

dr inż. Anna Kowalska
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

AUTOREFERAT

*Załącznik do wniosku o przeprowadzenie postępowania habilitacyjnego
w dziedzinie nauk ekonomicznych w dyscyplinie ekonomia
(w języku polskim)*

SPIS TREŚCI		Str.
1.	Dane personalne.....	3
2.	Posiadane dyplomy i stopnie naukowe.....	3
3.	Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu	4
4.	Wskazanie i omówienie osiągnięcia naukowego	4
	4.1. Wskazanie osiągnięcia wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. nr 65, poz. 595 ze zm.).	4
	4.2. Omówienie celu naukowego rozprawy osiągniętych wyników i podstawowych wniosków.....	4
5.	Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo - badawczych, dydaktycznych i organizacyjnych	24
	5.1. Tematyka badań naukowych podejmowana przed i po uzyskaniu stopnia doktora..	24
	5.2. Statystyka publikacji i cytowań.....	29
	5.3. Doświadczenie naukowe zdobyte w kraju i za granicą	30
	5.4. Odznaczenia i stypendia za działalność naukową.....	32
	5.5. Uczestnictwo w projektach naukowo-badawczych.....	32
	5.6. Udział w krajowych i międzynarodowych konferencjach naukowych.....	32
	5.7. Działalność dydaktyczna, popularyzatorska i organizacyjna.....	36

1. Dane personalne

Imię i nazwisko Anna Kowalska
Miejsce zatrudnienia Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
 Wydział Inżynieryjno-Ekonomiczny
 Katedra Zarządzania i Gospodarki Żywnościowej
 ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław
 tel. 71-36-80-817, lub - 802

E-mail anna.kowalska@ue.wroc.pl

2. Informacje o posiadanych dyplomach i stopniach naukowych

2008 - stopień doktora nauk ekonomicznych w zakresie ekonomii

Temat rozprawy doktorskiej: „*Ekonomiczno-organizacyjne i jakościowe uwarunkowania funkcjonowania gastronomii szkolnej na przykładzie szkół w województwie dolnośląskim*”.

Promotor prof. zw. dr hab. inż. dr h. c. Stanisław Urban. Recenzentami byli: prof. dr hab. Andrzej Czyżewski, dr. hab. Irena Kociszewska prof. UE.

Wydział Inżynieryjno-Ekonomiczny Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

Rozprawa doktorska została wyróżniona.

Rok akademicki 1998/1999 – Studium Pedagogiczne

Akademia Ekonomiczna im. Oskara Langego we Wrocławiu (obecnie Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu), Wydział Gospodarki Narodowej (obecnie Wydział Nauk Ekonomicznych)

1998 - tytuł magistra inżyniera na kierunku *Technologia żywności i żywienia człowieka*, specjalność *Zarządzanie i inżynierii przemysłu spożywczego*

Temat pracy magisterskiej „*Marketing w gastronomii na przykładzie hotelu Novotel we Wrocławiu*”. Promotor prof. zw. dr hab. inż. dr h. c. Stanisław Urban.

Wydział Inżynieryjno-Ekonomiczny Przemysłu (obecnie Wydział Inżynieryjno-Ekonomiczny) Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu (obecnie Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu).

Praca magisterska została wyróżniona.

3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu

- 01.10.1998 - 31.12.1999 – studia doktoranckie na Wydziale Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu;
- 01.01.2000 - 30.09.2010 – asystent w Katedrze Ekonomiki i Organizacji Gospodarki Żywnościowej;
- Od 16.02.2011 - do chwili obecnej - adiunkt w Katedrze Zarządzania i Gospodarki Żywnościowej wcześniej (przed połączeniem z Katedrą Zarządzania Przedsiębiorstwem) Katedra Ekonomiki i Organizacji Gospodarki Żywnościowej.

Ponadto:

- 2.10.1998 - 31.08.1999 – nauczyciel ekonomii w Zespole Szkół Gastronomicznych we Wrocławiu.

4. Wskazanie i omówienie osiągnięcia naukowego

4.1. Wskazanie osiągnięcia wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. nr 65, poz. 595 ze zm.).

Jako główne osiągnięcie naukowe w ujęciu ustawy wskazuję monografię pt. *Innowacje w polskiej gastronomii i jej uwarunkowania*, Wyd. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2018, ISBN 978-83-7695-708-1, ss. 269 (279), autor: Anna Kowalska

Recenzentami wydawniczymi monografii byli:

1. **prof. zw. dr hab. Andrzej Piotr Wiatrak**, Uniwersytet Warszawski,
2. **dr hab. Anna Matuszczak**, prof. UEP, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.

4.2. Omówienie celu naukowego rozprawy osiągniętych wyników i podstawowych wniosków

Wybór tematu rozprawy habilitacyjnej wynikał z mojej wieloletniej pracy badawczej, która koncentrowała się m.in. wokół **problematyki związanej z rynkiem usług gastronomicznych**. Usługi należą obecnie do jednego z najszybciej rozwijających się sektorów polskiej gospodarki i odgrywają coraz większą rolę w tworzeniu produktu krajowego brutto. Częścią tego sektora są usługi gastronomiczne, które zaspakajają potrzeby żywieniowe konsumentów, są także istotnym czynnikiem wpływającym na rozwój sektora usług turystycznych. W ostatnich kilkudziesięciu latach rynek usług gastronomicznych w

Polsce ulegał przeobrażeniom, na które istotny wpływ miała sytuacja polityczna i gospodarcza kraju. Największe zmiany zaszły jednak w okresie transformacji ustrojowej, gdy większość istniejących placówek gastronomicznych przeszła w ręce prywatne. Pobudzona na wielką skalę przedsiębiorczość zaowocowała powstaniem wielu nowych i zróżnicowanych ich form. Gospodarka wolnorynkowa, a w 2004 roku wejście Polski do Unii Europejskiej, wpłynęły nie tylko znacząco na pojawienie się nowych podmiotów gospodarczych, ale także na powolny ale systematyczny wzrost liczby placówek gastronomicznych z kapitałem zagranicznym, zwłaszcza placówek korporacyjnych. Nastąpiły również istotne zmiany ogólnego modelu konsumpcji wśród polskiego społeczeństwa, polegające przede wszystkim na wzroście znaczenia usług gastronomicznych. Wśród czynników sprzyjających rozwojowi przedsiębiorstw gastronomicznych wymienia się m.in.: urbanizację, rozbudowę miast oraz wzrastającą liczbę ludności i rozwój turystyki. Ponadto zachodzą istotne zmiany w warunkach i stylu życia poszczególnych grup społeczno-ekonomicznych. Powyższe czynniki powodują, że we współczesnym świecie przedsiębiorstwa gastronomiczne odgrywają istotną rolę, ponieważ zaspokajają zmieniające się potrzeby żywieniowe konsumentów, realizowane coraz częściej poza domem.

Zmienne trendy gospodarcze, rosnąca konkurencja i coraz bardziej wymagający klienci spowodowały, że firmy muszą coraz baczniej analizować rynek by podążać za zmieniającymi się trendami. Zmiany dokonujące się na rynku usług gastronomicznych zarówno pod względem ilości placówek oraz ich struktury, jak również zmieniających się potrzeb konsumentów wymuszają na właścicielach lokali gastronomicznych potrzebę poszukiwania nowych sposobów konkurowania. Powszechnie coraz częściej uważa się, że w dzisiejszych czasach najlepszym, a może i jedynym sposobem na uzyskanie przewagi konkurencyjnej jest wdrażanie przez przedsiębiorstwa innowacji.

Pomimo licznych opracowań literaturowych z dziedziny ekonomii i zarządzania, na temat innowacji w przedsiębiorstwach zarówno produkcyjnych jak i usługowych, brakuje publikacji, które odnosiłyby się do rynku usług gastronomicznych. Mając na uwadze powyższe, podjęłam badania, których rezultaty opublikowano w formie rozprawy naukowej pt. ***Innowacyjność polskiej gastronomii i jej uwarunkowania***. Praca zawiera analizy rynkowych zachowań i postaw wobec innowacji zarówno zarządzających placówkami gastronomicznymi jak również konsumentów korzystających z usług tych lokali. Ukazuje także tendencje i kierunki zmian stojące przed działalnością innowacyjną placówek gastronomicznych. Dodatkowo przeprowadzono, w formie studiów przypadków, ocenę efektywności

ekonomicznej czterech rodzajów innowacji wprowadzonych do lokali gastronomicznych. Całość rozważań oparto na obszernym materiale faktograficznym, pochodzącym zarówno ze źródeł pierwotnych (badań ankietowych¹), jak i wtórnych.

We wskazanej wyżej monografii podjęto się rozważań dotyczących branży gastronomicznej. Ważnym problemem z punktu widzenia poznawczego, który próbowałam rozwiązać, była **analiza czynników, które stymulują i desymulują podmioty gospodarcze do podejmowania działań w tym zakresie.**

Odpowiednio do problemu badawczego w niniejszej pracy sformułowano ogólny cel badań, który obejmował **ustalenie znaczenia innowacji, wprowadzonych w placówkach gastronomicznych, dla właścicieli lokali i ich klientów.** Tak sformułowany główny cel pracy wiązał się ściśle z rozwojem teoretycznych i aplikacyjnych postaw ekonomii wobec postępu i innowacji. Jednocześnie sformułowano kilka celów szczegółowych, do których zaliczono:

- wykazanie i zbadanie determinant wpływających na innowacyjność placówek gastronomicznych;
- wskazanie, czy zmiany, jakie zaszły na rynku usług gastronomicznych w Polsce są następstwem innowacyjnej działalności lokali;
- ukazanie przyczyn wdrażania lub niewdrażania innowacyjnych rozwiązań przez właścicieli lokali;
- ocenę stanu wiedzy na temat możliwości pozyskiwania przez placówki gastronomiczne środków na innowacyjne rozwiązania;
- ukazanie trendów dotyczących rodzajów placówek, z usług których najchętniej korzysta polskie społeczeństwo;
- poznanie opinii konsumentów na temat potrzeb wprowadzania innowacyjnych rozwiązań lub też ich braku w przypadku branży gastronomicznej
- ocenę efektywności ekonomicznej przykładowych innowacji wprowadzanych w lokalach gastronomicznych.

W pracy założono, że w obliczu rosnącej na rynku usług gastronomicznych konkurencji osiągnięcie korzystnych wyników finansowych przez podmioty działające w tej branży, uzależnione jest od wprowadzanych przez nich innowacji. Założono również, że

¹ Autorka przeprowadziła badania ankietowe, przy użyciu autorskich kwestionariuszy badawczych, wśród 270 właścicieli (zarządzających) placówek gastronomicznych oraz 1122 konsumentów.

innowacyjność poszczególnych podmiotów gastronomicznych uwarunkowana jest wewnętrznymi i zewnętrznymi determinantami.

Cele szczegółowe pracy mają charakter metodyczny, poznawczy i aplikacyjny. Realizacja powyższych celów pozwoliła zweryfikować przyjęte hipotezy badawcze:

Hipoteza I: Czynniki ekonomiczne i polityczno-prawne wpływają hamująco i negatywnie na działalność innowacyjną placówek gastronomicznych.

Hipoteza II: Otoczenie konkurencyjne oraz oczekiwania (potrzeby) klientów placówek sprzyjają procesom innowacyjnym branży gastronomicznej.

Hipoteza III: Na kształtowanie i wykorzystanie potencjału innowacyjnego przez zarządzających placówkami gastronomicznymi wpływają posiadane przez właścicieli lokali środki finansowe oraz kapitał ludzki – zdolny i chętny do podejmowania tych procesów oraz kierowania ich przebiegiem.

Wskazanim celom oraz hipotezom podporządkowana została struktura pracy. Dwa pierwsze rozdziały stanowiły wprowadzenie do badań. W **rozdziale pierwszym** pt. „*Postęp oraz efektywność ekonomiczna w gastronomii – aspekty teoretyczne*” dokonano przeglądu teorii, definicji i poglądów na temat postępu w literaturze przedmiotu. Wyszczególniono istniejące rodzaje i dokonano klasyfikacji postępu oraz określono jego znaczenie dla branży gastronomicznej. W rozdziale tym zdefiniowano także pojęcie gastronomii oraz dokonano jej podziału. Rozdział ten zakończono przeglądem literatury przedmiotu na temat zagadnień związanych z efektywnością wdrażanych inwestycji – ze szczególnym uwzględnieniem efektywności ekonomicznej. Przeanalizowana literatura przedmiotu wykazała, iż rozważania wielu autorów na temat efektywności bazują na podejściach wskaźnikowych, paramedycznych i nieparametrycznych, a oni sami zwracają przede wszystkim uwagę na efekty, czyli wyniki działania, które utożsamiane są z efektami ekonomicznymi. Efektywność ekonomiczna, dominująca w teorii ekonomii, wiąże się z zasadą racjonalnego gospodarowania i związana jest z dążeniem do największej wydajności, bądź oszczędności środków. Przedstawiono poglądy na temat efektywności zawarte w teorii ekonomii a prezentowane przez Pareto czy Farrella. Przybliżono również metody wykorzystywane do oceny efektywności oraz sposoby jego pomiaru. Analiza literatury pozwoliła wykazać, że autorzy, którzy podjęli się w swoich publikacjach oceny efektywności wdrażanych innowacji, korzystali z takich samych metod, jak przy projektach inwestycyjnych. Tym samym szeroki zakres form innowacji sprowadza się do postaci technologicznej, produktowej bądź

procesowej, czyli takich, w których efekty są kwantyfikowane miarami finansowymi. Jednak wiele miar, opisujących efekty wdrażania innowacji, nie ma charakteru finansowego, jak np. w przypadku innowacji organizacyjnej. W tych sytuacjach, ze względu na złożoność oraz wielowymiarowość ewentualnych efektów i kosztów, trudno określić (zmierzyć) oczekiwaną stopę zwrotu, a tym samym przewidywany sukces rynkowy wdrożonej innowacji. Dlatego też, ze względu na różnice w celach i sposobie ich realizacji, skutkach, metodologii określania nakładów i efektów, warunkach oceny rezultatów oraz wpływu na zmiany innych wskaźników działalności, oceny efektywności inwestycji typowo kapitałowych należy odróżnić od ocen efektywności wykorzystania innowacji.

Analiza literatury przedmiotu jak i badań empirycznych wykazały, że większość lokali gastronomicznych nie postrzega innowacji jako absolutnych nowości w sposobie świadczenia usług gastronomicznych. Za innowacje uznaje się wszystkie, nawet niewielkie zmiany, zarówno oferowanych do tej pory potraw, sposobu świadczenia usług, jak również usprawnień procesów produkcyjnych. Celem działań innowacyjnych większości placówek gastronomicznych są przede wszystkim zmiany w sposobie ich funkcjonowania tak, aby tworzyć organizacje bazujące na wiedzy w celu usprawnienia przepływu danych i informacji oraz koordynacji działań, podejmowania decyzji i planowania.

Analiza dostępnego materiału pozwoliła na wyciągnięcie wniosku, że mimo istnienia wielu wskaźników, za pomocą których można szacować efektywność wdrażanych innowacji w przedsiębiorstwie, zdarzają się firmy, które w dalszym ciągu nie podejmują się ich szacowania przed wprowadzeniem na rynek. Dotyczy to zwłaszcza przedsiębiorstw mikro, ale również małych czy nawet średnich.

W **rozdziale drugim** pt. „*Zakres, skala oraz kierunki działalności innowacyjnej*”, skierowano uwagę na innowacje. W jego pierwszej części dokonano przeglądu zagadnienia innowacji w teorii myśli ekonomicznej. Przedstawiono w nim poglądy na temat innowacji głównych myślicieli rozpoczynając od przedstawicieli szkoły klasycznej (tj. Smith, Ricardo, Say czy Mill), poprzez reprezentantów szkoły neoklasycznej (tj. Marshall, Solow, Snow, Uzawy oraz Shell) a na przedstawicielach nowej teorii wzrostu (reprezentowanych przez Romera, Lucasa, Mankiwa, Weila i Kaleckiego) kończąc. W rozdziale tym odniesiono się również do poglądów Schumpetera, który jako pierwszy wprowadził do nauki termin innowacja, oraz jego poglądów na temat ich wpływu na rozwój gospodarczy. Przedstawiono także poglądy teoretyków burżuazyjnych (Perroux, Aron, Rostow) oraz przedstawicieli teorii wzrostu zrównoważonego (Harrod, Domar oraz Kaldor), uznających (za Schumpeterem)

innowacje za endogeniczną siłę sprawczą rozwoju gospodarczego. W rozdziale tym zwrócono również uwagę na (Freemana i Pavitta) pomysłodawców jednej z najlepszych na świecie jednostek badawczych zajmującej się innowacjami. Omówiono także poglądy przedstawiciela nurtu ekonomii instytucjonalnej (Veblena), idee koncepcji innowacji współczesnego nurtu badań nad innowacjami (prezentowane przez Klinea i Rosenberga) oraz coraz dynamiczniej rozwijającego się nurtu badań dotyczącego powiązań wzrostu gospodarczego z ekologią, (tzw. eko-innowacje) proponowanego przez Carleya i Spapensa. Dokonany przegląd pozwolił na ukazanie zmian, jakie dokonały się na przestrzeni lat w poglądach na temat wpływu postępu i innowacji na wzrost gospodarczy. Do dnia dzisiejszego występują odmienne zdania na temat czynników, które decydują o wzroście i rozwoju gospodarczym, a ekonomiści tworzą kolejne teorie dotyczące tego zjawiska. Należy mieć jednak na uwadze, że świat ulega ciągłym zmianom i to, co było aktualne kiedyś niekoniecznie sprawdza się w dzisiejszych czasach. Współczesna gospodarka opiera się na informacji oraz wiedzy a motorem przemian (jak zauważa Tofler) jest rewolucja technologiczna, związana z rozwojem nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych.

W dalszej części rozdziału dokonano usystematyzowania, dostępnych w literaturze przedmiotu (zarówno polskiej jak i zagranicznej) terminów: innowacje i innowacyjność. Zaprezentowano w nim różne klasyfikacje innowacji oraz określono źródła ich występowania w przedsiębiorstwach, jak również znaczenie w gospodarce rynkowej. Dokonano także podziału na stymulatory i destymulatory rozwoju innowacji w przedsiębiorstwach. Ze względu na to, że przedsiębiorstwa są organizacjami zindywidualizowanymi (nie ma dwóch identycznych), wpływ poszczególnych czynników, zarówno stymulujących, jak i ograniczających ich rozwój, może być bardzo zróżnicowany. Zbadanie tych czynników musi być szczegółowe i wymaga uwzględnienia szerokiego spektrum informacji, tj. wielkości, pozycji rynkowej, rodzaju działalności przedsiębiorstw itp. Firmy prowadzące działalność innowacyjną narażone są na występowanie barier, a także na dodatkowe ryzyko, które związane jest z zaangażowaniem własnych środków finansowych oraz wysiłkami kadry. Wysokie nakłady finansowe, w początkowym okresie, widoczne są zwłaszcza przy wdrażaniu innowacji produktowych i procesowych, a ich zwrot uzależniony jest często od rynkowego sukcesu nowego produktu. To, w sytuacji spowolnienia gospodarczego i ostrożności zakupowej konsumentów, jest niepewne. Kryzys jest często przyczyną zmian w nastawieniu nabywców do cen produktów. Nabywcy w takich sytuacjach sięgają po tańsze towary, podczas gdy produkt opracowany w wyniku kosztownej działalności innowacyjnej będzie

musiał mieć cenę wyższą, by zapewnić firmie zwrot poniesionych nakładów. Z pewnością zarówno zaprezentowane w monografii stymulanty, jak i destymulanty mają istotny wpływ na działania poszczególnych przedsiębiorstw w kwestii prowadzenia innowacyjnych rozwiązań.

Rozdział kończą kwestie związane z polityką innowacyjną Unii Europejskiej. Skupiono się w nim na przedstawieniu działań realizowanych przez Unię Europejską w celu zwiększania konkurencyjności gospodarek wobec innych krajów. Według strategii „Europa 2020” z 2010 roku, przygotowanej przez Komisję Europejską, gwarancją trwałego rozwoju nowoczesnych gospodarek jest przewaga konkurencyjna oparta na wiedzy i innowacjach. Sukces odniosą więc te państwa, które będą zdolne do trwałego generowania innowacji. U podstaw nowej strategii znalazły się trzy wzajemnie wzmacniające się priorytety: rozwój inteligentny (tj. rozwój gospodarki opartej na wiedzy i innowacji), rozwój zrównoważony (tj. wspieranie gospodarki efektywniej korzystającej z zasobów, bardziej przyjaznej środowisku i bardziej konkurencyjnej) oraz rozwój sprzyjający włączeniu społecznemu (tj. wspieranie gospodarki charakteryzującej się wysokim poziomem zatrudnienia i zapewniającej spójność gospodarczą, społeczną i terytorialną). W nowej koncepcji dotyczącej inteligentnego rozwoju zwrócono uwagę na pojęcie inteligentnej specjalizacji. Idea inteligentnego rozwoju zakłada skupienie się krajów, regionów, czy branż na wybranych, istotnych dla nich działaniach w obszarach, które będą opierać się na ich wyjątkowych cechach i zasobach. Temat specjalizacji odniesiono do dorobku teorii ekonomii. Przytoczono m.in. klasyczne i neoklasyczne teorie handlu zagranicznego (np. przewagi absolutnej Smitha, kosztów względnych D. Ricardo, obfitości zasobów Hechschera i Ohlina), jak również teorie: neoczynnikowe i neotechnologiczne, luki technologicznej, bazy ekonomicznej, dystryktu przemysłowego Marshalla, produktu podstawowego Innesa, elastycznej produkcji Piore’a i Sabela, przewagi konkurencyjnej Portera czy biegunów wzrostu Perrouxa. Przedstawiono również założenia koncepcji inteligentnych specjalizacji, których podstawowym celem jest podnoszenie innowacyjności i konkurencyjności regionów na bazie potencjału endogenicznego i funkcjonujących już w nich branż. Realizacja działań przedstawionych w koncepcji inteligentnych specjalizacji ma wzmocnić gospodarkę krajową (regionalną) oraz umocnić jej pozycję konkurencyjną na rynku międzynarodowym. Należy jednak dodać, że niektóre regiony, branże w Polsce nastawione są sceptycznie do rozwiązań strategii, obawiając się nierównego traktowania, np. przy podziale dostępnych funduszy na ten cel. Z jednej strony nowa regionalna polityka oparta na inteligentnych specjalizacjach jest szansą dla polskich regionów, w tym dla przedsiębiorstw, z drugiej strony istnieją przesłanki, że wdrożenie

koncepcji inteligentnych specjalizacji spowoduje jeszcze większy dystans w poziomie rozwoju gospodarczego między regionami najbogatszymi i najmniej zamożnymi. Obawy te wynikają z dotychczasowych doświadczeń, przedstawiciele samorządów lokalnych, w których to najbardziej innowacyjne regiony miały przewagę w konkurencji o fundusze unijne wynikające np. z doświadczenia w składaniu wniosków. Również istnieje obawa, czy na pewno wzrost nakładów na innowacje wpłynie na wzrost gospodarczy regionów.

W rozdziale trzecim pt. „Rynek usług gastronomicznych”, przedstawiono ewolucję usług gastronomicznych oraz ukazano zmiany, jakie na nim zaszły na rynku polskim. Przeanalizowano również nakłady przeznaczane na rozwój placówek gastronomicznych przez ich właścicieli, zarobki pracowników na poszczególnych stanowiskach, a także wydatki ponoszone przez gospodarstwa domowe na posiłki poza domem. Do realizacji tych założeń poddano analizie dane, m.in. za pomocą metod statystycznych (tj.: miary koncentracji wartości cech (współczynniki koncentracji *Giniego* i krzywa *Lorenza*), miary dynamiki, analizy trendu, taksonomii numerycznej wg Warda, analizy wariancji, odchylenia standardowego średniej arytmetycznej). Dane poddane analizie dotyczyły liczby placówek gastronomicznych w Polsce, ich struktury, uzyskiwanych przychodów z działalności ogółem, jak również z podziałem na województwa oraz sektory. Analizie poddano również dane z budżetów gospodarstw domowych dotyczących wydatków Polaków na hotele i restauracje ogółem oraz z podziałem na: typ gospodarstw domowych, dochody, wykształcenie, miejsce zamieszkania oraz typ biologiczny gospodarstwa domowego.

Gastronomia zarówno w Polsce, jak i na świecie podlega ciągłym przeobrażeniom. Podyktowane to jest m.in.: zmianami gustów konsumentów; globalizacją i postępem technicznym, który sprzyja swobodnemu przemieszczaniu się ludności w różne zakątki świata; modą, która bardzo często wpływa na decyzje konsumentów również w kwestii żywienia; chorobami cywilizacyjnymi (np. alergie) wymuszającymi zmiany w nawykach żywieniowych; aktywnym trybem życia oraz zmianami w organizacji pracy zawodowej oraz bogaceniem się polskiego społeczeństwa.

W Polsce widoczne są dwa nurty tworzenia lokali gastronomicznych tradycyjny i nowoczesny. Tradycyjny oparty jest na dotychczasowych wzorcach lokali (np. restauracjach, kawiarniach, cukierniach, pijalniach czekolady, karczmach) i nowoczesny, wcześniej w polskiej kulturze nieznanym, (np. zakłady typu *fast food*, restauracje typu Quick-Casual czy gastronomia handlowa – tzw. *food court*). Niektóre lokale gastronomiczne (tj. kawiarnie czy piwiarnie) przybrały nowe formy. Pojawiły się również, na szerszą skalę, inne sposoby

świadczenia usług (np. usługi cateringowe). Jakość, zarówno pod kątem oferowanych potraw, jak i obsługi, uległa zdecydowanemu polepszeniu. Zmiany związane z większą dbałością o klienta podyktowane były rosnącą konkurencją na rynku usług gastronomicznych. Zwiększyła się również oferta współczesnych lokali gastronomicznych. Obecnie spotkać można szerokie spectrum dań: od tradycyjnych, poprzez regionalne, etniczne po dania prozdrowotne.

Widoczny w analizach wzrost liczby restauracji, kosztem tracących na znaczeniu punktów gastronomicznych, barów oraz stołówek, może oznaczać, że następuje stopniowy wzrost popytu na usługi oferowane przez lokale o wyższym standardzie i lepszej jakości oferowanych potraw. W Polsce zmienia się model konsumpcji. Jest to widoczne zwłaszcza wśród osób młodych, gdyż to one częściej decydują się na spożywanie posiłków w lokalach gastronomicznych. Konsumenci starsi, w części, w dalszym ciągu są albo negatywnie nastawieni do spożywania posiłków poza domem, albo ich ograniczone dochody na to nie pozwalają. W Polsce mimo likwidacji wielu placówek gastronomicznych, przychody tych, które się na rynku utrzymały systematycznie rosną. Tendencja rosnąca wartości sprzedanych produktów oznacza, że konsumenci coraz więcej środków przeznaczają na posiłki w lokalach gastronomicznych. Analiza udziału przychodów z poszczególnych grup produktów wykazała, że najczęściej placówki gastronomiczne osiągały ze sprzedaży własnych wyrobów. Rozwój gastronomii widoczny był również w rosnącym zatrudnieniu pracowników. Wzrost zatrudnienia w tej branży, był po części podyktowany wejściem Polski do Unii Europejskiej, a tym samym otwarciem się nowych perspektyw dla Polaków. Zaczęły pojawiać się możliwości pozyskiwania środków, tj. kredyty czy dotacje z Unii Europejskiej, na założenie działalności. Był to także czas otwarcia polskiego rynku dla turystów oraz osób podejmujących pracę, czy podróżujących w sprawach biznesowych z krajów unijnych. Mimo kryzysu, który nie ominął również branży zakwaterowanie i gastronomia, w ostatnich latach widoczna była poprawa wskaźników zatrudnienia, co może być początkiem kolejnego wzrostu.

To, że rynek usług gastronomicznych rozwija się, widoczne jest również w rosnących inwestycjach, jakie ta branża realizuje. Rosną wydatki na inwestycje w wyposażenie lokali gastronomicznych. Działania te mogą świadczyć o rosnącej potrzebie dopasowania lokali do zmieniających się trendów, zarówno w kwestii samej jego estetyki, jak i jego wyposażenia w nowoczesny sprzęt gastronomiczny. Problemem dla branży gastronomicznej może jednak, w najbliższych latach, okazać się brak ludzi do pracy. Analiza wynagrodzenia pracowników placówek gastronomicznych na poszczególnych stanowiskach pokazała, że przeciętne zarobki w branży gastronomicznej nie należą do atrakcyjnych. Obecnie już widoczny jest brak

chętnych do pracy w gastronomii, a niewielkie, w porównaniu do innych zawodów, zarobki powodują, że w lokalach występuje coraz większa rotacja. Najczęściej zatrudniani są studenci, ale również widoczne jest coraz większe zainteresowanie osobami w średnim i starszym wieku, zwłaszcza w placówkach korporacyjnych. Widoczny jest także napływ do tej branży obcokrajowców, np. z Ukrainy. Oznacza to, że zarządzający przedsiębiorstwami działającymi w branży gastronomicznej już teraz muszą zastanowić się, jak zatrzymać pracowników, gdyż za kilka lat może okazać się, że w niektórych lokalach nie będzie miał kto gotować i zbierać zamówień.

Wśród zmian, których w najbliższej przyszłości możemy się spodziewać na rynku usług gastronomicznych, można wskazać dalszą likwidację niskiej jakości barów, punktów gastronomicznych oraz restauracji. Rosnąca konkurencja spowoduje, że placówki gastronomiczne zaczną jeszcze bardziej zwracać uwagę zarówno na jakość oferowanych posiłków, jak i wykwalifikowaną kadrę. Nie bez znaczenia będą oferowane przez lokale innowacje zwłaszcza, że konsumenci (zwłaszcza młodzi) nie przywiązują się do lokali, coraz szybciej nudzą się nimi i poszukują nowych, nieznanych smaków czy aranżacji lokalu. Dlatego też na rynku zostaną tylko ci, którzy będą umieli dostosować się do coraz bardziej wymagających klientów.

Kluczowe znaczenie dla realizacji przyjętych celów badawczych i empirycznej weryfikacji hipotez miały rozdziały **czwarty i piąty**.

Kwestie poruszane w **rozdziale czwartym** pt. „*Kierunki i uwarunkowania wprowadzania innowacji w placówkach gastronomicznych w świetle wypowiedzi zarządzających nimi*”, dotyczyły czynników wpływających na rozwój innowacji w badanych placówkach gastronomicznych, czynników stymulujących oraz destymulujących zarządzających placówkami do podejmowania działalności innowacyjnej oraz źródeł informacji na temat konsumentów – ich potrzeb i preferencji oraz trendów zmian ich zachowań. Do analizy danych empirycznych zawartych w tym rozdziale (zbadania zależności między zmiennymi a danymi metryczkowymi) wykorzystano metody statystyki opisowej tj. test χ^2 Pearsona. Dla zależności, które zostały potwierdzone dodatkowo wyliczono siłę związku (przy użyciu współczynnika *Cramera lub fi*) oraz jego kierunku (współczynnikiem *d'Somersa*).

Analiza danych wykazała, że branża gastronomiczna w dalszym ciągu, w dużej mierze, skupiona jest na zyskach uzyskanych przy niskich nakładach. Dotyczy to w większości małych lokali działających w branży kilka lat. Osoby zarządzające tymi lokalami często wychodzą z założenia, że nie muszą inwestować w rozwój swoich placówek. Nie czują oni również potrzeby, aby próbować pozyskiwać jakiegokolwiek informacje oraz środki na ich

rozwój. Z jednej strony chcieliby, aby państwo im oferowało wsparcie, np. w formie zwolnień lub ulg podatkowych, z drugiej strony nie są tak faktycznie zainteresowani korzystaniem z pomocy jaką państwo im daje. Widoczne jest to zwłaszcza w deklaracjach dotyczących wdrażania i chęci wdrażania innowacyjnych rozwiązań oraz w większości braku chęci współpracy z podmiotami, które mogłyby pomóc im takie wsparcie pozyskać lub podsunąć innowacyjne rozwiązania. Małe lokale podchodzą do nowych rozwiązań z dużą rezerwą a jakakolwiek współpraca kojarzy się im przede wszystkim z niepotrzebnymi wydatkami. Takie podejście powoduje, że lokale te zamykają się na innowacyjne rozwiązania, wprowadzając w swoich placówkach wyłącznie pomysły zaczerpnięte od konkurencji.

Z pewnością państwo, przez odpowiednie instytucje, powinno w większym stopniu próbować dotrzeć do podmiotów działających w tej branży z informacjami, nie tylko na temat sposobów wsparcia jakimi dysponują, ale również próbować uświadamiać ich, że w niedługiej przyszłości będzie to konieczność, aby utrzymać się na rynku.

W rozdziale piątym pt. „*Kierunki i uwarunkowania wprowadzania innowacji w placówkach gastronomicznych w opinii klientów*”, kontynuowane były badania własne, tym razem pozyskane od klientów lokali gastronomicznych. W rozdziale tym starano się przedstawić wiedzę respondentów na temat podstawowych terminów istotnych dla omawianego tematu, ukazać ich potrzeby dotyczące placówek gastronomicznych oraz poznać ich opinię na temat innowacyjnych rozwiązań wdrażanych w lokalach gastronomicznych. Do analizy danych empirycznych wykorzystano, podobnie jak w rozdziale czwartym, zależności między zmiennymi a danymi metryczkowymi przy wykorzystaniu metody statystyki opisowej (tj. test χ^2 Pearsona, współczynniki *Cramera* lub *fi* oraz *d'Somera*), ale również metodę koszykową, skalę *Stapela* oraz ocenę porównawczą *Thurstone 'a*.

Uzyskane z analizy wyniki wskazują, że obecnie większość konsumentów nie do końca uświadamia sobie istotę wdrażania innowacji. Analizując wypowiedzi respondentów często ma się wrażenie, że uważają oni innowacje jako kolejny zabieg marketingowy, który ma przyciągnąć klientów do lokalu gastronomicznego. Z pewnością innowacje są bodźcem, dzięki któremu konsument odwiedza lokale gastronomiczne, jednak również ma inne istotne znaczenie. W przypadku placówek gastronomicznych jest to możliwość zjedzenia potraw coraz lepszej jakości, spróbowanie dań, których byśmy sami w domu nie przyrządzili. To również udogodnienia dla nas jako konsumentów - szybki i smaczny posiłek, często bez potrzeby wychodzenia z domu, czy ciekawe sposoby zamawiania i dostarczania posiłków. Wszystkie te działania innowacyjne ułatwiają i uprzyjemniają konsumentom życie. To

również sposób na relaks i zmiany w sposobie spędzania wolnego czasu. Polacy stają się coraz bardziej otwarci, coraz chętniej spędzają czas na zakupach czy spotkaniach ze znajomymi. Restauracje coraz częściej stają się także miejscem spotkań biznesowych oraz imprez rodzinnych czy firmowych. Podejście do innowacji jest skorelowane z danymi demograficznymi naszego społeczeństwa. To przede wszystkim ludzie młodzi tzw. pokolenie Y oraz osoby mieszkające w dużych aglomeracjach miejskich korzystają z usług lokali gastronomicznych, dlatego też innowacyjne rozwiązania powinny być kierowane przede wszystkim w ich stronę. To młode pokolenie, wychowane w dobie konsumpcjonizmu jest świadome innowacyjnych rozwiązań i oczekuje ich od placówek gastronomicznych. Zarządzający placówkami gastronomicznymi muszą zacząć bacznie przyglądać się i dopasowywać ofertę do coraz bardziej rosnących i szybko zmieniających się potrzeb młodego pokolenia.

Książkę kończy **rozdział szósty** pt. „*Analiza i ocena ekonomicznej efektywności wdrażanych innowacji – studia przypadków*”, która ma po części charakter studium przypadków (podrozdział 6.2) a po części prognostyczny (rozdział 6.3). Początkowe rozważania w tym rozdziale (podrozdział 6.1) dotyczą metod ekonomicznej efektywności i ryzyka wdrażanych innowacji. Następnie na podstawie omówionych metod przedstawiono przykłady analiz i ocen ekonomicznej efektywności wybranej innowacji w placówkach gastronomicznych (były to cztery innowacje tj. produktowa, procesowa, organizacyjna oraz marketingowa). Rozdział ten kończą tendencje i kierunki zmian w działalności innowacyjnej placówek gastronomicznych.

Przedstawione obliczenia określające opłacalność wdrażanych innowacji w formie studium przypadków mogą być pomocne, dla właścicieli placówek gastronomicznych, w szacowaniu opłacalności danej inwestycji. Zaprezentowana analiza i ocena poszczególnych rodzajów innowacji wprowadzonych w lokalach gastronomicznych wykazała, że właściciele wdrażający omawiane rozwiązania najczęściej sięgają w swoich lokalach po imitacje. Można przypuszczać, że brakuje w małych placówkach, ale również w niektórych sieciach restauracji, inwencji własnej przy kreowaniu pomysłów na nowe rozwiązania. W zaprezentowanych przykładach innowacyjne rozwiązania zostały zakupione, przez właścicieli placówek, najczęściej ze środków własnych i wdrożone w lokalach. Takie rozwiązanie jest znacznie tańsze i mniej pracochłonne niż próba stworzenia innowacji we własnym zakresie. Wśród badanych polskich lokali gastronomicznych trudno znaleźć takie, w których zrealizowano własny projekt racjonalizatorski. Z pewnością taka sytuacja związana jest w

dużym stopniu z brakiem personelu (działu badawczo-rozwojowego), który realizowałby te zadania. W polskich lokalach właściciele w większości redukują koszty do minimum (przyjmując najczęściej strategię uzyskania jak największego zysku – co potwierdziły też przeprowadzone w pracy badania empiryczne) zatrudniając tylko personel, który jest w lokalu niezbędny. Nieco inaczej wygląda sytuacja w restauracjach sieciowych, które w większości funkcjonują na polskim rynku na zasadzie franczyzy. Lokale tego typu pozyskują (kupują) innowacyjne rozwiązania, będące (czasami) innowacjami na skalę światową, z centrali firmy – franczyzodawcy (często są jednak do tego zobligowani zawartymi umowami). Restauracje sieciowe działające na zasadzie franczyzy posiadają własny dział badawczo-rozwojowy odpowiedzialny za inicjowanie i wdrażanie innowacyjnych rozwiązań.

Analiza tendencji i kierunków zmian w działalności innowacyjnej placówek gastronomicznych wykazała, że zarządzający lokalami zaczynają coraz bardziej zwracać również uwagę na potrzeby konsumentów oferując potrawy coraz lepszej jakości, pozyskując surowiec od sprawdzonych dostawców, jak i przyrządzając je w zdrowy sposób, przy użyciu nowoczesnych technik kulinarnych i podając je w ciekawej, niespotykanej do tej pory formie. Dlatego też w polskiej gastronomii powoli zyskują na znaczeniu kuchnie: dietetyczna (prozdrowotna) – oferujące potrawy gotowane na parze, pod ciśnieniem (szybkowar) czy próżniowo (Sous-Vide), fusion (tradycyjne znane potrawy przygotowane w wyrafinowany sposób) czy molekularna (wykorzystująca techniki: wędzenia, emulgacji, pianki, zagęszczania, ciekłego azotu, suchego lodu i anty-grilli, dekonstrukcji itp.). Rozwija się również nowy segment w gastronomii związany z oferowaniem gotowych posiłków nawet na cały dzień, dostosowanych do specyficznych wymogów i oczekiwań konsumentów, np. tzw. dieta pudełkowa. Klienci w ramach takich usług chętnie wykupują pełne pakiety, na dłuższy okres czasu. Jest to nowy rozwijający się trend umożliwiający rozwój gastronomii w całkiem innej formie niż dotychczasowa. Na znaczeniu zyskują również „*Street food*” – „*Uliczne jedzenie z samochodów*” (oferujące tzw. zdrowe *fast foody* z samochodów, które coraz chętniej przechodzą w lokale stacjonarne), „*Pop Up*” – „*Na chwilę*” (kuchnia nowatorska wykorzystująca nowe techniki oraz ekologiczne produkty w zależności od ich dostępności i sezonowości), warsztaty kulinarne (konsumenci sami przy pomocy kucharza przygotowują dla siebie posiłek). Restauracje zaczynają zmieniać wykorzystanie przestrzeni w swoich restauracjach, gdyż konsumenci coraz chętniej zamawiają potrawy na wynos lub z dowozem do domu. Lokale coraz częściej poszerzają swoją ofertę o śniadania, a w niektórych placówkach pojawiają się lady z kanapkami i sałatkami oferowanymi na wynos.

Wyniki przeprowadzonych badań empirycznych zamieszczonych w **czwartym i piątym rozdziale** monografii potwierdziły, dwie pierwsze z przyjętych hipotez, że **determinanty ekonomiczne i polityczno-prawne wpływają hamująco i negatywnie na działalność innowacyjną placówek gastronomicznych** oraz, że **procesom innowacyjnym branży gastronomicznej sprzyja otoczenie konkurencyjne oraz oczekiwania (potrzeby) klientów placówek.**

Do czynników ekonomicznych hamujących innowacyjność branży gastronomicznej należą m.in. poziom życia obywateli czy średnie dochody. Determinanty te wpływają istotnie na podejmowane przez zarządzających placówkami gastronomicznymi działania innowacyjne, gdyż dopasowują oni swoją ofertę do możliwości finansowych konsumentów. Obecnie w Polsce obserwuje się wzrost gospodarczy, a dochody gospodarstw domowych się zwiększają. Tym samym sytuacja na rynku usług gastronomicznych poprawia się, ponieważ konsumenci coraz chętniej jadają poza domem. Rosnące dochody wiążą się również z wyższymi wymaganiami konsumentów odnośnie oferty proponowanej przez placówki gastronomiczne.

Z pewnością różnego typu zawirowania i kryzys gospodarczy odbiły się negatywnie na działalności innowacyjnej przedsiębiorstw gastronomicznych, gdyż usługi te są potrzebami tzw. wyższego rzędu. Oznacza to, że konsumenci najszybciej rezygnują z zaspokojenia właśnie tych potrzeb. Na funkcjonowanie placówek gastronomicznych, a tym bardziej wdrażanie przez zarządzających nimi innowacyjnych rozwiązań, negatywnie wpływają także podwyżki cen surowców, czyli produktów i półproduktów do sporządzania posiłków, mediów czy podatków. Potwierdzają to również odpowiedzi zarządzających placówkami, którzy właśnie czynniki ekonomiczne, biurokrację i brak wsparcia państwa podawali jako przyczyny niewdrażania w ich lokalach innowacyjnych rozwiązań.

Bariery, których doświadczają prowadzący działalność gastronomiczną, z pewnością hamują dostęp do innowacyjnych rozwiązań, gdyż wdrażanie innowacji wymaga odpowiedniego, większego lub mniejszego, wsparcia finansowego. Dotyczy to zwłaszcza placówek, w których ilość dostępnych środków jest niewielka. Jednak nie jest to główna i jedyna przyczyna. Najważniejszym powodem jest nieodczuwanie bądź niezauważanie przez zarządzających placówkami gastronomicznymi potrzeby zmian. Tym samym założenie, że podmioty prowadzące działalność gastronomiczną zaczęłyby wprowadzać innowacyjne rozwiązania, gdyby państwo zaproponowało im odpowiednie regulacje prawne, nie jest w pełni słuszne.

Z analizy materiału badawczego wynika, że potrzeba wdrażania innowacji jest istotnie skorelowana z występującym na rynku zagrożeniem (obawa przed niepowodzeniem inwestycji) i potrzebami klientów. Na rynku usług gastronomicznych w Polsce funkcjonuje bardzo duża liczba podmiotów, które coraz ostrzej walczą o klienta. Obecnie dobry produkt to za mało – ważne jest, aby szła za nim odpowiednia jakość i cena. Dlatego coraz częściej jednym z głównych celów strategii marketingowych placówek gastronomicznych jest budowa wizerunku firmy z wykorzystaniem silnej i znanej marki. Wdrażanie innowacji przez zarządzających lokalami gastronomicznymi jest sposobem na wyróżnienie się na tle konkurencji. Dlatego też aktualnie tak ważna jest informacja.

Hipoteza **trzecia**, zakładająca, że **na kształtowanie i wykorzystanie potencjału innowacyjnego przez zarządzających placówkami gastronomicznymi wpływają posiadane przez właścicieli lokali środki finansowe oraz kapitał ludzki – zdolny i chętny do podejmowania tych procesów oraz kierowania ich przebiegiem**, została częściowo potwierdzona.

Z analizy danych można wnioskować, że lokale dysponujące większymi środkami finansowymi, zwłaszcza większe i działające w ramach sieci, częściej podejmowały działalność innowacyjną niż lokale małe, w tym przede wszystkim usytuowane w miasteczkach czy na obszarach wiejskich. Jednak część restauratorów nie jest zainteresowana wdrażaniem innowacji bez względu na posiadany personel czy dostępne środki finansowe. Widoczne jest to zwłaszcza, gdy analizuje się wypowiedzi respondentów dotyczące oczekiwanych przez nich form wsparcia od państwa, które zmobilizowałyby ich do podejmowania innowacyjnych rozwiązań. Niewdrażanie innowacyjnych rozwiązań z pewnością w wielu przypadkach podyktowane jest brakiem dostępu do odpowiedniej ilości środków finansowych na takie przedsięwzięcia. Wśród części zarządzających placówkami gastronomicznymi, szczególnie tymi mniejszymi, pojawia się obawa przed zaciąganiem zobowiązań finansowych od podmiotów zewnętrznych na wprowadzanie innowacji w swoich placówkach. Takie podejście skutkuje niewdrażaniem innowacyjnych rozwiązań przez te podmioty, a jeśli są jakieś wprowadzane, to jest ich niewiele. Podmioty, jeśli w ogóle wydatkują swoje ograniczone środki finansowe, przeznaczają je przede wszystkim na wprowadzenie innowacji procesowych w celu usprawnienia przebiegu procesu technologicznego. Zarządzający placówkami gastronomicznymi natomiast w niewielkim stopniu przeznaczają posiadane środki na działalność badawczo-rozwojową, gdyż nie widzą potrzeby inwestowania w zakup wiedzy. Niepodejmowanie takich działań ze strony przedsiębiorstw

działających w sieci jest zrozumiały, ponieważ zazwyczaj mają one centralę z własnym działem badań i rozwoju. Jednak w przypadku restauracji indywidualnych brak szkoleń powoduje, że pracownicy nie pozyskują nowej wiedzy, która, na stale ewoluującym rynku usług gastronomicznym, jest bardzo ważna. Można zatem wnioskować, że dostęp do środków z pewnością ma znaczenie podczas wdrażania innowacji, jednak nie zawsze taka zależność występuje. W dużym stopniu jest to podyktowane przede wszystkim mentalnością właścicieli i chęcią podejmowania takich rozwiązań.

Również **druga część hipotezy, dotycząca wyszkolonego i kompetentnego personelu**, została również tylko częściowo potwierdzona. Z wypowiedzi niektórych właścicieli lokali wynika, że na rynku brakuje doświadczonego personelu, co może być przyczyną niewdrażania innowacyjnych rozwiązań, zwłaszcza jeśli chodzi o innowacje produktowe, kiedy wymyślenie i stworzenie ciekawej potrawy wymaga od jej autora (szefa kuchni czy innych pracowników zespołu) inwencji twórczej. Analizując uzyskane dane, odnosi się wrażenie, że w wielu przypadkach posiadanie wyszkolonego i kompetentnego personelu nie idzie w parze z innowacyjnością lokalu. Często, podobnie jak w odniesieniu do pierwszej części hipotezy, jest to związane z mentalnością właścicieli lub zarządzających poszczególnymi lokalami. Z pewnością kompetentny personel zyskuje na znaczeniu w polskiej gastronomii, co odnosi się w większym stopniu do droższych i prestiżowych restauracji. Polacy podczas wyboru lokalu coraz częściej zwracają uwagę na nazwisko szefa kuchni i kompetencje obsługi kelnerskiej, zaś cena oferowanych dań nie jest już dla tych osób tak istotna. Z pewnością znany i ceniony szef kuchni jest wizytówką lokalu. Klienci odwiedzają prestiżowe restauracje, licząc na eleganckie i wyrefinowane dania. Jednak wysokie kwalifikacje i renoma zatrudnianego personelu wiążą się z wysokimi wynagrodzeniami, na wypłacanie których nie stać większości właścicieli lokali, podobnie jak nie stać szerokiej grupy konsumentów, aby płacić wyłącznie za renomę restauracji czy markę szefa kuchni.

Zarządzający lokalami, zwłaszcza jednozakładowymi, coraz częściej mają problem ze znalezieniem wyszkolonego personelu, co wynika z niskich pensji. Dlatego w kuchni często pracują osoby przypadkowe, nieposiadające odpowiedniego wykształcenia do podejmowania innowacyjnych działań w lokalu. Zarządzający obwiniają za to szkoły, które – w ich opinii – źle przygotowują młodzież do zawodu. Taki stan faktycznie jest efektem reformy edukacji, która likwidowała szkoły zawodowe i technika. W placówkach szkolnych odeszło się od praktyk zawodowych pozwalających na zdobywanie przez młodych ludzi doświadczenia i na

uczenie się od praktyków. Zaskakujące jednak jest to, że w niektórych lokalach zatrudnieni byli pracownicy, którzy chętniej podejmowali działania związane z inicjowaniem, a następnie realizacją innowacyjnych pomysłów. Może zatem wystarczy zachęcić personel do eksperymentowania w kuchni (dać mu swobodę w tym względzie)? Pozwoli to zarządzającym placówkami zaoszczędzić na zatrudnianiu dodatkowego personelu, który by inicjował i wdrażał innowacyjne rozwiązania. Właściciele jednak bardzo często boją się zaufać swoim pracownikom, obawiając się, że wprowadzone przez nich innowacyjne rozwiązania odbiją się negatywnie na wizerunku placówki, na który pracowali wiele lat. Obawa przed niepowodzeniem i stratami sprawia, że z jednej strony deklarują oni potrzebę zatrudnienia wyszkolonego personelu, jednak z drugiej wcale nie są zainteresowani tym, by pracownicy wykazywali chęć do podejmowania własnych inicjatyw związanych z innowacjami w ich lokalach.

Analiza wyników badań pozwoliła na wysunięcie **wniosków i rekomendacji** zaprezentowanych poniżej.

1. Przedsiębiorstwa gastronomiczne, zwłaszcza te, które nie działają w ramach sieci, nie są w stanie samodzielnie finansować działalności innowacyjnej. Dotychczas proponowana pomoc – zarówno na poziomie regionów, kraju, jak i Unii Europejskiej – mimo istotnego postępu w ostatnich latach, w dalszym ciągu jest niewystarczająca. Państwo powinno podjąć kroki, aby w większym stopniu wspierać finansowo powstawanie małych innowacyjnych przedsiębiorstw. Pomoc ta powinna polegać m.in. na łatwiejszym dostępie do środków finansowych i informacji o sposobach wsparcia małych innowacyjnych przedsiębiorstw, jak również ograniczeniu biurokracji w tej kwestii.
2. Biorąc pod uwagę wysokie koszty prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej, państwo powinno zapewnić przedsiębiorstwom, w tym również gastronomicznym, wsparcie finansowe w postaci np. ulg podatkowych, dotacji czy preferencyjnych kredytów na ich prowadzenie. Pomoc ta powinna być kierowana zwłaszcza do przedsiębiorstw małych oraz mikro, które nie są w stanie udźwignąć wydatków na ten cel. Uzyskane wyniki badań wykazały, że lokale gastronomiczne oczekują od państwa takiego wsparcia.
3. Uwzględniając obawy właścicieli lokali gastronomicznych dotyczące nieopłacalności wdrażania innowacyjnych przedsięwzięć oraz strach przed ryzykiem i biurokracją, państwo powinno prowadzić kampanie informacyjne uświadamiające przedsiębiorstwa o

możliwości wsparcia działalności innowacyjnych. Informacje winny być łatwo dostępne i napisane w sposób czytelny i zrozumiały dla przedsiębiorcy, tak, aby rozwiać jego wszystkie wątpliwości. Z badań wynika, że część przedsiębiorców nie ma wiedzy o możliwościach pozyskania środków finansowych na rozwój swojego przedsiębiorstwa, a ci, którzy ją mają, z obawy przed ryzykiem nie podejmują nawet próby, aby tę pomoc uzyskać.

4. Niezbędne są zmiany w sferze edukacji w celu lepszego dostosowania ich do potrzeb rynku gastronomicznego. Zmiany powinny dotyczyć nie tylko profilu i zakresu kształcenia w szkołach gastronomicznych oraz placówkach pokrewnych, ale również rozwijania wśród młodych ludzi odpowiednich cech i umiejętności, w tym kreatywności czy dokonywania innowacyjnych zmian. Z wyników badań empirycznych, przeprowadzonych wśród właścicieli lokali, wynika, że na rynku usług gastronomicznych brakuje pracowników o kwalifikacjach pozwalających na wdrażanie innowacji.
5. Zarządzający powinni tworzyć w swoich placówkach gastronomicznych tzw. kulturę innowacji, polegającą na budowaniu, zaufania między personelem na wszystkich szczeblach. Tylko zgrany, mający do siebie zaufanie zespół jest w stanie tworzyć znaczące innowacje bez strachu o utratę pracy lub inne konsekwencje w razie ich niepowodzenia. Istotnym czynnikiem mobilizującym pracowników placówek gastronomicznych do podejmowania innowacyjnych inicjatyw byłoby z pewnością również odpowiednie wynagradzanie innowatorów.
6. Potrzebna jest istotna zmiana w podejściu jednostek naukowych do współpracy z przedsiębiorstwami gastronomicznymi. Obecnie zarządzający placówkami podchodzą do niej sceptycznie. Placówki naukowe powinny w większym stopniu otworzyć się na potrzeby przedsiębiorstw przez lepsze dopasowanie swojej ofert do potrzeb rynku, a także w większym stopniu angażować się we współpracę z tymi podmiotami w celu rozpowszechniania uzyskanych wyników badań.
7. W czasach, kiedy gospodarka oparta jest na wiedzy, właściciele placówek gastronomicznych w większym stopniu powinni zdawać sobie sprawę z potrzeby posiadania informacji na temat branży, w której działają. Na rynku funkcjonuje słuszne przekonanie, że część właścicieli lokali gastronomicznych nie ma właściwej wiedzy na temat potrzeb i oczekiwań swoich klientów, a przecież wiadomo, że w wielu przypadkach to właśnie sami klienci są pomysłodawcami innowacyjnych rozwiązań.

Większość pomysłów stanowi reakcję na działania ich konkurentów. Tylko nieznaczna liczba placówek osiąga założone przez siebie cele, stosując strategie bazujące na przemyślanych, długofalowych, skutecznych działaniach popartych wnikliwą analizą ich efektywności ekonomicznej.

8. Istotne jest przywiązywanie większej wagi do propagowania w społeczeństwie świadomości innowacyjnej, gdyż – jak pokazały badania zarówno wśród przedsiębiorstw gastronomicznych, jak i ich konsumentów – ta wiedza jest niewystarczająca. W przypadku właścicieli placówek gastronomicznych wiedza ta może być źródłem przewag konkurencyjnych, natomiast konsumenci dzięki niej mogą w coraz lepszy sposób zaspokajać swoje potrzeby.
9. Propagowanie wiedzy o innowacjach wśród konsumentów jest istotne w branży gastronomicznej, gdyż jest to sposób mobilizowania do ich wdrażania, zwłaszcza właścicieli lokali sceptycznie nastawionych do jakikolwiek zmian. Jak pokazały badania, wielu właścicieli lokali, jeśli nie czuje presji ze strony klientów, nie jest skłonnych wprowadzać jakikolwiek zmian w swoich placówkach.
10. Wzrost innowacyjności branży gastronomicznej jest nieunikniony, gdyż – jak wynika z badań przeprowadzonych wśród klientów lokali – oczekują oni od tej branży zmian. Konsumenci coraz częściej decydują się na spożywanie posiłków poza domem, a łatwy dostęp do szerokiej i zróżnicowanej gamy placówek gastronomicznych pozwala na zaspokajanie potrzeb coraz bardziej wymagającego klienta. Z pewnością kryteria wyboru restauracji przez konsumentów są zróżnicowane i zależą od ich indywidualnych potrzeb, jednak każdy, bez względu na posiadane dochody, oczekuje od placówki gastronomicznej szybkiej, kompetentnej obsługi i potraw, które go usatysfakcjonują i zaspokoją jego potrzeby. Obecnie coraz większy nacisk kładzie się na wdrażanie innowacji wpływających znacznie na redukcję kosztów związanych z funkcjonowaniem lokalu przez wzrost efektywności organizacyjnej oraz w zakresie działań marketingowych. Dlatego też to innowacyjne rozwiązania podejmowane przez placówki gastronomiczne będą zapewniać ich właścicielom przewagę na rynku.
11. Aktualnie wśród czynników gwarantujących sukces przedsiębiorstw gastronomicznych należy wymienić wysoką jakość serwowanych potraw oraz właściwy poziom obsługi. Jednym z takich trendów tworzących się na polskim rynku gastronomicznym są restauracje *slow food* i placówki oferujące kuchnię regionalną, które będą pomалу wypierać restauracje *fast food*, spełniając oczekiwania klientów przywiązujących dużą

wagę do źródeł pochodzenia żywności i jej jakości. Dlatego też placówki gastronomiczne powinny analizować rynek, aby móc na czas dostosować się do zmieniających się trendów.

Opisane wnioski i rezultaty badań zamieszczone w zakończeniu pracy potwierdziły osiągnięcie przyjętych celów, jak również w większości pozytywną weryfikację założonych hipotez badawczych. Zaproponowane w formie wniosków rekomendacje mogą być przydatną wskazówką zarówno dla przedsiębiorców, którzy chcieliby, aby ich przedsiębiorstwa stały się innowacyjne a tym samym i bardziej konkurencyjne na rynku, ale również odpowiednich organów w państwie, gdyż zwracają uwagę na oczekiwania przedsiębiorstw gastronomicznych względem państwa. Z pewnością poznanie tych potrzeb pomoże w lepszym funkcjonowaniu branży gastronomicznej w przyszłości.

Reasumując, praca poświęcona została problematyce innowacji w placówkach gastronomicznych i ich uwarunkowaniom. Składa się ona z części teoretyczno–przeglądowej (rozdziały 1-3) oraz empiryczno - prognostycznej (rozdziały 4-6), a jej głównym celem była próba ustalenia znaczenia innowacji powstałych w placówkach gastronomicznych, dla właścicieli lokali i ich klientów. Cechą szczególną pracy jest jej zarówno poznawczy jak i empiryczny charakter. Wartości dodanej można upatrywać **w badaniach empirycznych, dzięki którym następuje poszerzenie wiedzy z zakresu innowacji w polskiej gastronomii.** Rozważania zawarte w niniejszej monografii a dotyczące innowacyjności polskiej gastronomii i jej uwarunkowań **wypełniają lukę, która istnieje w literaturze przedmiotu.** Z tego co wiadomo autorce do tej pory nie ma publikacji, która podejmowałaby kwestie związane z innowacyjnością branży gastronomicznej i jej uwarunkowaniami, nie tylko w odniesieniu do Polski, ale również i innych krajów. **Ważnym aspektem aplikacyjnym pracy, jak podkreślił w recenzji wydawniczej profesor Andrzej Wiatrak, „jest jej przydatność zarówno dla pracowników nauki, ale także dla praktyki gospodarczej i publicznej oraz studentów”.** Wyniki badawcze mogą być użyteczne m.in. do określenia właściwego kierunku wsparcia właścicieli lokali gastronomicznych przez państwo polskie, czy też oceny uwarunkowań, które pomogłyby zachęcić właścicieli do wprowadzania innowacyjnych rozwiązań w swoich lokalach. Opinie konsumentów pozwolą właścicielom lokali (czy też osobom zarządzającym nimi) poznać ich oczekiwania a tym samym w lepszy sposób dostosować ofertę do potrzeb klientów. Zaprezentowane studia przypadków pozwolą właścicielom w przystępny sposób ocenić opłacalność inwestycji przed ich wprowadzeniem

na rynek. Studentom niniejsza praca pozwoli zapoznać się z poglądami przedstawicieli różnych nurtów a dotyczącymi kwestii postępu i innowacji oraz ich wpływu na wzrost i rozwój gospodarczy kraju. Przedstawicielom nauki uzyskane wyniki badań mogą ułatwić kontakty z właścicielami przedsiębiorstw (nie tylko gastronomicznych), gdyż ukazują ich obawy i przyczyny niechęci do podejmowania współpracy z naukowcami.

Efektom prowadzonych w pracy rozważań jest **wkład w rozwój nauki w dziedzinie nauk ekonomicznych, w dyscyplinie ekonomia**. Jako istotny wkład moich badań do teorii ekonomii mogą być uznane:

- pogłębienie wiedzy naukowej na temat sposobów dokonywania wyborów ekonomicznych oraz preferencji konsumentów na rynku usług gastronomicznych;
- zidentyfikowanie luk poznawczych w zakresie czynników wpływających stymulująco i destymulująco na wdrażanie innowacyjnych rozwiązań w lokalach gastronomicznych przez zarządzających placówkami;
- dostarczenie dowodów empirycznych odnośnie obaw, zarządzających lokalami, dotyczących podejmowania współpracy z innymi podmiotami, w kwestii wdrażania innowacyjnych rozwiązań w lokalach gastronomicznych;
- przedstawienie w formie case study sposobów liczenia efektywności ekonomicznej wdrażanych innowacji w przedsiębiorstwie;
- systematyzacja i uaktualnienie wiedzy w zakresie postępu i innowacji, w tym zwłaszcza aspektów związanych z rozwojem rynku usług gastronomicznych.

Wkład prezentowanej pracy w rozwój nauk ekonomicznych dotyczy zarówno sfery poznawczej (potrzeb i preferencji konsumentów rynku usług gastronomicznych, efektywność i opłacalności wdrażania innowacji oraz czynników determinujących działalność innowacyjną przedsiębiorstwa itp.), metodyki prowadzenia badań, jak również aspektów aplikacyjnych.

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo – badawczych

5.1. Tematyka badań naukowych podejmowana przed i po uzyskaniu stopnia doktora

W realizowanej po doktoracie działalności naukowo-badawczej wyróżnić można cztery obszary obejmujące zagadnienia teoretyczne i empiryczne.

1. Żywnienie oraz dożywianie dzieci i młodzieży oraz funkcjonowanie gastronomii zamkniętej.
2. Rynek usług gastronomii otwartej w Polsce.

3. Żywność i bezpieczeństwo żywnościowe w Polsce.
4. Handel zagraniczny Polski oraz innowacyjność i konkurencyjność państw, gospodarek oraz branż.

Poniżej krótko omówiłam najważniejsze opracowania naukowe w ramach wymienionych czterech obszarów badawczych (artykuły z tych obszarów dołączyłam na płycie CD).

Pierwszy z wymienionych obszarów badawczych dotyczył między innymi uwarunkowań związanych z żywieniem dzieci i młodzieży uczącej się w województwie dolnośląskim, jak i form pomocy potrzebującym uczniom oferowanym przez instytucje państwowe i prywatne. Zaprezentowane publikacje są częściowo kontynuacją badań prowadzonych jeszcze przed uzyskaniem stopnia doktora nauk ekonomicznych, zwieńczonych rozprawą doktorską pt. „*Ekonomiczno-organizacyjne i jakościowe uwarunkowania funkcjonowania gastronomii szkolnej na przykładzie szkół w województwie dolnośląskim*”.

Badania dotyczyły ekonomicznych, organizacyjnych oraz jakościowych aspektów związanych z żywieniem oraz dożywianiem uczniów w Polsce, jak i w innych krajach. Badania te poszerzyłam, zaktualizowałam i przedstawiłam w postaci artykułów naukowych i rozdziałów monografiach:

- Kowalska A., *Ekonomiczno-organizacyjne i jakościowe uwarunkowania funkcjonowania gastronomii szkolnej na przykładzie szkół w woj. dolnośląskim*. Zagadnienia Ekonomiki Rolnej. Warszawa 2009, tom 1, s. 137-140;
- Kowalska A., *Programy dożywiania ludności realizowane przez Rząd Federalny w Stanach Zjednoczonych Ameryki - wnioski dla Polski*. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 2009, tom 11, zeszyt 4, s. 147-153;
- Kowalska A., *Czynniki wpływające na konsumpcję piwa w Polsce wg badań ankietowych studentów Politechniki Wrocławskiej*. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 2010, tom 12, zeszyt 4, s. 190-194;
- Kowalska A., *Zwyczaje żywieniowe studentów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*. Roczniki Państwowego Zakładu Higieny, 2010, tom 61, nr. 3, s. 277-282;
- Kowalska A., *Ocena funkcjonowania stołówek szkolnych prowadzonych przez podmioty zewnętrzne na przykładzie szkół województwa dolnośląskiego*. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 2010, nr 114. Nauki o Zarządzaniu 3. Zarządzanie w praktyce, s. 63-72;
- Kowalska A., *Tendencje spożycia piwa w Polsce przez studentów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu i Politechniki Wrocławskiej*. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 2012, tom 14, zeszyt 1, s. 245-250;
- Kowalska A., *Zmiany w spożyciu żywności przez ludność wiejską w Polsce*. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 2013, tom 15, zeszyt 2, s. 176-181;

- Kowalska A., *Mleko i przetwory mleczne w diecie studentów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, vol. 16, nr 1, 2014, s. 111-116;
- Kowalska A., *Pomoc państwa w zakresie dożywiania dzieci i młodzieży w Polsce*, Śląski Przegląd Statystyczny, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, nr 13 (19), 2015, s. 43-55, DOI:10.15611/sps.2015.13.04;
- Kowalska A., *Non-governmental organizations and institutions and their programs connected with supplementary feeding of children and youth in Poland*. Hradecké Ekonomice Dny. University Hradec Kralove, 2009, s. 331-336;
- Kowalska A., *State assistance in supplementary feeding on the example of dolnośląskie province in 2006-2008*. Hradecké Ekonomice Dny. University Hradec Kralove, 2010, tom 1, s. 193-198;
- Kowalska A., *Fast food products and obesity — a study based on opinions of students of primary and middle schools in dolnośląskie voivodship*. Hradecké Ekonomice Dny. University Hradec Kralove, 2011, s. 193-198;
- Kowalska A., *Evaluation lunch menus, school canteens offered by primary schools in selected in Lower Silesia*, Hradecké Ekonomice Dny. University Hradec Kralove, 2013, s. 198-205.

Drugi z wymienionych obszarów badawczych dotyczy szeroko rozumianych usług gastronomicznych. Zainteresowanie tym zagadnieniem związane jest z moim wykształceniem, podobnie jak i w przypadku pierwszego obszaru, gdyż z wyuczonego zawodu jestem technikiem technologiem żywienia zbiorowego. W artykułach naukowych przeprowadzona była m.in. analiza statystyczna rynku usług gastronomicznych z wykorzystaniem statystyki opisowej oraz analizy skupień, ukazano zmiany jakie zaszły na rynku usług gastronomicznych w analizowanych latach. Omówiono również kwestie związane z marketingiem usług gastronomicznych. W zakresie drugiego obszaru należy umieścić również monografię pt. *Innowacje w polskiej gastronomii i jej uwarunkowania*, którą wskazałam jako moje główne osiągnięcie naukowe, a także kilka powiązanych z nią tematycznie pozycji.

- Urban S., Kowalska A., *Ocena statystyczna rynku usług gastronomicznych w Polsce*. [w:] Metody ilościowe w badaniach ekonomicznych, 2012, Tom XIII/3, s. 232-242 (Mój wkład w powstanie publikacji wynosił 50%).
- Kowalska A., *Rozwój gastronomii w Polsce*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, 2012, nr 236, Nowe trendy w dystrybucji produktów żywnościowych, Gastronomia i zachowania nabywców, s. 33-44;
- Kowalska A., Olszańska A., Urban S., *Marketing produktów spożywczych i gastronomii*. Wydawnictwo Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu Wrocław 2016;(Mój wkład w powstanie publikacji wynosił 10,3%)
- Kowalska A., *Gastronomia jako specyficzna forma handlu i jej problemy*, w: *Ekonomika handlu żywnością i produktami rolnymi*. Urban S., Olszańska A. (red.), 2015, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, ISBN 9788376955414, ss. 199-210.

Trzeci obszar badawczy obejmuje zagadnienia związane z żywnością (tradycyjną, ekologiczną, funkcjonalną i regionalną) jej produkcją oraz obrotem, bezpieczeństwem żywnościowym oraz zrównoważoną konsumpcją. W obszarze tego zagadnienia powstały następujące publikacje:

- Kowalska A., *Rozwój rolnictwa ekologicznego w województwie dolnośląskim*. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 2011, 13(4), s. 39-43;
- Kowalska A., *Rolnictwo ekologiczne jako czynnik rozwoju zrównoważonej konsumpcji*, Journal of Agribusiness and Rural Development, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, 2015, 3(37), s. 467-476, DOI:10.17306/JARD. 2015. 49;
- Kowalska A., *Produkty tradycyjne i regionalne w Polsce na tle Unii Europejskiej*. [w:] Agrobiznes w teorii i praktyce. (red. A. Olszańska), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, 2014, s. 122-134;
- Kowalska A., *Rolnictwo ekologiczne*, [w:] Agrobiznes i biobiznes: teoria i praktyka (red. S. Urban), 2014, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, s. 144-160;
- Kowalska A., *Handel żywnością funkcjonalną i ekologiczną*, [w:] Ekonomia handlu żywnością i produktami rolnymi, (red. S. Urban, A. Olszańska), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 2015, ISBN 9788376955414, s. 183-198;
- Kowalska A., *Rynek owoców w Polsce*, [w:] Ekonomia handlu żywnością i produktami rolnymi, (red. S. Urban, A. Olszańska), 2015, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, ISBN 9788376955414, s.272-288;
- Kowalska A., *Wiedza konsumentów na temat bezpieczeństwa żywności i stosowane przez nich sposoby ograniczania ryzyka zagrożenia*, Handel Wewnętrzny, 2018, 2(373), s. 246-260.

Ostatnim obszarem moich zainteresowań jest handel zagraniczny, jego innowacyjność i konkurencyjność. W publikacjach tych omawiam kwestie związane z wymianą handlową Polski z innymi państwami oraz grupami państw. W prezentowanych publikacjach analizowane są wyliczone wskaźniki wymiany handlowej m.in. IIT (horyzontalny i wertykalny), TC (przewaga eksportu nad importem) czy OE (orientacja eksportowa). Omówiona jest struktura handlu zarówno pod względem ilości jak i wartości oraz zmiany w tej strukturze występujące w badanych latach. W publikacjach z tego obszaru omawiane są również kwestie dotyczące oceny poziomu innowacyjności i konkurencyjności krajów, gospodarek, jak i wybranych branż. W ramy tego obszaru wpisuje się również moja monografia pt. *Innowacje w polskiej gastronomii i jej uwarunkowania*, jak i szereg publikacji w tym dwie to artykuły w czasopismach z listy JCR oraz artykułów znajdujących się na WoS. W tamach tej tematyki opublikowałam samodzielnie i we współautorstwie następujące prace:

- Kowalska A., *Polski handel zagraniczny produktami branży chemicznej*. Przemysł Chemiczny, 2015, 94(5), s. 637-641 (lista JCR);

- Kowalska A., *Międzynarodowa konkurencyjność polskiego sektora owocowego po przystąpieniu do Unii Europejskiej*, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego, Wydawnictwo Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, 2016, 16(2), s. 176-185;
- Firlej K., Kowalska A., Piwowar A., *Competitiveness and innovation of the Polish food industry*, Agricultural Economics-Zemledska Ekonomika, Czech Academy of Agricultural Sciences, 2017, 63(11), s. 502-509, DOI:10.17221/1111/2016-AGRICECON (lista JCR. Mój wkład w powstanie publikacji wynosił 33%);
- Kowalska A., *Polsko-niemiecka wymiana handlowa produktami rolno-spożywczymi*, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego, Wydawnictwo Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, 2017, 17(2), s. 106-115;
- Kowalska A., *Changes in the Level of Innovation of Enterprises in Lower Silesia*, [w:] Hradec Economic Days. Double-blind peer reviewed proceedings of the international scientific conference Hradec Economic Days 2016 (red. P. Jedlicka), 2016, University of Hradec Kralove, ISBN 9788074356360, s. 422-431;
- Kowalska A., *Innovation of the Economies of European Union Countries in 2009-2016*, [w:] Vision 2020: Sustainable Economic development, Innovation Management, and Global Growth. Proceedings of the 30th International Business Information Management Association Conference (IBIMA). 8-9 November 2017, Madrid Spain (red. S. K Soliman), 2017, International Business Information Management Association (IBIMA), ISBN 9780986041990, pp. 3514-3523;
- Kowalska A., Tarnowska A., *Innovation of the economies of European Union countries against selected countries in the world in the years 2007-2016*, w: Economics & Management Innovations (ICEMI) (ed. XG Yue, M. McAleer), Vol. 1(1), 2017, Dhurakij Pundit University, ISBN 9787948012027, pp. 334-338 (Mój wkład w powstanie publikacji wynosił 50%);
- Kowalska A., Tarnowska A., Kovárník J., *Polish – Czech Trade in Agri-Food Products Before and after Accession to the European Union*, [w:] Hradec Economic Days Vol. 7(1). Double-blind peer-reviewed proceedings of the international scientific conference Hradec Economic Days 2017, January 31 st and February 1 st, 2017 Hradec Králové, Czech Republic (red. P. Jedlicka, P. Marešová, I. Soukal), 2017, University of Hradec Králové, ISBN 9788074356643, pp. 449-459 (Mój wkład w powstanie publikacji wynosił 50%);
- Tarnowska A., Kowalska A., *Supply Side Competitiveness on the Polish Tomato Market Against The Rest of the Visegrad Group Countries*, [w:] Vision 2020: Sustainable Economic development, Innovation Management, and Global Growth. Proceedings of the 30th International Business Information Management Association Conference (IBIMA). 8-9 November 2017, Madrid Spain/Soliman Khalid S. (red.), 2017, International Business Information Management Association (IBIMA), ISBN 9780986041990, pp. 659-666 (Mój wkład w powstanie publikacji wynosił 50%);
- Kowalska A., Kovarnic J., *The Innovativeness and Competitiveness of the Visegrad Group Countries in the years 2011-2016 - Selected Indicators*, [w:] Hradec Economic Days Vol. 8(1). Double-blind peer-reviewed proceedings part. I of the international scientific conference Hradec Economic Days 2018 (red. P. Jedlicka, P. Marešová, I. Soukal), 2018, University of Hradec Kralove, ISBN 9788074357008, pp. 460-471 (Mój wkład w powstanie publikacji wynosił 70%);
- Tarnowska A., Kowalska A., *Production and foreign trade in vegetables in Poland*, [w:] Proceedings of the 2018 International Conference "Economic Science for Rural Development" No 47, Jelgava, LLU ESAF, 9-11 May 2018, pp. 499-507, DOI 10.22616/ESRD.2018.058 (Mój wkład w powstanie publikacji wynosił 50%);
- Tarnowska A., Kowalska A., *Changes and Evaluation of Selected Aspects of the Quality Of Life of seniors in Poland*. [w:] Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020. Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference

(IBIMA), (ed.), Khalid S. Soliman, Milan, Italy, 25-26 April 2018, pp. 3945-3952 (Mój wkład w powstanie publikacji wynosił 50%);

- Kowalska A., Tarnowska A., Innovation of Enterprises in Poland and Sources of Their Financing after Joining the European Union. [w:] Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020. Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA), (ed.), Khalid S. Soliman, Milan, Italy, 25-26 April 2018, pp. 3931-3944 (Mój wkład w powstanie publikacji wynosił 50%);
- Tarnowska Agnieszka, Kowalska Anna, Production and foreign trade in vegetables in Poland. Proceedings of the 2018 International Conference Economic science for rural development”, No. 47 Jelgava, LLU ESAF, 9-11 May 2018, s. 499-507, DOI 10.22616/ESRD.2018.058 (Mój wkład w powstanie publikacji wynosił 50%).

5.2. Statystyka publikacji i cytowań

Podczas dotychczasowej pracy naukowo – badawczej byłam autorem lub współautorem - 80 opracowań, w tym po otrzymaniu stopnia doktora - 45. 80% wszystkich publikacji to prace samodzielne (bez współautora). Szczegółowy wykaz opublikowanych prac naukowych przed i po otrzymaniu stopnia doktora zawiera załącznik 3. Tabela 1 prezentuje podsumowanie moich dotychczasowych publikacji przed i po uzyskaniu stopnia doktora.

Tabela 1. Podsumowanie publikacji przed i po uzyskaniu stopnia doktora (na dzień 27.08.2018)

Kategoria	Przed uzyskaniem stopnia doktora	Po uzyskaniu stopnia doktora	Razem
Monografia wskazana jako osiągnięcie naukowe	0	1	1
Współautorstwo monografii	0	2	2
Autorstwo rozdziałów w monografiach	11	20	31
Artykuły naukowe w czasopismach (lista A MNiSW)	0	2	2
Artykuły naukowe w czasopismach (lista B MNiSW)	24	20	46
Razem	35	45	80

Źródło: opracowanie własne

Znaczna część mojego dorobku naukowego po uzyskaniu stopnia doktora opublikowana została w czasopismach naukowych (20 prac). Spośród tych artykułów większość zostało opublikowanych po polsku w renomowanych polskich czasopismach wydawanych przez:

- Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu,
- Szkołę Główną Gospodarstwa Wiejskiego,
- Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu,
- Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu,

- Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego - Państwowy Zakład Higieny,
- Główny Urząd Statystyczny i Polskie Towarzystwo Statystyczne,
- Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur.

W swoim dorobku mam również dwa artykuły z listy A MNiSW: Przemysł Chemiczny oraz Agricultural Economics-Zemledska Ekonomia.

Drugą grupę publikacji po uzyskaniu stopnia doktora stanowią rozdziały w monografiach (20 prac). Większość z nich została opublikowana w języku angielskim (14 pozycji). Jestem współautorem dwóch monografii naukowych, które zostały opublikowane po uzyskaniu przeze mnie stopnia doktora, a także autorem monografii, która została wskazana przeze mnie jako główne osiągnięcie naukowe.

Spośród 45 oryginalnych opublikowanych prac twórczych po uzyskaniu przez mnie stopnia doktora **30**, a więc blisko dwie trzecie napisane było przeze mnie samodzielnie. **14** napisana była w języku angielskim, tak aby mogły trafić do szerokiego grona odbiorców, z czego wszystkie z nich zostały wydane za granicą w takich krajach jak: Republika Czeska, Hiszpania, Włochy, Łotwa, Chiny.

Uzyskałam łącznie **495** punkty, z czego **372** punkty po uzyskaniu stopnia doktora (obliczonych zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w 12 grudnia 2016 roku) po korekcie związanej ze współautorstwem liczba ta wynosi **413,5** punktu, w tym **290,5** punktu po uzyskaniu stopnia doktora.

Tabela 2. Wskaźniki dotyczące cytowania mojego dorobku naukowo-badawczego (z dnia 27.08.2018):

Liczba publikacji naukowych w bazie:	• Web of Science	9
	• Google Scholar, Publish or Perish	67
Liczba cytowań publikacji naukowych według bazy:	• Web of Science	0
	• Google Scholar, Publish or Perish	47
Index Hirscha opublikowanych publikacji według bazy:	• Web of Science	0
	• Google Scholar, Publish or Perish	4

5.3. Doświadczenie naukowe zdobyte w kraju i za granicą

W ramach zdobywania wiedzy i nawiązania współpracy naukowej uczestniczyłam w dwóch stażach naukowych.

W okresie 2.11.2015 – 12.02.2016 (ponad 3 miesiące) zrealizowałam **krajowy staż naukowy** w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie, w Katedrze Strategii Zarządzania i Rozwoju Organizacji. Opiekunem stażu był dr hab. Krzysztof Firlej, prof. UE w Krakowie,

Dziekan Wydziału Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Celem stażu było m.in. zdobycie umiejętności przydatnych do prowadzenia pracy naukowo-dydaktycznej, doskonalenie warsztatu naukowego jak również nawiązanie współpracy naukowej z innymi Uczelniami. W ramach stażu, wspólnie z opiekunem stażu oraz dr inż. Arkadiuszem Piwowarem, opracowano artykuły naukowe z zakresu ekonomiki agrobiznesu, będące konsekwencją dyskusji naukowych i dokonanych podczas odbywania stażu analiz statystycznych. Jeden z artykułów został opublikowany w czasopiśmie *Agricultural Economics (AGRICECON)* - **lista A MNiSW**.

W okresie 01.09.2016 – 28.02.2017 (6 miesięcy) realizowałam **zagraniczny staż naukowy** w University of Hradec Králové, Faculty of Informatics and Management. Opiekunem stażu był prof. inż. Ladislav Hájek. W ramach stażu prowadziłam razem z dr inż. Agnieszką Tarnowską oraz pracownikami Uniwersytetu w Hradec Králové, Ivanem Soukalem i Jaroslavem Kovarnikiem, badania naukowe, których wynikiem były m.in. referaty wygłoszone na Konferencji Hradec Economic Days 2017 tj. „*Polish – Czech trade in agri-food products before and after accession to the European Union*” oraz “*Changes in Agricultural Land Prices After a Period of Transitional Protection in Poland and the Czech Republic*” i opublikowane jako rozdziały w monografii (Kowalska A., Tarnowska A., Kovarnic J., „*Polish – Czech trade in agri-food products before and after accession to the European Union.*” Double-blind peer-reviewed proceedings of the International Scientific Conference Hradec Economic Days 2017, s. 449-459 oraz Soukal I., Tarnowska A., Kowalska A. “*Changes in Agricultural Land Prices After a Period of Transitional Protection in Poland and the Czech Republic*” Double-blind peer-reviewed proceedings of the International Scientific Conference Hradec Economic Days 2017, s. 804-813). Ponadto byłam członkiem Komitetu Organizacyjnego ww. Konferencji, wykonałam recenzje artykułów przesłanych na Międzynarodową Konferencję Hradec Economic Days 2017 (31.01 - 01.02.2017). Współpraca z pracownikami naukowymi z University of Hradec Králové jest kontynuowana. W styczniu 2018 roku powstała kolejna wspólna publikacja: Kowalska A., Kovárník J. „*The Innovativeness and Competitiveness of the Visegrad Group Countries in the years 2011-2016 - selected indicators*”, opublikowana w Hradec Economic Days Vol. 8(1). Double-blind peer-reviewed proceedings part. I of the international scientific conference Hradec Economic Days 2018, Jedlicka P, Marešová P., Soukal I. (ed.), 2018, University of Hradec Kralove, s. 460-471. Referat został wygłoszony na konferencji, która odbyła się 30.01.2018r. w Hradec Kralove. Opracowanie to zostało docenione przez Komitet Naukowy Konferencji i

zaproponowano po rozszerzeniu opublikowanie jego w specjalnym wydaniu czasopisma *Economies* (obecnie artykuł jest w trakcie recenzji). Również w przypadku tej konferencji byłam członkiem Komitetu Naukowego. W ramach tego wykonałam m.in. recenzje artykułów naukowych².

5.4. Odznaczenia i stypendia za działalność naukową

3 marca 2016r., z rąk Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, otrzymałam Medal Brązowy za Długoletnią Służbę - postanowienie z dnia 6 listopada 2015 roku.³

W 2017r. otrzymałam również stypendium w ramach projektu "Santander Universidades". Stypendium przyznano za „zaangażowanie i inicjatywy związane z rozwojem naukowym i badawczym stypendysty i Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu oraz za szczególne osiągnięcia w działalności pozauczelnianej.”⁴

5.5. Uczestnictwo w projektach naukowo-badawczych

Uczestniczyłam jako wykonawca w projekcie rozwojowym w obszarze poprawy jakości nauczania w szkolnictwie wyższym. "*Identyfikacja potencjału i zasobów Dolnego Śląska w obszarze nauka i technologie na rzecz poprawy jakości życia (Quality of Life) oraz wytyczenie przyszłych kierunków rozwoju. Badania metodami foresight*", nr UDA-POIG.01.01.01-02-011/09-00 z dnia 23.09.2009 r., w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Okres realizacji: 04.01.2010 - 30.09.2011 r.⁵

5.6. Udział w krajowych i międzynarodowych konferencjach naukowych

Wyniki badań zawarte w moich publikacjach wielokrotnie przedstawiałam na konferencjach, zarówno krajowych jak i międzynarodowych. W trakcie całej pracy zawodowej uczestniczyłam w **42 krajowych i międzynarodowych konferencjach naukowych**, na których wygłosiłam 43 referaty, w tym **14 w języku angielskim**. Warto dodać, że artykuły z konferencji międzynarodowych Hradec Economic Days odbywających się na Uniwersytecie Ekonomicznym w Hradec Kralove - Republika Czeska są **indeksowane w Proceedings Citation Index w Thomson Reuters Web of Knowledge**.

² Potwierdzenia odbycia wyżej wymienionych staży naukowych zaprezentowałam w załączniku 4.

³ Potwierdzenie otrzymania niniejszego medalu znajduje się w załączniku 4.

⁴ Dokumenty potwierdzające otrzymanie stypendium znajduje się w załączniku 4.

⁵ Deklaracja potwierdzająca udział w projekcie znajduje się w załączniku 4.

Wykaz konferencji naukowych krajowych i zagranicznych w których aktywnie uczestniczyłam (z podaniem organizatorów, miejsca, daty oraz tytułu referatu), przedstawiono poniżej.

Konferencje zagraniczne (wszystkie referaty wygłoszone w języku angielskim):

1. „*Future of small and medium sized enterprises in united Europe*“, 12-13.05.2005, University Mateja Bela Banská Bystrica, Słowacja,
2. „*International scientific conference Hradec Economic Days*“, 6-7.02.2007, University Hradec Kralove, Hradec Kralove, Republika Czeska,
3. „*International scientific conference Hradec Economic Days*“, 5-6.02.2008, University Hradec Kralove, Hradec Kralove, Republika Czeska,
4. „*International scientific conference Hradec Economic Days*“, 3-4.02.2009, University of Hradec Kralove, Hradec Kralove, Republika Czeska,
5. „*International scientific conference Hradec Economic Days*“, 2-3.02.2010, University of Hradec Kralove, Hradec Kralove, Republika Czeska,
6. „*International scientific conference Hradec Economic Days*“, 1-2.02.2011, University of Hradec Kralove, Hradec Kralove, Republika Czeska,
7. „*International scientific conference Hradec Economic Days*“, 19-20.02.2013, University of Hradec Kralove, Hradec Kralove, Republika Czeska,
8. „*International scientific conference Hradec Economic Days*“, 2-3.02.2016, University of Hradec Kralove, Hradec Kralove, Republika Czeska,
9. „*International scientific conference Hradec Economic Days*“, 31.01-1.02.2017, University of Hradec Kralove, Hradec Kralove, Republika Czeska,
10. „*30th International Business Information Management Association*“ (IBIMA), 8-9 November 2017, Madrid, Spain,
11. „*International scientific conference Hradec Economic Days*“, 30-31.01.2018, University of Hradec Kralove, Hradec Kralove, Republika Czeska,
12. „*31st International Business Information Management Association*“ (IBIMA), 25-26 April 2018, Milan, Italy,
13. „*19th International Scientific Conference Economic Science for Rural Development*“, 9-11 May 2018, Latvian University of Agriculture in Jelgava, Jelgava, Latvia

Konferencje krajowe o zasięgu międzynarodowym:

1. „*VI Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*,” Uniwersytet Rzeszowski, (Rzeszów 09.1999 r.).
2. „*Wykorzystanie lokalnych i regionalnych czynników w społeczno-gospodarczej aktywizacji obszarów wiejskich*” Akademia Rolnicza w Szczecinie, (Szczecin - Kopenhaga – Niechorze, 24-29.06.2002 r.).
3. „*Agrobiznes a rozwój wsi i rolnictwa w warunkach przygotowań do przystąpienia Polski do Unii Europejskiej*,” Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, (Łądek Zdrój, 11-13.07.2000 r.).
4. „*Agrobiznes 2001. Charakterystyka i kierunki rozwoju przemysłu rolno- spożywczego w Polsce*”. Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, (Wrocław-Wałbrzych 15-16.07.2001 r.)
5. „*Agrobiznes 2002. Przemiany w agrobiznesie i obszarach wiejskich oraz ich następstwa*”. Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, (Wrocław 10-12.07.2002 r.).
6. „*IX Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu.*” Akademia Techniczno-Rolnicza w Bydgoszczy, (Bydgoszcz 09.2002 r.).
7. „*Agrobiznes 2003. Jakość jako podstawowy instrument konkurencyjności w agrobiznesie*” Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, (Wrocław-Szklarska Poręba 9-11.07.2003 r.).
8. „*X Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu.*” Politechnika Koszalińska, (Koszalin 2-5.09.2003 r.).
9. „*Uwarunkowania ekonomicznego rozwoju rolnictwa i obszarów wiejskich*”. Uniwersytet Rzeszowski, (Rzeszów 26-27.06.2003 r.).
10. „*Agrobiznes 2004. Sytuacja agrobiznesu w Polsce po przystąpieniu do UE.*” Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, (Wrocław - Szklarska Poręba 13-15.07.2004 r.).
11. „*XI Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*,” (Puławy 09.2004 r.).
12. „*Konsument a rynek. Rynkowe mechanizmy kształtowania jakości*”. Uniwersytet Rzeszowski, (Rzeszów-Iwonicz Zdrój 26-28.06.2005 r.).
13. „*Agrobiznes 2005. Zmiany w agrobiznesie po przystąpieniu Polski do UE.*” Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, (Wrocław – Polanica Zdrój, 12-14 lipiec 2005 r.).
14. „*Agrobiznes 2006. Konkurencja w agrobiznesie – jej uwarunkowania i następstwa.*” Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, (Wrocław - Polanica Zdrój 4-6.07.2006r.)
15. „*XII Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*” SGGW, (Warszawa 21-23.09. 2005 r.).

16. „*XIII Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu.*” Akademia Rolnicza w Poznaniu, (Poznań 13-16.09.2006 r.).
17. „*XIV Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*”, Akademia Rolnicza, (Kraków 18-20.09.2007 r.).
18. „*XVI Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*”, (Olsztyn 8-10.09.2009 r.).
19. „*XVII Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*”, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, (Świnoujście 7-9.09.2010 r.).
20. „*XIX Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*”, Uniwersytet w Białymstoku, (Białystok 5-7.09.2012 r.).
21. „*XIII Międzynarodowa Konferencja Naukowa pt. Globalne problemy rolnictwa, leśnictwa i gospodarki żywnościowej*”, SGGW, (Warszawa-Rogów 16-17.06. 2016 r.).
22. „*XIV Międzynarodowa Konferencja Naukowa pt. Globalne problemy rolnictwa, leśnictwa i gospodarki żywnościowej*”, SGGW, (Warszawa-Rogów 8-9 .06. 2017 r.).

Konferencje o zasięgu krajowym:

1. „*Wykorzystanie lokalnych i regionalnych czynników w społeczno-gospodarczej aktywizacji obszarów wiejskich*” Akademia Rolnicza w Szczecinie, (Szczecin - Kopenhaga – Niechorze, 24-29.06.2002 r.).
2. „*Regionalne uwarunkowania ekonomicznego rozwoju rolnictwa i obszarów wiejskich*”. Uniwersytet Rzeszowski, (Rzeszów 26-28.06.2003 r.).
3. „*Nowe trendy w dystrybucji produktów żywnościowych - Gastronomia, handel detaliczny, e-commerce.*” Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, (Poznań 11.12.2012 r.),
4. „*Agrobiznes 2014. Rozwój agrobiznesu w okresie 10 lat przynależności Polski do Unii Europejskiej*”, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, (Wrocław, 8-10.07. 2014 r.).
5. „*Trwały dobrobyt społeczny*” Polskie Towarzystwo Statystyczne Oddział Wrocław, (Wrocław 20.10.2014 r.).
6. „*Zrównoważona konsumpcja a strategie marketingowe przedsiębiorstw*”. Uniwersytet Rolniczy w Poznaniu, (Poznań 28.11.2014 r.).
7. „*Innowacje na rynku produktów żywnościowych*”, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, (Poznań 24.11.2016 r.).

5.7. Działalność dydaktyczna, popularyzatorska i organizacyjna

Podejmowana przez mnie działalność dydaktyczna związana była przede wszystkim z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu, gdzie prowadziłam lub w dalszym ciągu prowadzę **wykłady i ćwiczenia** zarówno na studiach **pierwszego**, jak i **drugiego stopnia** (stacjonarnych i niestacjonarnych). Były to przedmioty zarówno kierunkowe tj. *Marketing, jak i specjalnościowe* tj.: *Badania marketingowe, Zarządzanie produktem, Biobiznes oraz Ekonomika i organizacja handlu i usług*. Prowadziłam i w dalszym ciągu prowadzę seminaria inżynierskie i magisterskie na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych.

W swojej pracy byłam promotorem w sumie 104 absolwentów (30 magistrów i 74 inżynierów). Obecnie w trakcie przygotowywania są prace (magisterskie i inżynierskie) kolejnych 23 studentów. Po doktoracie byłam recenzentem (bez swoich seminarzystów) w sumie 68 (na dzień 14.07.2018r.) prac inżynierskich i magisterskich.

W latach 2013-2014 pełniłam funkcję **promotora pomocniczego** zagranicznego doktoranta pana Hai Nam Nguyen, który w 2014r. obronił pracę doktorską na Wydziale Inżynieryjno - Ekonomicznym Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu pt. *Rozwój światowego rynku ryżu w latach 1961-2011*⁶.

Swoją wiedzę przekazywałam nie tylko studentom i doktorantom, ale również młodzieży licealnej. W roku szkolnym 1998/1999 prowadziłam zajęcia z ekonomii w Zespole Szkół Gastronomicznych we Wrocławiu. W ramach mojej działalności popularyzatorskiej w latach 1999 – 2018 wzięłam aktywny udział w 41 międzynarodowych (w tym zagranicznych) i krajowych konferencjach naukowych, w trakcie których zawsze wygłaszałam referat⁷.

Angażuję się ponadto w działalność organizacyjną, zarówno na Wydziale Inżynieryjno-Ekonomicznego, jak i całej Uczelni. Do istotnych osiągnięć o charakterze organizacyjnym należy zaliczyć uczestnictwo w przygotowaniu wniosku o nadanie praw doktoryzowania Wydziałowi Inżynieryjno-Ekonomicznemu we Wrocławiu, specjalność Ekonomia, które jako Wydział uzyskaliśmy w 2008 roku.

W celu doskonalenia moich umiejętności dydaktycznych i poprawy jakości kształcenia ukończyłam w 1999 roku studium doskonalenia Pedagogicznego dla Nauczycieli Akademickich na Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu⁸. W czasie pracy uczestniczyłam w szkoleniach prowadzonych przez StatSoft Polska z programu Statistika (zarówno osobiście jak i przez tzw. Webinaria).

⁶ Dokument potwierdzający promotorstwo nad doktorantem przedstawiłam w załączniku 4.

⁷ Szczegółowa lista wystąpień w punkcie I, załącznik 3.

⁸ Dokument potwierdzający ukończenie studium doskonalenia Pedagogicznego przedstawiłam w załączniku 4.

Równolegle z prowadzoną przeze mnie działalnością dydaktyczną angażuję się również w działalność organizacyjną, zarówno na Wydziale Inżynieryjno-Ekonomicznym, jak i całej Uczelni. W ciągu mojej pracy zawodowej pełniłam lub w dalszym ciągu pełnię różne **funkcje organizacyjne**.

Przed doktoratem:

- sekretarz Wydziałowej Komisji Rekrutacyjnej w latach 2003, 2004;
- uczestniczyłam również w promocji Wydziału Inżynieryjno-Ekonomicznego podczas Prezentacji Edukacyjnych Tarek, które odbyły się w Hali Ludowej we Wrocławiu w latach 2003 i 2005;
- członek komitetu organizacyjnego konferencji „Agrobiznes”, które odbywały się cyklicznie w latach 2000-2006.

Po doktoracie:

- członek Komisji do spraw Rozwoju Wydziału w latach 2009-2010;
- członek Wydziałowej Komisji Wyborczej w 2016 roku;
- opiekun specjalności Zarządzanie produkcją i usługami od 2016 roku;
- członek Komisji do spraw Dydaktyki w latach 2016-2020;
- członek Rady Wydziału w latach 2016-2020;
- członek Uczelnianej Komisji Dyscyplinarnej do spraw Nauczycieli Akademickich w latach 2016-2020;
- członek Komisji dyscyplinarnej dla Doktorantów w latach 2016-2020;
- przewodnicząca w komisjach egzaminów dyplomowych (22 obrony) - w latach 2015, 2017 i 2018;
- współorganizator konferencji „Agrobiznes” w roku 2014 (z okazji jubileuszu 70 – lecia prof. dr hab. inż. Stanisława Urbana, dr hc.);
- członek Komitetu Programowego Międzynarodowej Konferencji w Hradec Kralove, (Czechy) w latach 2017 i 2018;
- członek Komitetu Programowego Międzynarodowej Konferencji w IBIMA 2017, która odbyła się w listopadzie w Madrycie (Hiszpania);
- członek Komitetu Programowego Międzynarodowej Konferencji w IBIMA 2018, która odbyła się w kwietniu w Milanie (we Włoszech);
- W latach 2009 – 2017 sporządzałam protokoły na 6 obronach doktorskich oraz 1 kolokwium habilitacyjnym;

- w latach 2011 – 2018 napisałam 14 recenzji artykułów naukowych w tym (10 w języku angielskim).

W latach 1999 – 2014 byłam członkiem Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, uczestniczyłam czynnie w corocznie organizowanych przez Stowarzyszenie kongresach wygłaszając na nich referaty.

Od roku 2015 jestem członkiem Polskiego Towarzystwa Statystycznego i biorę czynny udział (wygłaszając referaty) w konferencjach naukowych organizowanych przez PTS.⁹

Wrocław, 27.08.2018

Anna Kowalska

⁹ Ksero legitymacji potwierdzającej członkostwo w PTS umieściłam w załączniku 4.