

Angelika Partyka
Studentka 1 roku, studia II stopnia, Finanse i Rachunkowość
Koło Naukowe Ekonomistów Interkreator
Uniwersytet Rzeszowski

Wpływ otoczenia na funkcjonowanie przedsiębiorstw z branży turystycznej w dobie pandemii COVID-19

1. Wprowadzenie

Celem artykułu jest przedstawienie wpływu otoczenia na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. W artykule omówiono istotę otoczenia wewnętrznego oraz zewnętrznego. Pandemia COVID-19 znacząco wpłynęła na funkcjonowanie przedsiębiorstw z branży turystycznej, stworzyła zarówno szanse, jak i zagrożenia rozwoju podmiotów gospodarczych. W artykule przedstawiono znaczenie branży turystycznej dla polskiej gospodarki w 2018 r. oraz zaprezentowano wpływ pandemii COVID-19 na branżę turystyczną w Polsce. Kolejna część została poświęcona na zaprezentowanie danych dotyczących upadłości przedsiębiorstw związanych z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi. Na koniec dokonano analizy finansowej trzech wybranych podmiotów z branży turystycznej w celu weryfikacji wpływu pandemii COVID-19 na wyniki finansowe przedsiębiorstw. Spośród metod badawczych wykorzystano metodę dedukcji i indukcji oraz analizy opisowej i przyczynowej.

2. Istota otoczenia przedsiębiorstwa

Otoczenie przedsiębiorstwa jest to całokształt zjawisk, procesów i instytucji kształtujących jego stosunki wymienne, możliwości sprzedaży, zakresy i formy działania oraz warunki do rozwoju¹. Przedsiębiorstwo nieustannie wchodzi w interakcję z otoczeniem, co wpływa na prowadzoną działalność gospodarczą. Wszystkie procesy i czynniki, które tworzą środowisko firmy, mogą stwarzać zarówno szanse, jak i zagrożenia. W zależności od charakteru oddziałujących czynników – pozytywnych lub negatywnych – przedsiębiorstwo odpowiednio dostosowuje swoją działalność w celu utrzymania pozycji na rynku.

Dokonując analizy różnych klasyfikacji otoczenia można wyróżnić następujące ich rodzaje: bezpośrednie i pośrednie, otoczenie zewnętrzne i wewnętrzne, otoczenie bliższe i dalsze, otoczenie krajowe i międzynarodowe². Organizacja nie ma możliwości kształtowania uwarunkowań, które są klasyfikowane w ramach otoczenia dalszego, dlatego ważnym aspektem jest ciągle monitorowanie zmian zachodzących w makrootoczeniu. Łatwiejszym do zdiagnozowania przez przedsiębiorstwo jest środowisko bliższe.

¹ Penc J., *Leksykon biznesu*, Wyd. Placet, Warszawa 1997, s.301

² Bąk M. *Ekonomiczne czynniki otoczenia przedsiębiorstwa a składniki majątku niewidzialnego*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 668 Finanse, Rynki Finansowe Ubezpieczenia” nr 41/2011, s. 26.

Tabela1. Elementy i sfery otoczenia bliższego i dalszego organizacji

Elementy otoczenia bliższego organizacji	Sfery otoczenia dalszego organizacji
<ul style="list-style-type: none"> – klienci; odbiorcy produktów, towarów i usług, – dostawcy i usługodawcy, w tym instytucje obsługi finansowej i rynku kapitałowego, – konkurencji, kooperanci, – sojusznicy strategiczni, – regulatorzy, w tym instytucje administracji publicznej, – lokalny rynek pracy, – lokalne czynniki społeczne, – w niektórych typologiach do elementów otoczenia bliższego zalicza się również akcjonariuszy i właścicieli organizacji. 	<ul style="list-style-type: none"> – otoczenie ekonomiczne – otoczenie techniczno-technologiczne, – otoczenie edukacyjne, – otoczenie polityczne, – otoczenie formalno-prawne, – otoczenie demograficzno-społeczne, – otoczenie kulturowe, – otoczenie naturalne, – otoczenie międzynarodowe.

Zródło: Matejun M., Nowicki M., *Organizacja w otoczeniu - od analizy otoczenia do dynamicznej lokalizacji*, [w:] Adamik A. (red.), *Nauka o organizacji. Ujęcie dynamiczne*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2013, s. 152-221.

Otoczenie zewnętrzne zostało zdefiniowane przez profesor Małgorzatę Bednarczyk jako wszystko to, co nie należy do niego samego, ale oddziałuje na nie obecnie lub będzie oddziaływać w przyszłości³. Istotnym czynnikiem, który jest niezależny od działalności przedsiębiorstwa, jest pandemia COVID-19, która wpłynęła na kondycję finansową przedsiębiorstw w latach 2020–2021 oraz będzie oddziaływać na ich wyniki finansowe w przyszłości. Pandemia COVID-19 jest realnym zagrożeniem, które może przyczynić się do upadłości przedsiębiorstw funkcjonujących w różnych branżach.

Obok otoczenia zewnętrznego identyfikuje się także otoczenie wewnętrzne, które może być utożsamiane bezpośrednio z samą organizacją⁴, a podstawowym kryterium jego wyodrębnienia staje się przekonanie o wysokim stopniu zdolności organizacji do kontrolowania składników otoczenia wewnętrznego⁵. Profesor Ricky W. Giffin definiuje otoczenie wewnętrzne jako warunki panujące i siły działające wewnątrz przedsiębiorstwa. Inaczej mówiąc są to właściciele, zarząd, pracownicy, fizyczne otoczenie oraz kultura⁶. Otoczenie wewnętrzne może być szansą na przetrwanie przedsiębiorstwa funkcjonującego na rynku w realiach pandemii COVID-19, która jest czynnikiem niezależnym od organizacji.

3. Znaczenie branży turystycznej dla polskiej gospodarki

W okresie poprzedzającym pandemię COVID-19 branża turystyczna w Polsce była bardzo dynamicznie rozwijającym się sektorem. Branża turystyczna wywiera zarówno bezpośredni, jaki i pośredni wpływ na gospodarkę krajową pod kątem tworzenia PKB oraz zatrudnienia. Turyści podczas podróży płacą za zakwaterowanie, usługi transportowe, czy też usługi gastronomiczne, co wpływa bezpośrednio na branżę turystyczną. Pośredni wpływ turystyki na gospodarkę dotyczy dostarczania komponentów i półproduktów dla branży turystycznej.

³ Bednarczyk M., *Otoczenie i przedsiębiorczość w zarządzaniu strategicznym organizacją gospodarczą*, (Zeszyty Naukowe. Seria specjalna: Monografie, Akademia Ekonomiczna w Krakowie), nr 128, s. 165.

⁴ Goyal A., *Business Environment*, V.K. Enterprises, New Delhi, 2006, s.8.

⁵ Pathak H., *Organizational Change*, Dorling Kindersley, Noida, 2011, s.10.

⁶ Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018, s. 76-77.

W 2018 roku całkowity udział turystyki w tworzeniu polskiego PKB wynosił 4,0%, zaś udział bezpośredni stanowił 1,3% PKB. Z badań przeprowadzonych przez Polski Instytut Ekonomiczny wynika, że branża turystyczna wygenerowała łącznie 140,92 mld zł wartości dodanej w 2018 roku, zaś efekt mnożnikowy wyniósł 5,3, co można zinterpretować w taki sposób, że każda złotówka wytworzona w branży turystycznej przyczyniła się do wygenerowania dodatkowych 4,3 zł wartości dodanej w gospodarce ogółem. Znaczenie branży turystycznej jest również ważne pod kątem zatrudnienia, ponieważ sektor ten utrzymuje łącznie około 1,4 mln miejsc pracy. W przypadku branży turystycznej efekt mnożnikowy wynosi 3,1 pod kątem rynku pracy, co oznacza, że każde miejsce pracy, które zajmują osoby pracujące w branży turystycznej, przyczynia się do generowania dodatkowych 2,1 miejsc pracy w polskiej gospodarce⁷.

W roku 2018 wartość poniesionych wydatków przez turystów zagranicznych w Polsce wynosiła 34,5 mld zł. Warto również zaznaczyć, że w tym okresie przybyło 19,6 mln turystów zagranicznych, zatem można przeliczyć, że średnie wydatki poniesione przez turystę zagranicznego wynosiły 1759 zł. W analogicznym okresie liczba polskich turystów podróżujących wewnątrz kraju wynosiła 26,8 mln, a ich łączne wydatki stanowiły 27,7 mld zł, zatem średnie wydatki na jednego polskiego turystę to 996 zł. Niestety ruch turystyczny w Polsce jest zdominowany przez turystów krajowych, a większą zyskowność obserwuje się w przypadku turystów zagranicznych⁸.

Zastój branży turystycznej został spowodowany wprowadzeniem ograniczeń dotyczących zachowania dystansu społecznego oraz reżimu sanitarnego. Polską turystykę można ocenić jako jeden z sektorów, który został najbardziej dotknięty pandemią COVID-19. Zostało to spowodowane restrykcjami ograniczającymi przemieszczanie się oraz przez mniejszy popyt na usługi turystyczne w momencie wystąpienia kryzysu w przypadku turystów krajowych. Znaczący spadek liczby turystów zagranicznych natomiast spowodowany był w głównej mierze obostrzeniami związanymi z nakładaniem przymusowej kwarantanny dla osób przybywających z zagranicy.

4. Wpływ pandemii COVID-19 na branżę turystyczną w Polsce

Obostrzenia związane z pandemią COVID-19 wpłynęły na liczbę turystów krajowych i zagranicznych korzystających z turystycznych obiektów noclegowych. Spadek liczby turystów szczególnie zagranicznych przekłada się na kondycję finansową przedsiębiorstw funkcjonujących w branży turystycznej.

⁷Stojczew K., *Ocena wpływu pandemii koronawirusa na branżę turystyczną w Polsce*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 65(1), 2021, s. 157-172.

⁸ Ibidem., s. 157-172.

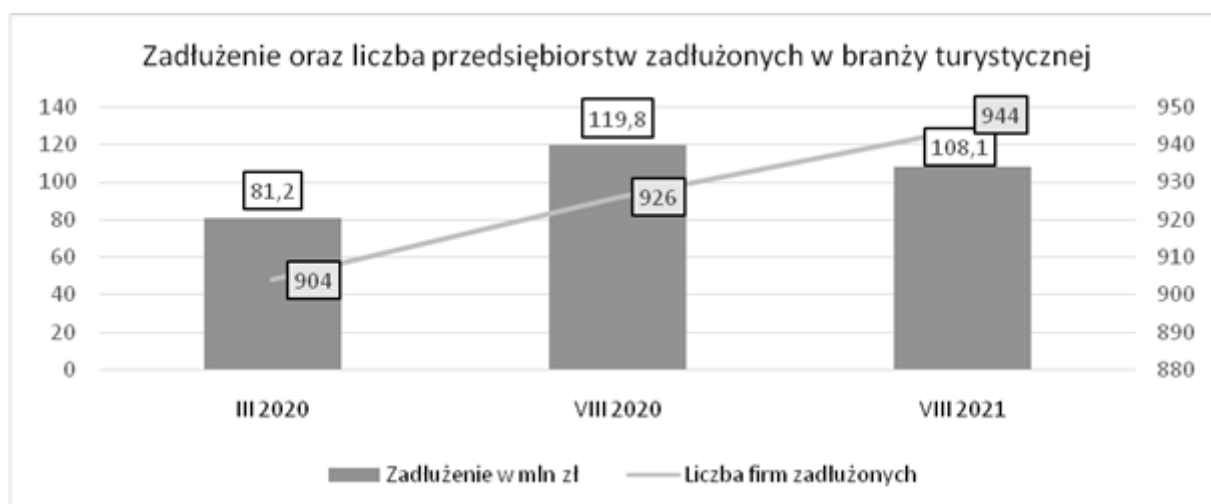


Wykres 1. Suma turystów korzystających z obiektów noclegowych ogółem w latach 2019-2021

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Z wykresu nr 1 wynika, że w roku 2020 ogólna liczba turystów zmalała o 49,87% w porównaniu z rokiem 2019. Analogicznie zmalała również liczba turystów krajowych i turystów zagranicznych odpowiednio o 44,62% i 69,70%. Tak duży spadek liczby turystów zagranicznych był spowodowany restrykcjami związanymi z przemieszczaniem się i z nakładaniem przymusowej kwarantanny w przypadku osób przybywających z zagranicy. Natomiast liczba turystów krajowych korzystających z obiektów noclegowych zmalała w nieco mniejszym stopniu, jednakże również był to duży spadek, który mógł wynikać z ograniczeń związanych z przemieszczaniem się oraz ogólnym spadkiem popytu, wynikającym z zaistniałego kryzysu. W przypadku roku 2021 można zauważyć już poprawę sytuacji w branży turystycznej. W roku 2021 liczba turystów ogółem wzrosła o 24,16% w porównaniu z rokiem 2020, a liczba turystów krajowych i zagranicznych odpowiednio o 26,09% i 10,87%. Na poprawę sytuacji mogły wpłynąć działania pomocowe realizowane przez rząd oraz zmniejszenie obowiązujących obostrzeń. Zauważyć można również, że w latach 2019-2021 w strukturze większy udział stanowili turyści krajowi nad turystami zagranicznymi. Zatem można stwierdzić, że turyści krajowi wypełnili lukę powstałą w wyniku zmniejszenia się liczby turystów zagranicznych w latach 2020-2021.

Rosnące zadłużenie oraz zwiększająca się liczba przedsiębiorstw zadłużonych może być symptomem długofalowych problemów finansowych, które mogą mieć przełożenie we wzroście upadłości przedsiębiorstw z danej branży.



Wykres 2. Zadłużenie (w mln zł) oraz liczba przedsiębiorstw zadłużonych w branży turystycznej.

Źródło: Rejestr Dłużników BIG InfoMonitor i baza informacji kredytowych BIK.

Z wykresu nr 2 wynika, że zadłużenie w branży turystycznej w pierwszej fazie pandemii COVID-19 wzrosło aż o 47,54%. Wzrosła również liczba przedsiębiorstw zadłużonych o 22 przedsiębiorstwa. Poprawę w kwestii zadłużenia można zauważyć po okresie wakacyjnym w roku 2021, zadłużenie zmalało 11,7 mln zł, jednakże liczba przedsiębiorstw wzrosła w porównaniu do okresu analogicznego w roku 2020. Można wysnuć wniosek, że pomimo spadku ogólnego zadłużenia w branży turystycznej pandemia COVID-19 odcisnęła znaczne piętno na polskich przedsiębiorstwach, które mają problemy z regulowaniem zobowiązań, szczególnie na pogorszenie sytuacji wpływają wprowadzane obostrzenia oraz zmniejszenie liczby turystów zagranicznych, którzy są grupą bardziej dochodową niż turyści krajowi.

Zadłużenie przedsiębiorstwa jest kluczowym czynnikiem decydującym o jego egzystencji. W przypadku nadmiernie rosnącego zadłużenia w przedsiębiorstwie często pojawia się brak zdolności przedsiębiorstwa do jego spłaty, zatem podejmowane są decyzje dotyczące jego likwidacji lub upadłości. Pandemia COVID-19 skróciła cykl życia wielu przedsiębiorstw z branży turystycznej.

Tabela2. Liczba upadłości przedsiębiorstw, których działalność jest związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi

	2019	2020	2021
Upadłości firm	14	31	23

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych udostępnionych przez COIG w latach 2019-2021.

W roku 2020 liczba upadłości przedsiębiorstw, których działalność jest związana z zakwaterowaniem oraz usługami gastronomicznymi wzrosła o 121% w porównaniu z rokiem 2019. Ze względu na mniejszą liczbę turystów oraz rosnące zadłużenie można zaobserwować wzrost upadłości w branży turystycznej w 2020 r. W porównaniu z rokiem 2020 liczba upadłości w roku 2021 zmalała o 26%. W 2021 r. zauważalny był spadek liczby upadłości, co wiązało się ze stopniowym znoszeniem obostrzeń przez rząd.

5. Analiza finansowa wybranych podmiotów branży hotelarskiej w Polsce

Podmiotami, które zostały poddane badaniu odnośnie wpływu pandemii COVID-19 na wyniki finansowe, są trzy hotele – Hotel Arłamów S.A., Malinowe Hotele Sp. z o.o. oraz Dobry Hotel Sp. z o.o. Sp. k. Analiza obejmuje lata 2019-2021 oraz dotyczy czterech obszarów - płynności, rentowności, sprawności gospodarowania oraz zadłużenia.

Tabela3. Wyniki analizy wskaźnikowej dla Hotelu Arłamów SA za lata 2019-2021.

	2019	2020	2021
Wskaźnik bieżącej płynności	0,71	0,81	1,26
Wskaźnik wysokiej płynności	0,61	0,74	1,18
Wskaźnik środków pieniężnych	0,30	0,50	1,01
Rentowność netto aktywów	1,52%	-0,87%	2,89%
Rentowność kapitału własnego	2,37%	-1,38%	4,50%
Rentowność sprzedaży	12,63%	3,89%	8,27%
Wskaźnik cyklu realizacji należności w dniach	28,38	35,2	22,6
Wskaźnik spłaty zobowiązań w dniach	101,76	126,3	112,8
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	36,18%	36,43%	35,85%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	56,70%	57,31%	55,88%

Zródło: Opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych Hotel Arłamów SA za lata 2019-2021.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że wartości wskaźników bieżącej płynności oraz wysokiej płynności w latach 2019-2020 znajdują się poniżej progu wzorcowego, który wynosi odpowiednio 1,2 oraz 1. W roku 2021 Hotel Arłamów SA osiągnął płynność bieżącą i wysoką na pożądanym poziomie. Wartość wskaźnika środków pieniężnych w latach 2019-2021 jest powyżej wartości wzorcowej wynoszącej 0,2, co może oznaczać, że spółka nie zarządzała odpowiednio środkami w kasie i na rachunkach bankowych. W roku 2019 aktywa, kapitał własny oraz sprzedaż generowały zyski w firmie. W 2020 roku można zaobserwować, że aktywa i kapitał własny generowały straty, do czego mogła przyczynić się pandemia COVID-19. W 2020 r. spółka poniosła stratę na poziomie 3,45 mln zł. W roku 2021 rentowność aktywów i kapitału własnego uległa poprawie w stosunku do lat poprzednich. W 2020 r. rentowność sprzedaży spadła z poziomu 12,63% do 3,89%, a następnie wzrosła do poziomu 8,27%. Pandemia COVID-19 wpłynęła również na wydłużenie cyklu realizacji należności i zobowiązań. Zadłużenie ogólne nie uległo zmianie i jest utrzymane na poziomie około 36% w badanym okresie. Zadłużenie kapitału własnego jest utrzymywane przez spółkę na poziomie 56-57%, co można ocenić pozytywnie.

Tabela 4. Wyniki analizy wskaźnikowej dla Malinowe Hotele Sp. z o.o. za lata 2019-2021.

	2019	2020	2021
Wskaźnik bieżącej płynności	0,79	0,95	1,53
Wskaźnik wysokiej płynności	0,65	0,79	1,39

Wskaźnik środków pieniężnych	0,60	0,73	1,32
Rentowność netto aktywów	13,06%	2,52%	15,78%
Rentowność kapitału własnego	23,28%	4,13%	24,67%
Rentowność sprzedaży	26,91%	5,12%	29,28%
Wskaźnik cyklu realizacji należności w dniach	3,98	6,15	4,30
Wskaźnik spłaty zobowiązań w dniach	70,44	117,21	71,23
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	43,88%	39,11%	36,04%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	78,20%	64,22%	56,34%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych Malinowe Hotele Sp. z o.o. za lata 2019-2021.

W latach 2019-2020 wskaźniki bieżącej płynności oraz wysokiej płynności przyjmują wartości poniżej progów wzorcowych wynoszących odpowiednio 1,2 oraz 0,8. W 2021 aktywa bieżące pokrywały zobowiązania bieżące 1,53 razy, co można ocenić pozytywnie. W 2021 płynne aktywa bieżące pokrywały zobowiązania bieżące 1,39 razy, co wykracza poza wzorcowy poziom wskaźnika wynoszący 1,2. W latach 2019-2021 wartość wskaźnika środków pieniężnych przekracza poziom 0,2, co oznacza, że przedsiębiorstwo Malinowe Hotele Sp. z o.o. wykazuje nadpłynność w badanym aspekcie. W przypadku rentowności aktywów, kapitału własnego i sprzedaży można zauważyć znaczący spadek wartości wskaźników w 2020 roku w porównaniu z rokiem poprzednim, a następnie ich wzrost w roku 2021. Wpływ pandemii COVID-19 jest zauważalny również dla cykli spłaty należności oraz zobowiązań, które uległy wydłużeniu w roku 2020 w porównaniu z rokiem 2019. Zadłużenie ogólne oraz kapitału własnego z roku na rok zmniejsza się w badanym przedsiębiorstwie.

Tabela5. Wyniki analizy wskaźnikowej dla Dobry Hotel Sp. z o.o. Sp. k. za lata 2019-2021.

	2019	2020	2021
Wskaźnik bieżącej płynności	0,80	0,88	0,56
Wskaźnik wysokiej płynności	0,67	0,83	0,50
Wskaźnik środków pieniężnych	0,27	0,48	0,16
Rentowność netto aktywów	14%	-30,08%	-11,27%
Rentowność kapitału własnego	71%	186,70%	43,03%
Rentowność sprzedaży	2%	-13,08%	-12,26%
Wskaźnik cyklu realizacji należności w dniach	17,54	26,63	27,06
Wskaźnik spłaty zobowiązań w dniach	35,25	72,36	82,46
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	80,89%	116,11%	126,20%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	423,37%	-720,63%	-481,72%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych Dobry Hotel Sp. z o.o. Sp. k. za lata 2019-2021.

W przedsiębiorstwie Dobry Hotel Sp. z o.o. Sp. k. płynność bieżąca w latach 2019-2021 kształtowała się poniżej wartości wzorcowej 1,2. W 2019 r. wartość wskaźnika wysokiej płynności wynosiła poniżej progu 0,8, następnie można zaobserwować wzrost płynności

wysokiej w 2020 r. oraz jej spadek do poziomu 0,5 w roku 2021. Wartość wskaźnika środków pieniężnych w latach 2019-2021 utrzymywała się na poziomie 0,16-0,48, co oscyluje wokół wartości wzorcowej 0,2. W 2019 roku każda złotówka aktywów wygenerowała w przedsiębiorstwie Dobry Hotel Sp. z o.o. Sp. k. około 14 gr zysku netto. W kolejnych latach wartość wskaźnika rentowności aktywów przyjmuje wartości ujemne, co wiąże się z poniesioną stratą w latach 2020-2021. W 2019 roku każda złotówka kapitału własnego wygenerowała około 71 gr zysku netto. W latach 2020-2021 wartości wskaźnika rentowności kapitału własnego wskazują, że kapitał własny generował zysk netto, jednakże dodatnia wartość wskaźnika w badanym okresie wiąże się z poniesioną stratą oraz ujemnym kapitałem własnym. W 2019 r. każda złotówka przychodów ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów wygenerowała około 2 gr zysku netto. W latach 2020-2021 przychody te generowały stratę na poziomie ok. 12-13 gr. W latach 2019-2021 w przedsiębiorstwie Dobry Hotel Sp. z o.o. Sp. k. z roku na rok wydłuża się cykl spłaty należności oraz zobowiązań, a także z roku na rok zwiększa się zadłużenie.

6. Podsumowanie

Otoczenie przedsiębiorstwa wpływa na warunki prowadzenia działalności gospodarczej. Negatywy czynnik zewnętrzny, którym jest pandemia COVID-19, stworzył realne zagrożenie dla utrzymania pozycji firm na rynku z różnych branż. Szansą dla przedsiębiorstw na przetrwanie było ich otoczenie wewnętrzne. Branża turystyczna rozwijała się dynamicznie do 2018 r., jednakże pandemia COVID-19 spowodowała spadek liczby turystów zarówno krajowych, jak i zagranicznych, co przełożyło się na wzrost zadłużenia oraz liczby przedsiębiorstw zadłużonych, a ostatecznie na wzrost upadłości przedsiębiorstw w branży turystycznej. W wyniku przeprowadzonych badań można stwierdzić, że pandemia COVID-19 wpłynęła głównie na wydłużenie się cyklu spłaty należności oraz zobowiązań w przedsiębiorstwach, a także na rentowność aktywów, kapitału własnego i sprzedaży.

7. Bibliografia

1. Bąk M., *Ekonomiczne czynniki otoczenia przedsiębiorstwa a składniki majątku niewidzialnego*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 668 „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia”, nr 41/2011, s. 23-33.
2. Bednarczyk M., *Otoczenie i przedsiębiorczość w zarządzaniu strategicznym organizacją gospodarczą*, „Zeszyty Naukowe. Seria specjalna: Monografie, Akademia Ekonomiczna w Krakowie”, nr 128/1996, s. 165.
3. Goyal A., *Business Environment*, V.K. Enterprises, New Delhi, 2006.
4. Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.
5. Matejun M., Nowicki M., *Organizacja w otoczeniu - od analizy otoczenia do dynamicznej lokalizacji*, [w:] Adamik A., (red.), *Nauka o organizacji. Ujęcie dynamiczne*, Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa, 2013.
6. Pathak H., *Organizational Change*, Dorling Kindersley, Noida, 2011.
7. Penc J., *Leksykon biznesu*, Placet, Warszawa, 1997.

8. Stojczew, K., *Ocena wpływu pandemii koronawirusa na branżę turystyczną w Polsce*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 65(1)/2021, s. 157-172.