

Wydawca:

Katedra Handlu Zagranicznego
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków
www.khz.uek.krakow.pl – zakładka Specjalność HZ
e-mail: ekhz@uek.krakow.pl

Trade - in

Newsletter Handlu Zagranicznego

CZASOPISMO STUDENCKIE POŚWIĘCONE PROBLEMOM HANDLU ZAGRANICZNEGO NR 6/2018

ŚWIAT

Singapur piąty rok z rzędu został uznany za najdroższe miasto świata. Tak wynika z najnowszego raportu Worldwide Cost of Living, przygotowanego przez Economist Intelligence Unit. Na drugim miejscu *ex aequo* znalazły się Paryż i Zurych. Jak pisze CNBC, to potwierdzenie trendu obserwowanego w tej części Azji, gdzie wraz ze wzrostem gospodarczym i gwałtownym rozwojem branży finansowej od lat rosną ceny i koszty życia. W czołówce zestawienia zabrakło natomiast metropolii ze Stanów Zjednoczonych, mimo relatywnie wysokich kosztów życia w tamtejszych miastach. Dzieje się tak ze względu na duże osłabienie dolara. W tym roku Nowy Jork i Los Angeles spadły na odpowiednio 13. i 14. miejsce.

EUROPA

Bruksela rozważa odwet za cła Trumpa. Jeśli Biały Dom wprowadzi cła na import stali i aluminium, Bruksela może nałożyć też cła na niektóre produkty sprowadzane ze Stanów Zjednoczonych do Europy. Komisja Europejska pracuje nad przeglądem regulacji dotyczących ewentualnych retorsji wobec USA. Trump zdecydował, że do czasu zakończenia negocjacji umowy NAFTA nowym podatkiem nie będą obłożone wyroby z Kanady i Meksyku. Podpisując porozumienie w sprawie nowych ceł, prezydent USA powołał się na przepis z 1962 r., który pozwala mu na ograniczenie importu i nałożenie nieograniczonych ceł, jeśli przemawia za tym bezpieczeństwo narodowe.

POLSKA

Ważą się losy polskich firm transportowych. Minister infrastruktury A. Adamczyk powiedział, że ma nadzieję, iż kraje UE wypracują kompromis w sprawie tak zwanego pakietu drogowego. Pakiet drogowy to propozycja KE, która ma zmienić oblicze europejskiego transportu. Jedną z projektowanych zmian zakłada, że kierowca pracujący w transporcie międzynarodowym, który spędzi w danym kraju więcej niż trzy dni w miesiącu, będzie musiał dostać wynagrodzenie odpowiadające lokalnej płacy minimalnej. A to oznacza wzrost kosztów dla firm transportowych m.in. z Polski.



W NUMERZE:

- o kobietach w biznesie,
- o oddzielaniu mężczyzn od chłopców,
- o tym, że należy zadawać pytania,
- a także o doświadczeniach zawodowych absolwentów specjalności Handel Zagraniczny.



**KATEDRA
HANDLU
ZAGRANICZNEGO
UEK**

Ryba w wodzie



Janusz Gałka,
absolwent specjalności Handel
Zagraniczny (rocznik 1995),
właściciel firmy Janusz Gałka
Polandevents

Z Januszem Gałką rozmawia dr Wojciech Zysk

Dlaczego wybrał Pan studia na specjalności Handel Zagraniczny?

Elita — takie było pierwsze skojarzenie, gdy poszukując studiów trafiłem na ten kierunek. Ileś tam osób na jedno miejsce, w perspektywie praca „z zagranicą”. Ta historia ma już brodę, a współcześni studenci traktują ten okres jako czas zaprzeszy. Wtedy wciąż funkcjonowało pojęcie „bogatego zachodu”, a zimny oddech widma pustych półek wciąż czuliśmy na plecach.

Jak zaczęła się Pana kariera zawodowa?

Od tego, co wtedy nie było jeszcze aż tak powszechne - pracy na studiach. Pierwsze regularne dochody otrzymywałem będąc współnikiem w szkole języków obcych „Mały Rynek”. Byłem jednym z wielu współników – lektorów. Uczyłem języka niemieckiego na drugim roku studiów na AE, byłem już wtedy po pierwszym roku studiów na WU (Wirtschaftsuniversität w Wiedniu). Erasmus, czy inne programy wymiany stawały dopiero pierwsze kroki. Później – po stażu w Niemczech – już jako szef marketingu w KrakChem SA (dzisiaj Alma), otwierałem pierwszy supermarket w Krakowie (ha, ha, ha – to był pierwszy sklep wielkopowierzchniowy w mieście! Ech, co za czasy!). Stamtąd trafiłem do Miraculum, gdzie po pół roku „zrobiono” ze mnie Dyrektora Sprzedaży i Marketingu.

Jak znalazł się Pan w branży usług turystycznych?

Po 4 latach pracy „na etacie” nadszedł czas oddzielenia chłopców od mężczyzn. Założyliśmy spółkę, której celem było świadczenie usług marketingowych. Mówiąc kolokwialnie, powstała wtedy agencja reklamowa. W ramach działalności otrzymywaliśmy również zlecenia organizacji eventów firmowych. Część z nich była realizowana za granicą. Nasi klienci – właściciele firm, czy kadra zarządzająca – z dnia na dzień zaczęli zamawiać również wyjazdy prywatne. Taki był początek.

Jak wygląda aktualnie pozycja firmy w Państwa branży?

Rynek luksusowych usług turystycznych w Polsce jest wciąż trudny do zdefiniowania. Co jest tego powodem? Ambicja, czyli nasza narodowa zaleta, która zawiera się w stwierdzeniu: „Co, ja nie potrafię?”. Otóż przy dzisiejszym dostępie do informacji każda, nawet najmniejsza agencja, jest w stanie zarezerwować hotel w Singa-

purze, czy rejs po Amazonce. Nominalnie każda firma w tej branży jest więc operatorem zarówno tanich, jak i ekskluzywnych wyjazdów. Z biegiem czasu klienci przekonują się jednak, że nie chodzi tutaj tylko o rezerwację hotelu, czy zakup biletów lotniczych (z czym radzi sobie doskonale każda dobra asystentka). Chodzi o jakość, za którą stoi wiedza i określone relacje. Dlatego wolę konfrontować poziom naszych usług z tym, co jest oferowane przez najlepszych na świecie. A o tym, iż nie ustępujemy w niczym agencjom stowarzyszonym w tak prestiżowych organizacjach jak Virtuoso, czy Signature, świadczy fakt, że co roku zapraszani jesteśmy do elitarnego grona kupców i trendsetterów podczas PURE w Marakeszu czy *We Are Africa* w Kapsztadzie. Z relacji organizatorów wynika, że w ocenie wystawców i partnerów handlowych jesteśmy wśród 10 najlepszych agencji w branży. Co ciekawe, nie chodzi tutaj o wysokość obrotów (daleko nam do operatorów amerykańskich, chińskich, czy hinduskich), ale o jakość i przygotowanie merytoryczne. Od 10 lat również imprezy ILTM (International Luxury Travel Market) nie odbywają się bez naszego udziału.

Z jakimi krajami Pan współpracuje?

Wydaje się, że bardziej na miejscu byłoby pytanie: „Z jakimi krajami Pan nie współpracuje?”. Unikamy kierunków, które powszechnie uważane są za niebezpieczne. W końcu nasi klienci udają się na wypoczynek, a nie na ... wojnę. Dlatego udając się w podróż na tereny, gdzie występują goryle górskie, wybieramy Rwandę, czy Ugandę, a nie Demokratyczną Republikę Konga. Korzystając z geograficznych odniesień, które działają na moję powieść, że nasi klienci rozpoczynają podróż obserwując orki w pobliżu Półwyspu Kenai na Alasce, uprawiają surfing na plażach Santa Moniki, jeżdżą na rowerach wśród żółwi gigantów na Galapagos, pokonują konno Andy i docierają do baz badawczych na Antarktydzie. W międzyczasie wpadają oczywiście na nic nierobienie Do Sonewa Fushi na Malediwach, czy One and Only na Whitsunday Islands na Wielkiej Rafie Koralowej.

Na czym obecnie polega Pan praca?

Na podróżowaniu. Obserwacja trendów, bycie na bieżąco z nowymi inwestycjami w branży obiektów luksusowych, próbowanie „na własnej skórze” nowych programów wypraw wymaga życia na walizkach. Klient otrzymuje od nas produkt w pełni sprawdzony. Byliśmy, widzieliśmy, wiemy. Nawet w luksusowym reście są wille lepiej lub gorzej położone, a dostawcy samochodów



w Afryce mogą zaoferować pojazd, który nie poradzi sobie w piachach Makgadikgadi, czy błotach Okavango. Generalnie jestem odpowiedzialny za wyznaczanie strategii i kierunków rozwoju firmy oraz za nawiązywanie nowych kontaktów i dobrą jakość relacji z naszymi dostawcami.

Jakie zasoby wiedzy zdobyte na studiach na specjalności HZ przydają się w pracy?

Wow, nie sięgam chyba aż tak daleko moją pamięcią!). Wiele się zmieniło, z teoretyków i obserwatorów, ja i moi koledzy staliśmy się praktykami i uczestnikami rywalizacji międzynarodowej. Co nam w tym pomogło, czy pomaga? Zaczynając od oczywistej oczywistości – języki. Negocjacje – zwłaszcza w tak niszowym biznesie - rzadko udają się przy pomocy ... tłumacza. Swobodne operowanie kilkoma językami to komfort dostrzegania niuansów, możliwość zmiany tempa narracji, czy wtrącenia rozluźniających anegdot. Znajomość różnic kulturowych. Większość, jeśli nie 100% z nas z przymrużeniem oka traktowała zajęcia z socjologii. Tymczasem dobrze dobrany materiał potrafi dostarczyć konkretnej wiedzy na temat lokalnych społeczności, ich preferencji, zachowań, zwyczajów, tematów tabu itp. Ta wiedza jest przydatna. I to nie tylko nam, ale klientom. Dzięki niej nasze klientki nie podniosą raczej głosu na arabskiego kierowcę, a klienci opanują wściekłość w stosunku do spóźnionego przewodnika w Tajlandii. Relacje międzynarodowe. Być może nie należą one do kategorii „zasoby wiedzy”, niemniej ich zdobywanie, czy nawiązywanie następuje już w początkowej fazie studiów. Szczególnie cenne są tutaj wszelkiego rodzaju studenckie programy wymiany. Moje relacje międzynarodowe z okresu studiów sięgają aż do największych korporacji światowych. Nie sądzę, aby lobbing przestał istnieć w przyszłości. Techniki handlu zagranicznego. Chyba był taki przedmiot? Oczywiście omawiane wówczas zagadnienia, jeśli nie dotyczyły np. międzynarodowego obrotu towarowego (osławiony transport morski), nie przystają już do współczesnej rzeczywistości, w której rezygnujemy z kosztownych transferów bankowych na rzecz wynalazków w postaci transferwise, czy podobnych. To, co moim zdaniem jest najważniejsze w przedmiotach kierunkowych to – obok bieżącej wiedzy – świadomość zmiany i istnienia różnych dróg, którymi możemy osiągnąć cel.

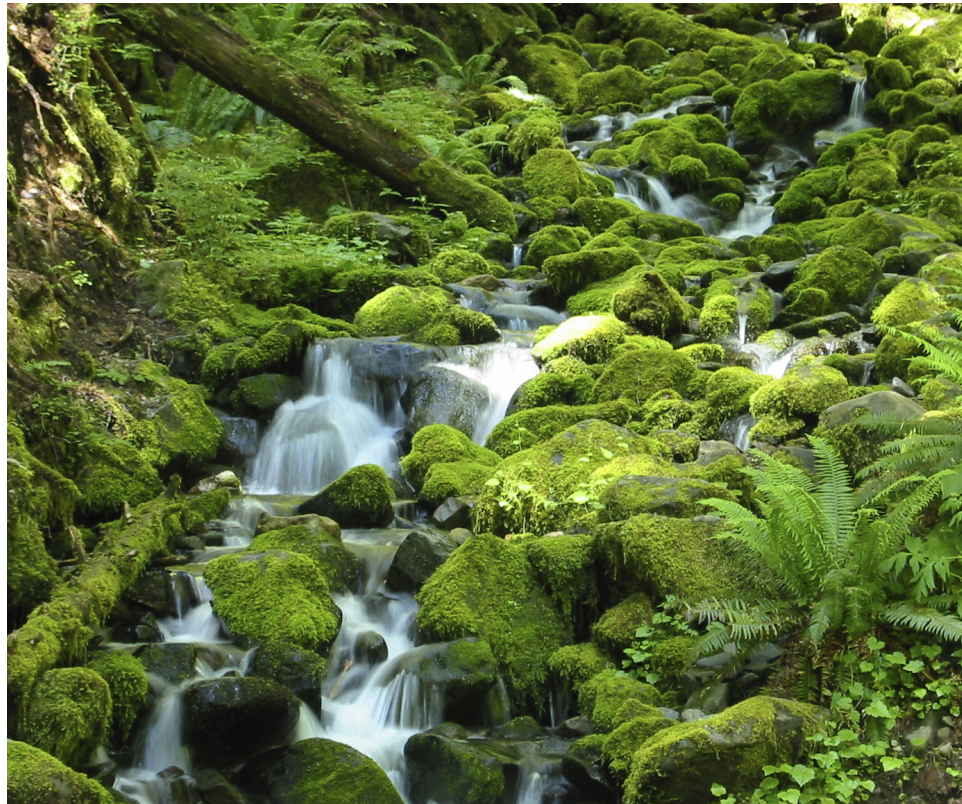
Czy lubi Pan pracę w międzynarodowym otoczeniu?

Powszechnie znane jest stwierdzenie o rybie w wodzie. To mój przykład. Dość powiedzieć, że gdy samolot odrywa się od pasa startowego, czuję jakbym wkraczał w inny wymiar. Wzrasta czujność i koncentracja, pojawiają się nowe pomysły, nic nie stanowi przeszkody, rozwiązania są jak na dłoni. W na-

turalny sposób podnosi się poziom adrenaliny – jestem gotowy.

Co najbardziej przeszkadza w prowadzeniu biznesu w skali międzynarodowej?

Z czynników miękkich? Stereotypy. Z twardych? Ograniczenia i koszty w obrocie finansowym oraz „nieoficjalne” zmony branżowe. Z tymi pierwszymi musiałem walczyć przez kilka lat w relacjach tak z kontrahentami, jak i klientami. Początkowo nikt z kontrahentów nie wierzył w moje możliwości „dostarczenia” klientów poszukujących jakości i gotowych zapłacić za nią międzynarodową cenę. Operator z Polski? A gdzie to leży? Podobnie jak klienci, którzy twierdzili, że w „Niemczech jest taniej”. O ile trudno o tym dyskutować w podróżach masowych (większy popyt, więcej czar-



terów, więcej hotelowych allotmentów), o tyle w podróżach luksusowych jest to nieprawdą. Widzę to, ponieważ z moich usług korzystają klienci z Włoch, Niemiec, Czech, a ostatnio nawet z Hongkongu! Wahania kursów walut, czy koszty transferów bankowych to zmosfera naszej branży. W związku ze zmianą przyzwyczajęń rezerwacyjnych oraz stosunkowo niską marżą, zabezpieczenia przy pomocy instrumentów finansowych nie mogą być brane pod uwagę. A zmony branżowe? No cóż, to temat na inną rozmowę. Okazuje się, że dostęp do nawet najdroż-



szych rozwiązań może być limitowany. Tak, tak, fakt posiadania pieniędzy nie oznacza, że kupimy każdy produkt.

Jaka była najtrudniejsza w Pana karierze sytuacja biznesowa?

Takie sytuacje się zdarzają. Zwykle dotyczy to nagłych zmian w rezerwacjach, lub rezerwacji *very last minute*. Zwłaszcza w okresie najwyższych cen

się uzyskać 100 % zwrot kosztów mimo tego, że rezygnacja nastąpiła w trakcie imprezy. Satisfakcja tym większa, że w części wyjazdów, za którą nie byliśmy odpowiedzialni klienci ponosili koszty w 100%. Ze względu na tajemnicę zawodową nie wolno mi jednak informować o szczegółach. Oczywiście mowa tu o znacznych budżetach, nierzadko przekraczających dziesiątki tysięcy EUR.

Z jakimi krajami planuje Pan rozpoczęcie współpracy biznesowej? Na czym ona będzie polegała?

W ostatnich kilku latach, w związku z wyłączeniem z operacji Wenezueli z satysfakcją przyglądam się rosnącemu potencjałowi Panamy. Oczywiście krajobrazowo nie jest to substytucja, niemniej w powiązaniu z oferowaną przez nas Kostaryką tworzy ciekawe rozwiązanie w regionie. Zainteresowanie Panamą widać wyraźnie w intensyfikacji operacji lotniczych największych przewoźników regionalnych i międzynarodowych. Na tym terenie interesuje mnie rozwój nowego trendu turystycznego określanego jako *experimental traveling*. Sprawdzenie oferty w tym zakresie będzie możliwe podczas wrześniowych targów PURE, a zimą 2019 r. mam w planach osobisty rekonesans i spotkanie z potencjalnymi partnerami w regionie.

Co poradziliby Pan studentom myślącym o swojej karierze zawodowej?

Visit as many places as possible, meet people and exchange your ideas, use the opportunity to study abroad, don't be afraid to be creative y recuerda que eres la personalidad mejora de todo el mundo!

(okres Bożego Narodzenia i Nowego Roku) i ofert bezzwrotnych. Rezygnacja klienta oznacza wtedy poniesienie 100 % kosztów podróży. Kilukrotnie – głównie dzięki osobistym relacjom – udało



Forum „Kobiety w biznesie”

Katarzyna Sarzyńska,
studenka III roku,
specjalność Handel Zagraniczny

Koło Naukowe Handlu Zagranicznego wraz z Katedrą Handlu Zagranicznego zorganizowało już po raz siódmy Forum Handlu Zagranicznego, którego tematem przewodnim w tym roku były „Kobiety w biznesie”. Dzięki temu, że tegoroczne prelegentki działają na różnych polach działalności biznesowej, można było szeroko spojrzeć na kobiety w biznesie. Inspirująco i zarazem charyzmatycznie opowiadały o problemach, jakie napotkały na ścieżce zawodowej, ale również o sposobach ich przezwyciężenia. Całe wydarzenie uświetniła obecność Pani Prorektor ds. Komunikacji i Współpracy UEK – prof. dr hab. Janiny Filek, która w przemówieniu podkreślała swoją radość z organizacji tego przedsięwzięcia m.in.

dlatego, iż temat kobiet w biznesie jest zbyt rzadko przedmiotem dyskusji na naszej Uczelni. Panel pierwszy otworzyła Pani Marta Półtorak – Prezes Zarządu przedsiębiorstwa Marma Polskie Folie sp. z o.o., prezes Zarządu Develop Investment Sp. z o.o., wiceprezes spółki hotele Grupy Marma oraz wieloletni mecenas sportu i jednocześnie prezes sekcji żużlowej Stal Rzeszów. Następną prelegentką była Pani Karolina Jarocka – certyfikowana projekt manager, mentor, coach, autorka programu mentoringowego dla project managerów i bloga „kjarocka.pl”, poświęconego zarządzaniu projektami. Pierwszy panel zamknęło wystąpienie Pani dr Anny Smolińskiej – inwestorki oraz autorki bloga „kobieta-



inwestuje.pl” i „sieinvestiert.de”, której misją jest zachęcenie kobiet do inwestowania, aktywnego korzystania i czerpania zysków ze świata finansów i dążenia do niezależności finansowej.

Drugi panel rozpoczął się od wystąpienia Pani Ewy Wachowicz – dziennikarki, producentki telewizyjnej, autorki programu kulinarnego „Ewa gotuje” oraz wielu książek kulinarnych, a na wczesnej drodze swojej kariery zawodowej Miss Polonia 1992 oraz rzecznika prasowego w rządzie Waldemara Pawlaka, absolwentki UEK. Kolejną prelegentką była Pani Dorota Steliga – doradca ds. komunikacji biznesowej, prezes firmy Dpectrum, współzałożyciel klubu Toastmaster Business Leaders, autorka bloga wzmacniającego świadomość własnych talentów „inspirantka.pl”. Jako ostatnia wystąpiła Pani Agnieszka Langer-Król – Vice President w State Street Bank, dyrektor ds. zarządu, dawniej dyrektor ds. Nauczania i Rozwoju oraz Zarządzania Talentami, ekspert w dziedzinie rozwoju kariery, umiejętności miękkich i przywódczych.

Warto zauważyć, że wszystkie prelegentki podkreślały, że nie ma nic złego w popełnianiu błędów i niewiedzy, jednak musi temu przyświecać idea: jeśli nie wiem, to się dowiem, a jeśli popełniam błędy to tylko po to, by się z nich czegoś nauczyć. Panie podkreślały również znaczenie kooperacji damsko-męskiej, która ze względu na różnice osobowościowe może przynieść wymierne korzyści. Warto również wspomnieć, że Sala

Senacka były wypełniona po brzegi, co jest chyba najlepszą miarą sukcesu całego wydarzenia. Jednak dla organizatorów najważniejsze jest to, aby przekazane przez Prelegentki tezy inspirowały i zaowocowały w przyszłości wszystkich Uczestników Forum.



Importance of cooperation among airlines to reduce operational risk



Chris Wilks is a student of International Business (CUE). He is a former aviation technician who is currently expanding knowledge in international business areas. Chris is from the U.S.A and has spent a lot of time working and learning in Europe. His interests are aviation technology, history, and travel

Introduction

Everyone knows that air travel is a risky business in general. The fact is that the main goal of an airline is to transport people in a highly complicated machine at very high speeds to anywhere on the planet. Of course, risks of accidents and disasters may come to mind, at first. Such problems as mechanical failure, human error, catastrophe and weather are some examples of the risks involved in air transport. This paper however will focus on operational risks associated with doing business in commercial aviation, while not as life threatening as those mentioned above, are related and equally as risky for the profitability and continuing existence of an airline. Three risks will be discussed here. First mentioned will be competition. Specifically, the threat of new entrants to the market. Second, risks associated with scheduling and dealing with delays will be discussed. Finally, risk associated with selling seats to passengers. That is, the risk of flying with empty seats. For each of these risks, the associated techniques used to manage those risks will also be present-

frequent flyers, is to form alliances. The use of alliances allows airlines to work together, issuing tickets that can be used to connect itineraries among the participating airlines to various destinations. Airline partners and alliances often allow the traveler to collect rewards redeemable for use among the other partners. In this way, airlines make the experience of flying and travelling among different companies a seamless and more pleasant experience, hopefully lessening the risk of losing customers to a new entrant. The current largest airline alliance, called Star Alliance, began in 1997 with 5 airlines. Star Alliance currently has 28 airline members, which are presented in table 1. Aircraft delays are not only a headache for the passengers but also a huge risk for airline businesses. One delay causing an airplane to not be at its scheduled place at the right time can cause a chain reaction of planes being back up and behind schedule. In fact, this so called reactionary delay is the largest cause of delays in Europe. Other causes of delays include weather, problems caused by airports, and problems caused by the

Table 1. Star alliance participating airlines (2018)

Adria	ANA	Croatia Airlines	SAS	Thai Airways
Aegean	Asiana Airlines	Egyptair	Shenzhen Airlines	Turkish Airlines
Air Canada	Austrian	Ethiopian	Singapore Airlines	United
Air China	Avianca	EVA Air	South African Airways	
Air India	Brussels airlines	LOT Polish Airlines	Swiss	
Air New Zealand	Copa Airlines	Lufthansa	TAP Air	

Source: Staralliance.com.

ed. It should be noticed that working together in some way is a common theme of the risk reducing tools that are utilized.

Competition

The threat of new airlines entering the market may be less of a threat than in other industries due to the extremely high amount of regulation covering the business. However, it does occur. As of October 2017, 79 airlines had begun operation in that year, and 25 airlines had gone out of business. The entry of low cost, no-frills airline operators has surely changed the dynamic of competition for customers along certain routes. So what can the larger airlines do to mitigate the threat posed from low cost competition? One tool available, which will be familiar to

airlines themselves. Baggage handling, aircraft cleaning, technical or documentation problems are all examples of things that fall under the airline caused delay category.

Similarly to the first example, cooperation is one way of lessening the risk of delays. There is a limited capacity to every airport and the airspace between those airports. If every airplane went as fast as possible to its destination, there would be an overcrowding situation and some of those flights would be delayed in the air, waiting for a turn to land. Air traffic flow management (ATFM) is the term used to describe the system of controlling when and how aircraft move between destinations. For example, delaying departure to ensure that



a flight arrives at an airport exactly when there is space to land is one tool that can be used.

Cooperation, in the form of information sharing is one proposed way to lessen risk of scheduling and delay problems. With more information, airlines and the ATFM should become more efficient at scheduling and reacting to problems. One information sharing program supported by the International Air Transport Association, states that one of its benefits is to "Predict demand and manage capacity more effectively".

Another technique to reduce the risk of delays is to schedule extra time to a flight route. For example, scheduling 2 hours for a 1.5 hour flight would allow the flight to arrive slightly later than intended without causing further problems. This technique is called "buffering". It is the reason we often arrive earlier than scheduled and that customer satisfaction is an added benefit to the airline.

Empty Seats

Airlines know that some people will not make it to their flights. Flying an airplane without utilizing its full capacity is not an efficient use of resources. In order to prevent this, airlines intentionally sell more tickets than the number of seats available. This is called overbooking, and is a dreaded term for many a traveler who has experienced not being allowed on their flight. A recent article explores the situation and describes this as a form of economic hedging against the risk of passengers not arriving for their flights. Castaldo writes, "Airlines engage in sophisticated probabilistic risk modelling to analyze flights by route, time of day and other criteria to determine the likelihood of no-shows and the number of tickets to oversell to ensure the plane will be full." Another factor to consider is that passengers who are denied boarding, are due compensation. Interestingly, taking into account the risk of having to possibly pay compensation, airlines still find it profitable to use the overbooking technique.

Wang and Fung proposed a plan where airlines would enter into an agreement to carry passengers that did not make it onto their scheduled flight due to overbooking. Therefore, the partner airlines carry this risk collectively. Because the amount of time a passenger is delayed increases the amount of compensation due, working with other airlines on the same route could significantly lower financial risks associated with overbooking.

Conclusion

The three risks discussed here are important for the airlines, but they can also be taken into consideration by businesses in other industries as well. The lessons derived provoke thought about the nature of competition and cooperation within an industry. It has been shown here, that at least for the mentioned

examples, some level of cooperation can lessen impacts of adverse occurrences for an operation. Traditionally this is not what we think of when trying to decide how to mitigate risks as well as sur-



vive in a competitive industry. However, it may be useful to see a competitor as a useful resource to be used for the long term benefit of both parties.

References

- Airline Network News and Analysis (2017). *78 new airlines begin life in 2017; 25 go out of business*. Retrieved 13 February 2018, from <http://www.anna.aero/2017/10/18/78-new-airlines-begin-life-2017-25-go-out-business/>
- Adler, N. & Gellman, A. (2012). *Strategies for managing risk in a changing aviation environment*. Journal Of Air Transport Management, 21, 26. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jairtraman.2011.12.014>
- Castaldo, J. (2018). *Why overbooked flights aren't going away any time soon – NEWS 1130*. NEWS 1130. Retrieved 13 February 2018, from <http://www.news1130.com/2018/02/05/overbooked-flights-arent-going-away-time-soon/>
- Eurocontrol. (2017). *Delays – three questions and many answers*. Retrieved 13 February 2018, from <http://www.eurocontrol.int/news/delays-three-questions-and-many-answers>
- FAA. (2009). *Traffic Flow Management in the National Airspace System* (pp. 21–23). Washington DC. Retrieved 13 February 2018, from https://www.fly.faa.gov/Products/Training/Traffic_Management_for_Pilots/TFM_in_the_NAS_Booklet_ca10.pdf
- IATA. (2018). *Data Exchange for Air Traffic Management*. Retrieved 13 February 2018, from <http://www.iata.org/services/safety-flight-operations/Pages/skyfusion.aspx>
- Staralliance. (2018). *Member airlines*. Retrieved 13 February 2018, from <http://www.staralliance.com/en/member-airlines>
- Wang, X. & Fung, R. (2014). *An option-based hedging mechanism for managing the risk of overbooking in parallel airline alliances*. *Transportation Research Part E: Logistics And Transportation Review*, 70, 146-162. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tre.2014.06.014>
- Staralliance. (2018). *What is Star Alliance*. Retrieved 13 February 2018, from <http://www.staralliance.com/en/about>



Nie bać się zadawać pytań



Justyna Marcisz, absolwentka specjalności Handel Zagraniczny (I stopień), Junior Order Management Coordinator w firmie Motorola Solutions

Z Justyną Marcisz rozmawia mgr Krystian Bigos

Kiedy i jak zaczęła się Twoja przygoda z Uniwersytetem Ekonomicznym? Dlaczego zdecydowałaś się wybrać kierunek Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze, a później specjalność Handel Zagraniczny?

Uniwersytet Ekonomiczny był tak naprawdę moim drugim wyborem. W 2014 r. rozpoczęłam jednocześnie dwa kierunki: Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze na UEK oraz Visual Merchandising na KSA. MSG wybrałam ze względu na specjalność Logistyka międzynarodowa – było to bardziej marzeniem mojego taty niż moim w owym czasie. Szybko jednak zorientowałam się, że praca jako Visual Merchandiser na dłuższą metę nie byłaby dla mnie. Po kilku miesiącach zrezygnowałam z kariery VM'a i – próbując wypełnić czymś wolny czas – trafiłam do Koła Naukowego Handlu Zagranicznego. Działalność w tej organizacji znacznie przybliżyła mi zakres problematy-

się praktykom biznesu, którzy niejednokrotnie okazywali się być absolwentami tej właśnie specjalności. Wtedy właśnie zobaczyłam perspektywę rozwoju własnej ścieżki właśnie w HZ. Handel Zagraniczny wniósł do mojego życia nie tylko czyste książkowe informacje, ale również wiele doświadczeń, kontaktów na przyszłość i przyjaźni, które trwają po dziś dzień. Z perspektywy czasu widzę, że wybierając specjalność HZ poszłam za głosem serca.

Kilka miesięcy temu obroniłaś pracę licencjacką. Jak się czuje świeżo upieczona absolwentka specjalności Handel Zagraniczny? Jak wspominasz okres studiów?

Można powiedzieć, że wyrzuciłam swoje życie do góry nogami. Zaraz po skończeniu licencjatu zaczęłam pracować w pełnym wymiarze, dlatego też po pewnym czasie przenieśliam się na studia zaoczne. Można powiedzieć, że życie studenckie po obronie w pewnym sensie się dla mnie skończyło. Dlatego też tym bardziej doceniam czas, który spędziłam na uczelni. Wspominam go bardzo dobrze, był to czas bardzo intensywny i owocny. Udało mi się dołączyć do kilku organizacji studenckich (KNHZ, ESN), koordynować kilka projektów, a nawet zostać vice-prezesem KNHZ. Nie udało by mi się tego osiągnąć gdyby nie ludzie, którzy nieustannie mnie wspierali. A już na pewno nie udało by mi się obronić licencjatu, gdyby nie mój promotor. Właśnie im wszystkim chciałabym powiedzieć wielkie DZIĘKUJĘ.

Jakieś śmieszne sytuacje z okresu studiów?

Do dziś pamiętam mój pierwszy egzamin ze statystyki. Jako totalny świeżak nie zorientowałam się, że powinnam mieć ze sobą indeks lub legitymację. Wchodząc na salę, pewna, że dowód osobisty powinien mi wystarczyć, lekko zdziwiłam się, kiedy profesor Wydymus doradził mi wsiąść w najtańszą taksówkę z nadzieją, że może zdążę na kolejną turę. Na moje szczęście nie mieszkałam zbyt daleko i miałam bardzo uprzejmą współlokatorkę. Egzamin zdałam za pierwszym razem.

Jeżeli się nie mylę, to karierę zawodową rozpoczęłaś jeszcze w trakcie studiów. Czym się zajmujesz w swojej pracy? Czy wiedza zdobyta na studiach przydała Ci się w obecnej pracy? Jeżeli tak, to jakie kwestie?

Podczas studiów pracowałam w kilku różnych miejscach. Z początku jako praktykant, a rok później w tej samej firmie zostałam wyznaczona jako osoba pośrednicząca

ki handlu zagranicznego oraz pokazała, kim po handlu mogą zostać. Pomagając przy organizacji różnorodnych eventów, mogłam bliżej przyjrzeć



w kontaktach ze spedytorami. Podczas studiów próbowałam jeszcze w kilku różnych firmach stanowisk, które niestety, albo może stety :) nie okazały się być tym, czego chcę. Uniwersytet Ekonomiczny nauczył mnie, jak radzić sobie w trudnych i stresujących sytuacjach, jak działać pod presją i naciskiem oraz, że słowo „niemożliwe” nie istnieje. Dociekliwość, którą wykładowcy starali się w nas obudzić i trenować, dziś pomaga mi być lepszym i wydajniejszym pracownikiem. Obycie w tematach związanych z handlem zagranicznym, kontraktami czy transportem stanowi wartość dodaną, która wyróżnia studentów po HZ i mnie z pewnością to pomogło.

Czym się obecnie zajmujesz? Jak obecnie toczy się Twoja kariera?

Obecnie pracuję już od 10 miesięcy jako Junior Order Management Coordinator w firmie Motorola Solutions. Jest to praca w łańcuchu dostaw, która codziennie nas zaskakuje i z pewnością pozwala wykorzystać wcześniej wymienione umiejętności. Moja praca to nie tylko indywidualny wysiłek, ale też współpraca z całym zespołem oraz innymi działami w firmie, rozszanymi niejednokrotnie w kilku strefach czasowych. Jest bardzo dynamiczna i pozwala wykazać się na wielu płaszczyznach.

W trakcie studiów bardzo aktywnie działałaś w KNHZ. Jakie korzyści z tego wyciągnęłaś?

KNHZ wspominam bardzo ciepło. Poznałam tam wielu wspaniałych, inspirujących ludzi. Zawsze będę powtarzać, że to właśnie ludzie, a nie idea buduje organizację. Udało nam się wspólnie stworzyć wiele udanych projektów: corocznych, takich jak Forum HZ, *Business Speed Dating* oraz Sympozja, czy też mniejszych, takich jak spotkania czy szkolenia z firmami. Przez KNHZ rozwinęłam się chyba najbardziej jako mówca. Niektórym może być trudno w to uwierzyć, ale wcześniej miałam wielkie opory przed wystąpieniami publicznymi. Wyrażanie własnego zdania na forum było tam dla mnie codziennością i w końcu mogłam przełamać swoje bariery, co stało się *de facto* szybciej niż myślałam. Nauczyłam się również próbować, a raczej nie bać się próbować i zadawać pytania. W kole mogłam sprawdzić się jako organizator, pomocnik czy jako uczestnik. Każdą z tych funkcji bardzo lubiłam. Bycie w kole nauczyło mnie jeszcze jednej bardzo ważnej rzeczy – cierpliwości, w szczególności do nadmiaru administracji. KNHZ to dla mnie

wiele wspomnień, szkoleń, spotkań, umiejętności i ludzi, o których myślę z uśmiechem na twarzy.

Jak wyglądają Twoje plany zawodowe? Gdzie widzisz siebie za 5–10 lat?

W przyszłym roku wyjeżdżam do Francji, do Lyonu na jeden semestr. Mam nadzieję podszkolić tam swój francuski, a kiedy wrócę, zajmę się właśnie rynkiem francuskim. Chciałabym spróbować sił w dziale zakupów i zobaczyć, po której stronie barykady – łańcuch dostaw czy zakupy – będę się czuła lepiej. Kiedy już zdecyduję, chciałabym się na tym skupić i rozwijać swoją karierę w jednym kierunku.

Kilka rad dla przyszłych studentów specjalności Handel Zagraniczny?

Oprócz wstąpienia do KNHZ? Nie bać się zadawać pytań. Moja szefowa mówi: „nie ma pytań głupich, są tylko głupie odpowiedzi”.



Czy proces dostosowawczy rozpoczął się już w Polsce?

GPW Benchmark, po przejściu od ACI Polska roli Administratora stawek referencyjnych WIBID i WIBOR, kluczowych z punktu widzenia stabilności krajowego systemu finansowego, od kilku kwartałów działa w zakresie przygotowania rynku, a przede wszystkim banków panelowych, do nadchodzących zmian. Pierwszym etapem było zwiększenie bezpieczeństwa i zaufania do procesu opracowywania stawek, w tym zaadresowanie konfliktów interesów w bankach oraz wprowadzenie systemu kontroli nad procesem dostarczania danych wejściowych. Kolejnym etapem będą zmiany w metodologii opracowywania stawek, w kierunku zwiększenia transakcyjnego aspektu danych wejściowych stawek referencyjnych WIBID i WIBOR. Administrator wskaźnika musi wziąć na siebie ryzyko „udowodnienia”, że wskaźnik w sposób adekwatny opisuje rzeczywistość rynku bazowego.

A co jeśli nie ma danych dotyczących transakcji?

Rozporządzenie o wskaźnikach daje możliwość szerokiego definiowania danych transakcyjnych. Przy braku danych w rynku bazowego można posilkować się danymi z rynków powiązanych, jak również kwotowaniami, czy też, ostatecznie i przy zachowaniu odpowiednich warunków, ocenami eksperckimi.

Stawki WIBID i WIBOR są wskaźnikami opartymi na kwotowaniach. Czy i w ich wypadku należy oczekiwać zmian? Jeśli tak to kiedy i jakiej zmiany należy oczekiwać?

Stawki referencyjne WIBID i WIBOR są podstawowymi wskaźnikami wykorzystywanymi w krajowej gospodarce finansowej. Wartość rynku referencyjnego, czyli zbioru instrumentów, które są wyceniane na podstawie kształtowania tych stawek jest ogromna. WIBID i WIBOR są powiązane z większością instrumentów i umów finansowych w krajowej gospodarce, włączając w to m.in. kredyty, obligacje skarbowe, obligacje nieskarbowe oraz instrumenty pozabilansowe, w tym instrumenty pochodne stopy procentowej, IRS, FRA czy FX Swap lub CIRS.

Prawdą jest, że polski rynek finansowy ustrzegł się skandali związanych z funkcjonowaniem stawek referencyjnych. Dużym atutem metodologii stawek referencyjnych WIBID i WIBOR pozostawało utrzymanie atrybutu transakcyjności w postaci okna transakcyjnego dla banków panelistów po kalkulacji fixingu. Niemniej jednak brak transakcyjnego poparcia dla wyników fixingu stawek WIBID i WIBOR pozostaje czynnikiem,

który podważa zgodność dotychczasowej metodologii stawek referencyjnych z Rozporządzeniem o wskaźnikach. Z raportów Departamentu Rozwoju Rynku Finansowego NBP wynika, że nastąpił spadek dynamiki średnich dziennych obrotów netto w sektorze niezabezpieczonych lokat międzybankowych z 11 mld PLN w 2007 r. do 3.7 mld PLN w 2016 r. W tym samym czasie skala oddziaływania stawek referencyjnych na instrumenty bilansowe i pozabilansowe banków rośnie, tak w kraju jak i zagranicą. Najbliższe miesiące to czas intensywnej pracy nad nową metodologią stawek referencyjnych, nad ich dalszym wzmocnieniem w aspekcie regulacyjnym, ale przede wszystkim poprawą ich zgodności w sensie metodologicznym. WIBID i WIBOR korzystają obecnie z okresu przejściowego dla stawek referencyjnych stosowanych na rynku przed czerwcem 2016 r. Okres przejściowy kończy się jednak wraz z początkiem 2020 r. Oznacza to, że metodologia obowiązujących na polskim rynku stawek referencyjnych będzie musiała spełniać wymogi Rozporządzenia za półtora roku.



Warsztaty „Rozwiązywanie problemów – Problem Solving”

Natalia Smaciarz,
studenka III roku,
specjalność Handel Zagraniczny

2 marca 2018 r. członkowie Koła Naukowego Handlu Zagranicznego mieli przyjemność uczestniczyć w warsztatach „Rozwiązywanie problemów-Problem Solving” w krakowskiej siedzibie firmy Lufthansa Global Business Services. LGBS w Krakowie to największe centrum usług Lufthansy poza granicami Niemiec. Firma obsługuje wszystkie spółki Lufthansy, niemieckiej korporacji prosperującej w skali globalnej, będącej liderem na europejskim rynku usług lotniczych.

Dzięki aktywności i pomysłowości KNHZ uczestnicy certyfikowanego szkolenia mieli możliwość poszerzenia swojej wiedzy z zakresu rozwiązywania problemów w środowisku korporacyjnym. Warsztaty, prowadzone przez specjalistów i pracowników Lufthansy, miały na celu wskazanie spo-

sobów skutecznego rozwiązywania problemów (7 kroków, cykl PDCA), narzędzi pozwalających na zidentyfikowanie ich przyczyny źródłowej (m.in. 5Why, diagram rybiej ości Ishikawa) oraz przedstawienie różnego typu problemów spotykanych w sektorze usługowym, szczególnie wewnątrz firmy LGBS. Interaktywne zajęcia stały się okazją do podzielenia się swoimi pomysłami podczas burzy mózgów obejmującej trzy kluczowe problemy tj. smog w Krakowie, korki na krakowskich przedmieściach oraz stres w pracy.

W najbliższym czasie Koło Naukowe Handlu Zagranicznego będzie starało się rozwijać współpracę z Lufthansa Global Business Services w Krakowie, na ten moment planowane są kolejne warsztaty i projekty.



„TRADE-IN:
Newsletter
Handlu Zagranicznego”
2018, nr 6

Redaktor Naczelna

dr Elżbieta Bombińska
e-mail: bombinse@uek.krakow.pl

Członkowie redakcji

dr Agnieszka Głodowska
e-mail: glodowska@uek.krakow.pl

dr Wojciech Zysk
e-mail: zyskw@uek.krakow.pl

Współpraca redakcyjna

dr Adam Michalik e-mail: michalia@uek.krakow.pl
mgr Krystian Bigos e-mail: bigosk@uek.krakow.pl

Wydawca

Katedra Handlu Zagranicznego
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków

www.khz.uek.krakow.pl – zakładka „Specjalność HZ”
e-mail: ekhz@uek.krakow.pl