliny

4.7.1. Luka badawcza i uzasadnienie podjęcia badań

Analiza literatury wskazuje wyraźną lukę poznawczą i badawczą dotyczącą kompleksowego ujęcia zachowań prosumentów na rynku usług bankowości elektronicznej. Pomimo rosnącej liczby publikacji dotyczących prosumpcji, nadal brakuje pogłębionego zrozumienia uwarunkowań oraz wzorców zachowań użytkowników w warunkach cyfryzacji usług finansowych. Dotychczasowe badania koncentrowały się głównie na cechach demograficznych oraz pojedynczych aspektach prosumpcji, częściej ujmując „kontekst” jako cechę badanej populacji lub tło makroekonomiczne, a rzadziej analizując zróżnicowanie zachowań w zależności od konkretnej sytuacji decyzyjnej (np. kwoty i celu przelewu, rodzaju transakcji, wyboru kanału obsługi w zależności od rodzaju i złożoności usługi bankowej), a także czynniki subiektywne, takie jak ocena korzyści i zagrożeń, postawy wobec prosumpcji czy przekonania dotyczące własnych kompetencji cyfrowych. Niedostatek ten pogłębiają:

dynamiczny i regulowany charakter usług e-bankowości, zmienne otoczenie technologiczne oraz malejąca opcjonalność korzystania z kanałów cyfrowych, przez co dostępne wyniki badań stosunkowo szybko się dezaktualizują.

W odpowiedzi na tę lukę zaprojektowałem ujęcie łączące perspektywę operacyjną i informacyjną prosumpcji z analizą postrzeganych kosztów i korzyści oraz kontekstu sytuacyjnego podejmowanych decyzji. Takie zintegrowane podejście umożliwia interpretację prosumpcji jako zestawu decyzji zależnych od rodzaju produktu, sytuacji płatniczej i kanału obsługi, a nie wyłącznie od cech technologii czy profilu demograficznego użytkownika.

4.7.2. Zakres i osadzenie dyscyplinarne wkładu

Niniejsze opracowanie wyróżnia się wieloaspektowym ujęciem zachowań prosumentów na rynku usług bankowości elektronicznej, integrującym perspektywę operacyjną i informacyjną prosumpcji z analizą postrzeganych kosztów i korzyści oraz kontekstu sytuacyjnego podejmowanych decyzji finansowych. W literaturze przedmiotu elementy te występują najczęściej w rozproszeniu i są analizowane w odrębnych nurtach badawczych. Pozwala to wyjść poza dotychczasowe fragmentaryczne ujęcia i uchwycić złożoność motywacji, obaw, ograniczeń oraz wzorców decyzyjnych współczesnych użytkowników usług cyfrowych.

Przygotowana przeze mnie monografia pt. *Prosument na rynku usług bankowości elektronicznej – modele zachowań* stanowi podsumowanie i integrację wieloletnich badań nad zachowaniami konsumentów na rynku usług finansowych. Praca ta mieści się w dyscyplinie ekonomia i finanse, gdyż jej głównym przedmiotem jest analiza mechanizmów funkcjonowania rynku e-bankowości jako segmentu usług finansowych oraz zachowań jego uczestników – użytkowników pełniących rolę prosumentów. Opracowanie ukazuje prosumenta jako podmiot rynku usług, identyfikuje uwarunkowania jego zachowań (w tym ekonomiczne) oraz omawia implikacje aktywności prosumpcyjnej dla sposobu funkcjonowania rynku usług e-bankowości, w szczególności dla relacji bank–klient, przenoszenia części czynności operacyjnych na użytkownika, przepływu informacji oraz kształtowania preferencji kanałowych i płatniczych.

4.7.3. Wkład teoretyczno-koncepcyjny

Wkład do rozwoju nauk ekonomicznych obejmuje spójny zestaw rozwiązań definicyjnych i klasyfikacyjnych, które pozwalają analizować prosumenta w e-bankowości jako współuczestnika procesu świadczenia usług oraz uczestnika obiegu informacji. Opracowanie rozwija badania z zakresu mikroekonomii rynku usług, z wykorzystaniem

perspektywy ekonomii behawioralnej oraz ekonomii cyfrowej, tworząc ramy analityczne umożliwiające analizę empiryczną zachowań prosumentów w dynamicznym i regulowanym segmencie e-bankowości.

W monografii zaproponowałem definicję „nowego prosumenta” opartą na podejściu funkcjonalnym i skoncentrowaną na jednoznacznie obserwowalnych działaniach użytkowników, a nie na ich deklaracjach, motywacjach czy rolach społecznych. Ujęcie to doprecyzowuje granice zachowań prosumpcyjnych w usługach cyfrowych i stanowi podstawę ich operacjonalizacji w badaniach porównawczych. Proponowane ujęcie nie zmienia sensu samego pojęcia prosumenta, lecz nadaje mu formę umożliwiającą precyzyjną identyfikację i operacjonalizację jego zachowań na rynku usług elektronicznych. Definicja stanowi również punkt wyjścia do analizy ekonomicznych konsekwencji cyfryzacji po stronie usługodawcy i usługobiorcy, w tym w zakresie przepływu informacji oraz generowania informacji zwrotnych.

Na tej podstawie wyodrębniłem zakres zachowań prosumpcyjnych w e-bankowości w dwóch kategoriach: samodzielnego wykonywania czynności (self-administration) oraz wymiany informacji w środowisku cyfrowym. Taki podział umożliwia pomiar i porównywanie konkretnych zachowań użytkowników, a także analizę zróżnicowania ich aktywności w zależności od rodzaju usługi.

Proponowana struktura stanowi teoretyczny wkład sektorowy, ponieważ ujmuje zachowania prosumentów na rynku e-bankowości w spójne ramy operacyjne: zakres przejmowania przez użytkowników czynności obsługowych (self-banking) oraz zakres ich aktywności informacyjno-komunikacyjnych (prosumpcja sensu largo). Uwzględnienie metadanych jako nieodłącznego efektu aktywności cyfrowej osadza ujęcie w logice ekonomiki informacji, podkreślając znaczenie danych generowanych przez użytkowników dla funkcjonowania usług e-bankowości oraz sposobów ich wykorzystania przez instytucje finansowe.

Kolejnym elementem mojego wkładu jest trójperspektywiczna analiza potencjalnych zalet i wad aktywności prosumentów, obejmująca perspektywę użytkowników, instytucji finansowych oraz innych uczestników rynku. Analiza ta – oparta na wcześniej zaproponowanym podziale aktywności prosumpcyjnych – pozwala spójnie uchwycić konsekwencje ekonomiczne i społeczne różnych form zaangażowania w usługi cyfrowe, ukazując prosumpcję jako mechanizm wpływający na funkcjonowanie usług finansowych oraz

relacje między podmiotami rynku. Ujęcie to rozwija dotychczasowe podejścia do analizy funkcjonowania rynku usług bankowości elektronicznej. Ważnym elementem mojego wkładu jest synteza najważniejszych cech prosumpcji w e-bankowości oraz autorski podział aktywności prosumentów na rynku usług elektronicznych. Rozwiązania te integrują i systematyzują rozproszone wątki obecne w literaturze, umożliwiając analizę prosumpcji jako procesu o zróżnicowanych poziomach zaangażowania i funkcjach rynkowych.

4.7.4. Wkład metodologiczny narzędziowy

Na potrzeby prowadzonych badań opracowałem autorski zestaw twierdzeń opisujących postawy użytkowników wobec korzystania z płatności bezgotówkowych oraz ich relacji do gotówki. Przy konstruowaniu kwestionariusza uwzględniłem zmiany zachowań konsumentów obserwowane w okresie pandemii COVID-19. Zastosowany zestaw twierdzeń umożliwił identyfikację kluczowych motywacji, obaw i preferencji użytkowników, stanowiąc rozszerzone tło interpretacyjne w analizie segmentów prosumentów. Opracowany zestaw narzędzi pomiarowych stanowi mój wkład metodologiczny.

Mój wkład obejmuje opracowanie autorskiego zestawu pytań służącego analizie prosumpcji informacyjnej w sektorze bankowości elektronicznej. Zestaw ten został zaprojektowany tak, aby jednocześnie uchwycić źródła i zakres poszukiwanych informacji, ocenę ich przydatności oraz deklarowane efekty korzystania z darmowych treści finansowych. Umożliwia również badanie motywów komentowania informacji o usługach bankowych, dla których – na podstawie analizy z wykorzystaniem skalowania wielowymiarowego (MDS) – zrekonstruowałem dwa interpretacyjne wymiary porządkujące te motywy. Moduł służący analizie prosumpcji informacyjnej obejmuje także pytania pozwalające identyfikować bardziej zaawansowane formy aktywności użytkowników, związane z tworzeniem treści i współuczestnictwem w rozwijaniu usług. Tak skonstruowane narzędzie pozwoliło uchwycić pełne spektrum zachowań informacyjnych użytkowników – od poszukiwania i wykorzystywania wiedzy, poprzez interakcje, aż po aktywność twórczą – w sposób bardziej kompleksowy niż typowe ujęcia stosowane w dotychczasowych badaniach empirycznych. Opracowany zestaw narzędzi pomiarowych, przedstawiony w monografii w postaci treści twierdzeń i skal wykorzystywanych w analizach empirycznych, stanowi autorski wkład metodologiczny.

4.7.5. Wkład empiryczny i implikacje dla mikroekonomii usług cyfrowych

Wyniki badań pokazały wyraźną wrażliwość sytuacyjną zachowań prosumentów, przejawiającą się w odmiennych preferencjach kanałów obsługi w zależności od rodzaju podejmowanej decyzji finansowej. Użytkownicy inaczej zachowują się w przypadku prostych, rutynowych płatności, inaczej przy zwrocie drobnych kwot, a jeszcze inaczej przy transakcjach wysokokwotowych lub dotyczących produktów o dużej złożoności (np. kredytu hipotecznego). Wrażliwość ta – rzadko analizowana empirycznie w literaturze dotyczącej bankowości elektronicznej – dostarcza kluczowego kontekstu dla interpretacji wyodrębnionych segmentów prosumentów, pozwalając zrozumieć, dlaczego różne grupy użytkowników w odmienny sposób przejmują czynności operacyjne rynku. Badanie wnosi tym samym do mikroekonomii usług cyfrowych perspektywę, w której prosumpcja na rynku usług finansowych jest interpretowana jako zespół decyzji zależnych od charakteru produktu, skali i kontekstu płatności, a nie wyłącznie od cech technologii czy danych demograficznych.

Opracowanie dostarcza dwa komplementarne modele segmentacji prosumentów. Pierwszy model ujmuje zróżnicowanie użytkowników poprzez zakres podejmowanej aktywności prosumpcyjnej (transakcyjnej oraz informacyjno-transakcyjnej). Drugi – bardziej zaawansowany – klasyfikuje prosumentów na podstawie ich postaw wobec prosumpcji, odzwierciedlających postrzegane efekty zewnętrzne (społeczne, środowiskowe, instytucjonalne) oraz ocenę relacji kosztów i korzyści w interakcji z instytucją finansową. Zintegrowane razem modele te ukazują ekonomiczne, społeczne i behawioralne mechanizmy towarzyszące cyfryzacji usług finansowych oraz umożliwiają zrozumienie, dlaczego użytkownicy różnią się poziomem i formami zaangażowania prosumpcyjnego.

Praca pokazuje, że klasyczne zmienne demograficzne mają ograniczoną moc wyjaśniającą, a ich wpływ jest bardziej złożony niż zakładano. Wiek i dochód pozostają istotne dla korzystania z usług e-bankowości, natomiast płeć i wykształcenie tracą charakter predykcyjny – co koryguje część wcześniejszych ustaleń. Jednocześnie zmienne demograficzne różnicują formy aktywności prosumpcyjnej oraz przynależność do segmentów, co ukazuje ich rolę jako czynników współkształtujących, a nie determinujących zachowania prosumenckie. W efekcie praca wnosi nową perspektywę do analiz zachowań użytkowników usług cyfrowych, podkreślając znaczenie postaw, motywów i percepcji efektów prosumpcji jako kluczowych determinant zaangażowania prosumenckiego. Wkład polega na korekcie ustaleń wcześniejszych badań i wskazaniu, że zachowania prosumentów są przede wszystkim rezultatem postaw, percepcji korzyści i kosztów oraz kontekstu sytuacyjnego.

Całość przedstawionych rozwiązań teoretycznych, metodologicznych i empirycznych składa się na spójny wkład w rozwój dyscypliny ekonomia i finanse poprzez pogłębienie wiedzy o funkcjonowaniu rynku usług bankowości elektronicznej oraz o zróżnicowaniu jego uczestników w środowisku cyfrowym.

5. Informacja o wykazywaniu się istotną aktywnością naukową albo artystyczną realizowaną w więcej niż jednej uczelni, instytucji naukowej lub instytucji kultury, w szczególności zagranicznej

5.1. Aktywność naukowa realizowana w więcej niż jednej uczelni zagranicznej

5.1.1. Udział w międzynarodowych konferencjach i seminariach naukowych za granicą

1. Konferencja międzynarodowa „Services and Development: Local and Global Challenges”, zorganizowana przez European Association for Research on Services (RESER) oraz Bucharest Academy of Economic Studies zorganizowana w Bukareszcie w dniach 20–22 września 2012.
2. International Masaryk Conference for Ph. D. Students and Young Researchers, zorganizowana przez Stowarzyszenie MAGNANIMITAS w Hradec Králové w dniach 10–14 grudnia 2012.
3. International Conference Global Economy and Government zorganizowana przez National University of Political Studies and Public Administration w Bukareszcie w dniach 9-12 września 2014.
4. The 6th Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA). Konferencja zorganizowana przez University of Valencia w Walencji w dniach 21-23 marca 2016.
5. The 7th Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA). Konferencja zorganizowana przez ISEG – Lisbon School of Economics & Management w Lizbonie w dniach 28-30 czerwca 2017.
6. 10th (INEKA) Conference. Knowledge, Business, and Innovation. Economies and sustainability of future growth. Konferencja zorganizowana przez University of Verona w Weronie w dniach 11-13 czerwca 2019.

7. Virtual Conference ACIEK 2021. Konferencja zorganizowana przez IAE Paris-Sorbonne Business School w dniach 14-16 czerwca 2021.

5.1.2. Wykłady na zagranicznych uczelniach

W czerwcu 2018 roku prowadziłem wykłady na Juraj Dobrila University of Pula, Faculty of Economics and Tourism „Dr. Mijo Mirković” w Chorwacji, realizowane w ramach programu Erasmus+. Zajęcia obejmowały 14 godzin dydaktycznych i były poświęcone przedmiotowi „International e-marketing: opportunities and challenges”, koncentrując się na specyfice międzynarodowych rynków cyfrowych oraz wyzwaniach stojących przed przedsiębiorstwami w środowisku online.

5.1.3. Wspólne (z autorem z zagranicy) publikacje naukowe oraz recenzje naukowe dla innych uczelni lub instytucji naukowych

W ramach współpracy międzynarodowej realizuję wspólne projekty badawcze z dr Katarzyną Bachnik z Hult International Business School w San Francisco. Efektem tej współpracy są trzy publikacje w czasopismach z listy JCR. Pierwsza z nich, *Student evaluation of online learning during the COVID-19 pandemic*, ukazała się w „Technological Forecasting and Social Change” i dotyczyła oceny kształcenia online w warunkach pandemii. Kolejna publikacja, przygotowana wspólnie z K. Bachnik i dr R. Nowackim, została opublikowana w „Journal of Business Research” pod tytułem *Determinants of assessing the quality of advertising services – The perspective of enterprises active and inactive in advertising* i koncentrowała się na zróżnicowanych uwarunkowaniach oceny jakości usług reklamowych przez przedsiębiorstwa. Trzecim efektem współpracy międzynarodowej jest artykuł *Cross-channel information search and patterns of consumer electronics purchasing*, opublikowany w „Economic Research – Ekonomska Istraživanja”, w którym wraz ze współautorami analizuję wzorce wyszukiwania informacji oraz zachowania zakupowe konsumentów na rynku elektroniki użytkowej.

W ramach działalności recenzenckiej dla zagranicznych czasopism naukowych przygotowałem opinie dla siedmiu periodyków wydawanych przez instytucje akademickie i wydawnictwa międzynarodowe. Obejmowało to recenzje dla „Internet Research”, czasopisma związanego z *College of Information Sciences and Technology, The Pennsylvania State University (USA)*, oraz dla „Economic Research – Ekonomska Istraživanja”, wydawanego przez *Juraj Dobrila University of Pula (Chorwacja)*. Ponadto sporządziłem recenzje artykułów dla „Emerging Markets Finance and Trade” publikowanego przez *Society for the Study of*



Emerging Markets w Edwardsville (USA) oraz dla „International Entrepreneurship and Management Journal”, wydawanego przez *University of Valencia* (Hiszpania). W ostatnich latach przygotowałem również recenzje dla trzech czasopism o zasięgu międzynarodowym: „Quality and Quantity” (wydawnictwo *Springer*), „Journal of Financial Services Marketing” (wydawnictwo *Palgrave Macmillan Ltd.*, część *Springer Nature*) oraz dwóch czasopism wydawnictwa MDPI: „Sustainability” oraz „Trends in Higher Education”. Sporządziłem również recenzję artykułu zgłoszonego do czasopisma „Technological Forecasting and Social Change”, publikowanego przez wydawnictwo *Elsevier*.

5.1.4. Nagrody i wyróżnienia

– Nominacja w konkursie *Economicus 2018*, organizowanym przez *Dziennik Gazetę Prawną*, w kategorii *poradnik ekonomiczny napisany przez polskich autorów*; książka „Pomysł – pieniądze – przedsiębiorstwo” (red. A. Surma, T. Szopiński), CeDeWu, Warszawa 2017, znalazła się w gronie dziesięciu publikacji wybranych do finału konkursu.

– Wyróżnienie *Best Paper Certificate (Best Paper Award)* na konferencji *Global Economy and Governance – Challenges in a Turbulent Era (GEG 2017)*, Warszawa, 23–24.10.2017, za referat *Who is unbanked? Evidence from Poland*

– Nagroda Rektora Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Warszawie za osiągnięcia publikacyjne za lata 2016–2017.

5.2. Aktywność naukowa realizowana w więcej niż jednej uczelni krajowej

5.2.1. Udział w konferencjach (o międzynarodowym lub ogólnopolskim zasięgu) zorganizowanych przez polskie uczelnie i instytucje naukowe

1. Konferencja „Marketing. Wybrane obszary badawcze”. Tomaszów Lubelski, 18 czerwca 2005. Organizator – Katolicki Uniwersytet Lubelski, Wydział Zamiejscowy Nauk Prawnych i Ekonomicznych w Tomaszowie Lubelskim;
2. Konferencja „Nowoczesność – Ponowoczesność – Społeczeństwo obywatelskie w Europie Środkowej i Wschodniej”. Nałęczów, 14-16 maja 2007. Organizator – Katedra Mikrostruktur Społecznych Instytutu Socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego;
3. Konferencja „Banki w Polsce i na Świecie”. Kielce, 17 czerwca 2007. Organizator – Wydział Nauk Ekonomicznych Wyższej Szkoły Umiejętności w Kielcach;



4. Konferencja „Kultura a rynek”. Nałęczów, 12-14 maja 2008. Organizator – Katedra Mikrostruktur Społecznych Instytutu Socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego;
5. Konferencja „Przedsiębiorczość i Innowacje – Problemy, Koncepcje, Wyzwania”. Kielce, 26 czerwca 2008. Organizator – Wydział Nauk Ekonomicznych Wyższej Szkoły Umiejętności w Kielcach.
6. Konferencja „E-gospodarka - E-społeczeństwo w Europie Środkowej i Wschodniej”. Nałęczów, 11-13 maja 2009. Organizator – Katedra Mikrostruktur Społecznych i Współczesnych Teorii Socjologicznych Instytutu Socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego;
7. Konferencja „Przedsiębiorczość akademicka szansą na efektywną komercjalizację osiągnięć naukowych”. Lublin, 11 marca 2011. Organizator – Fundacja Centrum Rozwoju Lokalnego i Wydział Politologii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej;
8. Konferencja „Oświata w aspekcie administracyjnym, finansowym i pedagogicznym”. Radom, 10 grudnia 2011. Organizator – Wyższa Szkoła Nauk Społecznych i Technicznych w Radomiu;
9. Konferencja „Kryzys finansowy – przebieg i skutki społeczno-gospodarcze w Europie Środkowej i Wschodniej”. Nałęczów, 21-23 maja 2012. Organizator – Katedra Mikrostruktur Społecznych i Współczesnych Teorii Socjologicznych Instytutu Socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Ośrodek Społeczeństwa i Kultury Europy Wschodniej, Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie Szkoły Głównej Handlowej oraz Instytut Socjologii Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej;
10. Konferencja „Naukowcy bliżej biznesu, biznes bliżej nauki”. Warszawa, 25 października 2012. Organizator – Wyższa Szkoła Technologii Informatycznych w Warszawie.
11. Konferencja „Gospodarcze i społeczne strategie działań w warunkach kryzysu finansowego. Doświadczenia Europy Środkowej i Wschodniej”. Nałęczów, 13-15 maja 2013. Organizator – Katedra Mikrostruktur Społecznych i Współczesnych Teorii Socjologicznych Instytutu Socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Ośrodek Społeczeństwa i Kultury Europy Wschodniej, Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie

Szkoły Głównej Handlowej oraz Instytut Socjologii Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej;

12. Przedsiębiorstwa handlu i usług w okresie spowolnienia gospodarczego. Konferencja zorganizowana przez Instytut Badań Rynku Konsumpcji i Koniunktur w dniu 11 marca 2013 w Warszawie.
13. Handel sieciowy w Polsce wobec wyzwań gospodarki opartej na wiedzy. Konferencja zorganizowana przez Instytut Badań Rynku Konsumpcji i Koniunktur w dniu 2 marca 2015 w Warszawie.
14. 3rd International Conference on Marketing Management. Konferencja zorganizowana w Rygni przez Szkołę Główną Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Nauk Ekonomicznych w dniach 5-6 czerwca 2017.
15. Global Economy and Governance – Challenges in a Turbulent Era “Contemporary Economics for Sustainable Development and Prosperity”. Konferencja zorganizowana przez Wyższą Szkołę Finansów i Zarządzania w Warszawie, Akademię Finansów i Biznesu Vistula oraz Szkołę Główną Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, w dniach 23-24 października 2017.
16. XIV Konferencja Naukowa „Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty”. Konferencja zorganizowana przez Katedrę Marketingu Usług Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego w dniach 7-9 października 2018.
17. Bezpieczeństwo konsumenta – ujęcie holistyczne. Konferencja zorganizowana przez Szkołę Główną Handlową w Warszawie, Kolegium Zarządzania i Finansów. Instytut Zarządzania. Katedra Badań Zachowań Konsumentów w dniu 23 września 2019 w Warszawie.
18. Challenges of Contemporary Economics. Konferencja wirtualna zorganizowana przez Akademię Ekonomiczno-Humanistyczną w Warszawie w dniach 14-15 września 2020.
19. III Krajowa konferencja naukową „Świadomość konsumenta jako element jego bezpieczeństwa na rynku”, zorganizowana w dniu 28 maja 2025 roku przez Katedrę Badań Zachowań Konsumentów (Instytut Zarządzania SGH).



5.2.2. Wspólne (z autorami z innych polskich uczelni) publikacje oraz recenzje naukowe dla innych uczelni lub instytucji naukowych

W ramach współpracy naukowej z badaczami z innych polskich uczelni przygotowałem kilka publikacji realizowanych we współautorstwie. Jednym z efektów tej współpracy jest artykuł „Organizational Involvement in CSR Activities in the Context of Leaders' Prosociality”, opracowany m.in. wraz z dr hab. Olegiem Gorbaniukiem z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej i opublikowany w czasopiśmie *Contemporary Economics* (2025). Kolejna publikacja, „The determinants of electric scooter acceptance among students as a manifestation of adapting to the requirements of e-mobility, using the technology acceptance model”, została przygotowana we współautorstwie m. in. z dr Alicją Fandrejewską z Uniwersytetu Warszawskiego oraz dr hab. Beatą Zatwarnicką-Madurą z Politechniki Rzeszowskiej i opublikowana w czasopiśmie *Humanities and Social Sciences* (2024).

W ramach działalności recenzyjnej przygotowałem opinie dla polskich czasopism naukowych wydawanych przez różne instytucje krajowe. Obejmowało to recenzje artykułów zgłoszonych do „Handlu Wewnętrznego”, wydawanego przez Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur w Warszawie, oraz do „Journal of Economics and Management”, publikowanego przez Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach. Sporządzałem również recenzje dla czasopisma „Konsumpcja i Rozwój” (Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur) oraz dla „Wiadomości Statystycznych”, wydawanych przez Główny Urząd Statystyczny i Polskie Towarzystwo Statystyczne. Dodatkowo przygotowywałem recenzje artykułów do czasopisma „Contemporary Economics”, wydawanego przez Wyższą Szkołę Finansów i Zarządzania w Warszawie.

6. Informacja o osiągnięciach dydaktycznych, organizacyjnych oraz popularyzujących naukę lub sztukę

6.1. Osiągnięcia dydaktyczne

W trakcie mojej aktywności dydaktycznej prowadziłem zajęcia na kilku uczelniach:

- Wyższej Szkole Finansów i Zarządzania w Warszawie (następnie: Akademia Ekonomiczno-Humanistyczna w Warszawie; obecnie: Uniwersytet VIZJA)
- Wyższej Szkole Nauk Społecznych i Technicznych w Radomiu (obecnie: Europejska Uczelnia Społeczno-Techniczna)



- Wyższej Szkole Informatyki Stosowanej i Zarządzania w Warszawie (obecnie: Akademia WIT)
- Wyższej Szkole Umiejętności im. Stanisława Staszica w Kielcach
- Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II, Wydział Nauk Społecznych

Moja działalność dydaktyczna obejmowała szeroki zakres przedmiotów z obszaru ekonomii, zarządzania, marketingu, logistyki oraz gospodarki cyfrowej. Prowadziłem m.in. następujące przedmioty:

- Handel elektroniczny
- Podstawy ekonomii
- Mikroekonomia
- Makroekonomia
- Międzynarodowe stosunki gospodarcze
- Badania rynkowe i marketingowe
- Przedsiębiorczość
- Domestic and International Forwarding
- International Business

Zakres tematyczny prowadzonych zajęć odzwierciedla interdyscyplinarność moich kompetencji naukowych oraz wieloletnie doświadczenie dydaktyczne w szkolnictwie wyższym. Zajęcia prowadzone przeze mnie były wysoko oceniane przez studentów, którzy podkreślali ich praktyczny charakter, klarowny sposób przekazywania treści oraz angażującą formę.

Wypromowałem 129 prac dyplomowych, w tym 43 prace magisterskie oraz 86 prac licencjackich. Ponadto sporządziłem 198 recenzji prac dyplomowych, obejmujących 123 prace magisterskie i 75 prac licencjackich.

6.2. Osiągnięcia organizacyjne

W latach 2005–2009 pełniłem funkcję Sekretarza Katedry Ekonomii na Wydziale Nauk Ekonomicznych Wyższej Szkoły Umiejętności im. Stanisława Staszica w Kielcach. Do moich obowiązków należała koordynacja komunikacji wewnętrznej, przygotowywanie dokumentacji dydaktycznej oraz wsparcie organizacyjne w realizacji działań naukowych i dydaktycznych jednostki. Równocześnie pełniłem funkcję Opiekuna praktyk studenckich na kierunku ekonomia, odpowiadając za weryfikację dokumentacji i monitorowanie przebiegu praktyk.

W latach 2012–2014 pełniłem funkcję Redaktora technicznego w czasopiśmie *Contemporary Economics* wydawanego przez Wyższą Szkołę Finansów i Zarządzania w Warszawie. Do moich obowiązków należało przygotowywanie materiałów do publikacji, nadzór nad zgodnością tekstów z wymogami technicznymi czasopisma oraz współpraca z autorami w celu dostosowania ich artykułów do przyjętego formatu publikacji. W kolejnych latach, 2014–2018, pełniłem funkcję Zastępcy Redaktora Naczelnego czasopisma. W ramach tej roli odpowiadałem za podejmowanie wstępnych decyzji dotyczących publikacji artykułów oraz wspieranie redaktora naczelnego w działaniach na rzecz rozwoju czasopisma i podnoszenia jego jakości.

Od 2022 roku pełnię funkcję Pełnomocnika Dziekana ds. kształcenia na kierunku Logistyka — początkowo w Akademii Ekonomiczno-Humanistycznej w Warszawie, a od maja 2025 r. w Uniwersytecie VIZJA. Funkcja ta obejmowała kompleksowe przygotowanie i organizację nowego kierunku studiów, który w momencie uruchomienia nie posiadał jeszcze własnej kadry dydaktycznej.

Do moich głównych zadań należały:

- opracowanie programu studiów oraz harmonogramu kształcenia,
- przeprowadzenie rekrutacji kadry dydaktycznej, ponieważ kierunek Logistyka był nowy i nie dysponował pracownikami o wymaganym profilu,
- przygotowanie dokumentacji kierunkowej, w tym regulaminu odbywania praktyk i procedur związanych z realizacją kształcenia,
- weryfikacja, konsultacja i akceptacja sylabusów,
- nawiązywanie współpracy z interesariuszami zewnętrznymi (praktykodawcami) oraz podpisywanie umów z instytucjami przyjmującymi studentów na praktyki,
- koordynacja i nadzór nad realizacją praktyk zawodowych,
- organizacja hospitacji zajęć i monitorowanie jakości kształcenia,
- bieżąca koordynacja funkcjonowania kierunku, w tym komunikacja z kadrami dydaktyczną i organizacja spotkań zespołu.

Moje działania umożliwiły skuteczne uruchomienie nowego kierunku studiów, zapewnienie jego profesjonalnej obsady dydaktycznej oraz zbudowanie trwałej współpracy z praktykodawcami wspierającymi proces kształcenia.

W ramach mojej aktywności na rzecz środowiska akademickiego angażowałem się w organizację konferencji naukowych o zasięgu międzynarodowym:



- Global Economy and Governance – Challenges in a Turbulent Era (GEG 2017) — międzynarodowa konferencja *“Contemporary Economics for Sustainable Development and Prosperity”*, która odbyła się 23–24 października 2017 r. w Warszawie, zorganizowana przez Szkołę Główną Gospodarstwa Wiejskiego, Wyższą Szkołę Finansów i Zarządzania w Warszawie oraz Akademię Finansów i Biznesu Vistula. Pełniłem funkcję członka rady naukowej, a także odpowiadałem za wstępną ocenę zgłoszeń, kontakt z uczestnikami (zarówno przed, jak i po wydarzeniu) oraz za wsparcie organizacyjne podczas konferencji.

- Challenges of Contemporary Economics — konferencja wirtualna zorganizowana przez Akademię Ekonomiczno-Humanistyczną w Warszawie w dniach 14–15 września 2020 r. Pełniłem funkcję członka komitetu organizacyjnego, odpowiadając za wstępną selekcję zgłoszeń, kontakt z potencjalnymi uczestnikami oraz koordynację komunikacji w okresie przygotowań. Ponadto zajmowałem się redagowaniem tekstów informacyjnych dotyczących konferencji (materiałów publikowanych na stronie internetowej oraz komunikatów dla uczestników) oraz promocją wydarzenia w serwisach społecznościowych. Po zakończeniu konferencji odpowiadałem za wysyłkę certyfikatów uczestnictwa oraz udzielanie odpowiedzi na korespondencję e-mailową.

6.3. Osiągnięcia popularyzujące naukę

W ramach działalności związanej z popularyzacją wiedzy ekonomicznej uczestniczyłem w licznych inicjatywach edukacyjnych, szkoleniowych oraz medialnych skierowanych do szerokiego grona odbiorców. Najważniejsze działania obejmują:

6.3.1. Publikacje popularyzatorskie i eksperckie (prasa branżowa)

- Szopiński T., O czym marzy konsument? Badania nad percepcją niemieckich marek
- samochodów w Polsce, *Brief*, nr 44 maj 2003, s. 62-65.
- Szopiński T., Historia marki: VW Garbus-samochód ludowy, *Brief*, nr 51, grudzień 2003, s. 34-35.
- Szopiński T., Jak nas widzą? *Bank*, Nr 12(170/171) 2006, s. 40-42.
- Szopiński T., Gdy pożyczają na mieszkanie, *Bank*, Nr 174, 2007, s. 12-14.

6.3.2. Wystąpienia i wykorzystanie wyników badań w mediach

- W programie „Plus Minus” (TVP3, 20 marca 2007 r.) przywołano wyniki moich badań dotyczące uwarunkowań zachowań nabywczych na rynku kredytów hipotecznych.



- Wygłoszenie wystąpienia inauguracyjnego pt. „Pojęcie i istota firm typu spin off/out. Osiągnięcia tego typu firm w Polsce i na świecie” podczas konferencji „Naukowcy bliżej biznesu, biznes bliżej nauki”, która odbyła się 25 października 2012 r. w Wyższej Szkole Technologii Informatycznych w Warszawie.

6.3.3. Szkolenia i działania doradcze

- Trener i doradca w ramach szkolenia „*Firmy typu spin off/spin out szansą na komercjalizację przedsięwzięć naukowych*”, realizowanego przez Fundację Centrum Rozwoju Lokalnego w Lublinie w latach 2009–2011. Szkolenia obejmowały przekazywanie wiedzy z zakresu przedsiębiorczości, zakładania firm oraz praktycznych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej.
- Prowadzący zajęcia „ABC Przedsiębiorczości” oraz „Biznes plan”, a także doradca w zakresie przygotowywania wniosków o dotacje na rozpoczęcie działalności gospodarczej w ramach projektu „*40 tysięcy możliwości dla 50+*”, realizowanego przez Fundację Inicjatyw Lokalnych w Lublinie w okresie marzec–październik 2014 r.

Moja aktywność popularyzatorska przyczyniła się do upowszechniania wiedzy ekonomicznej, wspierania przedsiębiorczości oraz zwiększenia świadomości społecznej w zakresie mechanizmów gospodarczych i finansowych. Działania te miały realny wpływ zarówno na odbiorców medialnych, jak i uczestników inicjatyw edukacyjnych, którzy w wielu przypadkach wykorzystali zdobytą wiedzę w praktyce gospodarczej.

7. Oprócz kwestii wymienionych w pkt. 1-6, wnioskodawca może podać inne informacje, ważne z jego punktu widzenia, dotyczące jego kariery zawodowej.

8. Wykaz cytowanej literatury

Cardador, M. T., & Pratt, M.G. (2006). Identification management and its bases: Bridging management and marketing perspectives through a focus on affiliation dimensions. *JAMS*, 34, 174–184.

Comor E. (2011). Contextualizing and Critiquing the Fantastic Prosumer: Power, Alienation and Hegemony. *Critical Sociology*, 37(3), 309-327.

GUS (2023). Rocznik Demograficzny 2023. Źródło: https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5515/3/17/1/rocznik_demograficzny_2023_zakladki_pl.pdf

Humphreys, A., & Grayson, K. (2008). The Intersecting Roles of Consumer and Producer: A Critical Perspective on Co-production, Co-creation and Prosumption, *Sociology Compass*, 2(3), 963-980.

Kozinets, R. V., Hemetsberger, A., & Schau, H. J. (2008). The Wisdom of Consumer Crowds: Collective Innovation in the Age of Networked Marketing: Collective Innovation in the Age of Networked Marketing. *Journal of Macromarketing*, 28(4), 339-354.

Mick G.D., Fournier S. (1998). Paradoxes of technology: consumer cognizances emotions and coping strategies, *Journal of Consumer Research*, 25, 123-142.

Murawska A., Długosz H. (2018). Prosumpcja jako forma aktywności konsumentów na rynku dóbr i usług. *Handel Wewnętrzny*, 4, 241-251.

Ritzer G., Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36.

Ritzer G., Dean P., Jurgenson N. (2012). The Coming of Age of Prosumption and the Prosumer. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 379-398.

Ritzer G. (2014). Prosumption: Evolution, Revolution, or Eternal Return of the Same? *Journal of Consumer Culture*, 14(1), 3-24.

Ritzer G. (2015). Automating Prosumption: The Decline of the Prosumer and the Rise of the Prosuming Machines. *Journal of Consumer Culture*, 15(3), 407-424.

Szopiński T. (2007). Uwarunkowania decyzyjne konsumentów na rynku kredytów hipotecznych – wyniki badań własnych (w:) System bankowy a gospodarka perspektywy Polski, Białorusi i Ukrainy. (red:) J. L. Bednarczyk, A. Szygula, Kielce, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Umiejętności im. Stanisława Staszica w Kielcach, 409-421.

Szopiński T. (2007). Skalowanie wielowymiarowe wybranych instytucji finansowych: Percepcja najczęściej reklamowanych banków. *Roczniki Nauk Społecznych, Zeszyt 3 Ekonomia i Zarządzanie*, Tom XXXV, Towarzystwo Naukowe KUL, 333-343.

Szopiński T., Staniewski M. (2014). Trends in the Use of Cyclical Payment Channels by Polish Households: Implications for E-Banking, *Transformations in Business & Economics*, 13(3/33), s. 152-167.

Szopiński T. (2016). Factors affecting the adoption of online banking in Poland, *Journal of Business Research*, 69 (11), 4763-4768.

Szopiński T., Staniewski (2016). M., Socio-economic factors determining the way E-Tourism is used in European Union member states, *Internet Research*, 26 (1), 2-21.

Szopiński T., Staniewski, M. (2014). Manifestations of E-government Usage in Post-Communist European Countries, *Internet Research*, 27 (2), 199-210.

Szopiński T. (2019). Who is Unbanked? Evidence from Poland. *Contemporary Economics*, 13(4), 417-426.

Szopiński T. (2020). Zagrożenia dla konsumentów na rynku usług bankowych. Warszawa Wydawnictwo AEH.

Szopiński T. (2021). Impact of Consumer Awareness on Switching Behavior in Banking. *Contemporary Economics*, 15(4), 467-478.

Szopiński, T., & Bachnik, K. (2022). Student evaluation of online learning during the COVID-19 pandemic. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121203.

Szopiński T. (2023). Holding accounts in several banks - a conscious or reckless consumer?, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(2), 1-13.



Szopiński, T. (2024). E-learning Acceptance Model in the Post-Pandemic World. *Journal for Perspectives of Economic Political and Social Integration*, 30(1), 109–133.

Szopiński, T. (2025). Prosument na rynku usług bankowości elektronicznej – model zachowań. Warszawa, CeDeWU.

Toffler A. (1997). *Trzecia fala*. Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy.

Wolny R. (2013). Prosumpcja i prosument na rynku e-usług. *Konsumpcja i Rozwój*, 1(4), 152-163.

ZBP (2023). NetB@nk. Bankowość internetowa i mobilna, płatności bezgotówkowe.
Źródło: <https://www.zbp.pl/getmedia/a9ffade0-6e8d-40d5-bd3a-e2330911fbfb/Raport-NetB@nk,-I-kwartal-2023>

A handwritten signature in dark ink, reading "Tomasz Szopiński", written over a horizontal dotted line.

(podpis wnioskodawcy)