

nr 24 • 2021

# **Ekonomia XXI Wieku**

## **Economics of the 21st Century**

## **EDITORIAL BOARD**

**Giuseppe Calzoni** (Università degli Studi di Perugia, Italy)

**Gustav Dieckheuer** (University of Münster, Germany)

**Hans Diefenbacher** (Protestant Institute for Interdisciplinary Research  
in Heidelberg, Germany)

**Winand Dittrich** (FOM University of Applied Sciences, Germany)

**Bogusław Fiedor** (Wroclaw University of Economics and Business, Poland)

**Bożena Klimczak** (Wroclaw University of Economics and Business, Poland)

**Michał Maciej Kostecki** (University of Neuchâtel, Switzerland)

**Jan S. Kowalski** (Karlsruhe Institute of Technology, Germany)

**Andrzej Matysiak** (Wroclaw University of Environmental and Life Sciences,  
Poland)

**Tomasz Mickiewicz** (Aston University, United Kingdom)

**Piotr Pysz** (Fachhochschule für Wirtschaft und Technik,  
Vechta–Diepholz–Oldenburg, Germany)

**Jan Rymarczyk** (Wroclaw University of Economics and Business, Poland)

## **EDITORIAL COMMITTEE**

**Bogusław Fiedor** – Editor-in-Chief

**Sebastian Bobowski**

**Wawrzyniec Michalczyk** – Managing Editor

wawrzyniec.michalczyk@ue.wroc.pl

+48 71 36 80 186

## **SUBJECT EDITORS**

**Sebastian Bobowski**

**Wawrzyniec Michalczyk**

nr 24 • 2021

# **Ekonomia XXI Wieku**

## **Economics of the 21st Century**



Publishing House of Wrocław University of Economics and Business  
Wrocław 2021

Copy-editing: Elżbieta Macauley, Tim Macauley, Dorota Pitulec, Joanna Świrska-Korlub  
Layout: Barbara Łopusiewicz  
Proof-reading: Barbara Łopusiewicz  
Typesetting: Małgorzata Myszkowska  
Cover design: Beata Dębska

Information on submitting and reviewing papers is available on websites  
[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)  
[ekonomia.ue.wroc.pl](http://ekonomia.ue.wroc.pl)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.  
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



**ISSN 2353-8929**  
**e-ISSN 2449-9757**

The original version: printed

Publication may be ordered in Publishing House:  
Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław  
tel. 71 36-80-602; e-mail: [econbook@ue.wroc.pl](mailto:econbook@ue.wroc.pl)  
[www.ksiegarnia.ue.wroc.pl](http://www.ksiegarnia.ue.wroc.pl)

Printing: TOTEM

## Contents

<b>Krzysztof Siuda:</b> A neural network approach for predicting production volume of biofuels in Poland / Zastosowanie sieci neuronowych do prognozowania wielkości produkcji biopaliw w Polsce .....	7
<b>Krzysztof Horubski:</b> Socio-ecological instrumentalization and the economic objectives of public procurement law / Społeczno-ekologiczna instrumentalizacja a cele ekonomiczne prawa zamówień publicznych.....	27
<b>Paweł Gliniak:</b> Thai elite networks as an example of an extractive institution/ Relacje tajlandzkich elit jako przykład instytucji oligarchicznej .....	39
<b>Magdalena Pogoda:</b> The legitimacy of international organizations: The UNDP's operations in Southern Africa / Zasadność tworzenia organizacji międzynarodowych na podstawie działania UNDP w regionie Afryki Południowej .....	56
<b>Grzegorz Mazur:</b> The repercussions of the COVID-19 pandemic for merchandise trade of the European Union with the Least Developed Countries (LDCs) / Skutki pandemii COVID-19 dla handlu Unii Europejskiej z najsłabiej rozwiniętymi państwami .....	89
<b>Julia Majewska:</b> Wpływ pandemii COVID-19 na znaczenie mediów społecznościowych w Tajlandii / The impact of the COVID-19 pandemic on social media in Thailand .....	101
<b>Łukasz Jurek:</b> Programy zarządzania ryzykiem demograficznym w przedsiębiorstwach: istota i rodzaje / Programs of the demographic risk management in enterprises: essence and types .....	116
<b>Danuta Milaszewicz, Anna Borawska:</b> Zastosowania koncepcji ekonomii behawioralnej w celu zwiększenia skuteczności kampanii społecznych / Application of behavioral economics insights to increase effectiveness of social campaigns .....	128
<b>Marcin Haberla:</b> Marketing i budowanie marki parku technologicznego na przykładzie Wrocławskiego Parku Technologicznego SA / Marketing and technological park branding on the example of Wrocław Technological Park SA .....	141

