



MIĘDZYUCZELNIANE GRANTY BADAWCZE

**Biogram naukowca w ramach projektu na Międzyuczelniane Zespoły Badawcze
Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu,
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu,
Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach**

**pola nieobowiązkowe*

NAZWA UCZELNI	
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie	
Katedra/Jednostka organizacyjna	Katedra Badań Zachowań Konsumentów Instytut Zarządzania
DANE KONTAKTOWE	
Tytuł/stopień naukowy	Dr hab. inż.
Imię i nazwisko	Małgorzata Twardzik
Adres e-mail	mtwardz@sgh.waw.pl
Research ID* Numer ORCID* Profil ResearchGate*	ORCID: 0000-0002-1073-0176 https://orcid.org/0000-0002-1073-0176
Główna dyscyplina naukowa	Nauki o zarządzaniu i jakości / Ekonomia i finanse (50/50)

POSIADANE KOMPETENCJE	
Obszar obecnych zainteresowań naukowych	– Zachowania konsumentów – Konsumpcja zrównoważona i dekonsumpcja – Konsument na rynku żywności – Systemy znakowania żywności – Sieci handlowe, handel tradycyjny i internetowy – Innowacje w handlu – Zachowania konsumentów na rynku e-usług – Marketing zrównoważony
Trzy wybrane publikacje naukowe (jeśli są dostępne on-line, proszę podać link do źródła)	– Twardzik Małgorzata, System Nutri-Score jako narzędzie wspierające decyzje zakupowe konsumenta na rynku produktów żywnościowych, w: Bezpieczeństwo konsumenta na rynku żywności: konsument jako uczestnik rynku i jego zachowania, Anna Dąbrowska ; Anita Szuszkiewicz (red.); Oficyna Wydawnicza SGH, 2024; ISBN 978-83-8030-697-4; s. 43-56; – Twardzik Małgorzata, Responsible consumer, responsible consumption, sustainable consumption, w: Responsible Management and Sustainable Consumption: Creating a Consumer and Enterprise Social Responsibility Index Wachowiak Piotr, Anna Dąbrowska, Celina Borkowska, Monika Zajkowska, (red.), Routledge Advances in Management and

	Business Studie, 2024, New York, London, Routledge, s. 123-137, ISBN 978-1-032-48567-6, https://doi.org/10.4324/9781003391845 – Twardzik Małgorzata, Barbara Kucharska, Katarzyna Bilińska – Reformat, Les Dolega, Sustainable development concept and creation of innovative business models by retail chains, in: <i>International Journal of Retail and Distribution Management</i>, Emerald Publishing 2018, p-ISSN: 0959-0552, DOI: 10.1108/IJRDM-04-2017-0071
Trzy wybrane projekty naukowe (jeśli są dostępne online, proszę podać link do źródła)	– Barometr Społecznej Odpowiedzialności Konsumenta. Wykonawca projektu (SGH, Instytut Zarządzania, RAPORT BAROMETR_SOK_edycje III-V) – MAZOWSZE AKCELERATOREM GLOBALNYCH PRZEDSIĘBIORSTW. Wykonawca projektu, Lider projektu: Województwo Mazowieckie (UMWM), Instytucja finansująca: Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (03.2021-30.04.2025) – Zmiany w strukturze najemców centrów handlowych w Polsce oraz w innych państwach Unii Europejskiej - analiza porównawcza, kierownik badania i współwykonawca (KZiF/S24.1.59)
Metody wykorzystywane w badaniach: - ilościowe (jakie?) - jakościowe (jakie?) - inne (jakie?)	– Desk research – Metody jakościowe (IDI, metody projekcyjne, heurystyczne, eksperckie) i ilościowe (ankietowe) w badaniach rynku – Analizy przestrzenne
Inne umiejętności i kompetencje*:	Doświadczenie w prowadzeniu badań i analiz rynku w zakresie przestrzennych zachowań konsumentów, postaw nabywczych i trendów konsumpcyjnych

PROPOZYCJA WSPÓŁPRACY

Propozycja współpracy w zakresie projektu (opis do 1500 znaków)	Dekonsumpcja jest określana jako antykonsumpcja (dobrowolne ograniczanie konsumpcji wobec konsumpcjonizmu) i ujmowana jest w perspektywie makro w porównaniu z konsumpcją w ogóle i w perspektywie mikro. Istotnym elementem dekonsumpcji jest konwestycja będąca elementem inteligentnej, rozważnej konsumpcji, wiążącej się z inwestowaniem w samego siebie (w tym zdrowie), środowisko, relacje społeczne. W związku z wieloma problemami, z którymi mierzy się współczesny świat, w tym z nadmierną konsumpcją zasobów naturalnych, na znaczeniu zyskują kwestie dotyczące zarówno dekonsumpcji, jak i jakości życia. Dostrzeżenie negatywnych mechanizmów funkcjonowania konsumentów w realiach współczesnego świata i wysokich kosztów postępu cywilizacyjnego oraz związanego z nim pędu konsumpcyjnego może być punktem zwrotnym w kierunku dekonsumpcji, będącej istotnym czynnikiem zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego. Ograniczanie konsumpcji oraz jej świadoma racjonalizacja może stać się trwałą tendencją tylko wówczas, jeśli będzie podyktowana przemianą wartości i postaw, wzrostem wiedzy konsumentów oraz wzrostem uwrażliwienia na
--	--

	potrzeby społeczne i problemy środowiska naturalnego. Propozycja współpracy dotyczy wspólnych badań nad analizą i oceną determinant wpływających na postawy konsumentów wobec działań marketingowych na rynku żywności. Celem badania będzie określenie, w jaki sposób informacje marketingowe wspierają postawy dekonsumpcyjne i edukację konsumentów na rynku żywności.
Deklaracja współpracy w projekcie: • jako kierownik projektu • jako wykonawca	Wykonawca
Poszukiwane kompetencje, umiejętności, wiedza	Poszukiwane kompetencje, umiejętności, wiedza w zakresie: zaawansowanych analiz statystycznych, techniczno-technologicznych podstaw gospodarki żywnościowej, wiedza w zakresie analizy komunikacji marketingowej i treści informacyjnych, kompetencje zarządzania jakością opakowań, z uwzględnieniem aspektów etycznych i proekologicznych.

☒ **Zgadzam się na publikację moich danych podanych w powyższym formularzu na stronach internetowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach w związku ze zgłoszeniem chęci udziału w konkursie na badania naukowe realizowane przez te uczelnie.**

Warszawa, 17 października 2025
(Miejsce, data)

Małgorzata Twardzik
(Podpis tylko komputerowy)

Informacja o przetwarzaniu danych osobowych

1. Współadministratorzy

Współadministratorami danych osobowych są: 1) Szkoła Główna Handlowa w Warszawie z siedzibą przy al. Niepodległości 162, 02-554 Warszawa, zwana dalej SGH, 2) Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu z siedzibą przy ul. Komandorskiej 118/120, 53-345 Wrocław, zwany dalej UEW, 3) Uniwersytet Ekonomiczny

w Krakowie z siedzibą przy ul. Rakowickiej 27, 31-510 Kraków, zwany dalej UEK, 4) Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu z siedzibą przy Al. Niepodległości 10, 61-875 Poznań, zwany dalej UEP oraz 5) Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach z siedzibą przy ul. 1 Maja 50, 40-287 Katowice, zwany dalej UEKat.

2. Inspektor Ochrony Danych

Współadministratorzy wyznaczyli Inspektorów Ochrony Danych, z którymi można skontaktować się: 1) w przypadku SGH – poprzez e-mail: iod@sgh.waw.pl; 2) w przypadku UEW – poprzez e-mail: iod@ue.wroc.pl; 3) w przypadku UEK – iod@uek.krakow.pl; 4) w przypadku UEP – poprzez e-mail: rodo@ue.poznan.pl; 5) w przypadku UEKat – poprzez e-mail: iod@ue.katowice.pl

3. Cel i podstawa prawna przetwarzania danych

Dane osobowe będą przetwarzane w celu przeprowadzenia konkursu, w wyniku którego mogą być przyznane środki finansowe na badania naukowe. Podstawą prawną przetwarzania danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. e RODO¹ (przetwarzanie jest niezbędne do wykonania zadania realizowanego w interesie publicznym) w związku z ustawą z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce².

Dane osobowe będą przetwarzane w celu publikacji Pani/Pana biogramu na stronach internetowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, jeśli wyrazi Pani/Pan na to zgodę. Podstawą prawną przetwarzania danych osobowych w tym celu jest art. 6 ust. 1 lit. a RODO.

4. Dobrowolność podania danych

Podanie danych jest dobrowolne, jednak konieczne do wzięcia udziału w konkursie.

5. Odbiorcy danych

W przypadku korzystania przez Administratora z usług innych podmiotów, dane osobowe mogą być im ujawnione na podstawie umów powierzenia przetwarzania danych osobowych, a podmioty te będą zobowiązane do zachowania poufności przetwarzanych danych.

Dane osobowe mogą być opublikowane na stronach internetowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.

6. Czas przetwarzania danych

Dane osobowe członków międzyuczelnianych zespołów badawczych będą przetwarzane przez okres przeprowadzenia oceny wniosków, badań naukowych, a następnie wiecześnie w celu archiwalnym. W zakresie przetwarzania danych osobowych w celu publikacji na stronach internetowych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Uniwersytetu Ekonomicznego w

¹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 4 maja 2016 r., s. 1, ze zm.).

² Dz. U. z 2018 r. poz. 1666 ze zm.

Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach dane osobowe będą przetwarzane do momentu publikacji wyników lub do momentu wycofania zgody na przetwarzanie.

7. Prawa związane z przetwarzaniem danych

Przysługuje Pani/Panu prawo dostępu do danych, ich sprostowania, ograniczenia przetwarzania, a także prawo do wniesienia sprzeciwu z przyczyn związanych z Pani/Pana szczególną sytuacją. Pani/Pana dane osobowe nie będą podlegały profilowaniu ani – na podstawie tych danych – nie będą podejmowane decyzje w sposób zautomatyzowany.

W zakresie, w jakim podstawą przetwarzania jest Pani/Pana zgoda, może ją Pani/Pan wycofać w dowolnym momencie, co nie będzie wpływało na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano przed jej cofnięciem.

8. Prawo wniesienia skargi

Przysługuje Pani/Panu prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, iż przetwarzanie Pani/Pana danych osobowych narusza RODO.