



Spis abstraktów

1.ZARZĄDZENIE INDYWIDUALNYM GOSPODARSTWEM ROLNYM W OKRESIE NIESTABILNEGO OTOCZENIA – Jan Boguski	3
2.KONKURENCYJNOŚĆ TOWAROWEGO TRANSPORTU KOLEJOWEGO A TRANSPORT DROGOWY W POLSCE W KONTEKŚCIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU SYSTEMU TRANSPORTOWEGO – Leszek Borowiec	3
3.ZACHOWANIA PRO-ŚRODOWISKOWE PODEJMOWANE PRZEZ POLSKICH PRACOWNIKÓW W MIEJSCU PRACY – Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, Matra Tutko	4
4.OCENA SYTUACJI EKONOMICZNO-FINANSOWEJ WYBRANYCH PRZEDSIĘBIORSTW MIĘSNYCH W POLSCE – UJĘCIE WIELOWYMIAROWE – Artur Czech, Ireneusz Janiuk	5
5.PLECAMI DO NAUKI I DOBRYCH PRAKTYK? – Paweł Dąbrowski.....	5
6.PRZEMOC DOMOWA W DOBIE PANDEMII – Roland Dobrzeniecki-Łukasiewicz	6
COACHING I MENTORING ORGANIZACYJNY. PERSPEKTYWY ZARZĄDZANIA KOMUNIKACJĄ W ORGANIZACJACH – Anita Frankowiak	7
WYGRAĆ NA WIRTUALNEJ PÓŁCE – STRATEGIE MARKETINGOWE DLA ECOMMERCE W CZASIE PANDEMII – Barbara Grabiwoda	8
TRANSFORMACJA POLSKIEJ GOSPODARKI NA TLE KRAJÓW REGIONÓW I ŚWIATA A WSPÓŁCZESNOŚĆ KSZTAŁTOWANA PRZEZ PANDEMIĘ – Andrzej Jakubowicz	8
TEORIA CZARNEGO ŁABĘDZIA A PRZEWIDYWANIE KRYZYSÓW I KATASTROF – Jerzy Kisielnicki	9
KOMUNIKACJA REKLAMOWA W POLSCE: ZMIANY W OBLICZU PANDEMII – Anna Kozłowska	10
COACHING JAKO NARZĘDZIE ROZWOJU PRACOWNIKÓW ORGANIZACJI W CZASIE KRYZYSU – Waldemar Kozłowski	11

WPLYW WYMIARÓW KULTURY NA AKTYWIZACJĘ ZAWODOWĄ OSÓB Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ W WYBRANYCH KRAJACH EUROPEJSKICH – Cyprian Kozyra	12
KLUCZOWE PROBLEMY I WYZWANIA W OBSZARZE ZARZĄDZANIA ZASOBAMI LUDZKIMI W CZASIE PANDEMII – Agnieszka Król, Marzena Kacprzak	12
ORGANIZACJA I EFEKTYWNOŚĆ HANDLU TRANSGRANICZNEGO W WARUNKACH KRYZYSU – Jerzy Lewczuk, Artur Czech.....	13
O PEWNYCH WYZWANIACH ROZWOJOWYCH W CYFROWYM SEKTORZE GOSPODARKI – Stanisław Lipski	14
MONITOROWANIE EKONOMICZNYCH LOSÓW ABSOLWENTÓW JAKO PODSTAWA BUDOWANIA STRATEGII ROZWOJU UCZELNI NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH KIERUNKÓW STUDIÓW NA UNIWERSYTECIE OPOLSKIM W LATACH 2014-2018 – Anna Mijal	15
SAMORZĄDOWA POLITYKA BUDŻETOWA W KONTEKŚCIE NIESTABILNOŚCI ZASOBÓW FINANSOWYCH – Anna Milewska	15
ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE W BRANŻY ODZIEŻOWEJ W CZASIE KRYZYSU WYWOŁANEGO PRZEZ PANDEMIĘ COVID 19 – Andrzej Pawluczuk	16
SYTUACJA RYNKU E-COMMERCE W WYBRANYCH PAŃSTWACH W WARUNKACH PANDEMII COVID – 19 – Michał Pienias	17
POLSKI RYNEK PRACY W TRAKCIE PIERWSZEGO PÓŁROCZA PANDEMII COVID-19 – Sergiusz Prokurat	18
KULTUROWE UWARUNKOWANIA STRUKTURY KONSUMPCJI – Lech Smolaga	19
FUNKCJONOWANIE JEDNOSTEK I GRUP SPOŁECZNYCH W DOBIE DETERMINIZMU TECHNOLOGICZNEGO – Magdalena Sobocińska	19
EWOLUCYJNE ŹRÓDŁA ŁADU ZAMKNIĘTEGO I OTWARTEGO DOSTĘPU A ICH INTERAKCJE ZE WZROSTEM GOSPODARCZYM I ZMIANĄ TECHNOLOGICZNĄ – Bartosz Jan Sternal	20
POLITYKA PODATKOWA W OBLICZU PANDEMII I W OKRESIE POPANDEMICZNYM – WYZWANIA BUDŻETOWE, SPOŁECZNE, GOSPODARCZE – Waldemar Szymański	21
ODPOWIEDZIALNOŚĆ OSOBY ZARZĄDZAJĄCEJ PRZEDSIĘBIORSTWEM ZA NARUSZENIE REGUŁ KONKURENCJI – Beata Wiczerzyńska	22
PRZEDSIĘBIORSTWA RODZINNE W SYTUACJI KRYZYSOWEJ WYWOŁANEJ PANDEMIĄ COVID-19: GŁÓWNE PROBLEMY I POSZUKIWANE ROZWIĄZANIA – Beata Żelazko, Barbara Rychta	23

ZARZĄDZENIE INDYWIDUALNYM GOSPODARSTWEM ROLNYM W OKRESIE NIESTABILNEGO OTOCZENIA

Jan Boguski

*Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie, Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych,
ul. Kawęczyńska 36, 03-772 Warszawa*

Celem artykułu jest przedstawienie problemu zarządzania indywidualnymi gospodarstwami rolnymi w warunkach niestabilnego środowiska zewnętrznego. Znajdując się wobec ciągłych zagrożeń i problemów są zmuszane poszukiwać rozwiązań, aby sprostać wyzwaniom płynącym z różnych segmentów. Należy tu wskazać na zmiany klimatyczne, degradację przyrody, zaawansowane technologie, niestabilną gospodarkę, zmiany kulturowe, zmieniające się prawo, systemy polityczne, nowe trendy rynkowe. Szczególne zagrożenia wynikają z anomalii pogodowych, zagrożeń epidemiologicznych oraz niestabilności rynków rolnych.

Słowa kluczowe: gospodarstwo rolne, rolnictwo, otoczenie, nieciągłość, niepewność.

KONKURENCYJNOŚĆ TOWAROWEGO TRANSPORTU KOLEJOWEGO A TRANSPORT DROGOWY W POLSCE W KONTEKŚCIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU SYSTEMU TRANSPORTOWEGO

Leszek Borowiec

*Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie, Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych,
ul. Kawęczyńska 36, 03-772 Warszawa*

Polityka transportowa wywiera wpływ na ekonomię, rozwój gospodarczy, ale też na konkurencyjność poszczególnych krajów. Komisja Europejska dąży do utworzenia jednolitego europejskiego obszaru

o konkurencyjnym i oszczędnym w zasoby systemie transportu. Działania opisane przez Komisję Europejską w 2011 r. Białej Księdze – Transport do 2050 roku obejmują rozwój transportu ekologicznego, energooszczędnego i konkurencyjnego. W dokumencie wskazano konieczność utworzenia korytarzy przewozowych o niskiej szkodliwości dla środowiska, gwarantujących „niezawodność, ograniczone zagęszczenie ruchu i niskie koszty działania”. Transport kolejowy jest kluczowym elementem w tworzeniu zrównoważonego systemu transportu.

Celem opracowania jest ocena kluczowych zmian niezbędnych do zwiększenia konkurencyjności towarowego transportu kolejowego w Polsce w odniesieniu do transportu drogowego. Problem na terenie Polski jest o tyle istotny i specyficzny, gdyż sektor polskich przedsiębiorstw oferujących usługi transportu drogowego należy do najważniejszych graczy w Europie.

Wdrożenie proponowanych w opracowaniu zmian i rozwiązań może stać się podstawą budowy zrównoważonego systemu transportowego towarów w Polsce, wychodzącego naprzeciw oczekiwaniom UE zapisanym w Białej Księdze. Jednym z głównych aspektów konkurencyjności sektora kolejowego w transporcie towarów jest zapewnienie na rynku równych warunków działania i uczciwej konkurencji między wszystkimi środkami transportu. Uprawnione jest twierdzenie, że uczciwa konkurencja jest zakłócana przez brak przejrzystości w kosztach społecznych każdego rodzaju transportu, takich jak zanieczyszczenie, hałas, zatłoczenie czy wpływ na bezpieczeństwo ruchu.

Słowa kluczowe: transport kolejowy, transport drogowy, zrównoważony rozwój, koszty społeczne.

ZACHOWANIA PRO-ŚRODOWISKOWE PODEJMOWANE PRZEZ POLSKICH PRACOWNIKÓW W MIEJSCU PRACY

¹Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, ²Marta Tutko

^{1,2}*Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania UJ*

Zachowania pro-środowiskowe przyciągają coraz większą uwagę badaczy i praktyków, ponieważ wiele z problemów stanowiących zagrożenie dla zrównoważonego rozwoju środowiska jest zakorzenionych w ludzkim zachowaniu. Wątek ten jest zauważalny w literaturze z zakresu zachowań konsumentów, jednak analizy koncentrujące się na ich występowaniu w odmiennym – zawodowym – kontekście są rzadkie, szczególnie w polskiej literaturze.

Celem artykułu jest rozpoznanie charakteru i rodzajów zachowań pro-środowiskowych podejmowanych przez polskich pracowników w miejscu pracy. Przedstawiono w nim wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród 304 pracowników. Identyfikując zachowania pro-środowiskowe pracowników odwołano się do kategoryzacji Ones i Dilcherta (2012).

Ustalono, że pomimo deklarowanej wysokiej oceny istotności podejmowania działań pro-środowiskowych w miejscu pracy, zaangażowanie respondentów w nie jest niewielkie. W większości podejmują oni dobrowolnie aktywności pro-środowiskowe w miejscu pracy, chociaż ich zakres jest ograniczony do działań na rzecz oszczędności zasobów (*conserving behaviours*) (np. segregacja śmieci, ograniczanie zużycia energii, wody,

czy papieru). Jednocześnie większość badanych przyznała, że pracodawca nie zachęca ani nie narzuca pro-środowiskowych rozwiązań dotyczących codziennych czynności w miejscu pracy.

Słowa kluczowe: zachowania pro-środowiskowe, pracownik, zrównoważony rozwój.

OCENA SYTUACJI EKONOMICZNO-FINANSOWEJ WYBRANYCH PRZEDSIĘBIORSTW MIĘSNYCH W POLSCE – UJĘCIE WIELOWYMIAROWE

¹Artur Czech, ²Ireneusz Janiuk

^{1,2}*Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie, Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych,
ul. Kawęczyńska 36, 03-772 Warszawa*

W pracy poruszono istotne zagadnienia z obszaru analizy strategicznej przedsiębiorstwa. Główna uwaga skupiona została na ocenie sytuacji ekonomiczno-finansowej największych podmiotów rynkowych z branży mięsnej w Polsce. W oparciu o dostępne dane finansowe przeprowadzono analizę wybranych przedsiębiorstw przy wsparciu narzędzi z zakresu wielowymiarowej analizy porównawczej.

Z przeprowadzonych badań wynikają spostrzeżenia, które mogą być pomocne w podejmowaniu bieżących i strategicznych decyzji przez menedżerów, co umożliwi efektywne działanie i rozwój przedsiębiorstw w przyszłości.

Celem opracowania jest ocena sytuacji ekonomiczno-finansowej największych przedsiębiorstw mięsnych w Polsce wspomagana za pomocą wybranych narzędzi wielowymiarowej analizy porównawczej.

W pracy przeprowadzone analizy oparto o dane pozyskane z Listy 500, opracowanej przez Rzeczpospolitą dla 2018 roku.

Słowa kluczowe: przetwórstwo mięsne, analiza strategiczna przedsiębiorstwa, analiza ekonomiczno-finansowa, wielowymiarowa analiza porównawcza.

PLECAMI DO NAUKI I DOBRYCH PRAKTYK?

Paweł J. Dąbrowski

*Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie, Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych,
ul. Kawęczyńska 36, 03-772 Warszawa*

Wiele kryzysów daje się przewidzieć, daje się zaobserwować ich narastanie. W Polsce mówi się o kryzysie służby zdrowia i wymiaru sprawiedliwości. Autor stawia tezę, że jest to przede wszystkim (choć nie wyłącznie) kwestia kryzysu systemów zarządzania w sferze publicznej. O ile bowiem powszechnie znane są bóleczki w postaci kolejek do lekarzy i nieakceptowalnie długo trwających procesów sądowych, to jest też druga strona medalu. (Autor podaje kilka konkretnych przykładów typowych dysfunkcyjności organizacyjnych i sposobów na ich przezwycięzenie.)

Drugą stroną medalu, która prezentuje autor jest dorobek nauk zarządzania, gdzie już dawno pokazano, jak mogą być rozwiązywane problemy trapiące polską służbę zdrowia i wymiar sprawiedliwości. Wydaje się więc, że należy skupić się na „meta-problemie” – zjawiskach dysfunkcyjności i patologii organizacyjnych.

Dlaczego ludzie – menedżerowie i przedsiębiorcy ignorują lub odrzucają dobre rozwiązania? Na czym polega istota organizacyjnych patologii? O ile do tej pory generalnie przyjmuje się w polskiej literaturze, że przez patologię rozumie się występowanie dysfunkcyjności w większej skali, autor proponuje jakościowe podejście. W tym podejściu Poziom Zero – to „zwykły błąd” (honest mistake), Poziom Drugi – „tak nam kazali” – świadome podejmowanie nieefektywnych działań, wynikające z systemowego przymusu, a Poziom Siódmy to „układ” - skoordynowane działanie na rzecz maksymalizacji korzyści grupy uczestników kosztem otoczenia, połączone z tworzeniem rozwiązań prawnych sprzyjających danej grupie.

W podsumowaniu autor zwraca uwagę na potrzebę szerszego stosowania „śledczych” metod w badaniach dla uchwycenia i opisu patologii organizacyjnych.

Słowa kluczowe: kryzys, dobre praktyki, patologia organizacyjna.

PRZEMOC DOMOWA W DOBIE PANDEMII

Roland Dobrzeńcki – Łukasiewicz

Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie, ul. Kawęczyńska 36, 03-772 Warszawa

Sytuacja światowej pandemii covid-19, która, mówiąc wprost, „wywróciła świat do góry nogami” postawiła przed społeczeństwami nie lada wyzwanie. Wyzwania, które dotyczyły nie tylko funkcjonowania w ramach zdalnej rzeczywistości, ale także wzajemnego funkcjonowania szczególnie w środowisku rodzinnym. W tym pierwszym przypadku mogliśmy doświadczyć funkcjonalności techniki komunikacji na odległość, którą przecież doskonale znamy od lat, ale co do której nigdy nie byliśmy zmuszeni weryfikować jej w pełni. Tymczasem rzeczywistość koronawirusa uwypukliła ogrom niedociągnięć, potrzeb i konieczności wprowadzenia udoskonaleń i umiejętności. W długoterminowej praktyce jednak do wyuczenia.

Trudniejszą sytuację pandemia uwypukliła jednak w środowisku rodzinnym. Okazało się bowiem, że jako społeczeństwo, grupa, małżeństwo, nie jesteśmy przygotowani na ciągłe przebywanie ze sobą przez 24 godziny na dobę. Pierwsze wzmianki o problemach rodzinnych pochodziły ze źródła koronawirusa, czyli z Chin. W tych wzmiankach wspomniano o zwiększonej skali przemocy domowej i pozwów rozwodowych. W późniejszym czasie informacje takie pochodziły z pozostałych krajów objętych pandemią i zmuszonych do funkcjonowania w reżimie zdalnej pracy i ograniczonej relacji społecznej. Analiza sytuacji wskazuje na postawienie dość radykalnych

tez przyjmujących, że rodziny/małżeństwa nie są przygotowane (psychicznie, mentalnie) na wzajemne funkcjonowanie 24 godziny na dobę-rodzą się wówczas sytuacje konfliktowe. Praca małżonków stanowi formę ucieczki od obowiązków domowych – brak pracy i wspólne przebywanie niebezpiecznie ogranicza możliwość odreagowania poza domem.

Zamknięcie w jednej przestrzeni i nałożenie obowiązków domowych z zawodowymi jest czynnikiem stresogennym, co w konsekwencji budzi stres, konflikty i wzajemne pretensje o funkcje pełnione w domu i rodzinie. Zaburzony został także tradycyjny podział ról, lub też zaburzona została proporcja pomiędzy rolami pełnionymi w domu i w pracy. W konsekwencji powyższego dom stał się miejscem gdzie zarzewie konfliktów doprowadziło do wzrostu skali wzajemnej przemocy wobec domowników. Najczęściej skrupiało się to na słabszej części rodziny, czyli dzieciach i żonach, a oprawcami stawali się mężczyźni. Powyższa sytuacja skutkować może zwiększoną liczbą zakładanych niebieskich kart, zgłoszeń dotyczących przemocy i pozwów rozwodowych.

Słowa kluczowe: przemoc domowa, pandemia, konflikt

COACHING I MENTORING ORGANIZACYJNY. PERSPEKTYWY ZARZĄDZANIA KOMUNIKACJĄ W ORGANIZACJACH

Anita Frankowiak

*Wyższa Szkoła Menedżerska, Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych,
ul. Kawęczyńska 36, 03-772 Warszawa*

Koncepcje coachingu i mentoringu na stałe zagościły w przestrzeni zarządzanie komunikacją w organizacjach. Menedżerowie są coraz bardziej świadomi, w jaki sposób maksymalizować efektywność pracowników, przydzielać im zadania, budować relacje oraz rozwiązywać problemy. Nie zawsze jednak mają pogłębioną wiedzę z zakresu psychologii komunikacji.

W przestrzeni zarządzania komunikacją w organizacjach coraz częściej mówi się o tzw. „stylu coachingowym” polegającym na zachęcaniu pracowników do indywidualnego rozwoju przy wykorzystaniu środków dostępnych w organizacji. Sam styl jako sposób prowadzenia komunikacji niestety nie wystarczy, a modne słowa tj. coaching czy mentoring nie zapewniają profesjonalnego tzn. ukierunkowanego psychologicznie zarządzania komunikacją w organizacji. Niezwykle istotne są bowiem konkretne umiejętności analityczne, komunikacyjne (budowa relacji, słuchania, zadawania pytań, myślenia pytaniami, negocjowania, radzenia sobie z konfliktami), zarządzanie czasem, emocjami, odpornością psychiczną.

Niebagatelną rolę w tym zakresie będą odgrywały nieadaptacyjne systemy, które blokują potencjał pracowników. Powstają one wskutek niezaspokajania podstawowych potrzeb emocjonalnych w dzieciństwie tj. bezpieczne przywiązanie do innych, autonomia i poczucie tożsamości, wolność wyrażania emocji oraz potrzeb, potrzeba spontaniczności i samokontrola.

Schematy utrudniają budowanie relacji, zarządzanie potencjałem osobistym, zarządzanie emocjami. Blokują poczucie własnej wartości, a w niektórych przypadkach prowadzą do błędnej samooceny. Są zawsze dysfunkcyjne.

Celem artykułu jest pokazanie perspektywy zarządzanie komunikacją w organizacjach przez pryzmat najnowszych interdyscyplinarnych badań z zakresu komunikologii oraz psychologii komunikacji wykraczających poza zarządzanie bezpośrednie (liniowe) oraz poza standardowe ujęcie przestrzeni coachingowo-mentoringowej.

Słowa kluczowe: zarządzanie komunikacją, coaching, mentoring organizacyjny.

WYGRAĆ NA WIRTUALNEJ PÓLCE – STRATEGIE MARKETINGOWE DLA ECOMMERCE W CZASIE PANDEMII

Barbara Grabiwoda

Publicis ul. Wołoska 9A / 02-672 Warszawa

Bezprecedensowy wzrost znaczenia zakupów online jest jedną z najbardziej widocznych i analizowanych zmian w zachowaniach konsumenckich podczas pandemii COVID-19. Od momentu *lockdownu*, eCommerce cieszy się rosnącą globalnie popularnością, trwale zmieniając priorytety i strategie biznesowe przedsiębiorstw. Praktycznie wszystkie kategorie produktowe odnotowały około 10-procentowy wzrost liczby nowych użytkowników online, a na szczególną uwagę zasługuje na przykład imponujący wzrost wirtualnych zakupów spożywczych – do tej pory zjawiska niszowego.

Pierwsze miesiące pandemii pokazały jednak, że sektor eCommerce nie był gotowy na aż tak silny wzrost zainteresowania. Sklepy internetowe nie sprostały wyzwaniom logistycznym, blokując dostawy na tygodnie lub ustawiając wirtualne kolejki. Producenci z kolei nie byli w stanie zapewnić dostępności produktów podstawowych, które cieszyły się największym zainteresowaniem w początkowych fazach obostrzeń. Jednocześnie sektory, w których sprzedaż dramatycznie spadła (np. odzież czy rozrywka), rozpoczęły wyścig do taktycznych usprawnień, mających przenieść biznes do sieci.

Bezprecedensowo szybkie zmiany można także zaobserwować w zachowaniach konsumenckich. Kluczowymi czynnikami wyboru kanału sprzedaży stało się bezpieczeństwo, łatwość użytkowania oraz przystępność cenowa, co jednoznacznie przekonało konsumentów do korzystania z zakupów internetowych.

Obecne czasy pokazują więc, że marki muszą w ekspresowym tempie dopasować się nie tylko do nowych priorytetów sprzedaży i dystrybucji online, ale także powinny dostosować strategie marketingowe do nowych oczekiwań konsumentów. W publikacji zostaną zgłębiane zagadnienia oraz najnowsze dane związane z rosnącą popularnością sektora eCommerce w Polsce i na świecie. Analiza obecnych trendów jest podstawą do wskazania taktyk oraz strategii, umożliwiających zwiększenie widoczności oraz sprzedaży w tym kluczowym obecnie kanale.

Słowa kluczowe: ecommerce, zachowania konsumenckie, COVID-19, strategia marketingowa.

TRANSFORMACJA POLSKIEJ GOSPODARKI NA TLE KRAJÓW REGIONÓW I ŚWIATA A WSPÓŁCZESNOŚĆ KSZTAŁTOWANA PRZEZ PANDEMIĘ

Andrzej Jakubowicz

Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Rada Naukowa

W swoim artykule zaprezentuję podstawowe cechy polskiej transformacji gospodarczej oraz jej obraz kształtowany poprzez rozmiary wytwarzanego produktu krajowego brutto.

Dynamikę wytwarzanego w Polsce produktu krajowego brutto w okresie transformacji przedstawię w przekroju poszczególnych ekip rządowych kierujących w tym czasie gospodarką. Dynamika produktu krajowego brutto polski zostanie przedstawiona na tle pozostałych krajów naszego Regionu.

W okresie transformacji polskiej gospodarki nastąpiły zasadnicze zmiany w strukturze własnościowej polskich przedsiębiorstw, w tym zaznaczył się znaczący udział kapitału zagranicznego. Skomentuję ten aspekt polskiej transformacji, jego rozmiary i konsekwencje.

Dla zaprezentowania poziomu życia w Polsce i w krajach Regionu przedstawione zostaną rozmiary PKB według parytetu siły nabywczej na mieszkańca na tle wybranych krajów Europy i świata.

W drugiej części artykułu – na podstawie aktualnie dostępnych danych zaprezentuję rezultaty gospodarcze Polski na tle wybranych krajów Europy i świata w okresie trwającej pandemii Covid – 19; praktycznie od początku 2020 roku. W tym celu wezmę pod uwagę takie wskaźniki jak: PKB, rozmiary długu publicznego, stan budżetu państwa, emisję pieniądza.

Skomentuję też wpływ pandemii na organizacyjne i techniczne aspekty gospodarki, a więc zmiany w sferze organizacji procesu pracy, wpływ na procesy robotyzacji i cyfryzacji.

Słowa kluczowe: transformacja, produkt krajowy brutto, pandemia, kapitał zagraniczny, dług publiczny

TEORIA CZARNEGO ŁABĘDZIA A PRZEWIDYWANIE KRYZYSÓW I KATASTROF

Jerzy Kisielnicki

Uniwersytet Warszawski, Wydział Zarządzania, ul. Szurmowa 1/3, 02-678 Warszawa

Celem artykułu jest prezentacja teorii „Czarne Łabędzie” jako wydarzenia niezwykle rzadkiego i znajdujące się na samym krańcu ogona rozkładu prawdopodobieństwa. Jednak wywierającego olbrzymi wpływ na otoczenie i świat. W artykule zostaną przedstawione: teoria oraz analiza kryzysów i katastrof, które były związane były z zastosowaniem ICT (Information Communication Technology) Pojęcie „Czarnego Łabędzia” zostało zaprezentowano w literaturze przez N. Taleba profesora Nowojorskiego Uniwersytetu . „Czarny Łabędź” jest to zdarzenie, które zaistniało w sytuacji, którego praktycznie nie można było przewidzieć. Jego wystąpienie charakteryzuje się bardzo małym prawdopodobieństwem, bardzo bliskiemu zeru. Zaistnienie jego ma bardzo duże konsekwencje ekonomiczne jak i społeczne. W modelach prognostycznych taka sytuacja nie jest uwzględniana. Teoria ta dotyczy istotą zmienności i kalkulowaniem ryzyka w czasach, w których nie można w sposób mechaniczny przewidywać przyszłości. N. Taleb twierdzi, że na „Czarne Łabędzie” można się przygotować. Podkreśla jednak, że to nie tylko katastrofy w rodzaju ataku terrorystów na USA 9 września 2001 r., którego bezpośrednim następstwem były m.in. wojny w Iraku i Afganistanie, czy krachu giełdowego, który nastąpił

w 2008 r. po upadku banku Lehman Brothers. „Czarny Łabędź” to także rozwój Internetu. Społeczeństwo najczęściej nie potrafi w odpowiedni sposób reagować na „Czarne Łabędzie”. Koncentrują się na przeszłości, próbując zrozumieć, gdzie doszło do błędu i tworzą modele postępowania na przyszłość, na podstawie minionych wydarzeń. To nie działa. Ponieważ przed nimi nie da się uchronić, lepiej zmienić sposób myślenia i spróbować się na nie uodpornić. W analizie kryzysów i katastrof przedstawione będą konkretne przykłady kryzysów i katastrof, które wystąpiły w różnych państwach (Stany Zjednoczone, Iran, Estonia, Japonia).

Słowa kluczowe: teoria Czarnego Łabędzia, kryzys, rozkład prawdopodobieństwa.

KOMUNIKACJA REKLAMOWA W POLSCE: ZMIANY W OBLICZU PANDEMII

Anna Kozłowska

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Instytut Filozofii, Socjologii i Socjologii Ekonomicznej, Zakład Socjologii Ekonomicznej, ul. Wiśniowa 41 pok. 42, 02-520 Warszawa

Zjawisko pandemii COVID-19 stawia przed nami wiele wyzwań w różnych sferach życia społecznego. Należało się spodziewać, że skutki pandemii nie ominą również działań reklamowych. To, z czym zetknęliśmy się zaraz na początku pandemii (ograniczenia w poruszaniu się, zamknięcie wielu miejsc usługowych, ograniczenie sprzedaży) miało ogromny wpływ na reakcje konsumentów na treści reklamowe, które z dnia na dzień przestały odzwierciedlać ich oczekiwania. Jak w wielu innych dziedzinach, sytuacja w branży reklamowej po wybuchu pandemii stała się po prostu niecodzienna, a co za tym idzie reklama musiała jak najszybciej dostosować się do nowej rzeczywistości. Z perspektywy kilku miesięcy, z całą pewnością możemy stwierdzić, że pandemia w widoczny sposób wpłynęła na treści reklamowe.

Ogólnie można zaobserwować zmiany w strategiach komunikacyjnych, od zintensyfikowanych działań reklamowych, poprzez podtrzymywanie dotychczasowej strategii reklamowej, aż po ograniczenie lub wręcz całkowite wstrzymanie kampanii reklamowych. Celem opracowania jest wskazanie na obecne trendy w treściach reklamowych, które są efektem wielomiesięcznej już obserwacji zachowań konsumentów w dobie pandemii. Założenie jest takie, iż po początkowym szoku będącym wynikiem nagłej i niespodziewanej zmiany życia społecznego, relacje reklama-konsument stały się w miarę ustabilizowane i pozwalają przewidywać, w jakim kierunku idzie komunikacja marketingowa.

Cel badawczy zostanie osiągnięty poprzez odpowiedź na następujące pytania:

- W jaki sposób komunikują się teraz marki (z różnych branż)?
- Czego obecnie konsumenci oczekują od komunikacji reklamowej?
- Czy możemy mówić o określonych trendach w komunikacji reklamowej?
- Czy trendy w komunikacji reklamowej są zależne od konkretnych czynników, np. branży?

W artykule wykorzystano analizę treści oraz badania wtórne dotyczące postaw konsumentów wobec reklamy.

Słowa kluczowe: komunikacja reklamowa, pandemia, strategia komunikacyjna.

COACHING JAKO NARZĘDZIE ROZWOJU PRACOWNIKÓW ORGANIZACJI W CZASIE KRYZYSU

Waldemar Kozłowski

*Wydział Nauk Ekonomicznych UWM w Olsztynie, Instytut Nauk o Zarządzaniu i Jakości,
ul. Oczapowskiego 4, 10-719 Olsztyn*

Obecna sytuacja gospodarczo-społeczna na świecie spowodowana pandemią, wymaga od organizacji gospodarczych podejmowania wielu trudnych decyzji, szczególnie w obszarze zasobów ludzkich. Najtrudniejsze decyzje dotyczą kwestii efektywnego wykorzystania potencjału pracowników. Pracownicy stanowią najcenniejszy kapitał, który ma zdolność pozyskiwania, gromadzenia i selekcjonowania niezbędnych informacji. W celu stałego doskonalenia kapitału ludzkiego w organizacji stosuje się różnego rodzaju narzędzia i metody. Jedną z takich metod jest coaching, który stanowi zbiór umiejętności stosowanych na co dzień przez pracowników na wszystkich poziomach organizacji. Zastosowanie w organizacji coachingu jako metody samodoskonalenia, pomaga pracownikom osiągać założone cele, skuteczniej planować działania, budować poczucie pewności siebie poprzez zwiększanie samoświadomości i samokierowanie.

Problemem badawczym poruszonym w artykule jest ocena efektywności coachingu jako metody doskonalenia i rozwoju pracowników. Celem badawczym podjętym w artykule jest analiza poziomu wiedzy na temat możliwości wdrożenia coachingu pracowników w filii korporacji bankowej w Olsztynie. Podmiotem badań była kadra menedżerska w ilości 29 osób. Badania przeprowadzono 05.2020r.

Wyniki badań pokazują, iż 95% pracowników rozumie i potrafi zdefiniować pojęcie i ideę coachingu w organizacji. Tylko 7 % badanej kadry korzystało do tej pory z coachingu a 83 % wskazało udział wyłącznie w klasycznych szkoleniach. Na pytanie dotyczące oceny skuteczności poszczególnych metod szkoleniowych z perspektywy organizacji, najwyższą ocenę (w skali 1-5) respondenci przypisali mentoringowi. Coaching został oceniony przez kadre kierowniczą na poziomie 3,5 (w skali 1-5). Według ankietowanych w największym stopniu coaching w badanym banku mógłby posłużyć w pierwszej kolejności do: poprawy relacji przełożony-podwładny (aż 42% badanych), podniesienia motywacji podwładnych (38% badanych), poprawy organizacji czasu pracy podwładnych (27% badanych) oraz zdobycia większych umiejętności interpersonalnych przez podwładnych (23% badanych).

Analiza udzielonych odpowiedzi, wykazała, że zdecydowana grupa respondentów posiada małą wiedzę na temat coachingu i nigdy nie korzystała z tej formy wspierającej rozwój. Coaching jest szczególnie przydatny w czasach kryzysu wywołanego pandemią COVID19. Umożliwia bowiem prowadzenie przez kadre menedżerską wewnętrznych szkoleń z podwładnymi w celu poprawy motywacji a jednocześnie uaktywnienia i wykorzystania posiadanego przez podwładnych potencjału.

Słowa kluczowe: pracownicy, coaching, samodoskonalenie, kryzys.

WPLYW WYMIARÓW KULTURY NA AKTYWIZACJĘ ZAWODOWĄ OSÓB Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ W WYBRANYCH KRAJACH EUROPEJSKICH

Cyprian Kozyra

*Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wydział Ekonomii i Finansów, Katedra Statystyki,
ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław*

Analiza problemu aktywizacji zawodowej osób z niepełnosprawnościami w różnych krajach jest oparta na różnych źródłach danych: dane obiektywne pochodzą z europejskich badań EU-SILC, które następnie były opracowywane przez akademicką sieć ekspertów od niepełnosprawności ANED. Wymiary kultury w poszczególnych krajach badane były przez G. Hofstede i jego zespół.

Zespół naukowców z UE we Wrocławiu pod kierunkiem prof. Doroty Kwiatkowskiej-Ciotuchy wykonał badanie postrzegania osób z niepełnosprawnością w pracy w ośmiu krajach europejskich o różnym położeniu geograficznym i różnej historii społeczno-gospodarczej: Belgii, Bułgarii, Grecji, Hiszpanii, Niemczech, Polsce, Szwecji i Wielkiej Brytanii w oparciu o kwestionariusz zawierający zalecaną przez WHO skalę ADS Powera i Greena oraz własne pytania. Skuteczna aktywizacja osób z niepełnosprawnością wymaga otwartości społecznej na ich ograniczenia oraz odpowiedniego wyposażenia i organizacji stanowisk pracy, by wykorzystać ich możliwości. Aktywizacja taka jest korzystna nie tylko dla samych zatrudnionych, ale również dla całości gospodarki i społeczeństwa, które w ten sposób zyskuje na efektach ich pracy oraz oszczędza na świadczeniach finansowych niezbędnych dla poprawy sytuacji życiowej. Wymaga to do dążenia do normalności rozumianej jako takie postrzeganie i zatrudnianie osób z niepełnosprawnościami, które poszukuje najlepszych rozwiązań bez zamykania oczu na ich stan, ale i bez specjalnego celebrowania lub uprzywilejowania ich stanu.

Kluczowym czynnikiem ze skali ADS wpływającym na postrzeganie zatrudniania osób z niepełnosprawnościami okazało się postrzeganie ich perspektyw życiowo-społecznych, które jest zróżnicowane w krajach zależnie od kształtowania się ich wymiarów kultury.

Słowa kluczowe: *aktywizacja osób z niepełnosprawnością, wymiary kultury Hofstede, skala postawy wobec niepełnosprawności.*

KLUCZOWE PROBLEMY I WYZWANIA W OBSZARZE ZARZĄDZANIA ZASOBAMI LUDZKIMI W CZASIE PANDEMII

Agnieszka Król¹, Marzena Kacprzak²

¹*Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie, Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych,
ul. Kawęczyńska 36, 03-772 Warszawa*

²*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Instytut Ekonomii i Finansów,
ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa*

Pracownicy byli, są i będą najważniejszym ogniwem organizacji, natomiast paradoksalnie w dobie pandemii stali się oni jednocześnie najbardziej kruchym ze wszystkich zasobów. W jednej chwili może się okazać, że osoby, na których decyzjach i działaniach opierała swoją działalność firma wyłączają się na pewien okres z jej funkcjonowania. Dlatego pracodawcy w czasie pandemii musieli zmienić swoje postrzeganie świata i codziennych rozwiązań stosowanych dotychczas w organizacjach, aby mimo przeciwności i niesprzyjających okoliczności pozwolić na ciągłe i niezakłócone funkcjonowanie firm. Procesy zarządzania zasobami ludzkimi, powinny być realizowane w każdym obszarze, aby zapewnić niezbędny dopływ kapitału ludzkiego i kompetencji do realizacji fundamentalnych celów i zadań organizacji.

Czas pandemii niewątpliwie postawił pracodawców przed nowymi wyzwaniami, nie tylko w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi, wymagającymi często wprowadzania niestandardowych rozwiązań. Także znacząco podniósł ryzyko związane z procesami zarządzania pracownikami. Okres ten także poważnie wpłynął na samych pracowników, których postawił w obliczu wielu zmian i niepewności co do tego, co przyniesienie jutro.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie kluczowych problemów i wyzwań przed jakimi stają współczesne organizacje i ich pracownicy w czasie pandemii. Zaakcentowanie dominujących rozwiązań i trendów w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi ze wskazaniem ich wad i zalet. Zaprezentowanie nowej rzeczywistości w jakiej znaleźli się zarówno pracodawcy jak i pracownicy oraz próba oceny, jak sobie oni radzą w tak nieprzewidywalnych i zmiennych warunkach, z podejmowaniem większego ryzyka niż dotychczas było to konieczne.

Słowa kluczowe: zarządzanie zasobami ludzkimi, kapitał ludzki, czas pandemii, kluczowe problemy, wyzwania w zarządzaniu pracownikami, praca zdalna, nowe technologie i trendy w zarządzaniu zasobami ludzkimi.

ORGANIZACJA I EFEKTYWNOŚĆ HANDLU TRANSGRANICZNEGO W WARUNKACH KRYZYSU

¹Jerzy Lewczuk, ²Artur Czech

¹*Politechnika Białostocka, Instytut Inżynierii Zarządzania, ul. Wiejska 45A, 15-532 Białystok*

²*Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie, Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych,
ul. Kawęczyńska 36, 03-772 Warszawa*

W artykule podjęta została próba pokazania istoty czynnika granicznego mającego wpływ na zakres i charakter współpracy między państwowej, w tym regionów przygranicznych i transgranicznych. O jej skuteczności decyduje duża liczba czynników zależnych od aktywności ludności, podmiotów gospodarczych, instytucji oraz różnego rodzaju organów władzy i struktur międzynarodowych.

Światowa praktyka stworzyła system mechanizmów regulujących stosunki handlowo-gospodarcze na obszarach ulokowanych w strefie przygranicznej. Dotyczy to także handlu przygranicznego jako głównej formy rozwoju współpracy i kontaktów między państwami sąsiadującymi.

Znaczenie i waga opracowania i stosowania regulatorów i instrumentów współpracy wyznacza się tym, że granice stały się stosunkowo łatwo przepuszczalne dla wielu rodzajów przepływów. Odnosi się to przede

wszystkim do przepływu informacji, pracy i kapitału. W znacznym stopniu zmniejszyła się rola ograniczeń celnych jako symbolu suwerenności narodowej.

Niniejszy artykuł traktuje o tym jak wykorzystać potencjał krajów ulokowanych po obu stronach granicy pomimo czasami obiektywnych i niesprzyjających okoliczności bądź uwarunkowań. Jednym z takich negatywnych uwarunkowań jest obecnie sytuacja pandemiczna związana z Covid -19 panująca na całym świecie.

Biorąc wszystkie te okoliczności pod uwagę należy stwierdzić, że stan handlu przygranicznego może charakteryzować się niskim stopniem nierównowagi przy jednoczesnym wzroście przewidywanych wielkości.

Słowa kluczowe: handel transgraniczny, kryzys, współpraca.

O PEWNYCH WYZWANIACH ROZWOJOWYCH W CYFROWYM SEKTORZE GOSPODARKI

Stanisław Lipski

Wyższa Szkoła Menedżerska, Instytut Zarządzaniu i Nauk Technicznych, ul. Kawęczyńska 36, 03-772 Warszawa

Celem artykułu jest przedstawienie uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych nowoczesnych technologii informacyjnych na współczesne procesy rozwojowe w cyfrowym sektorze gospodarki. Na obecną sytuację gospodarczą silnie oddziałują: cyfrowa rewolucja i rozwój cywilizacji informacyjnej, procesy i systemy informacyjne w środowisku wirtualnym, wizje społeczeństwa ery komunikacji, informacji i wiedzy XXI w., realizowane programy gospodarcze i społeczne, a także procesy powiązane z pandemią Covid-19. Autor wskazuje powiązania przyczyn i skutków zmian wywołanych przede wszystkim przez nowoczesne technologie informacyjne i medialne, a zwłaszcza sieciowe, w funkcjonowaniu przedsiębiorstw oraz zdefiniowanie zadań-wyzwań, przed którymi stoją współczesne przedsiębiorstwa w Polsce.

W opracowaniu zamieszczono przegląd trendów i ryzyk rozwojowych u progu nowej ery – gospodarki 4.0. Rosnący trend zastosowań cyfrowych technologii przez przedsiębiorstwa, instytucje publiczne i organizacje pozarządowe, pracowników, konsumentów i obywateli systematycznie zmienia międzynarodową konkurencyjność, stosunki społeczne i stosunki pracy. Zmienia się sposób produkcji i konsumpcji, organizacji rynku pod wpływem nowych modeli biznesowych, charakter pracy i stosunki zatrudnienia, podstawowe funkcje państwa i sposób ich realizacji. Istotne zmiany zachodzą także na poziomie globalnym.

Słowa kluczowe: gospodarka cyfrowa, cyfrowa konkurencyjność, era 4.0, technologie cyfrowe, sztuczna inteligencja.

MONITOROWANIE EKONOMICZNYCH LOSÓW ABSOLWENTÓW JAKO PODSTAWA BUDOWANIA STRATEGII ROZWOJU UCZELNI NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH KIERUNKÓW STUDIÓW NA UNIWERSYTECIE OPOLSKIM W LATACH 2014-2018

Anna Mijał

Uniwersytet Opolski, Instytut Nauk o Zarządzaniu i Jakości, ul. Ozimska 46a, 45-058 Opole

Sformalizowane planowanie strategiczne rozwoju uczelni i monitorowanie wdrażania przyjętej strategii nie mają w Polsce zbyt długiej tradycji. Jeszcze krótszy jest rynkowy cykl życia badania losów (ekonomicznych) absolwentów szkół wyższych. W każdym przypadku chodzi o złożone zadanie badawcze o kluczowym znaczeniu dla rozwoju, rozpatrywane w długim horyzoncie czasowym. Opracowywanie dokumentów strategicznych w polskim szkolnictwie wyższym rozpoczęto formalnie w I dekadzie XXI wieku. System monitorowania Ekonomicznych Losów Absolwentów (ELA) aktualnie obejmuje lata 2014-2018. Zbiór informacji zawartych w tym systemie daje możliwość generowania pięciu typów raportów dotyczących absolwentów uczelni, w tym: poszukiwania pracy i bezrobocia, poziomu wynagrodzenia, podejmowania pracy w trakcie studiów i po ich zakończeniu (w tym czasu poszukiwania pracy), kontynuowania kształcenia w kontekście zróżnicowania geograficznego. Wiarygodność i aktualność źródeł informacji zabezpieczają dane zawarte w POLON-ie oraz w systemach ZUS, stając się elementem budowania planu strategicznego rozwoju uczelni. Dotyczy to także Uniwersytetu Opolskiego (UO), utworzonego w 1994 roku, a połączonego z Państwową Medyczną Wyższą Szkołą Zawodową w lipcu 2020 roku. W tym samym roku upływa „ważność” dotychczasowej strategii rozwoju UO (2015-2020).

Wiele informacji pochodzących z systemu ELA, w tym m.in. poziom wynagrodzenia czy też czas poszukiwania pracy mogą stanowić mierniki poziomu oceny jakości kształcenia będącego, obok nauki, a także współpracy z krajowym i międzynarodowym otoczeniem społeczno-gospodarczym, rozwoju pracowników i zapewnienia efektywnego systemu zarządzania uczelnią, trzonem strategii rozwoju całej organizacji.

Uwzględnianie wyników badania ELA powinno stać się jednym z kluczowych elementów analizy strategicznej zarówno zewnętrznej jak i wewnętrznej, a następnie „uczciwej” diagnozy. Przyjęcie podejścia synoptycznego (strategie zamierzone) nakłada na władze rektorskie określone obowiązki metodologiczne, ale może także stanowić swego rodzaju ograniczenie elastyczności i zwinności danej jednostki szkolnictwa wyższego.

Słowa kluczowe: uczelnia, strategia, absolwent, rozwój.

SAMORZĄDOWA POLITYKA BUDŻETOWA W KONTEKŚCIE NIESTABILNOŚCI ZASOBÓW FINANSOWYCH

Anna Milewska

Celem artykułu jest próba identyfikacji działań podejmowanych przez jednostki samorządu gminnego na tle niestabilności zasobów finansowych. Ukazanie tego problemu zyskuje na znaczeniu szczególnie w obecnej sytuacji związanej z pandemią wywołaną koronawirusem SARS-CoV-2.

Co do zasady, zgodnie z zapisami art. 3 ust. 1 ustawy o dochodach jednostek samorządu terytorialnego, jednostki gminne gromadzą dochody własne a także pozyskują subwencję ogólną oraz dotacje celowe z budżetu państwa. Ograniczone możliwości realizacji dochodów obligatoryjnych w samorządach gminnych (szczególnie w grupie dochodów własnych) determinowane były dotychczas m.in. przez tzw. „nieszczęśliwe położenie”, brak złóż naturalnych, oddalenie od szlaków komunikacyjnych, liczbę ludności (zmiany demograficzne), uwarunkowania klimatyczno-glebowe, wyposażenie w infrastrukturę itp. Na tle przeprowadzonych badań wnioskować należy, iż istnieje silne zróżnicowanie dochodowe pomiędzy jednostkami samorządu (nie tylko w kontekście międzyregionalnym ale także wewnątrz regionu) zarówno w realizacji dochodów własnych jak i tych otrzymywanych z budżetu państwa.

W roku 2020 do w/w czynników determinujących poziom dochodów należy włączyć także problem wcześniej planowanych a utraconych realnie dochodów na skutek kryzysu zdrowotnego i gospodarczego. Uszczuplenie dochodów wpłynąć może na poziom i zakres realizacji zadań a także w dłuższej perspektywie zagrozić stabilności finansowej danej jednostki.

Wykorzystane w artykule metody badawcze dotyczyły głównie analizy dokumentacji sprawozdawczej, tekstów aktów prawnych oraz pogłębionych studiów literatury przedmiotu. Posłużono się także metodą wnioskowania dedukcyjnego i indukcyjnego.

Słowa kluczowe: samorząd gminny, dochody, polityka budżetowa pandemia, niestabilność zasobów.

ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE W BRANŻY ODZIEŻOWEJ W CZASIE KRYZYSU WYWOŁANEGO PRZEZ PANDEMIĘ COVID 19

Andrzej Pawluczuk

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania, ul. Wiejska 45A, 15-532 Białystok

Celem artykułu jest analiza podejmowanych działań w początkowej fazie pandemii wywołanej przez wirus SARS. Autor dokonał badań na podstawie studiów dokumentów wytwarzanych przez przedsiębiorstwa odzieżowe oraz wypowiedzi ich członków zarządów w prasie biznesowej. Zdecydowana większość znanych i liczących się przedsiębiorstw takich jak: CDRL, Monnari, LPP, Solar, VRG jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, stąd łatwiejszy dostęp do informacji umożliwił porównanie działań strategicznych i innych wskaźników finansowych.

Przedsiębiorstwa zmuszone zostały do bardzo szybkiej zmiany strategii lub działań restrukturyzacyjnych, w tym zmian istotnych w polityce inwestycyjnej. Zamknięcie galerii handlowych, wymusiło także zmiany w polityce dotyczącej kanałów sprzedażowych w kierunku nowych modeli biznesowych opartych o Internet.

Słowa kluczowe: elastyczność zarządzania, podejmowanie decyzji, producent odzieży, zarządzanie kryzysowe, kanały sprzedażowe.

SYTUACJA RYNKU E-COMMERCE W WYBRANYCH PAŃSTWACH W WARUNKACH PANDEMII COVID – 19

Michał Pienias

*Uczelnia Łazarzkiego w Warszawie, Wydział Ekonomii i Zarządzania, Katedra Marketingu i Zarządzania,
ul. Świeradowska 43, 02-662 Warszawa*

E-commerce jest mocno zakorzeniony w życiu współczesnego zdigitalizowanego społeczeństwa, dzięki komunikacji w sieci można robić zakupy oraz pracować zdalnie, bez wychodzenia z domu lub nawet z dowolnego miejsca na świecie — bez biura, płacenia czynszu, z elastycznym harmonogramem pracy. Obecna sytuacja epidemiologiczna może stanowić zagrożenie dla wielu branż, ale również i szansę w obszarze prowadzenia działalności gospodarczej oraz zachowań konsumenckich. Gospodarka może w szybszym stopniu zacząć przedstawiać się na działalność online, jako formę prowadzenia biznesu i platform sprzedażowych. Przed wystąpieniem zagrożenia epidemiologicznego wielu przedsiębiorców popełniało poważny błąd nie doceniając znaczenia e-commerce oraz social mediów. Jak pokazała sytuacja epidemiologiczna nawet najprostszy pomysł na biznes może przynieść przyzwoity zysk pod warunkiem, że przedsiębiorca prowadzi działalność nie tylko offline, ale i online, m.in. w sieciach społecznościowych. Obecna sytuacja w dobie COVID – 19 ukazuje dobitnie, iż następuje weryfikacja, którzy przedsiębiorcy potrafią z wyprzedzeniem przygotować się do prowadzenia działalności online i zawczasu podjęli działalność na rynku e-commerce. Obecnie duża część klientów ma możliwość regularnego dostępu do Internetu nie tylko za pomocą komputera lub laptopa, ale także urządzeń mobilnych. Dzięki temu konsumenci aktywnie korzystają z sieci społecznościowych do komunikowania się ze sobą, a jednocześnie przedsiębiorcy mogą zintensyfikować swoje plany sprzedażowe poprzez docieranie do klientów drogą online. Stwarza to korzystne warunki do wykorzystania ich potencjału jako platformy reklamowej i promocji różnych towarów i usług.

Temat e-commerce staje się bardzo ważny zwłaszcza w dobie obecnej sytuacji epidemiologicznej, ponieważ nowoczesne sieci społecznościowe: m.in. Facebook, Instagram i YouTube stają się najpopularniejszymi platformami rozwoju biznesu - stają się idealną platformą do znajdowania klientów. W artykule zostanie

zaprezentowana sytuacja w wybranych branżach na rynku e-commerce w wybranych państwach poprzez ukazanie kierunków zmian oraz potencjalnych modyfikacji zachowań nabywczych konsumentów.

Słowa kluczowe: pandemia, Covid – 19, e-commerce, sytuacja w branży.

POLSKI RYNEK PRACY W TRAKCIE PIERWSZEGO PÓŁROCZA PANDEMII COVID-19

Sergiusz Prokurat

Institut Nauk Ekonomicznych, Polska Akademia Nauk

W niniejszym artykule podjęto próbę charakterystyki półrocza na rynku pracy w Polsce - od początkowego okresu stanu epidemii (od marca do końca kwietnia 2020), poprzez okres „odmrażania gospodarki” (maj-lipiec 2020), aż po okres reakcji na wakacyjne zwiększenie skali zachorowań (sierpień-wrzesień 2020). Pandemia COVID-19 stała się katalizatorem procesów, które spowodowały liczne zmiany na rynku pracy. Jednym z problemów okresu pandemii jest zjawisko „zamrożenia gospodarki”, którego skutki wpłynęły na rozwój zarówno kryzysu gospodarczego w 2020 roku, jak i zinstytucjonalizowanie odpowiedzi rządowej w postaci „Tarcz Antykryzysowych”. Zaletą pracy jest zebranie i podsumowanie wydarzeń pierwszych 6 miesięcy COVID-19, ze szczególnym uwzględnieniem rynku pracy. W pracy analizie poddano liczne dostępne dane, w tym uwzględniono nie tylko wskaźniki statystyczne proste i zaawansowane (zatrudnienie, bezrobocie, aktywność ekonomiczna ludności, struktura zbiorowości pozostającej bez pracy), ale też odpowiednie akty prawne, badania prowadzone przez GUS, ośrodki naukowe, organizacje pracodawców i podmioty komercyjne, opisujące rynek pracy zarówno w ujęciu ilościowym, jak i jakościowym, oraz wzbogaconą analizę funkcjonowania przedsiębiorstw.

Artykuł ten stawia tezę, że „zamrożenie gospodarki” przyczyniło się do wzrostu niepewności wśród uczestników życia gospodarczego. Ponad to, wpływ pandemii COVID-19 na rynek pracy jest znacznie szerszy, niż wynika to z danych, w szczególności danych bezrobocia rejestrowanego, a w konsekwencji kryzys roku 2020 jest bardziej doniosły dla gospodarki polskiej niż powszechnie się zakłada.

Słowa kluczowe: pandemia, COVID-19, koronawirus, praca, bezrobocie, tarcza.

KULTUROWE UWARUNKOWANIA STRUKTURY KONSUMPCJI

Lech Smolaga

*Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie, Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych,
ul. Kawęczyńska 36, 03-772 Warszawa*

Treść referatu koncentruje się na zależności konsumpcji i jej struktury od czynników kulturowych, oraz na implikacjach tej zależności w sferach teorii i praktyki gospodarczej. Analiza struktur konsumpcji w przekroju geograficznym i grup społecznych wykazuje znaczące ich zróżnicowanie. Zróżnicowanie to wynika głównie z przyzwyczajzeń, tradycji, rozpowszechnionych poglądów, stereotypów konsumpcyjnych, i przesądów. Rozważania na temat konsumpcji są o tyle istotne, że jest ona ostatecznym celem funkcjonowania systemu gospodarczego. Utrzymanie określonego poziomu konsumpcji oraz zagwarantowanie jego uzasadnionego tempa wzrostu wyczerpują istotę i sens istnienia całej sfery ekonomicznej.

Ten kulturowy charakter konsumpcji w istotny sposób przyczynia się do rozbudowania w gospodarce narodowej sektora usług. W większości rozwiniętych gospodarek udział sektora usług w PKB przekracza 70%. Agencje marketingowe i wytwórcy starają się w miarę dokładnie rozpoznać te przyzwyczajenia w celu maksymalizacji zysków i optymalizacji struktury produkcji dóbr zaspakajających potrzeby społeczne. Co więcej, lobby producentów stara się wpływać na prokonsumpcyjne kształtowanie trendów w zakresie potrzeb społecznych i indywidualnych. Kulturą i zwyczajami społecznymi można manipulować. Czyni się to z resztą z powodzeniem już od dłuższego czasu. Wszystkie te manipulacje konsumpcją mają bezpośredni wpływ na wielkość PKB i zyski przedsiębiorstw. Wydają się one, na pierwszy rzut oka, mieć znaczenie pozytywne i być ekonomicznie efektywnymi. Pojawia się tutaj jednak zasadnicze pytanie, czy manipulowanie kulturą w celu zmiany struktury konsumpcji w imię maksymalizacji zysku firmy jest społecznie etyczne i racjonalne z prakseologicznego punktu widzenia.

Pojawiają się również wątpliwości, co do adekwatności stosowanych mierników rozwoju gospodarczego. Autor przedstawia swoją propozycję miernika zrównoważonego rozwoju.

Słowa kluczowe: Struktura konsumpcji, kultura, zwyczaje konsumpcyjne, zrównoważony rozwój.

FUNKCJONOWANIE JEDNOSTEK I GRUP SPOŁECZNYCH W DOBIE DETERMINIZMU TECHNOLOGICZNEGO

Magdalena Sobocińska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław

Na funkcjonowanie jednostek i grup społecznych silnie wpływają technologie informacyjno-komunikacyjne, które znajdują zastosowanie w wielu obszarach życia społeczno-gospodarczego. Obrazuje to koncepcja determinizmu technologicznego, który występuje w wersji „soft” i „hard”. Ta pierwsza forma oznacza, że technologia jest jedną z wielu determinant zmian zachodzących w społeczeństwie i gospodarce.

Natomiast zgodnie z podejściem określanym jako „hard” zachodzące przemiany wynikają głównie z rozwoju technologii, zaś inne czynniki rozwojowe są mniej istotne. Jednocześnie należy zauważyć, że niezależnie od tego, która forma determinizmu technologicznego zostanie uznana za wiodącą należy zgodzić się z tym, że wdrożenie technologii wywołuje zmiany znacznie wykraczające poza ramy jej funkcjonowania. Dotyczy to przemian społecznych oraz zmian gospodarczych w ujęciu makroekonomicznym, jak i w wymiarze funkcjonowania przedsiębiorstw i zachowań konsumentów. Na charakter związków występujących między jednostkami i grupami społecznymi a technologią ma wpływ obserwowane przyspieszenie określane jako samoczynny wzrost techniki, który wyraża się w tym, iż technologia osiągnęła taki etap ewolucji, że jedno rozwiązanie technologiczne samoczynnie, bez decydującego wpływu człowieka, przekłada się na powstanie szeregu kolejnych. Towarzyszy temu intensyfikowanie się interakcji człowiek-komputer, które przekształcają się w symbiotyczny związek polegający na antropomorfizacji komputera i cyborgizacji człowieka.

W konsekwencji prowadzi to do zacierania się podziałów na producentów i konsumentów, profesjonalistów i amatorów, dysponentów i użytkowników mediów, kupujących i sprzedających, a także prowadzi do pogłębiania się podziałów związanych z kompetencjami w zakresie wdrażania nowych technologii i sprawia, że zwiększają się dystanse między podmiotami czerpiącymi korzyści z wykorzystywania w pozyskiwaniu informacji rynkowych zaawansowanych funkcji nowych mediów oraz podmiotami, które tego nie czynią lub stosują w ograniczonym zakresie.

Słowa kluczowe: relacje i więzi społeczne, nowe technologie informacyjno-komunikacyjne, determinizm technologiczny, społeczeństwo sieci, gospodarka cyfrowa.

EWOLUCYJNE ŹRÓDŁA ŁADU ZAMKNIĘTEGO I OTWARTEGO DOSTĘPU A ICH INTERAKCJE ZE WZROSTEM GOSPODARCZYM I ZMIANĄ TECHNOLOGICZNĄ

Bartosz Jan Sternal

*Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Kolegium Zarządzania i Finansów, Katedra Ekonomii Stosowanej,
ul. Madalińskiego 6/8, 02-513 Warszawa*

W artykule autor analizuje ewolucyjne źródła systemów organizacji społeczeństwa zamkniętego i otwartego dostępu w ujęciu Northa. Analiza wskazuje, że to różnicowanie w znacznej mierze można rozpatrywać jako wtórne, a nie pierwotne względem dynamicznego wzrostu gospodarczego czy znaczącej zmiany technologicznej. W szczególności w warunkach przed nowożytnego, powolnego rozwoju gospodarczego systemy otwartego dostępu, o ile powstawały, przegrywały rywalizację z wydajnymi systemami zamkniętego dostępu. Nieliczne wyjątki opierały gospodarkę w większym stopniu na handlu, co zwiększało potencjalne zyski ale obarczało je ryzykiem. W warunkach przyspieszania wzrostu gospodarczego systemy bardziej otwarte były zdolne do lepszego wykorzystania potencjału wzrostowego.

Następnie rozważana jest możliwość powstania i utrzymania się systemów nasyconych cechami ładu zamkniętego dostępu w gospodarkach rozwiniętych, w gospodarkach rozwijających się oraz ich ewentualna

zdolność do dalszej innowacyjności na poziomie światowej granicy technologicznej. W szczególności autor rozważa rolę przynajmniej częściowej zamkniętości łańcuchów instytucjonalnych w gospodarkach, które bardzo sprawnie dokonały zmniejszenia dystansu gospodarczego i technologicznego względem gospodarek rozpinających światową granicę technologiczną, oraz możliwości utrzymania w nich elementów łańcucha zamkniętego po dojsciu do tej granicy. Rozważany jest też potencjalny wpływ stagnacji sekularnej na przyszłą ewolucję łańcuchów instytucjonalnych. Jeżeli do takiego znacznego spowolnienia miałyby dojść, to wedle rozważań autora przetrwanie łańcuchów otwartych będzie znacznie utrudnione, tym bardziej im silniejsze będzie to spowolnienie.

Słowa kluczowe: ewolucja instytucji, zmiana technologiczna, wzrost gospodarczy, rewolucja przemysłowa.

POLITYKA PODATKOWA W OBlicZU PANDEMII I W OKRESIE POPANDEMICZNYM – WYZWANIA BUDŻETOWE, SPOŁECZNE, GOSPODARCZE

Waldemar Szymański

¹*Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie, Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych,
ul. Kawęczyńska 36, 03-772 Warszawa*

W artykule dokonana zostanie analiza rozwiązań prawnych przyjętych przez ustawodawcę w okresie pandemii COVID – 19 w celu złagodzenia negatywnych konsekwencji ekonomicznych, społecznych, gospodarczych, kryzysu epidemiologicznego. Skutkami ekonomicznymi pandemii powodują, że polityka fiskalna, w tym podatkowa znalazła się w centrum uwagi tak polityków, jak i ekonomistów. Konieczność przeciwdziałania rosnącemu zadłużeniu wymaga poszukiwania nowych źródeł dochodów publicznych lub reformowania istniejących, w celu zwiększenia ich wydajności fiskalnej. Celem pakietów antykryzysowych powinno być zapewnienie stabilności sektora finansowego przy jednoczesnym zagwarantowaniu bezpieczeństwa przedsiębiorstw i pracowników. Funkcje te mają spełniać instrumenty antykryzysowe, m.in. w formie dodatkowego opodatkowania sektora finansowego, czy preferencji podatkowych.

Aktualnie kluczowymi wyzwaniami dla kadry menedżerskiej przedsiębiorstw jest utrzymanie płynności operacyjnej i finansowej. Warunkiem skuteczności realizowanych antykryzysowych polityk fiskalnych jest uwzględnienie w nich właściwości danego kryzysu, tu: powodowane przestoju i ograniczeń w działalności operacyjnej przedsiębiorstw, zatorów płatniczych, reorganizacje pracy. Instrumenty antykryzysowej polityki fiskalnej powinny:

- ograniczać bieżące skutki kryzysu pandemicznego,
- zapobiegać możliwości pojawienia się zaburzeń w systemie gospodarczym w przyszłości,
- dążyć do utrzymania stabilności fiskalnej,
- zapewniać długoterminowy i stabilny wzrost gospodarczy kraju.

Celem artykułu jest wstępna analiza i ocena zmian w polityce podatkowej w wyniku kryzysu spowodowanego przez COVID – 19 oraz zaproponowanie dalszych kierunków zmian antykryzysowych.

W pierwszej części artykułu omówiona zostanie rola systemu podatkowego, jako instrumentu przeciwdziałania i niwelowania kryzysów gospodarczych. W oparciu o właściwości poszczególnych podatków zidentyfikowane zostaną te, które są najbardziej odpowiednie do realizacji polityki antykryzysowej.

Druga część artykułu będzie stanowić prezentację bieżących podatkowych rozwiązań antykryzysowych. W części badawczej podjęto próbę oceny dotychczasowych działań antykryzysowych. W oparciu o wstępną analizę wprowadzonych regulacji zaproponowane zostaną dalsze kierunki zmian w polityce podatkowej.

Słowa kluczowe: podatki, system podatkowy, funkcje podatków, baza podatkowa, efektywność podatkowa.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ OSOBY ZARZĄDZAJĄCEJ PRZEDSIĘBIORSTWEM ZA NARUSZENIE REGUŁ KONKURENCJI

Beata Wiczerzyńska

Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny im. Kazimierza Pułaskiego w Radomiu, Wydział Prawa i Administracji, Katedra Prawa Prywatnego, 26-600 Radom ul. Malczewskiego 29

Naruszenie reguł konkurencji w postaci zakazów porozumień ograniczających konkurencję wiąże się z możliwością pociągnięcia do odpowiedzialności prawnej, obok samego przedsiębiorcy, także osoby zarządzającej, która w ramach sprawowania swojej funkcji w czasie trwania stwierdzonego naruszenia umyślnie dopuściła przez swoje działanie lub zaniechanie do naruszenia przez tego przedsiębiorcę zakazów.

Wprowadzenie do ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (u.o.k.k.) odrębnej materialnej podstawy odpowiedzialności osoby zarządzającej za, niejako, ich własny delikt antymonopolowy nie budzi zastrzeżeń, wszak nic nie dzieje się w przedsiębiorstwie przedsiębiorcy bez wiedzy czy dozwolenia osoby zarządzającej. Wątpliwości powstają dopiero wówczas, gdy, po pierwsze, analizuje się ustawową definicję „osoby zarządzającej”, aby *in casu* rozstrzygnąć czy dana osoba podlega odpowiedzialności za naruszenie zakazu konkretnego porozumienia ograniczającego konkurencję. Wobec mnogości zarówno form prawnych przedsiębiorców, jak i modeli organizacyjnych ich przedsiębiorstw, zidentyfikowanie desygnatów pojęcia „kierujący przedsiębiorstwem” może nastroić poważnych trudności. Po drugie, analiza przesłanek odpowiedzialności osoby zarządzającej, zwłaszcza podmiotowej przesłanki umyślności zachowania, dostarcza wielu dylematów. I wreszcie sposób obliczania oraz wysokość administracyjnej kary pieniężnej jaka może być nałożona na osobę zarządzającą jest kulminacją rozterek interpretacyjnych w kontekście konstytucyjnej zasady proporcjonalności.

Celem pracy jest pogłębiona analiza zakresu, przesłanek i charakteru odpowiedzialności prawnej osoby zarządzającej za naruszenie zakazów ograniczających konkurencję przez przedsiębiorcę.

Słowa kluczowe: odpowiedzialność, zarządzający, delikt antymonopolowy, zakaz porozumień.

PRZEDSIĘBIORSTWA RODZINNE W SYTUACJI KRYZYSOWEJ WYWOŁANEJ PANDEMIĄ COVID-19: GŁÓWNE PROBLEMY I POSZUKIWANE ROZWIĄZANIA

Beata Żelazko¹, Barbara Rychta²

¹*Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Zakład Przedsiębiorstwa Rodzinnego w Instytucie
Przedsiębiorstwa, Al. Niepodległości 162, 02-554 Warszawa*

²*Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Zakład Przedsiębiorstwa Rodzinnego w Instytucie
Przedsiębiorstwa, Al. Niepodległości 162, 02-554 Warszawa (doktorantka)*

Przedsiębiorstwa rodzinne (tzn. zarządzane przez rodzinę i będące własnością rodziny) – według szacunkowych danych – stanowią 36% ogółu podmiotów w Polsce. Uznawane są za jednostki bardziej odporne i radzące sobie lepiej w sytuacjach kryzysowych aniżeli przedsiębiorstwa nierodzinne. Ich konkurencyjność opiera się na dobrej znajomości potrzeb klientów oraz długofalowych relacjach z nimi. Tymczasem w połowie marca 2020 r., na skutek zjawisk wywołanych pandemią COVID-19, zakłócony został przebieg kluczowych procesów zachodzących wewnątrz tych przedsiębiorstw, jak również osłabione zostały więzi łączące je z otoczeniem. Przedsiębiorstwa te musiały po pierwsze, zmierzyć się z okolicznościami realnie zagrażającymi ciągłości funkcjonowania (absencja pracowników, zamknięcie tradycyjnych punktów sprzedaży, wstrzymanie dostaw materiałów i półproduktów), po drugie, jak najszybciej podjąć działania dostosowujące ich systemy do nowych warunków społeczno-gospodarczych (wprowadzenie rozwiązań cyfrowych). Interesującą kwestią jest to, jak przedsiębiorstwa rodzinne postrzegały kryzys i jak oceniały jego możliwe skutki oraz sposoby wyjścia z niego.

Niniejszy artykuł dotyczy tzw. osądu sytuacji na potrzeby decyzji zarządczych. Głównym celem prowadzonych rozważań jest próba identyfikacji czynników wpływających na percepcję zdarzeń oraz nakreślenie – w oparciu o wyniki sondażowego badania przeprowadzonego wśród przedstawicieli przedsiębiorstw rodzinnych – obrazu kryzysu, jego konsekwencji i możliwości radzenia sobie z nim.

Na potrzeby rozważań prowadzonych w niniejszym artykule przeprowadzono analizę koncepcji teoretycznych dotyczących percepcji zjawisk zachodzących w otoczeniu przedsiębiorstwa. Omówiono także wyniki badania opinii właścicieli i menadżerów polskich przedsiębiorstw rodzinnych w kwestii zagrożeń związanych z blokadą gospodarczą.

Słowa kluczowe: sytuacja kryzysowa, osąd sytuacji, przedsiębiorstwo rodzinne, zarządzanie, wiedza.