



SGH

# Przyszłość metaverse w branży hotelarskiej i turystycznej

dr inż. Agnieszka Tul-Krzyszczuk  
Instytut Zarządzania, SGGW Warszawa



WARSAW  
UNIVERSITY  
OF LIFE SCIENCES







# Plan wystąpienia

- Koncepcja Metaverse
- Przykłady wykorzystania metaverse
- Korzyści z Metaverse w branży turystycznej i hotelarskiej
- Przyszłość metaverse w branży hotelarskiej i turystycznej
- Podsumowanie



# Metaversum

(z ang. *metaverse*)

- To koncepcja wirtualnego świata (Internetu), który łączy w sobie elementy rzeczywistości wirtualnej (VR), sztucznej inteligencji (AI) i rzeczywistości rozszerzonej (AR).
- Jest to swojego rodzaju cyfrowa przestrzeń, w której ludzie mogą łączyć się, interakcjonować, tworzyć, handlować i eksplorować różne wirtualne światy.
- To połączenie zaawansowanej technologii wirtualnej rzeczywistości z interaktywnością sieci społecznych.

*\*Treść wygenerowana przez AI: ChatGPT*

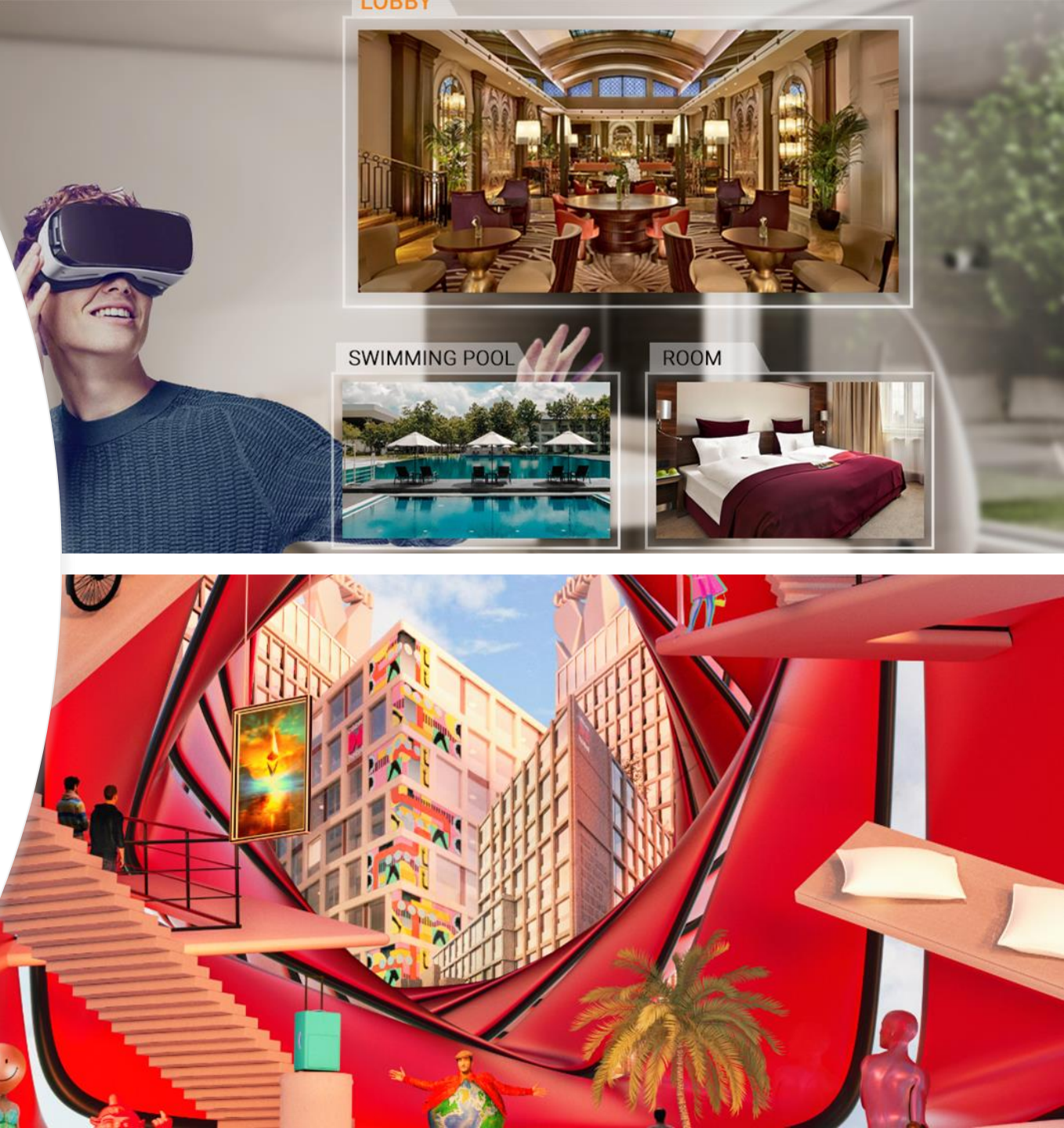




# Metaverse

Porównywane jest do Web 3.0  
(Internetu 3.0)

- **Sztuczna inteligencja (AI),**
- **Rzeczywistość wirtualna (VR),**
- **Rzeczywistość rozszerzona (AR),**
  
- **SMS → Emotikony → Awatary**
  - *Awatar* - hinduskie wcielenie bóstwa na ziemi.
- **Dwuwymiarowa komunikacja,**
- **Technologia 3D (tree-dimensionality)**
- **Imersja** – tymczasowe poszerzenie świadomości o obszary podświadomości.





# Wymiary koncepcji Metaverse w turystyce

- 1. Stopień interaktywności:** od niskiego do wysokiego.
  - **Niski stopień** - klienci biernie angażują się w wirtualne produkty i usługi (np. biernie poszukują informacji).
  - **Wysoki stopień** - klienci aktywnie uczestniczą w wirtualnym środowisku na żywo - np. pływając kajakiem, grając w wirtualne gry itp.
- 2. Rodzaj motywu uczestnictwa w wirtualnym doświadczeniu:**
  - **hedonistyczny** - podejmowane dla przyjemności i radości (np. wirtualne nurkowanie w Oceanie Spokojnym),
  - **użyteczny** - zaspokajanie potrzeb funkcjonalnych lub użytecznych w wirtualnym świecie.



**Metaverse Gaming:** za pomocą rzeczywistości wirtualnej (VR) i rzeczywistości rozszerzonej (AR); istnieją innowacje, tj. blockchain, kryptowaluty i tokeny niezbywalne (NFT), użytkownicy mogą grać, aby zarabiać i kupować cyfrowe aktywa.

**Metaverse w Nauce:** wirtualne lekcje, zwiedzanie miejsc historycznych, wirtualne operacje, lekcje ekologii, itp., np. *Microsoft Mesh* - mieszana rzeczywistość z Hololens, ludzie mogą uczyć się zdalnie z różnych miejsc z trójwymiarową współpracą i interakcją.

**Metaverse w Pracy:** cyfrowe przestrzenie biurowe, w których ludzie pracują z domu, np. *SoWork* (model hybrydowy, obejmujący pomoc AR i VR podczas spotkań), rozwój szkoleń opartych na VR, łączący teorię z nauką praktyczną.





# Metaverse w świecie produkcji

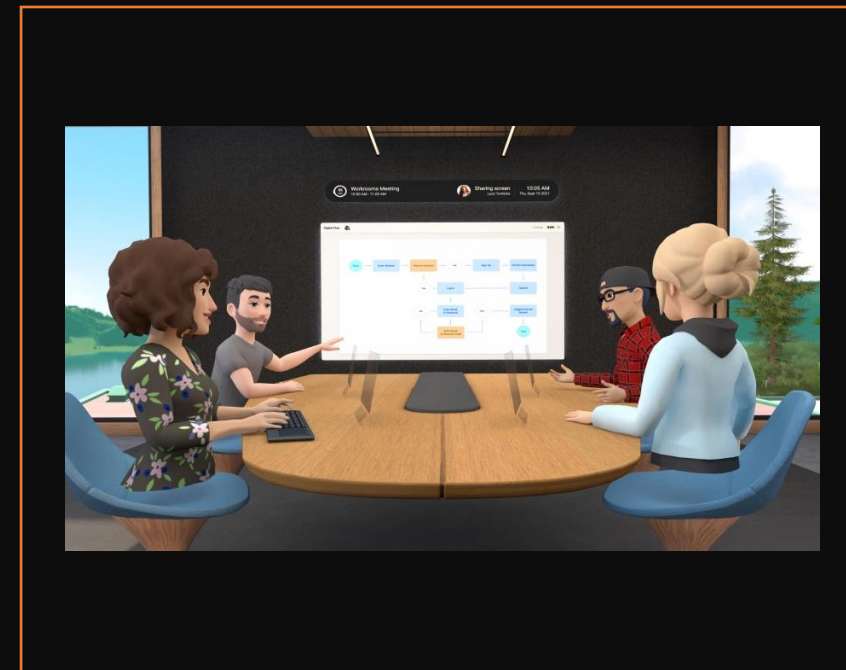
- w połączeniu z IoT może zrewolucjonizować produkcję,
- cyfrowe bliźniaki i awatary do oglądania maszyn i linii produkcyjnych w ciągu kilku sekund,
- dopasowanie do linii produkcyjnej,
- naprawa (digital twin),
- modele 3D produktów i ich wizualizacja w metaverse.



- **Metaverse w Sektorze Publicznym:** np. w marketingu miejskim, rozwoju biznesu i świadczeniu usług; zmiana sposobu interakcji ze swoimi obywatelami, zwiększenie przejrzystości i efektywności, np. Seul (stolica Korei Południowej), cyfrowa ambasada na Barbados, miasto Santa Monica w Kalifornii.



- **Metaverse w Przedsiębiorstwach**  
**Użyteczności Publicznej:** wirtualne doradztwo energetyczne, zdalne monitorowanie i konserwacje, wirtualne szkolenia i wizyty w terenie, itp...







## Metaverse w Branży modowej:

np. *Gucci Town*, *Vans World* na Robloxie, wirtualni projektanci mody, wzmocnienie doświadczeń klientów podczas zakupów.

## Metaverse w Handlu:

- branża odzieżowa (Balenciaga), obuwnicza (Nike, Adidas),
- centrum handlowe (Walmart)
- nieruchomości (*The Metaverse Group*), itp.





**W bankowości i finansach:**  
American Express, HSBC (w The Sandbox), JP  
Morgan Chase (na Decentraland), PKO BP.

**W opiece zdrowotnej:**  
telemedycyna i współpraca w czasie  
rzeczywistym, zdalne konsultacje (dzięki VR, XR i  
haptycy), rehabilitacja, Digital twin do  
testowania zabiegów na wirtualnych pacjentach,  
robotyka.

**W rozrywce,  
w mediach społecznościowych:**  
cyfrowe interakcje w wirtualnych przestrzeniach  
3D, np. Meta Marka Zuckerberga,  
wirtualne koncerty (Travis Scott),  
w przyszłości parki rozrywki i imprezy sportowe.







# Metaverse w Turystyce

- Wirtualne przeloty samolotem
  - (QVerse, First Airlines – wirtualne loty do Tokio, Rzymu, Paryża itp..)
- Podróże wirtualne
  - (Wander, National Geographic VR)
- Wirtualni przewodnicy turystyczni
- Wirtualne zwiedzanie miejsc przed podróżą i rezerwacja
- Personalizowane wirtualne doświadczenia turystyczne





vers +hôtel = M



## Metaverse w hotelach

- Wirtualne recepcje i zameldowanie online
- Personalizowane pokoje w wirtualnych przestrzeniach
- Wirtualne tourné po hotelach przed rezerwacją
- Personalizowane wirtualne doświadczenia i programy lojalnościowe

vers + hôtel = M



<https://hospitalitydesign.com/news/development-destinations/hotel-industry-nfts-metaverse>

## Metaverse w hotelach biznesowych

- Wirtualne eventy, spotkania biznesowe, szkolenie, konferencje
- Personalizowane sale konferencyjne
- Wirtualne zwiedzanie hotelu, sal konferencyjnych, restauracji przed rezerwacją
- Personalizowane wirtualne doświadczenia i programy lojalnościowe



# Metaverse w gastronomii

- Wirtualne recepcje i zameldowanie online
- Personalizowanie usług w wirtualnych przestrzeniach
- Wirtualne tournée przed rezerwacją sali, stolika czy posiłku
- Programy lojalnościowe







# Wirtualne gotowanie

## Wirtualny doradca, szef kuchni



evendo OKAZJE PRODUKTY BLOG Virtual G... Gdzie? Gdy?

### Niskie koszty wirtualnych doświadczeń dla smakoszy

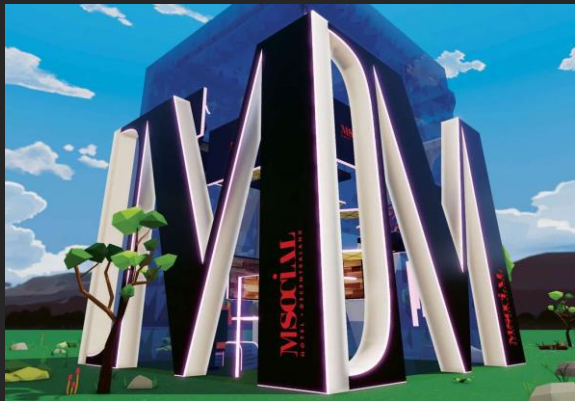
Pokazy kulinarne i degustacje piwa online w świetnej cenie

Virtual Wine Tasting Chianti Classico	Wine Cocktails at Home Taste of Sicily	Virtual Kitchen Challenge Show & Tell	Virtual Kitchen Challenge Foodionary Quiz
<i>Dream of Italy's rolling Tuscan hills</i>	<i>Interactive &amp; educational</i>	<i>Travel back to your childhood!</i>	<i>Food &amp; drawing contest</i>
Od 45,87 zł / person	Od 55,05 zł / person	Od 100,00 zł / person	Od 100,00 zł / person

Klikając naszą witrynę lub „Akceptuję”, wyrażasz zgodę na nasze [Polityka Cookie](#). [Zarządzaj ustawieniami prywatności](#).



## Case study:



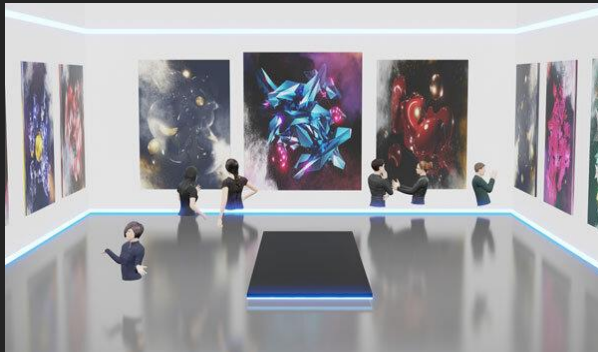
## First Metaverse Hotel: M Social Decentraland— Millennium Hotel and Resorts

5 Maj 2022

- 150 hoteli w około 80 lokalizacjach na całym świecie w Azji, Europie, na Bliskim Wschodzie, w Nowej Zelandii i Stanach Zjednoczonych.
- Niekonwencjonalne pokoje gościnne, wraz z pływającymi łóżkami dostępne do wynajęcia, wraz z innymi immersyjnymi przestrzeniami wewnątrz hotelu.
- Hotel ma nadzieję na wzmocnienie więzi z gośćmi poprzez doświadczenia online, które prowadzą do rzeczywistego zaangażowania

## Metaverse w Marriott International (30 brands)

- **MEMORIED - TXREK** (Tark Mustapha, alias TXREK (Tarek Em) - odkrywa magię nowych doświadczeń, to ścieżka do magicznych podróży i spokoju ducha podczas pobytu w jednym z około 7900 obiektów z portfolio Marriott Bonvoy.
- **Emotional Journey - JYJ**, Jareda "Jay" Richardsona), została zainspirowana zdolnością podróży do wywoływania różnych emocji, w poszukiwaniu inspiracji, ucieczki od rzeczywistości, czy też zaspokojenia ciekawości odkrywania (las - można poczuć się zagubionym, utopia - wszystko jest idealne, futurizm - postmodernistyczna rzeczywistość).
- **THE EXPERIENTIAL IN BETWEEN** (Erick Nicolaya), elegancja wrażeń z podróży w pomieszczeniach z inspirującą eksploracją krajobrazów podczas podróży na świeżym powietrzu. Sztuka cyfrowa, projektowanie wnętrz i zamiłowanie do natury, co jest możliwe tylko dzięki obrazom 3D.
- **RendezVerse** - wirtualne wydarzenia i konferencje

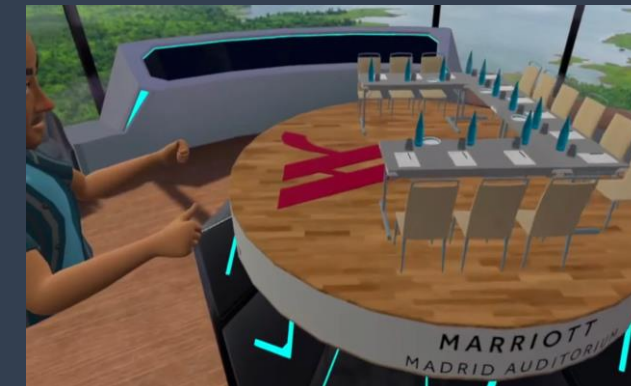




MARRIOTT  
BONVOY®

## Marriott's AR and VR experiences

- **Moxy Hotels** – marka "stylowa i zabawna", skierowana do młodszych podróżników, w celu "złamania zasad w niekonwencjonalnym pobycie". Doświadczenie w metaverse pozwala gościom np. tworzyć i ubierać wirtualne Awatary; uczestniczyć w dużym regionalnym konkursie gier i e-sportu.
- **Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference** - ma cyfrowego bliźniaka hybrydowej lokalizacji hotelowo-konferencyjnej w Madrycie;
  - Goście VR mogą eksplorować i "poczuć" - można zmieniać ustawienia sal konferencyjnych i tworzyć inne doświadczenia.





Przykłady  
Metaverse  
w  
Hotelach

## Hilton NFT Art Program - Program artystyczny Hilton NFT

- Pilotażowy program sztuki cyfrowej i NFT (Nioo Art.), Hilton ogłosił w czerwcu 2022 r., że wybrane hotelowe przestrzenie publiczne i pokoje gościnne będą wyposażone w **cyfrową sztukę tysięcy współczesnych artystów na ekranach cyfrowych**. Jest to część kampanii mającej na celu dostarczenie gościom większej wartości poprzez przyciągającą uwagę i angażującą sztukę.
- Goście mają możliwość jeszcze większego zaangażowania się w dzieło sztuki i zabrania go do domu dzięki unikalnej aplikacji do strumieniowego przesyłania sztuki.
- Jedynym sposobem na obejrzenie kolekcji jest rezerwacja pobytu w New York Hilton Midtown lub Conrad New York Midtown.
- RendezVerse App






# MIAMI'S SLS SOUTH BEACH HOTEL SPRZEDAJE SZTUKĘ NFT ZA POŚREDNICTWEM TELEWIZORÓW W POKOJACH



NFT BAZL Artists > TRANSPARENT HOW DOES IT WORK? > Login REGISTER



**TRANSPARENT**

South Florida based Josh Leidoff, also known as the gallery award winning fine commodities artist TRANSPARENT is also an Entrepreneur, Humanitarian, World Traveler and Journalist. While painting and drawing since an early age, collecting rare international currency and exploring creative photography in over 50 countries in his lifetime, he always had the dream of making the world's currency as vibrant as the people who use it. He always felt like art should evolve with the times and with the people, so he set out to do something revolutionary that no other money artist on the planet had ever done.


[READ MORE >](#)

[transparentartist.com](https://transparentartist.com)

[@transparentartist](#)


---

Artwork All Digital Physical Search... All Sort by price




**The Future of Money** ✓

SOLD FOR  
\$18,750 USD




**The Evolution of Money** ✓

INITIAL PRICE  
\$12,750 USD




**Bitcoin Genie** ✓

INITIAL PRICE  
\$18,750 USD



**New Money** ✓


INITIAL PRICE  
\$12,750 USD



**Financial Disruption** B

INITIAL PRICE  
\$25,000 USD

NFT BAZL Artists > ANDRE MONET HOW DC




**Andre Monet**

Inspired by cinema, photography, music and literature, Monet has a natural sense for modern culture and his contemporaries. His signature conceptual assemblage of text, texture and color exudes eccentricity and empowerment of its time, exemplifying the personalities of its icons. His portrait work blends collage of old newspapers and books, painting and vanishing, the traits of his characters are recreated with such precision that one might see a realistic photograph arising from a distance.


---

Artwork Search... All Sort




**Kurt Cobain** B

SOLD FOR  
\$26,000 USD




**Prince** B

INITIAL PRICE  
\$25,500 USD




**Kurt Diptych** B

INITIAL PRICE  
\$26,000 USD



**David Tryptich** B

INITIAL PRICE  
\$26,000 USD



**Attraction** B

INITIAL PRICE  
\$26,000 USD



# Wykorzystanie Metaverse w hotelach

## ❑ Hotel RIU w Hiszpanii

<https://www.hospitalitynet.org/news/4111171.html>

## ❑ Meta, Workrooms:

<https://www.artiref.com/trucs-et-astuces/metaverse-hotel-what-to-do-except-vr.html>

## ❑ RendezVerse - The Metaverse Community for Hotel and Events Industry

[https://www.youtube.com/watch?v=L7Xwye\\_NpwQ](https://www.youtube.com/watch?v=L7Xwye_NpwQ)

## ❑ A #metaverse success story: Eye Universe From Virtual Events to Metaverse Solutions Case Study

<https://www.youtube.com/watch?v=fO9hE6ArNtU>



## Korzyści z Metaverse w branży turystycznej i hotelarskiej

1. Korzyści finansowe
2. Optymalizacja procesów operacyjnych:
  - Ulepszenie (nie zastąpienie) fizycznego hotelu
  - Platforma do interaktywnych szkoleń pracowników, wizualizacja procesu sprzedaży i oferty hotelu.
  - Wirtualne planowanie wydarzeń - eksperymentowanie z konfiguracjami i dekoracjami, menu itp.. Wydarzenia wirtualne lub hybrydowe
  - Automatyzacja rezerwacji, optymalizacja procesu sprzedaży: zwiedzanie obiektu, bezpośrednia rezerwacja i płatność w kryptowalucie.
3. Zwiększenie atrakcyjności oferty dla klientów:
  - Personalizacja i uatrakcyjnienie oferty
  - Wypróbuj zanim kupisz!
  - Oplącalny, oszczędzający czas i bardziej przyjazny dla środowiska sposób wstępnego odwiedzania przestrzeni noclegowych, eventowych lub organizowania wirtualnych wydarzeń korporacyjnych,
  - Możliwość zaangażowania gości w przyszłości.

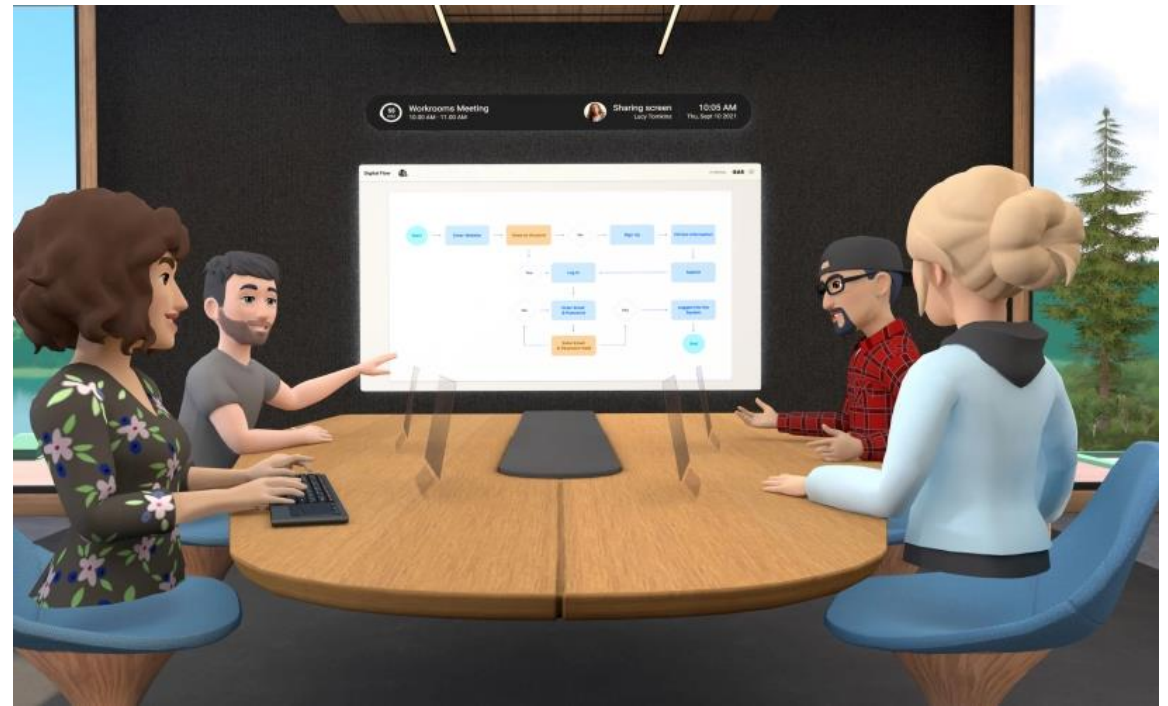


Meeting attendees interacting in a virtual boardroom.

## Korzyści z Metaverse w branży turystycznej i hotelarskiej

### 4. Nowe możliwości marketingowe i promocyjne:

- Inspiracja podróży - ożywianie marek turystycznych.
- Platformy np. Roblox - częściej wykorzystywane do organizacji koncertów i wydarzeń "na żywo", promocji produktów i współpracy z markami, Snapchat – w wirtualnych podróżach, handlu, itp...
- Platforma do angażowania gości, do badań zachowań gości.
- Programy lojalnościowe dla gości (zbieranie punktów za wizyty).
- Personalizacja komunikacji, interaktywna promocja oferty usługowej
- Okazja do spotkania i interakcji z gośćmi, wzmocnienie więzi z gośćmi, nowe doświadczenia prowadzą do nowych klientów
- Przejście od tradycyjnych broszur (tzw. płaskich stron internetowych) do wykorzystania 2D stron internetowych.
- NFT wykorzystywane jako Wirtualne prezenty lub identyfikatory specjalnych przywilejów.



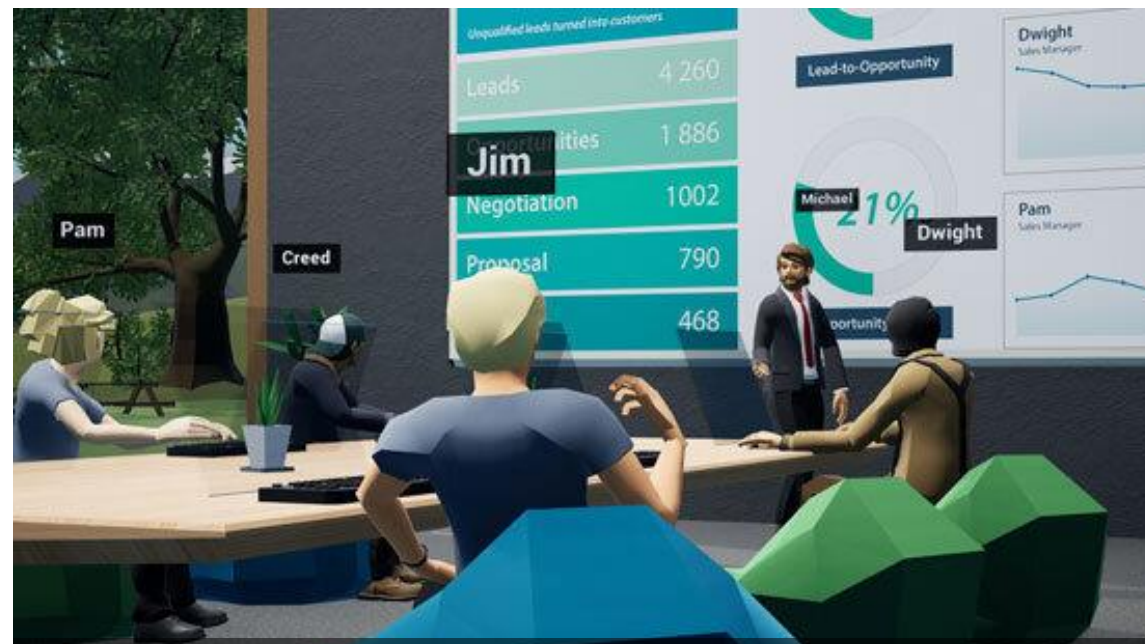


## Korzyści z Metaverse w branży turystycznej i hotelarskiej

- kroki w ewolucji

Według Kantar Research, 2023 (USA):

- 84% osób uważa filtry/soczewki AR za co najmniej nieco pomocne na każdym etapie podróży.
- 91% osób twierdzi, że jest co najmniej w pewnym stopniu prawdopodobne, że znajdą inspirację do osobistej podróży po nawiązaniu kontaktu z marką w dowolnej kategorii podróży za pośrednictwem AR.
- **Od przymierzania gogli po podróże:**
  - Gogle AR na Snapchacie są bardziej pomocne.
  - Snapchatterzy są bardziej skłonni do korzystania z AR w celu inspiracji (2,2 razy bardziej prawdopodobne), planowania (2,3x) i rezerwacji (2,6x).
  - AR w Snapchacie napędza wzrost intencji podróży i pozytywnie wpływa na rezerwacje podróży.



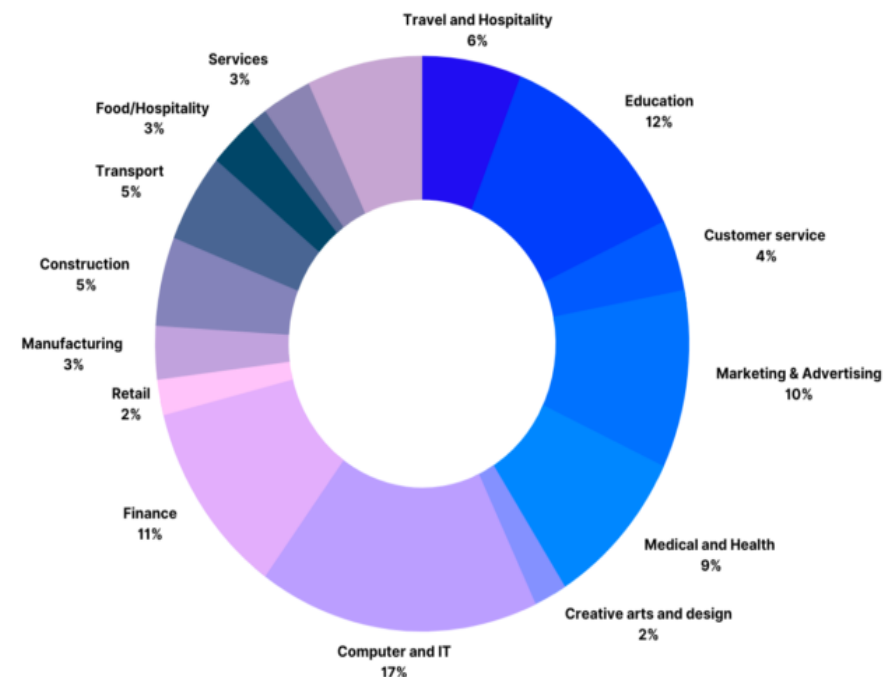
Meeting attendees interacting in a virtual boardroom.

# Perspektywy metaverse na lata 2023 i 2024 (USA)

- Ok. **400 milionów** ludzi jest użytkownikami metaverse.
- W tym **80%** - ma mniej niż 16 lat.
- Większość obecnych aplikacji metaverse jest skierowana do graczy, gier: Roblox, Minecraft i Fortnite, które mają odpowiednio 210, 160 i 80 milionów aktywnych użytkowników.
- Poglądy ogółu społeczeństwa: jedynie **16%** populacji rozumie ideę stojącą za metaverse.
- Metaverse może całkowicie zastąpić obecne platformy mediów społecznościowych - 24%.
- będzie wykorzystywany w MS, ale nie zastąpi całkowicie istniejących sieci społecznościowych - 42%.

<https://explodingtopics.com/blog/metaverse-stats>

## In what sector is your company active?



sortlist

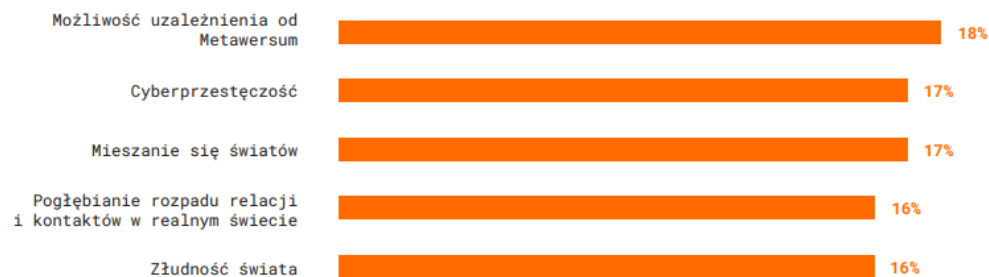
Tech experts thoughts	%
It's at its highest now	15%
<b>In the next 5 years</b>	<b>68%</b>
In the next 10 years	14%
It will take more than 10 years for this technology to start booming	3%
It's never going to boom	1%



## Wyzwania i ryzyka

- **Ryzyko uzależnienia od technologii**
- **Bezpieczeństwo i Prywatność w Metaverse:**
  - Prywatność podróżnych w Metaverse
  - Bezpieczeństwo danych w wirtualnych przestrzeniach (48% przedsiębiorstw)
  - Wyzwania związane z cyberbezpieczeństwem i ich rozwiązania
- **Konieczność inwestycji w szkolenia personelu**
- **Akceptacja społeczna i kulturowa Metaverse**

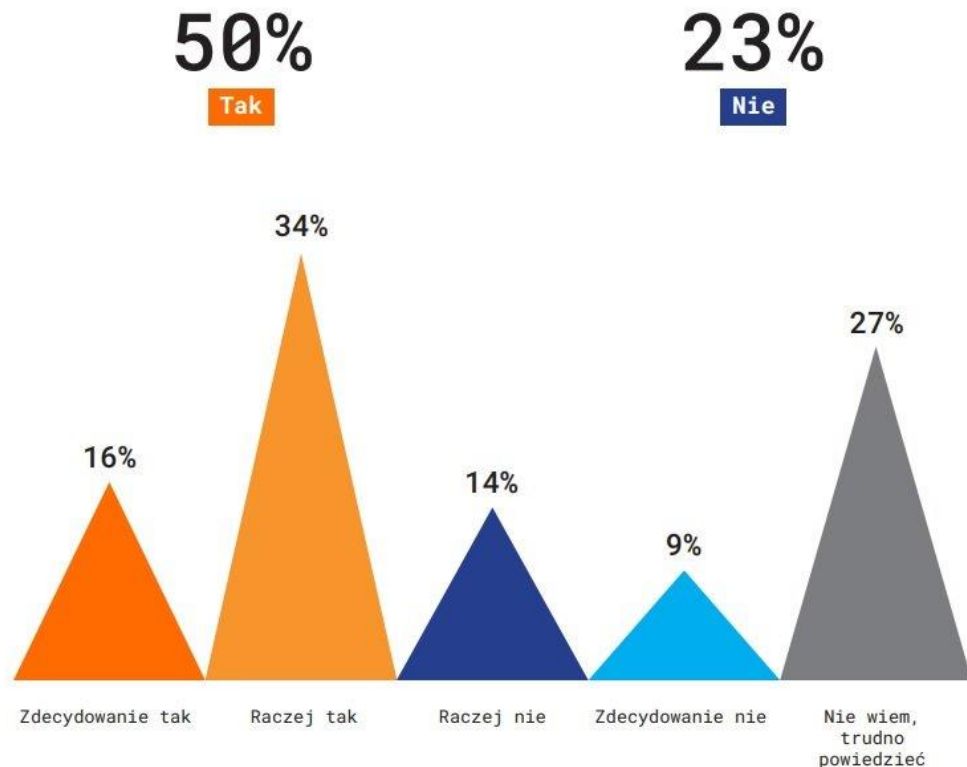
**\_Czego byś się obawiał/a, jeśli chodzi o metawersum? Wskaż 3 swoje najsilniejsze obawy związane z metawersum. TOP5 odpowiedzi.**



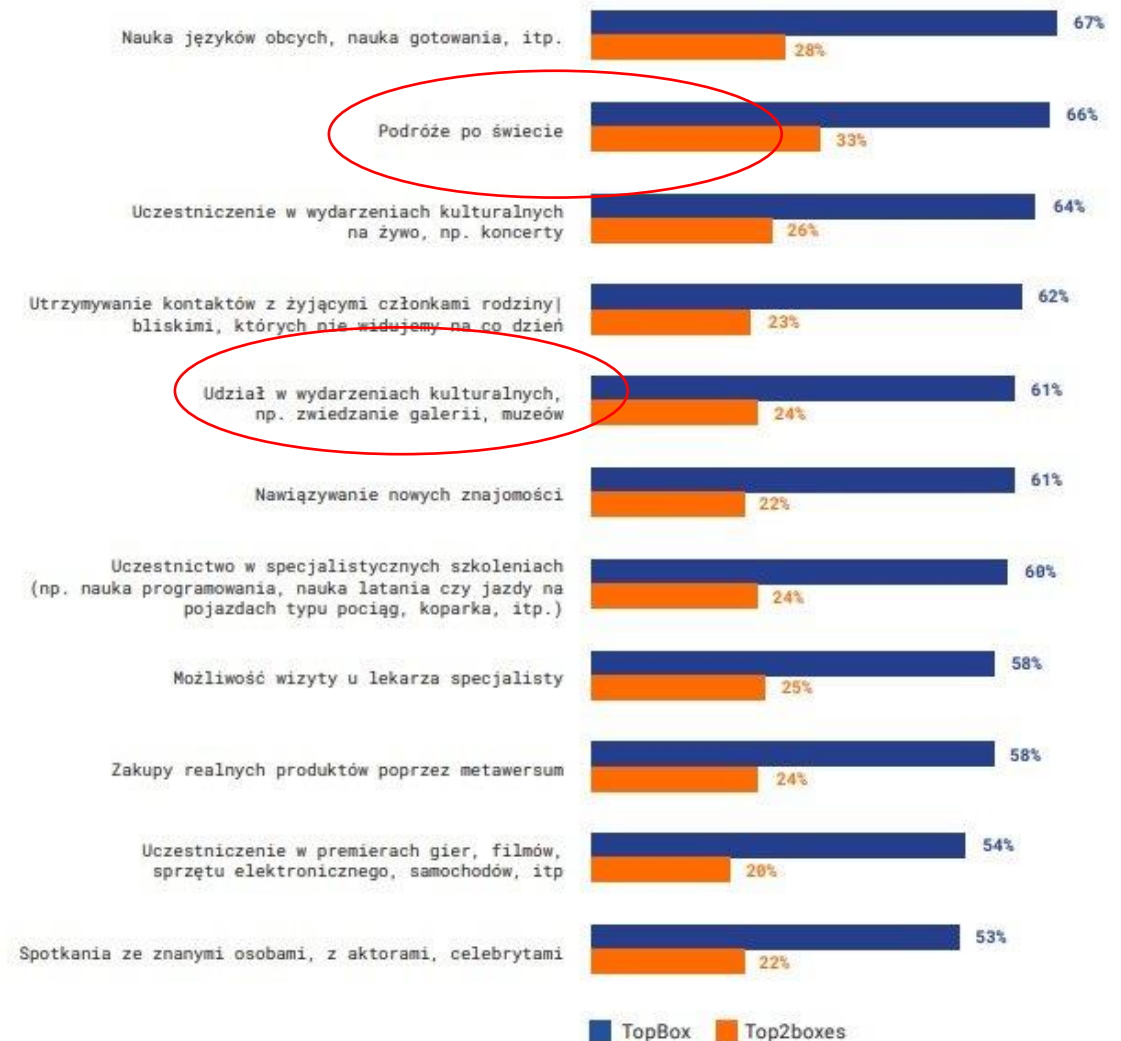
# Przyszłość metaversum w turystyce i hotelarstwie w Polsce

Metaraport – Analiza potrzeb, zachowań i przewidywań Polaków związanych z metawersum

**\_chciał/a/byś skorzystać z możliwości, które daje metawersum w perspektywie najbliższych 5 lat?**



**\_Niezależnie od tego, czy chciał/a/byś skorzystać z metawersum, które z usług/funkcjonalności metawersum są dla Ciebie atrakcyjne?**





# Podsumowanie



Metaverse, wpływa m.in. na doświadczenie klienta, organizację i obsługę klienta oraz procesy operacyjne i model operacyjny firmy, czy strategię zarządzania i marketingowe. Spowoduje to zmiany w modelach ekonomicznych i biznesowych.



Istnieją perspektywy rozwoju turystyki i hotelarstwa w wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości: angażowanie wielu zmysłów klientów, zachowania i innowacyjne doświadczenia hybrydowe, na poziomie materialnym, duchowym i społecznym.



Istnieją obawy i wyzwania związane z wdrażaniem Metaverse (etyczne, prawne, psychologiczne, bezpieczeństwa, dezinformacji, itp..).

Metawersja spowoduje zmiany paradygmatu w sektorze usług i wiele funkcji, procesów zarządzania, ról (np. zmniejszając zapotrzebowanie na tzw. rutynowe zadania).





# Bibliografia

---

- Balasubramanian K., Rupam K., Tul-Krzyszczuk A., 2023: Digital Trust in the Hotel Industry – An International Customer/Supplier Perspective. In: Paliszkievicz, J., Chen, K., Launer, M. (eds), Trust and Digital Business: Theory and Practice, Routledge, 137-147, ISBN 9781003266525.
- Goschenko S., 2022: European Union to Launch Global Metaverse Regulation Initiative in 2023. Accessed at: <https://news.bitcoin.com/european-union-to-launch-global-metaverse-regulation-initiative-in-2023/>, [access: 20 September 2022].
- Gursoy D., Malodiac S., Dhir A., 2022: The metaverse in the hospitality and tourism industry: an overview of current trends and future research directions. Journal Of Hospitality Marketing & Management, Taylor & Francis Group, LLC, <https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2072504>.
- KPMG China, 2022: *From sci-fi concept to cutting-edge technology. KPMG's "Exploring the metaverse"*. Accessed at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cn/pdf/en/2022/03/first-exploration-metaverse.pdf>.
- Metaraport – Analiza potrzeb, zachowań i przewidywań Polaków związanych z metawersum, 2022, 24/7Communication.
- Oh H.J., Kim J., Chang J.J.C., Park N., Lee S., 2023: Social benefits of living in the metaverse: The relationships among social presence, supportive interaction, social self-efficacy, and feelings of loneliness. *Computers in Human Behavior*, Elsevier Science, 139, 107498.
- Tul-Krzyszczuk A., 2022: Metaverse in hospitality management in the age of digital transformation. Economics and Organization of Logistics, SGGW, Warsaw.
- Yakimenko-Tereschenko N., Anishchenko A., Chaika T., Vyshniakov O., Synko A., 2022: Foreign and domestic experience of innovative events in the restaurant business and culinary tourism. *Journal of Innovations and Sustainability*, 6(4), 02. <https://doi.org/10.51599/is.2022.06.04.02>.
- Zaman U., Koo I., Abbasi S., Raza S.H., Qureshi M.G., 2022: Meet your digital twin in space? Profiling international expat's readiness for metaverse space travel, Tech-Savviness, COVID-19 Travel Anxiety, and Travel Fear of Missing Out. *Sustainability*, 14 (11), p. 6441.
- <https://explodingtopics.com/blog/metaverse-stats>
- <https://www.phocuswire.com/snap-try-before-you-buy-augmented-reality-drive-travel-bookings>





Management  
Institute



College  
of Business  
SCHOOL OF INTERNATIONAL BUSINESS - MARKETING



BAŞKENT  
UNIVERSITY  
1993

## 2<sup>nd</sup> INTERNATIONAL CONGRESS ON BLUE & GREY COLLAR WORKERS

AN ALTERNATIVE NEO-HUMAN RELATIONS PERSPECTIVE

ZAPROSZENIE

### Topics:

- Digital transformation in the organization
- GIG Economy
- Error management
- Gender equality
- Post-pandemic management in the organization
- Identity constructions of employees
- Diversity and discrimination management
- Cybersecurity and privacy in organizations
- Artificial intelligence and machine learning in organizations
- Trust and intuition in management
- Information management systems at the workplace
- Knowledge management
- Motivation and engagement at the workplace
- The development of human resources
- CSR in the organization

- **Data:** 8-11 Maj 2024
- **Organized by:** Warsaw University of Life Sciences (Warsaw, Poland) and Başkent University (Ankara, Turkey)
- **May 8: Workshop Day**  
**May 9 – 11: Paper Presentations and Keynote speakers**
- **Conference Theme:**  
Blue and Grey Collar Workers. An Alternative Neo-Human Relations Perspective
- **Key dates:**  
Submission deadline of complete papers or Abstracts: **December 15, 2023**
- Reviews and responses to authors February 01, 2024
- Submission of the final version of accepted papers or abstracts: February 15, 2024

<https://bgcongress.iz.sggw.pl/>

**Serdecznie zapraszamy !**



**WARSAW  
UNIVERSITY  
OF LIFE SCIENCES**

**Publication Opportunity :**

- Edited books: **Taylor and Francis (75pkt)**, Publisher of the Warsaw University of Life Sciences;
  - **Central European Management Journal** ISSN 2658-0845, e-ISSN 2658-2430
  - **Management and Production Engineering Review** ISSN 2080-0208, e-ISSN 2082-1344
  - **Economics and Organization of Logistics** ISSN: 2450-8055, e-ISSN: 2543-8867
  - **Journal of Economics and Management** e-ISSN 2719-9975
  - **International Journal of Innovation and Learning** ISSN print 1471-8197, e-ISSN 1741-8089\_
  - **Forum Scientiae Oeconomia** ISSN print 2300-5947, e-ISSN 2353-4435
  - **International Journal of Management, Knowledge and Learning (IJMKL)** e-ISSN 2232-5697
  - **Journal of Tourism and Regional Development** ISSN 2353-9178, e-ISSN 2543-8859
  - **Economics and Business Management** ISSN 2786-7404
  - **Special Issue "Knowledge Management, Digital Trust, and Corporate Social Responsibility in the Era of Social Media"** ISSN 2078-2489 a special issue of *Information*
  - **Acta Technica Napocensis** ISSN print 1221-5872, e-ISSN 2393-2988
  - **Human Systems Management** ISSN print 0167-2533, e-ISSN 1875-8703
- 
- **For more information:** <https://bgcongress.iz.sggw.pl/>
  - **Contact:** [bgcongress@sggw.edu.pl](mailto:bgcongress@sggw.edu.pl)



**Dr inż. Agnieszka Tul - Krzyszczuk**  
[agnieszka\\_tul-krzyszczuk@sggw.edu.pl](mailto:agnieszka_tul-krzyszczuk@sggw.edu.pl)

Instytut Zarządzania, SGGW Warszawa

***Dziękuję za uwagę !***