

Księga abstraktów

**I Międzynarodowa Konferencja Naukowa z cyklu
„Wyzwania, innowacje i problemy biznesu oraz turystyki”**

Biznes i turystyka w czasach niepewności

A book of abstracts

**1st International Scientific Conference in the series
“Challenges, innovations and problems of business and tourism”**

Business and tourism in times of uncertainty



SPIS TREŚCI / CONTENTS

Komitet naukowy i Komitet Organizacyjny	4
Scientific Committee and Organising Committee.....	4
Wykłady inauguracyjne	7
Inaugural lectures	7
<i>Jak nie zwiedzać świata</i>	<i>7</i>
<i>Strategia tworzenia nowych produktów na rynku usług turystycznych.....</i>	<i>8</i>
<i>Trudne i niepewne czasy. Współczesne zagrożenia bezpieczeństwa w socjologicznej perspektywie.....</i>	<i>9</i>
Keynote speakers.....	10
<i>IT business in India before and after Covid-19 Pandemic.....</i>	<i>10</i>
<i>Artificial Intelligence System for Object Detection using Centroid Tracking Algorithm and Agile Model.....</i>	<i>12</i>
<i>Education Market in Indonesia (Digitalization Marketing for University).....</i>	<i>13</i>
Sesja referatowa	15
Paper session.....	15
<i>The role of the sports market in humanitarian aid for Turkey after the earthquake on February 6, 2023.....</i>	<i>15</i>
<i>Diagnoza poziomu zaangażowania pracowników branży hotelarskiej w okresie popandemicznym</i>	<i>15</i>
<i>Diversification and flexibility as a source of company resilience in uncertain times.....</i>	<i>16</i>
<i>Przestępczość w sektorze turystycznym</i>	<i>17</i>

<i>Wykorzystanie technologii telekomunikacyjnych i informatycznych w podróżach biznesowych</i>	18
<i>Challenges and IT innovations in tourism sector in portugal in times of pandemic</i>	19
<i>Tourism sector in times of pandemic and how smart technologies help to improve the tourism industry</i>	21
<i>Inflation and Crisis: Exploring the Effects of Disrupted Market Equilibrium</i>	22
<i>Zarządzanie różnorodnością jako warunek innowacyjności organizacji z branży turystycznej</i>	23
<i>Turystyka kulinarna Podlasia i Podkarpacia</i>	24
<i>Silesian historical and confessional issues as a basis for the contemporary cultural tourism</i>	25
<i>COVID jako kryzys czy szansa na przyspieszenie transformacji biznesu? Analiza etapów ewolucji firmy od strachu przed załamaniem rynku po wprowadzenie nowych form sprzedaży</i>	26
<i>Ocena wpływu regulacji covidowych na międzynarodową branżę turystyczną</i>	26
<i>Overtourism w Karkonoskim Parku Narodowym - diagnoza zjawiska</i>	28
<i>Współtworzenie zrównoważonej wartości w ramach ekosystemu - perspektywa mikro, mezo i makro</i>	28
<i>Kapitał intelektualny jak źródło potencjału odporności organizacyjnej</i>	29
<i>Inkubator Przedsiębiorczości jako pas startowy małego biznesu turystycznego</i>	30
<i>Konflikty interesów w grupie kapitałowej</i>	31
<i>Ryzyko w turystyce z punktu widzenia konsumenta - zagadnienia terminologiczne i klasyfikacja</i>	32
<i>Review of current studies on geography of Olympic combat sports</i>	33
<i>Wpływ pandemii COVID-19 na działalność Kołobrzeskiej Żeglugi Pasażerskiej</i>	34

Komitet naukowy i Komitet Organizacyjny

Scientific Committee and Organising Committee

Organizatorzy / Organizers:

- **Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze / The Karkonosze University of Applied Sciences**

Patronat / Patronage:

- Dolnośląska Izba Turystyki – Marek Ciechanowski
- Sudeckie Centrum Przedsiębiorców

Partnerzy / Partners:

- Muzeum Karkonoskie w Jeleniej Górze
- Sekcja Socjologicznych Problemów Bezpieczeństwa Narodowego Polskiego Towarzystwa Socjologicznego
- Decathlon Jelenia Góra

Komitet Naukowy / Scientific Committee:

- dr Beata Telązka, prof. KANS – Przewodnicząca (Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze) / Chairperson (The Karkonosze University of Applied Sciences)
- prof. dr hab. Janusz Czekał (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie / (Krakow University of Economics)
- prof. dr hab. Aldona Frączkiewicz-Wronka (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) / (University of Economics in Katowice)
- prof. dr hab. Andrzej Żebrowski (Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa Publicznego i Indywidualnego APEIRON w Krakowie) / (The University of Public Security and Individual “Apeiron”)
- prof. dr hab. Kazimierz Perechuda (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu) / (Wrocław University of Economics)
- prof. dr hab. Andrzej Chodyński (Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie) / (Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University)

- dr hab. inż. Marek Dudek, prof. AGH (Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie) / (The AGH University of Science and Technology)
- dr hab. inż. Janusz Ziarko prof. KAAFm (Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie) / (Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University)
- dr hab. Katarzyna Szalonka, prof. KANS (Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze) / (The Karkonosze University of Applied Sciences)
- dr hab. Agata Niemczyk, prof. UEK (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie) / (Krakow University of Economics)
- dr hab. Jan Maciejewski, prof. UWrocław (Uniwersytet Wrocławski) / (University of Wrocław)
- dr hab. Mirosław Kwieciński, prof. PANS (Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Krośnie) / (Carpathian State College in Krosno)
- dr hab. Paweł Piepiora, prof. AWF (Akademia Wychowania Fizycznego im. Polskich Olimpijczyków we Wrocławiu) / (Wrocław University of Health and Sport Sciences)
- dr hab. Zbigniew Piepiora, prof. UPWrocław (Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu) / (Wrocław University of Environmental and Life Sciences)
- dr hab. Dariusz Fatuła, prof. KAAFm (Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie) / (Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University)
- dr hab. Wojciech Cieśliński, prof. AWF (Akademia Wychowania Fizycznego im. Polskich Olimpijczyków we Wrocławiu) / (Wrocław University of Health and Sport Sciences)
- dr Piotr Pieńkowski (Uniwersytet Wrocławski) / (University of Wrocław)
- dr Piotr Zając (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie) / (Krakow University of Economics)
- dr Justyna Bagińska (Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze) / (The Karkonosze University of Applied Sciences)
- dr Paweł Greń (Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze) / (The Karkonosze University of Applied Sciences)
- dr Zdzisław Pólkowski (Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze) / (The Karkonosze University of Applied Sciences)

- dr Zygmunt Dudek (Politechnika Rzeszowska im. Ignacego Łukasiewicza) / (Rzeszow University of Technology)
- dr Wojciech Topczewski (Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze) / (The Karkonosze University of Applied Sciences)
- dr Małgorzata Stochmal (Uniwersytet Wrocławski) / (University of Wrocław)
- dr Robert Wysocki (Uniwersytet Zielonogórski) / (University of Zielona Góra)
- dr Jolanta Grębowiec-Baffoni (Research & Investigation Economic Crime Studies w Mediolanie, Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa Publicznego i Indywidualnego APEIRON w Krakowie) / (Research & Investigation Economic Crime Studies in Milan, The University of Public Security and Individual “Apeiron”)
- dr Zbigniew Telec (Politechnika Wrocławska) / (Wrocław University of Science and Technology)
- dr Piotr Sołhaj (Kancelaria Adwokacka w Krakowie) / (Lawyer's Office in Cracow)
- dr Daria Hołodnik (Politechnika Opolska) / (The Opole University of Technology)
- dr inż. Iwona Gawron (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu) / (State University of Applied Sciences in Nowy Sącz)
- mgr Kornel Musiał (Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze) / (The Karkonosze University of Applied Sciences)

Komitet Organizacyjny / Organising Committee:

- dr Magdalena Baczyńska – Przewodnicząca / Chairperson
- dr Justyna Bagińska
- dr Wojciech Topczewski
- mgr Kornel Musiał
- mgr Lilianna Rzepka
- mgr Magdalena Prorok
- Studenci i Studentki – Członkowie i Członkinie Koła Naukowego Inicjatyw i Badań Społecznych KANS / Students – Members of the KANS Scientific Association for Social Initiatives and Research

Opracowanie: Kornel Musiał

Wykłady inauguracyjne

Inaugural lectures

Inauguracyjny wykład popularnonaukowy

Jak nie zwiedzać świata

Andrzej Gliniak

Dziennikarz, podróżnik, spiker sportowy, announcer sportów walki, autor jednego z najpopularniejszych podcastów edukacyjnych w Polsce na Spotify

Zabiorę Was w podróż do miejsc nietypowych, naznaczonych konfliktami, ludobójstwem i terroryzmem. Miejsc nie-turystycznych. Opowiem o trzech miejscach. Mitrovica- miasto gniewu w północnym Kosowie, miejsce, które zamieszkują nienawidzący się Albańczycy i Serbowie. Srebrenica - miasto w Bośni, gdzie doszło do największego ludobójstwa w Europie po Drugiej Wojnie Światowej. Pakistan - miejsce znajdujące się w czołówce najniebezpieczniejszych państw świata ze względu na terroryzm. Czy jednak taki diabeł straszny?

Słowa kluczowe: podróże, niebezpieczna miejsca, niebezpieczne państwa

Inauguracyjny wykład naukowy

Strategia tworzenia nowych produktów na rynku usług turystycznych

dr hab. Katarzyna Szalonka, prof. KANS

Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze

Tło: Rynek turystyczny charakteryzuje turbulentne otoczenie, które implikuje funkcjonowanie podmiotów, tak po stronie popytu, jak również podaży. Zmiany w zachowaniach popytowych determinują czynniki demograficzne, ekonomiczne, społeczno-kulturowe i naturalne. Wzrost poziomu zamożności Polaków, coraz większy odsetek emerytów posiadających pasje, niezrealizowane marzenia, ale obarczonych chorobami cywilizacyjnymi, wyznacza nowe obszary działania podmiotów podaźowych.

Celem prezentacji jest przedstawienie koncepcji wdrażania nowych usług turystycznych na konkurencyjnym rynku.

Wyniki: Zgromadzone wyniki pozwoliły na sformułowanie wniosku, że większość Polaków cierpi na choroby cywilizacyjne: 8 % Polaków cierpi na cukrzycę, 2% na celiakię, 58% na nadwagę lub otyłość. Ponadto z badań wtórnych wynika, że zwiększa się aktywność turystyczna Polaków. Osoby z dysfunkcjami fizycznymi nie rezygnują z turystyki, tylko aktywnie poszukują oferty, która umożliwiłaby konsumpcję usług gwarantującą bezpieczeństwo zdrowotne.

Wnioski: Na rynku turystycznym występuje duża grupa klientów, która zgłasza zapotrzebowanie na usługę turystyczną, np. hotelarską dostarczającą dietetyczne posiłki i programy prozdrowotne zaspokajające określone potrzeby. Klient – turysta musi mieć gwarancję zachowania zdrowia i życia podczas konsumowania usługi turystycznej.

Słowa kluczowe: produkt turystyczny, klient, potrzeby, zdrowie

Wykład wprowadzający do sesji referatowych

Trudne i niepewne czasy. Współczesne zagrożenia bezpieczeństwa w socjologicznej perspektywie

dr hab. Jan Maciejewski, prof. UWr

Uniwersytet Wrocławski

Otóż, szeroko rozumiane bezpieczeństwo zawsze ujawnia się jako szczególna troska człowieka, bowiem permanentne narażenia na wielowymiarowe i nagle ujawniające się zagrożenia powodują pogłębienie tradycyjnie rozumianych koncepcji bezpieczeństwa. Funkcjonujące podmioty systemu bezpieczeństwa publicznego działają w sposób dyspozycyjny współkształtując współczesną tożsamość społeczności w sferze (nie)bezpieczeństwa. Tak więc socjologiczna refleksja nad fenomenem owej dyspozycyjności koncentruje się nad stanowieniem podejścia teoretycznego w przywracaniu porządku społecznego oraz elementów zabezpieczających i stabilizujących struktury społeczne.

Słowa kluczowe: socjologia grup dyspozycyjnych, zagrożenia, bezpieczeństwo, dyspozycyjność

Keynote speakers

Keynote speaker

IT business in India before and after Covid-19 Pandemic

Dr. Sambit Kumar Mishra

Professor (Department of Computer Science and Engineering) and Dean (Research and Development)

Gandhi Institute for Education and Technology, Baniatangi

In fact, the effect of COVID-19 pandemic was not having similar impact in all industries specifically IT industries. In specific survey also it was observed that the executives expected health-related sectors to be somehow the post-crisis winners. It is clear that the information communication technologies in the present situation have the positive influence in every aspect of human life. Moreover, many people recognize these technologies as catalysts for change; change in working conditions, handling and exchanging information, teaching methods, learning approaches, scientific research, and in accessing information communication technologies. Now, prioritizing the education, in the pandemic also after the pandemic, the usage of ICT is important for giving students opportunities to learn and apply the required advanced skills. It improves teaching and learning and its importance for teachers in performing their role of creators of pedagogical environments. Also the Information and Communication Technologies (ICTs) exemplified by the internet and interactive multimedia are obviously an important focus for future education and need to be effectively integrated into formal teaching and learning. Contributing over 13 percent to India's GDP, the Information and Communication Technology (ICT) sector and the Digital Economy are major economic drivers. India's digital economy generates approximately \$200 billion annually from information technology (IT) and business process management (IT-BPM), IT-enabled services (ITeS), E-Commerce, electronics manufacturing, digital payments, and digital communication services. India aims to reach a \$1 trillion digital economy and a \$5 trillion GDP by 2025. The main reason for the increase in the economy for this industry is the increased demand for software and social media platforms such

as Google Hangouts, WhatsApp Video call, Zoom, and Microsoft Teams. All these teleconferencing tools help the people who are in quarantine to stay in touch with their family members as well as have conference meetings and work at the same time. The economy will also blossom because, during these crises, people understood the importance of the internet and technology as this is helping us stay safe and helping in the communication between the doctors and the public.

Keywords: ICT, GDP, ITeS

Keynote speaker

Artificial Intelligence System for Object Detection using Centroid Tracking Algorithm and Agile Model

Pastor Arguelles Jr.

Ph.D.c

University of Perpetual Help System Dalta Molino Philippines

The necessary factor of any nations self-provision is security. Security in any organizations, residences, and commercial establishments are implemented in different channels. With the increasing number of vehicles in every year, and as a car enters a barricaded area or community, security personnel cannot properly handle the number of license plates they inspect and manually record in their outpost. An Educational institution is one of the examples of a gated institution in which vehicle plate recording is still being done manually. Without a school sticker, the security personnel manually encode the license plate of an incoming vehicle and only gives the parking ticket or visitor's pass to the driver. Due to this reason, this research was developed through image processing and deep learning methods. In this study, license plate detection and Optical Character Recognition models were utilized using the Darknet platform. Because of these methods, the researchers were able to develop an Object Detecting CCTV Using an Artificial Intelligence System with Real-time Analysis. The system records vehicular license plates entering the vicinity while providing real-time video streaming from a Raspberry Pi V2 Camera. The video stream from the camera is stored in the main server's hard drive while the recorded license plate data are available in a database wherein information such as the license plate number, vehicle owner, registration status, and time of entry are stored. The device also has significant alert system to check and identify the status of the vehicle, if it is recorded or not registered. Through Artificial Intelligence, the device and its system were able to detect and record license plates 97% precisely, of a vehicle entering the vicinity of the school. So, it was concluded in this study that the device is highly reliable for proper detection and recording of the license plate of a vehicle entering the institution.

Keywords: Artificial Intelligence System, Tracking Algorithm, Agile Model

Keynote speaker

Education Market in Indonesia (Digitalization Marketing for University)

Dr. Muthmainnah, S.PdI., M.Pd.

Education Market in Indonesia (Digitalization Marketing for University)

Universitas Al Asyariah Mandar Sulawesi Barat, Indonesia

According to the Research and Markets report, the education market in Indonesia is expected to grow at a CAGR of around 7% during the 2020–2025 period. The market is driven by increased government funding for education infrastructure and an increase in the number of educational institutions. Adaptation of e-learning and online education is gaining popularity in Indonesia, with the market projected to grow at a 21.6% CAGR from 2020 to 2025. Private educational institutions are expected to dominate the market, accounting for around two-thirds of the total market share, while the general education segment is expected to experience slow growth due to inadequate funding and infrastructure. The vocational education and training (VET) sector are a growing area of focus in Indonesia, with the government embarking on reforms to improve the quality of VET programs and increase industry collaboration. The number of students enrolled in tertiary institutions in Indonesia has continued to increase in recent years, reaching 4.4 million in 2019. Unfortunately, this data only applies to universities that have good governance and are generally located in the Java region (Jakarta). In addition, in general, the low quality is caused by the failure of higher education's governance. There are various reports and studies that raise the issue of governance as one of the factors causing the low quality of higher education institutions in Indonesia. Several issues related to governance that have been raised include lack of accountability, low autonomy, inadequate funding, and inadequate regulatory oversight. These issues have led to problems such as low academic standards, inadequate resources for teaching and research, and high levels of corruption. Therefore, improving governance at the institutional level is very important to improving the quality of higher education in Indonesia. In addition to providing more funding for research and teaching, promoting faculty development, and training, and encouraging collaboration, digitalization of higher education marketing and international partnerships can also help improve the quality of higher education institutions (HEIs). It is important for the government

to work with higher education institutions (HEIs) to identify and address specific weaknesses and to ensure that any reforms are implemented effectively.

Keywords: Education Market, Digitalization, HEIs and marketing Innovation

Sesja referatowa

Paper session

The role of the sports market in humanitarian aid for Turkey after the earthquake on February 6, 2023.

mgr Zuzanna Łabanowska

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie / Sakarya University of Applied Sciences

On February 6, 2023, a major natural disaster occurred in Turkey. The Gaziantep - Kahramanmaraş area was hit by two major earthquakes, magnitude 7.8 and 7.7 on the Richter scale, accompanied by very strong aftershocks. As a result of this tragedy, more than 53,000 people died and a state of emergency was declared in Turkey. Many countries and public benefit organizations were involved in humanitarian aid, but the sports business also played an important role. This research is intended to discuss this role. Among the involvement in humanitarian aid after the earthquake in Turkey, the activities of sports organizations, leagues, clubs and large decision-making bodies in the world of sports, such as UEFA or FIFA, will be discussed in particular. Attention will also be paid to the ways of using and adapting sports and recreational facilities during the crisis, as well as their impact on sports business.

Keywords: sports market, Turkey, post-earthquake aid, humanitarian aid, crisis

Diagnoza poziomu zaangażowania pracowników branży hotelarskiej w okresie popandemicznym

mgr Jarosław Utnik

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Celem przeprowadzonego badania było zidentyfikowanie poziomu zaangażowania pracowników branży hotelarskiej w okresie popandemicznym. Przedsiębiorstwa działające w

tym obszarze zostały w szczególności dotknięte negatywnymi skutkami pandemii COVID-19. W obliczu gwałtownego wzrostu wskaźnika zachorowalności rządu na całym świecie wprowadzały ograniczenia w funkcjonowaniu branży hotelarskiej trwające z przerwami niemal kilka miesięcy. Wiele przedsiębiorstw tego okresu nie przetrwało a spora część popadła w ogromne długi. Aby odbudować wysoką rentowność przedsiębiorstwa niezbędne jest zaangażowanie całej załogi firmy. Wykorzystując ilościowe metody badawcze (CAWI, PAPI) autor dokonał diagnozy poziomu zaangażowania pracowników zatrudnionych w branży hotelarskiej w kilku perspektywach. Udowodniono, że pracownicy w próbie badawczej nie stanowią pod tym względem jednorodnej grupy. Najwyższym poziomem zaangażowania odznaczyły się kobiety w wieku 18-35 lat z wykształceniem wyższym, podejmujące pracę w dużych przedsiębiorstwach. Z kolei najniższym poziomem zaangażowania wśród pracowników branży hotelarskiej odznaczyli się mężczyźni powyżej 55 roku życia z wykształceniem średnim, pracujących w mikroprzedsiębiorstwach. Uzyskane wyniki pozwolą przedsiębiorstwom branży hotelarskiej skupić się na pracownikach wyrażających niski poziom zaangażowania do pracy i tym samym poprawić wyniki działania przedsiębiorstwa.

Słowa kluczowe: zaangażowanie pracowników, zarządzanie zasobami ludzkimi, branża hotelarska

Diversification and flexibility as a source of company resilience in uncertain times

mgr Justyna Bielawska

Akademia Leona Koźmińskiego

I would like to share the story of the small production company that has gone through a pandemic time not only without losses, but with increased income and revenue. During this time the status of the company has changed from small one to middle-sized. A company that had its own pandemic time a few years ago, and since then has been exercising a business model based on extreme diversification. Diversification of markets, Diversification of customers, Diversification of products, and diversification of selling channels. Nothing else matters- only diversification. This is possible only when the business is focused on long-term operations as

this business model has a lower profit margin. A few years ago we had a very narrowed customer portfolio. We have observed local tycoons of the industry: Drexlelmayer, Dr Schneider , that cooperate with only a few customers, and we came to the conclusion that this is a good strategy and a way to grow. Suddenly our main customer had terminated an important, long-term contract. Over the night the cash flow shortage occurred. The financial situation was extremely difficult- overdue liabilities, payrolls to be paid, and lack of money for taxes. Owners were forced to increase capital with their private capital, which they hardly had. The lawsuit was impossible to conduct also due to a shortage of capital. The company at that time was on the edge of bankruptcy. This difficult position led to a complete change of the philosophy of the business model. We have turned to the philosophy of Nasim Taleb – to the concept of antifragility. We also took part in short training about design thinking. This has changed the whole business model. If the market or/and customers did not play fair or are not sufficient-change the market, customers, products, and way of selling. In 2016 woodworking company that has been able to deliver only to very few customers with very narrowed production possibilities, today we serve B2B and B2C, from simple wooden semi- products, via furniture drop-shipment, e-commerce, marketplaces, and showrooms. We deliver our products to every EU market, Switzerland, Australia, and the Middle East.

Keywords: Eccommerce, resilience, antifragility, diversification, design-thinking, dropshipping, b2C, B2B

Przestępczość w sektorze turystycznym

dr Zygmunt Dudek

Politechnika Rzeszowska im. Ignacego Łukasiewicza

Od XXI wieku nastąpił rozkwit branży turystycznej, która w istotny sposób wpływa na gospodarkę danego regionu, miasta czy całego kraju. Usługi turystyczne, które wcześniej traktowane były marginalnie, spowodowały duże zainteresowanie wypoczynkiem i rekreacją, zaspokajając podstawowe potrzeby człowieka. Zwiększająca się z roku na rok liczba turystów oraz rozszerzająca się geografia kierunków podróży spowodowała powstanie wielu zagrożeń

w tym obszarze. Analiza niebezpieczeństw i ciągle monitorowanie zagrożeń takich jak: działania wojenne, konflikty religijne, zamachy terrorystyczne, klęski żywiołowe, kryzysy ekonomiczne, zagrożenia zdrowotne czy przestępczość ma wpływ na kształt i rozwój turystyki. Przedmiot rozważań skoncentrowano na „modus operandi” działania sprawców wykorzystujących dla działań przestępczych branżę turystyczną. Omawiając zagadnienie, oparto się na przeglądzie literatury przedmiotu, doświadczeniach i obserwacjach własnych.

Słowa kluczowe: turystyka, bezpieczeństwo, przestępczość

Wykorzystanie technologii telekomunikacyjnych i informatycznych w podróżach biznesowych

dr inż. Zdzisław Pólkowski

Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze

Żyjąc w czasach, w których technologia przeniosła biznes na nowy poziom komunikacji, niektórzy ludzie całkowicie kwestionują potrzebę podróżowania służbowego. Wideokonferencje i inne środki komunikacji elektronicznej to skuteczne sposoby pracy zdalnej. Jednak jeżeli chodzi o biznes, nic nie zastąpi prawdziwej interakcji międzyludzkiej. Jednym z głównych powodów, dla których podróże służbowe są ważne, jest osobisty kontakt, który buduje dobre podstawy dla przyszłych oraz istniejących relacji. Może to również zmniejszyć nieporozumienia i zachęcić niemal do poczucia jedności. Zdalna komunikacja na trudne tematy często może być odczytana inaczej niż zamierzono. Z tego powodu fizyczne spotkanie jest o wiele bardziej korzystne dla wzajemnego zrozumienia. Okazuje się, że nowoczesne narzędzia informatyczne i telekomunikacyjne mogą stanowić znaczne wsparcie podczas rzeczywistych podróży biznesowych. Co więcej mogą znacznie obniżyć koszty podróży jak również zredukować czas związany z jej organizacją. W ostatnim czasie z uwagi na dynamiczny rozwój e-biznesu dostępne są coraz bardziej doskonałe narzędzia wykorzystujące takie technologie jak: sztuczna inteligencja, Internet Rzeczy, media społecznościowe, portale B2B. Niniejsze opracowanie prezentuje najnowsze osiągnięcia w zakresie e-turystyki w biznesie.

W wyniku przeprowadzonej analizy dostępnych rozwiązań uwidoczona została rola, jaką odgrywa technologia cyfrowa w realizacji podróży biznesowych. W artykule argumentuje się, że technologia zapewnia wyjątkową skuteczność. Ponadto prezentuje się zalety i wady komputerowych systemów planowania i realizacji służbowych przy uwzględnieniu aspektów ekonomicznych.

Opracowanie składa się z wprowadzenia, po którym zaprezentowano przegląd literatury. W części metodologicznej określono lukę badawczą i sformułowano pytania badawcze. W następnej części artykułu przedstawiono wyniki analiz związanych z wykorzystaniem technologii telekomunikacyjnych i informatycznych w realizacji podróży biznesowych ze szczególnym uwzględnieniem najnowszych osiągnięć. Następnie zaprezentowano informacje dotyczące widocznych trendów w tym zakresie. Całość opracowania kończą wnioski. Artykuł powstał dzięki projektowi Erasmus+ pt. „Innowacyjna metodyka nauczania Web 3.0, 4.0, 5.0 and Green Internet of Things”.

Słowa kluczowe: ICT, e-turystyka, technologie telekomunikacyjne i informatyczne, podróże, biznes

Challenges and IT innovations in tourism sector in Portugal in times of pandemic

Élia Martins

Agrupamento de Escolas Anselmo de Andrade, Almada, Portugal

Tourism is the largest industry in the world, and one of the largest in Portugal. During much of the pandemic in 2020, there was, by necessity, a major limitation of tourism in most countries, both due to the hesitation of travelers and also the restrictions imposed on international flights and the establishments themselves. After 2021, with the gradual reopening of the economy and borders, it became essential to ensure that tourist activity can take place as normally as possible, while safeguarding public health and guaranteeing travelers the necessary security and peace of mind to resume their activities and travel freely.

Digitization makes it possible to boost innovation, generate economic and environmental efficiencies and increase productivity. This was already a reality in the tourism sector, and the The Covid-19 pandemic accelerated this need and revealed a range of opportunities for companies in the sector, such as the development of new products and services, management and communication, accessibility to new markets and the improvement of the tourist experience.

In 2021, Turismo de Portugal launched an action plan for the tourism sector, which aimed to be a guiding guide for the post-Covid relaunch of tourism. This Plan intended to stimulate the economy and tourist activity by contributing to a series of objectives, including environmental sustainability goals. Digital reinforcement and artificial intelligence were proposed measures. Digital companies and strengthening everyone's digital skills were established priorities.

Digitization is currently seen as a key tool for the recovery of travel and Tourism. As such, companies must embrace digital as a tool of business. There are several examples of this domain that has been impacting the Tourism: social networks and "storytelling", virtual tours, augmented/virtual reality and digital marketing.

This paper is written during the Erasmus+ project “Innovative Methodology of Teaching Web 3.0, 4.0, 5.0 and Green Internet of Things (WEB_GIoT)”. This paper reviews the technological developments which have begun to emerge in almost all fields and in accordance with the tourism sector. The aim of this study is also to present the touristic places which have been visited during project mobility in Portugal and show connections with our project aims and results. This literature review aims at exploring the contribution of technologies to improve the tourism industry in pandemis and post-pandemic times. Undoubtedly, new communication and smart technologies are a powerful weapon in times of uncertainty.

Keywords: Tourism, IT technologies, smart technologies, Portugal, Erasmus+

Tourism sector in times of pandemic and how smart technologies help to improve the tourism industry

Selen Avci

Prof. Dr. Şaban Teoman Duralı Bilim ve Sanat Merkezi, Zonguldak, Turkey

In 2020, the world faced an epidemic that had profound effects. The tourism sector has also been very negatively affected by the restriction of mobility and closures all over the world.. National and international mobilities were crucial factors which caused COVID-19 became a pandemic, therefore tourism, which is an umbrella sector, is one of the worstly affected area by the pandemic. Due to the opportunities offered by today and times of crisis like pandemic, frequent changes occur in the expectations and needs of the guests. For this reason, technology infrastructures should be established in the field of country and sector and the rapidly changing expectations of the guests should be responded to quickly. A proactive approach should be determined against all kinds of negativities that may be experienced, and business management practices should be technology-based. Tourism businesses can achieve success when they make Industry 4.0 technologies sustainable.

This paper is written thanks to an Erasmus+ project titled “Innovative Methodology of Teaching Web 3.0, 4.0, 5.0 and Green Internet of Things”. This paper reviews the technological developments which have begun to emerge in almost all fields and in accordance with the tourism sector. The aim of this paper is also to present the touristic places which have been visited during project mobility in Zonguldak province and show connections with our project aims and results. This study aims at exploring the contribution of technologies to improve the tourism industry amid COVID-19. It is concluded that in times of crisis and unpredictable times like pandemic, smart technologies can help.

Keywords: Tourism, smart technologies, Zonguldak, Erasmus+

Inflation and Crisis: Exploring the Effects of Disrupted Market Equilibrium

Adam Warzyński

Uniwersytet Szczeciński

Inflation is one of the key indicators in the economy. In the context of a crisis, when the normal turnover of goods is disrupted, the market is simultaneously destabilized. This loss of market equilibrium leads to an acceleration of the rate of inflation. However, what does this concept actually mean? In the clutter of information, it seems that the term has become generalized, limiting its meaning to "the rate of price increases." Although this is not an incorrect definition, often such narrowing leads to a lack of in-depth understanding of the problem and, consequently, insufficiently effective solutions.

The definition of inflation, while seemingly clear at first glance, is much more complicated. From the definition itself, to the methods of measurement, to the causes and consequences for the economy and contractual certainty, inflation has a significant impact on every aspect of economics. It is indisputable that an in-depth understanding of the issue can help reduce inflation and its impact on market performance.

High inflation can affect the performance of contracts. Costs set before a period of high price increases can increase significantly. This can result in non-performance of contracts or contractors requesting a surcharge, despite a previously concluded contract. The legal regulations on this issue are not clear, and it is known that operating the project at a loss was not the intention of the parties when concluding the contract. However, there are ways to resolve disputes that are caused by high inflation.

Keywords: Inflation key indicators; Market destabilization; Rate of price increases; Inflation measurement methods; Contractual certainty and inflation

Zarządzanie różnorodnością jako warunek innowacyjności organizacji z branży turystycznej

dr Oliwia Tarasewicz – Gryt

Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze

Zmieniające się, turbulentne czasy wymagają ciągłego dostosowywania się do zmian, jakie zachodzą na rynku a także innowacyjności, która pozwala wyprzedzać zmiany i je przewidywać. Procesy globalizacyjne i demograficzne zachodzące na świecie na świecie sprawiają, że zarówno pracownicy, jak i odbiorcy usług i klienci stanowią coraz bardziej różnorodną grupę. To ma szczególne znaczenie w biznesie turystycznym, który może zarówno czerpać przewagę konkurencyjną dzięki zasobom złożonym z osób różnorodnych kulturowo (badania naukowe wskazują na to, że różnorodne zespoły są bardziej innowacyjne niż homogeniczne), jak i adresować swoje usługi do globalnego audytorium – zróżnicowanego pod względem kulturowym, demograficznym (np. wiek i konieczność przemyślenia wartości usług zarówno dla pokolenia Baby Boomers, jak i pokolenia Z, dla którego szczególne znaczenie ma koncepcja zrównoważonej turystyki oraz kwestie etyczne, związane np. z dekolonializmem), zdrowotnym (osoby z niepełnosprawnościami). Podróżni poszukują dziś bardziej "autentycznych podróży" - angażujących i znaczących doświadczeń. Istotne jest, aby dostawcy usług z branży turystycznej rozumieli znaczącą wartość pieniężną, jaką generują zróżnicowani klienci, aby zapewnić, że ich produkty i usługi są dobrze dopasowane do specyficznych potrzeb tego rynku. Zaangażowanie w różnorodność pozwala na innowacyjne i kreatywne myślenie, które będzie niezbędne dla sprawiedliwej i zrównoważonej przyszłości. Dodatkowo idea zrównoważonej turystyki dotyczy nie tylko dbałości o środowisko, ale również lokalne społeczności w odwiedzanych przez turystów częściach świata. To wszystko sprawia, że szczególnie istotne jest zarządzanie różnorodnością, prowadzące do inkluzji. Wystąpienie jest analizą wyzwań i barier dla inkluzji w biznesie turystycznym oraz przedstawieniem dobrych praktyk w tym zakresie.

Słowa kluczowe: Diversity, Inclusion, Responsible, Tourism

Turystyka kulinarna Podlasia i Podkarpacia

dr Renata Chrzan

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi

Pojęcie „turystyki kulinarnej” po raz pierwszy użyła Lucy Long w 1998 r., twierdząc, iż „zainteresowanie tradycjami kulinarnymi innych społeczności jest jednym ze sposobów poznawania innych kultur”. Pierwsze trasy kulinarne to szlaki winne obecne w Niemczech od lat 20. XX w., następnie we Francji, Włoszech, Hiszpanii, Austrii. W latach 90. XX w. pojawiły się one w Czechach, Macedonii i na Węgrzech. Sukcesy szlaków winnych były prekursorem tras związanych z innymi produktami żywnościowymi, gotowymi potrawami i napojami.

Turystyka służy m.in. poznawaniu nieznanych wcześniej kultur, tradycji i regionów. Jedną z jej odmian jest turystyka kulinarna. Celem pracy jest przedstawienie tradycji kulinarnych Podlasia i Podkarpacia jako czynników przyciągających turystów. Obszary te cechuje wielokulturowość i religijna różnorodność z uwagi na wielowiekową obecność różnych grup etnicznych, których kultura wpłynęła na tradycje kulinarne. Obecnie sprzyja to promocji regionów poprzez cykliczną organizację festiwali, jarmarków, targów i biesiad.

Turyści przybywają na Podlasie i Podkarpacie aby skosztować dań i napojów regionalnej kuchni i zwiedzić województwa. Podlaski szlak kulinarny to dziewięć szpitali regionalnych (białostocka, białowieska, biebrzańska, korycińska, litewska, nadbużańska, suwalska, szlachecka i tatarska), gdzie można spróbować regionalnych przysmaków. Na szlaku kulinarnym Podkarpackie Smaki leży trasa kulinarna bieszczadzka. W bieszczadzkiej kulturze kulinarnej przygotowywało się głównie potrawy pochodzenia roślinnego. W kuchni Dolinian, wypiekano przede wszystkim chleb razowy z mąki żytniej. W kuchni Łemków i Bojków chleb i kaszę wyrabiano z owsa. Popularna były też soczewica, bób i groch. Istotnym elementem diety były placki na zakwasie chlebowym, piwnym jak też bez kwasu, kluski zalewane gotowanym mlekiem, kiszonym kwasem z kapusty lub rosołem. Mięso jedli zwykle tylko najbogatsi gospodarze, z okazji świąt, odpustów czy też wesel. Obecnie turysta może znaleźć tu głównie proste dania kuchni chłopskiej, potrawy łemkowskie, bojkowskie, huculskie, żydowskie, kuchni kresowej, tatarskiej, czy też z dawnej Galicji. Mała liczba obiektów gastronomicznych oferujących potrawy kuchni regionalnej hamuje rozwój turystyki kulinarnej.

Ma to związek z obecnym kryzysem wywołanych najpierw pandemią COVID i koniecznością zamknięcia lokali i hoteli, co zahamowało ruch turystyczny, a następnie ze wzrostem inflacji wskutek wojny na Ukrainie. Po zakończeniu kryzysu oczekuje się wzrostu zainteresowania turystyką kulinarną.

Słowa kluczowe: kultura kulinarna, Podlasie

Silesian historical and confessional issues as a basis for the contemporary cultural tourism

dr Józef Zaprucki

Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze

The cultural background of Polish Silesia is a very intricate historical one: From one perspective, we have to engage the German material heritage which, generally speaking, consists of architectural, infrastructural, and artistic signs. From the other perspective, there are Polish people with their genuine cultural consciousness who have been dwelling here for the last six decades surrounded by the German material environment (e.g., buildings, roads, etc.) and, in some respect, (language, literature, art) spiritual world. This complex of influences constitutes a Polish Silesian being confronted with the issues of different cultural interactions. Inhabitants are genuinely compelled to perceive these material and spiritual signs through the prism of the cognitive mix both of German and Polish influence. In this context all the manifestations of an intercultural discourse in Silesia have to be comprehended as a communication process between different past cultures, on the axis of future time, which communicate with each other using the connecting role of present-day Polish culture as the basis of the consciousness and experience of Silesia. The processes mentioned above were captured by the German regional literature before the WWII and are being captured nowadays by the Polish regional literature.

Thus, the general aim of this paper is to offer a semiotic description of processes which took place within the so-called shift of cultural and religious values to Silesia from Austria and from

Silesia to America both in terms of space and time, and, at the same time, to propose how to use this extremely interesting material in order to develop and to foster the cultural tourism in Silesia. It will be tried to show how the communication between cultures (German Silesian – American; Polish Silesian – American) pertaining to some kind of not only spiritual but also material shift of religious and regional-cultural symbols and notions took place in the past and what is its impact on the cultural tourism nowadays.

Keywords: Cultural tourism, region, literature

COVID jako kryzys czy szansa na przyspieszenie transformacji biznesu? Analiza etapów ewolucji firmy od strachu przed załamaniem rynku po wprowadzenie nowych form sprzedaży

Damian Fornalski

Celem wystąpienia jest omówienie problematyki związanej z prowadzeniem działalności w czasie COVID 19 z perspektywy lokalnego przedsiębiorcy. Kryzys gospodarczy wywołany przez pandemię spowodował wiele obaw, stawiając kolejne wyzwania. Jaką rolę w czasie pandemii odegrała dla społeczeństwa branża handlowa o charakterze sportowym? Czy inwestycja to właściwa odpowiedź na kryzys? COVID jako akcelerator transformacji firmy i jej nowych produktów. Połączenie branży e-commerce ze sprzedażą offline. Co dla rynku turystycznego oznacza agresywna zmiana nawyków wakacyjnych Polaków? Strategia działania na przykładzie DECATHLON.

Słowa kluczowe: COVID, e-commerce, handel, turystyka

Ocena wpływu regulacji covidowych na międzynarodową branżę turystyczną

Filip Wiśniewski

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Na wstępie wystąpienia autor wskaże wzrost znaczenia turystyki międzynarodowej w obecnych realiach oraz wskaże na współczynniki dynamicznego wzrostu tejże dziedziny turystyki, które utrzymują się na wysokim poziomie niemal nieprzerwanie od 1995 roku. Autor podkreśli również znaczenie turystyki dla gospodarki polskiej oraz światowej oraz wpływ jaki może ona wywrzeć na dany region, w którym notuje szczególnie dynamiczny rozwój. W tej części wystąpienia autor będzie posiłkował się stricte ekonomicznymi danymi oraz wykresami w celu potwierdzenia swoich słów i ubogacenia rozważań.

Następnie autor podejmie się wskazania najistotniejszych regulacji wprowadzonych pod wpływem pandemii COVID-19 dzieląc je na regulacje polskie oraz regulacje międzynarodowe, wskazując również niektóre regulacje krajów szczególnie atrakcyjnych turystycznie. Popularnie nazywane „obostrzenia covidowe” to wszakże zbiór niejednorodnych uregulowań prawnych lub quasi-prawnych, który wywarł ogromny wpływ na życie oraz biznes w najgorszym okresie pandemii, który to wpływ utrzymuje się poniekąd dalej, w ograniczonym stopniu. Autor podejmie się oceny regulacji covidowych pod kątem zarówno moralnym, ekonomicznym jak i prawnym.

W ostatniej części wystąpienia autor wskaże niekorzystny wpływ, który rzezone regulacje wywarły na sektor gospodarki w postaci turystyki posiłkując się również ekonomicznymi statystykami by podsumować regres turystyki międzynarodowej podczas pandemii oraz wskaże nowe tendencje rozwojowe, które znacznie wzmożyły się po zniesieniu rozwiązań ograniczających swobodny przepływ osób.

Słowa kluczowe: COVID, turystyka, prawo

Overtourism w Karkonoskim Parku Narodowym - diagnoza zjawiska

dr Mateusz Rogowski

Uniwersytet im Adama Mickiewicza w Poznaniu

Karkonoski Park Narodowy należy do najpopularniejszych parków narodowych w Polsce. Panująca moda na turystykę aktywną w obszarach cennych przyrodniczo wzmocniona swoistym odreagowaniem społeczeństwa na okres „zamknięcia” podczas pandemii Covid-19 spowodowała, że coraz częściej na szlakach w Karkonoskim Parku Narodowym obserwuje się wzmożony ruch turystyczny. Duże natężenie ruchu turystycznego niesie ze sobą szereg negatywnych konsekwencji dla przyrody, lokalnej społeczności czy samych odwiedzających. Całość tego problemu w literaturze przedmiotu nazywana jest „overtourism’em”. Celem opracowania przedstawienie wyników badań sondażowych zrealizowanych pośród odwiedzających Karkonoski Park Narodowy oraz mieszkańców regionu w 2022 roku, podczas których próbowano czasoprzestrzenie zdiagnozować występowanie overtourism’u. Przedstawione wyniki mogą stać się podstawą do dyskusji o umiejętnym zarządzaniu turystyką, które przy uwzględnieniu głosów szerokiego grona interesariuszy, wraz ze wskazaniem w zakresie przepustowości szlaków, mogą być przyczynkiem do implementacji działań w zakresie ograniczenia overtourism’u.

Słowa kluczowe: Karkonoski Park Narodowy, ruch turystyczny, overtourism

Współtworzenie zrównoważonej wartości w ramach ekosystemu - perspektywa mikro, mezo i makro

mgr Kamil Kwiecień

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Współtworzenie wartości można postrzegać jako interaktywny, twórczy i społeczny proces zachodzący pomiędzy firmą i jej interesariuszami, który inicjuje się na różnych etapach procesu tworzenia wartości. Koncepcja współtworzenia wartości wpisana w kontekst zrównoważonego rozwoju pozwala przyjąć orientację na współtworzenie zrównoważonej wartości. Do tworzenia

wartości w sposób zrównoważony wymagane jest angażowanie i wynagradzanie interesariuszy, których zasoby są istotne dla sukcesu firmy. W konsekwencji procesy związane z tworzeniem wartości powinny wzmacniać i konsolidować relacje, ponieważ tworzenie zrównoważonej wartości wiąże się z troską o konstruktywny charakter relacji z interesariuszami. Na współtworzenie wartości można zatem spojrzeć z perspektywy ekosystemu. Poprzez ekosystem rozumie się względnie samodzielny i samoregulujący się system powiązanych aktorów (uczestników ekosystemu) połączonych wspólnymi ustaleniami instytucjonalnymi oraz integrujących zasoby, w ramach którego wartość tworzy się poprzez wymianę usług. Przyjęcie perspektywy ekosystemu w kontekście tworzenia wartości pozwala uwydatnić zaangażowanie i wkład wielu aktorów. W referacie szczególną uwagę zwrócono na specyfikę współtworzenia wartości w odniesieniu do trzech poziomów ekosystemu: mikro (aktorzy), mezo (sieci) oraz makro (instytucje). Wyodrębnienie trzech poziomów ekosystemu umożliwia analityczną eksplorację każdego z nich. Podkreśla się przy tym wzajemne zależności zachodzące między poszczególnymi poziomami.

Słowa kluczowe: współtworzenie wartości, zrównoważona wartość, interesariusze

Kapitał intelektualny jak źródło potencjału odporności organizacyjnej

mgr Vladysłava Kornilova

Absolwentka kierunku Zarządzanie Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

Skutecznie zorganizowane i właściwie zarządzane procesy tworzenia, akumulacji, przechowywania, rozpowszechniania się i wykorzystywania kapitału intelektualnego stanowią podstawę do tworzenia długoterminowych przewag konkurencyjnych przedsiębiorstwa i zwiększenia jego stabilności. Wykorzystanie zasobów intelektualnych poprawia jakość personelu, informacji, nowych technologii zarządzania i innowacji, które są niezbędnym elementem polityki gospodarczej nowoczesnego przedsiębiorstwa. Tworzenie i wykorzystywanie wiedzy technicznej, ekonomicznej, przemysłowej i innych rodzajów wiedzy, której całość stanowi kapitał intelektualny, staje się pilnym problemem dla nowoczesnych

przedsiębiorstw zaangażowanych w innowacyjny rozwój. Firmy, które kultywują odporność organizacji – napędzane są nie tylko kryzysem, ale także szansą – mogą zyskać ważną, trwałą przewagę konkurencyjną. Budowa potencjału odporności zaczyna się od przygotowania, elastyczności kultury organizacji oraz i uznania pracowników. Odporne organizacje wyróżnia inwestowanie w zasoby podczas kryzysu. Kluczem do budowania odporności organizacyjnej są osoby: liderzy i zespoły. Analiza literatury, analiza danych źródłowych, metoda analiz statystycznych, metody badań społecznych (kwestionariusz), analiza strukturalna systemu, analiza porównawcza i metoda logicznego uogólnienia.

Słowa kluczowe: Kapitał intelektualny, odporność organizacyjna, potencjał odporności, konkurencyjność

Inkubator Przedsiębiorczości jako pas startowy małego biznesu turystycznego

lic. Cezary Korba

Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze

Przedmiotem referatu jest wskazanie roli inkubatora przedsiębiorczości przy udzielaniu pomocy podczas planowania, zakładania oraz prowadzenia działalności gospodarczej, w szczególności przez osoby nie dysponujące na starcie odpowiednią infrastrukturą czy kapitałem. Problem braku stosownego zaplecza dotyczy zwłaszcza mikroprzedsiębiorstw, małych, rodzinnych firm, czy osób samozatrudnionych, w stu procentach uzależnionych ekonomicznie od powodzenia biznesu, które to często opierają swój pomysł na biznes na jednym produkcie, miejscu czy usłudze.

Podniesiono również kwestię rozwoju turystyki kwalifikowanej, która to aby była atrakcyjna i bezpieczna, wymaga odpowiedniej jakościowo bazy sprzętowej czy lokalowej. Kolejnym zagadnieniem bezpośrednio związanym z biznesem turystycznym, jest regionalizm. Teren Dolnego Śląska, zamieszkały jest przez ludność napływową, więc w procesie budowania regionalnej tożsamości ważne jest odwołanie się do kontekstu historycznego, pielęgnowanie pamięci o ludziach i miejscach, którzy wcześniej zamieszkiwali ten obszar. Związane jest to

często z koniecznością pozyskiwania funduszy niezbędnych do przywrócenia obiektom atrakcyjnym turystycznie należytego stanu technicznego, czy do zabezpieczenia pozostałości. Nie do przecenienia jest kwestia budowania sieci współpracy małych podmiotów działających na rynku szeroko pojętej turystyki i rola inkubatorów przedsiębiorczości w integrowaniu środowiska.

Słowa kluczowe: sieć, turystyka kwalifikowana, mikroprzedsiębiorstwo, samozatrudnienie, regionalizm

Konflikty interesów w grupie kapitałowej

mgr Krzysztof Grząba

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Grupa kapitałowa jako wielopodmiotowe zgrupowanie gospodarcze o złożonej strukturze jest znacznie bardziej narażone na wewnętrzne konflikty niż pojedyncze, nawet duże przedsiębiorstwa. Poza sporami pomiędzy pracownikami a pracodawcom, departamentami czy wydziałami istotniejsze dla funkcjonowania całej grupy bywają rozbieżne interesy spółek wewnątrz grupy. Mimo, że w większości głównym motywem utworzenia grupy kapitałowej jest realizacja wspólnych celów gospodarczych poprzez m.in. dążenie do uzyskania większych korzyści ekonomicznych, otwarcia się na nowe rynki czy wykorzystanie efektu synergii wszystkie spółki pozostają nadal niezależnymi podmiotami o własnej strukturze, dbającymi jednocześnie o własne cele i wyniki finansowe.

Czasy kryzysów, pandemii czy wojen na świecie wzmacniają nadzór odpowiednich organów, akcjonariuszy i właścicieli nad bieżącą kondycją przedsiębiorstwa. Zwracają oni uwagę szczególnie na podejmowane decyzje, podpisywane kontrakty, dobieranych partnerów biznesowych oraz strategię rozwoju. Trudniejsze zatem staje się zarządzanie grupami kapitałowymi, w których spółki z jednej strony dążą do realizacji wspólnych celów, z drugiej starają się realizować jednocześnie własne. W tych strategicznie ważnych obszarach dochodzi często do sporów lub konfliktów pomiędzy spółkami w ramach jednej grupy. Prowadzone przez

autora wielopłaszczyznowe badania (ankietowe oraz wywiady) w największych grupach kapitałowych w Polsce wskazały, że obecnie przedsiębiorstwa nie są w stanie jednoznacznie określić czy korzyść spółki jest ważniejsza od korzyści grupy. Ma to jednak istotne znaczenie w większości sytuacji wymagających decyzji kadry kierowniczej. Innym źródłem potencjalnych konfliktów w grupie są wewnętrzne relacje. Zdecydowana większość badanych jest zdania, że najsilniejszymi powiązaniem poza kapitałowymi są więzy personalne. Pozwalają one kontrolować i nadzorować działalność. Połowa badanych wskazuje, że ich grupa oparta jest na silnych powiązaniach, dużej formalizacji, centralizacji i hierarchii. Dwie trzecie, że spółki nie mogą samodzielnie dobierać partnerów biznesowych, a każdorazowe odstępianie od udzielenia zamówienia spółce z grupy musi uzyskać zgodę spółki dominującej. Dodatkowo tylko co dziesiąty respondent uważa, że spółki są sobie równe i traktowane w jednakowy sposób.

Wyczekiwana nowelizacja Kodeksu Spółek Handlowych przyniosła zmiany m.in. w postaci wprowadzonego tzw. prawa holdingowego niemniej nie jest to odpowiedź na wszelkie problemy funkcjonowania grup kapitałowych. Autor jest zatem zdania, że odpowiedzią na występujące problemy w relacjach wewnętrznych i konflikty może być odpowiednio zaprojektowany efektywny model negocjacji dedykowany grupom kapitałowemu, który pozwoli osiągać wspólne korzyści nie zapominając o niezależnych podmiotach i ich interesach.

Słowa kluczowe: grupa kapitałowa, konflikt interesów, negocjacje

Ryzyko w turystyce z punktu widzenia konsumenta - zagadnienia terminologiczne i klasyfikacja

mgr Magdalena Wawoczny

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

W ostatnich dekadach na świecie doszło do wielu przeobrażeń społecznych i gospodarczych, wywołanych kryzysami natury politycznej, przyrodniczej czy gospodarczej. Skutkowały one zmianami w postępowaniu podmiotów rynkowych, w tym również konsumentów- turystów.

Postępowaniu konsumenta na rynku turystycznym towarzyszą różne rodzaje ryzyka, które do tej pory nie zostały kompleksowo zaprezentowane w literaturze przedmiotu. Celem artykułu jest wyjaśnienie zagadnień terminologicznych dotyczących ryzyka w turystyce, ze szczególnym uwzględnieniem ryzyka postrzeganego przez turystów oraz zaprezentowanie jego klasyfikacji.

Słowa kluczowe: ryzyko w turystyce, ryzyko konsumenta, zachowania turystów

Review of current studies on geography of Olympic combat sports

dr Justyna Bagińska, dr hab. Paweł Piepiora, prof. AWF, dr hab. Zbigniew Piepiora, prof. UPWr

Justyna Bagińska, PhD, The Karkonosze University of Applied Sciences, Jelenia Góra, Poland
Paweł Piepiora, PhD, Associate Professor, Wrocław University of Health and Sport Sciences, Wrocław, Poland

Zbigniew Piepiora, PhD, Associate Professor, Wrocław University of Environmental and Life Sciences, Wrocław, Poland

The gradual introduction of combat sports into the modern Olympic disciplines was dictated by their popularity, global prestige and meeting International Olympic Committee (IOC) guidelines. The spatial differentiation and development of Olympic combat sports is the premise of this paper. The aim of the paper is an in-depth reflection on the phenomenon of the geography of the Olympic combat sports from the Far East – judo, karate and taekwondo; and the ones which have their roots in ancient times – boxing, fencing, modern pentathlon and wrestling.

Results from the Olympic Games posted on the IOC website were analyzed. For this purpose, the method of secondary source analysis was used. Two new indicators were then constructed to relativize the data: the Olympic Games medal winning frequency index (M) and the Olympic Games points winning frequency index (P). A cartographic method – choropleth map and proportional symbol map – was used to illustrate the results.

Regarding the number of medals won, Japan dominates in judo, Turkey in karate and South Korea in taekwondo. However, regarding the weight of medals won, Japan dominates in both judo and karate, and South Korea in taekwondo. The United States dominates boxing and wrestling in terms of the number and weight of medals won. With regard to fencing, France dominates in terms of the number of medals won, while Italy dominates in terms of the weight of medals won. And in modern pentathlon, Hungary dominates both in terms of the number and weight of medals won.

The obtained results show the impact of geography on sport and their spatial differentiation in terms of popularity. The countries where judo, karate and taekwondo originated dominate the Olympic competition in these disciplines of Far Eastern combat sports. Similarly, boxing, fencing, modern pentathlon and wrestling are dominated by the countries in which the respective combat sports were most popular at the time of their introduction to the modern Olympic Games program.

Keywords: combat sports, geography of sport, Olympic Games, proportional symbol map, choropleth map

Wpływ pandemii COVID-19 na działalność Kołobrzeskiej Żeglugi Pasażerskiej

lic. Marta Balicka

dr Justyna Bagińska

lic. Marta Balicka: Wrocławska Akademia Biznesu w Naukach Stosowanych

dr Justyna Bagińska: Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze

Kołobrzeg jest jednym z ważnych polskich ośrodków nadmorskiej turystyki wypoczynkowej, a wiele przedsiębiorstw na terenach nadmorskich utrzymuje się głównie z ruchu turystycznego. Po ogłoszeniu pandemii koronawirusa 11 marca 2020 roku przez przedstawicieli WHO, rozpoczęły się obostrzenia, które dotknęły wiele dziedzin gospodarki, w tym – bardzo dotkliwie – turystykę. Niniejszy artykuł przedstawia metodą jakościową (studium przypadku) sytuację

kołobrzeskiego przedsiębiorstwa rodzinnego: Kołobrzeskiej Żeglugi Pasażerskiej, funkcjonującego od 1994 roku, a jego celem jest ukazanie bezpośredniego wpływu pandemii koronawirusa na działalność przedsiębiorstwa i przedstawienie zmian, których wprowadzenie było konieczne w związku z obostrzeniami. Dla analiz wykorzystano przede wszystkim informacje bezpośrednio od właścicieli i pracowników badanego przedsiębiorstwa. Wyniki analizy pokazały, że ze względu na pandemiczne obostrzenia sanitarne i w przemieszczaniu się osób (zakaz rejsów na Bornholm), przedsiębiorstwo zachowało się elastycznie i dostosowało ofertę oraz zmieniło plany inwestycyjne: oferowano krótkie rejsy po redzie portu Kołobrzeg, na pokładzie katamaranu odbywały się animacje i konkursy dla dzieci i dorosłych, była możliwość zwiedzania statku i zobaczenia mostka kapitańskiego; organizowano dwugodzinne rejsy na zachód słońca przy oprawie muzycznej. Stosowano się także do wszystkich zaleceń sanitarnych: ograniczono ilość pasażerów na statku o 50%; przez pewien czas wstrzymane było zwiedzanie mostku kapitańskiego (brak możliwości zachowania dystansu); maseczki obowiązkowe dla wszystkich na terenie całego statku; powieszono szyby ochronne z pleksi w kawiarni oraz barze; wprowadzono płyny dezynfekcyjne przy wejściu na statek oraz w strategicznych miejscach; animacje prowadzone były na otwartym pokładzie przy zachowaniu szczególnego bezpieczeństwa; w biurze obowiązywała ograniczona ilość turystów, a przy biurkach powieszono szyby ochronne. Przedsiębiorstwo otrzymało jedną tarczę antykryzysową, która pokryła stosunkowo niewielką część zobowiązań finansowych wynikłych z przymusowych przestojów w czasie pandemii. Wprowadzane obostrzenia były trudne nie tylko dla właścicieli Kołobrzeskiej Żeglugi Pasażerskiej, ale również dla jej pracowników i załogi. Mimo tego, przedsiębiorstwo przetrwało trudny czas pandemii i funkcjonuje nadal, przygotowując się do nowego sezonu turystycznego.

Słowa kluczowe: turystyka morska, żegluga pasażerska, pandemia COVID-19

Księga abstraktów

**I Międzynarodowa Konferencja Naukowa z cyklu
„Wyzwania, innowacje i problemy biznesu oraz turystyki”**

Biznes i turystyka w czasach niepewności

A book of abstracts

**1st International Scientific Conference in the series
“Challenges, innovations and problems of business and tourism”**

Business and tourism in times of uncertainty



Jelenia Góra, April 20 2023