

DOI: 10.26565/2310-9513-2023-18-09
УДК 338.48

СВІТОВИЙ РИНОК ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Опанашук Юрій Якович

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри регіоналістики і туризму ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
просп. Берестейський (Перемоги), 54/1, м. Київ, Україна, 03057,
Заслужений працівник сфери послуг України,
Голова правління Асоціації готельних об'єднань та готелів міст України
e-mail: ukrhotelua@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5258-5907>

Сущенко Олена Анатоліївна

докт.економ.наук, професор
завідувачка кафедри туризму
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
61166, м. Харків, проспект Науки, 9-А
e-mail: helen.sushchenko@gmail.com,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2645-8015>
[Scopus Author ID: 57189040452](https://scopus.com/authid/detail/authid/57189040452)
[ResearcherID: K-7350-2018](https://orcid.org/0000-0002-2645-8015)

Важливу роль в розвитку світового міжнародного туризму відіграє діловий туризм, або корпоративний туризм, спрямований на задоволення потреб бізнес-подорожуючих та формування специфічних трендів розвитку глобальної туристичної індустрії. Дослідження проблем і перспектив розвитку світового ринку ділового туризму спрямовано на розуміння гравцями ринку його динаміки та прийняття ефективних стратегічних рішень для його майбутнього розвитку. Предметом дослідження в статті є теоретико-методичні та практичні аспекти розвитку світового ринку ділового туризму. Мета – полягає в аналізі сучасного стану та визначення тенденцій і перспектив розвитку світового ринку ділового туризму. Завдання: дослідження проблем та перспектив розвитку світового ринку ділового туризму. Використовуються загальнонаукові методи: системний аналіз – для визначення особливостей розвитку світового ринку ділового туризму, компаративний аналіз – в аналізі наявних підходів до визначення ділового туризму. Отримано такі результати: на основі проведеного аналізу динаміки змін основних показників світового ринку ділового туризму визначено основні проблемні аспекти та тенденції його розвитку. Висновки: бізнес-туризм є однією з найактуальніших галузей для розвитку туристичної дестинації, оскільки він може приносити значні надходження до місцевого бюджету. Процес розвитку бізнес-туризму вимагає попереднього планування та підготовки, включаючи будівництво або відновлення інфраструктури, що вимагає співпраці між підприємствами різних галузей.

Ключові слова: діловий туризм, світовий ринок, туристична дестинація, МІСЕ, бізнес-туристи.

Як цитувати: Опанашук Ю.Я., Сущенко О.А. Світовий ринок ділового туризму: проблеми та перспективи розвитку. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2023. № 18. С. 84–89. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-18-09>

In cites: Opanashchuk Yu., Sushchenko O. (2023). Global market of business tourism: development problems and prospects. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (18), P. 84–89. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-18-09> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Туристична галузь є ключовим напрямком глобальної економіки, що в різні роки минулого десятиріччя формувала від 5 до 10% глобального валового продукту. Важливу роль в розвитку світового міжнародного туризму відіграє діловий туризм, також відомий як MICE (від англ. Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) або корпоративний туризм. Цей сегмент туризму спрямований на задоволення потреб бізнес-подорожуючих та відкриває нові можливості і формує специфічні тренди розвитку глобальної туристичної індустрії. Для багатьох країн діловий туризм є значущим джерелом прибутку - підприємці, бізнес-компанії та делегації витрачають значні кошти на готелі, ресторани, конференції, транспорт та інші послуги. Все це створює нові робочі місця і сприяє зростанню економіки, а з точки зору розвитку бізнесу діловий туризм сприяє створенню нових бізнес-зв'язків і розширенню ділових контактів. До того ж слід відзначити значний розвиток інфраструктури в регіонах з високим рівнем атрактивності для ділових туристів, активізацію трансферу знань і технологій через платформи міжнародних виставок, конференцій та семінарів. Достатньо важливим є позитивний вплив на імідж країни, а також подолання такого негативного чинника розвитку туристичної сфери як сезонність – діловий туризм часто відбувається поза туристичним сезоном, що допомагає рівномірніше розподілити навантаження на туристичну інфраструктуру та підтримує постійну зайнятість у готелях і ресторанах. Отже, дослідження проблем і перспектив розвитку світового ринку ділового туризму може допомогти компаніям та галузевим гравцям розуміти динаміку ринку та приймати ефективні стратегічні рішення для його майбутнього розвитку.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання та проблематика розвитку міжнародного ділового туризму є об'єктом наукового інтересу як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Так, компаративним дослідженням різних аспектів розвитку ділового туризму присвячено роботи Є. Музичка, В. Петренка [1], Н. Дехтяр [2] та ін. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку ділового туризму в світі та в Україні проведено в дослідженнях С. Галасюк, Н. Мартинової [3], В. Сливенка та ін. [4], Н. Вирджил, Е. Попса [5], Кьонг-Джу Лі, Сан-Йонг Чой [6] та ін. Проте питання визначення специфіки та перспектив розвитку світового ринку ділового туризму потребують додаткової уваги та більш детального дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сучасного стану та визначення тенденцій і перспектив розвитку світового ринку ділового туризму.

Виклад основного матеріалу. Діловий туризм – це поїздки (відрядження) співробітників компанії і організацій з діловою метою, або організація

корпоративних заходів. Діловий туризм поєднує індустрію корпоративних подорожей та індустрію зустрічей (MICE). На відміну від масового туризму, рішення про відрядження, джерела та обсяги його фінансування, зазвичай, приймаються виходячи з ділової необхідності. Рішення часто приймають навіть не самі бізнес-туристи, які виконують свої професійні обов'язки поза звичним середовищем, а інші особи (керівник або власник компанії).

Бізнес-туризм вважається одним із основних сегментів ринку гостинності, що найбільш динамічно розвиваються. За даними Всесвітньої ради подорожей і туризму (World Travel and Tourism Council, WTTC) обсяг ділових поїздок (Business Travel & Tourism Spending) у 2019 р. у всьому світі склав біля 1,4 трлн доларів США, впавши до 661 млрд. у 2020 р. У 2021 р. обсяги витрат відновились до 697 млрд доларів США [7].

За прогнозами Глобальної асоціації ділового туризму (GBTA - Global Business Travel Association) глобальні витрати на ділові подорожі повністю повернуться до позначки 1,4 трлн доларів до середини 2026 р., досягнувши показника у 1,47 трильйона [8].

Діловий туризм, за винятком кризових років, показував поступове зростання у всьому світі, оскільки у більшості компаній і корпорацій, які використовують туризм як засіб тимблдингу, заохочення або для ділових зустрічей, витрати на діловий туризм є доволі значними.

Основні цілі ділових подорожей включають:

- проведення зустрічей і переговорів з партнерами;
- проведення зустрічей з керівництвом і колегами, представниками філій і дочірніх компаній;
- перевірка роботи представництв і філій;
- встановлення ділових контактів;
- відвідування професійних заходів (виставок і конференцій);
- навчання працівників;
- звернення до державних структур різних країн з метою отримання сертифікатів, ліцензій та дозволів.

Експерти, які працюють в туристичному бізнесі, стверджують, що близько чверті всіх поїздок відноситься до категорії ділового туризму. Таким чином, діловий туризм є одним із найприбутковіших напрямків світового туризму. Його частка в загальній кількості міжнародних поїздок становить 15% (рис. 1).

Експерти відзначають наступні тенденції розвитку вищевказаних компонентів MICE найближчим часом:

- зростання попиту на відвідування різноманітних галузевих виставок;
- зростання конгресного туризму, у той же час більш затребуваними будуть послуги з організації міні-виставок, презентацій, а також семінарів і тренінгів під час конференцій;

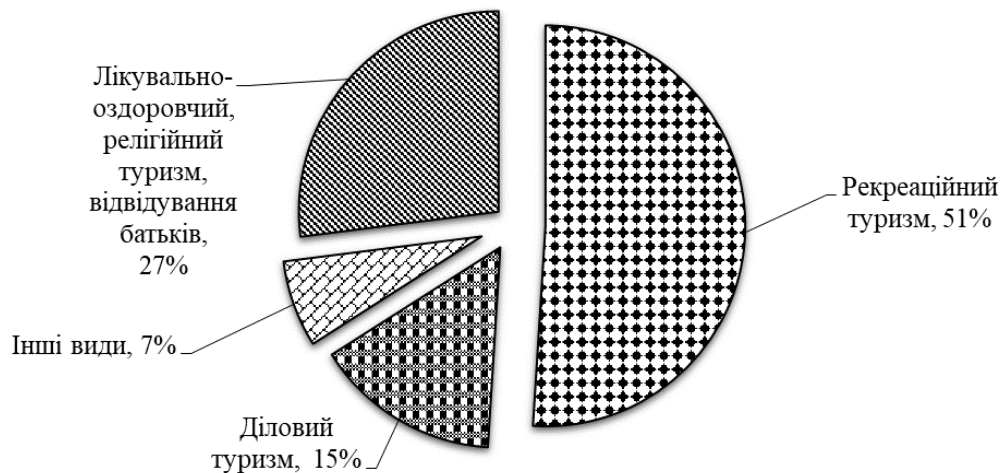


Рис. 1. Туристичні потоки за призначенням [7]
Fig. 1. Tourist flows by destination [7]

– високі темпи розвитку інсентив-сектору – туризму;

– збереження тенденції до скорочення тривалості ділових заходів до 2-3 днів та середньої кількості учасників.

Перше місце на ринку ділового туризму посідають США, друге – Велика Британія, третє – Іспанія. До цього списку також увійшли Німеччина, Австралія, Франція та Італія [8]. Саме в цих країнах практично доведена до досконалості так звана «індустрія гостинності», є чудові конгрес-центри та готелі, розраховані на масштабні заходи. Тут оптимально збалансована ціна-якість, що не в останню чергу визначає вибір бізнесменів. Кращі місця для ділових поїздок: Відень, Париж, Сінгапур, Барселона, Берлін, Будапешт, Сеул, Прага.

Агенції ділових подорожей (BTA - Business Travel Agencies) організують ділові поїздки. Агентство ділового туризму (бізнес-агентство) - агентство, яке працює з корпоративними клієнтами з продажу авіаквитків на регулярні рейси, оформлення віз, бронювання та бронювання. По суті бізнес-агентство є постачальником послуг (сервіс-провайдером), посередником між постачальниками та корпоративними клієнтами.

В Україні також існує така організація - Асоціація ділового туризму України (BTA Ukraine) – некомерційне об'єднання підприємств України, діяльність яких пов'язана з діловим туризмом та індустрією зустрічей, а також, підприємств та юридичних осіб, зацікавлених у розвитку ділового туризму України. Асоціація організована у 2007 році.

BTA Ukraine:

– сприяє створенню в Україні потужної структури з організації ділових поїздок, зустрічей та конференц-послуг;

– сприяє просуванню України як туристичної країни на світовому ринку індустрії ділового туризму;

– проводить аналіз ринку ділового туризму в Україні;

– вивчає світовий досвід розвитку індустрії і застосовує цей досвід на території країни.

Стати членом Асоціації ділового туризму може будь-яка організація, зареєстрована в Україні або за її межами, яка займається діловим туризмом або готова сприяти розвитку даної індустрії в Україні. Членство в BTA Ukraine має свої переваги, а саме:

– професійне навчання шляхом стажувань та участь у міжнародних семінарах;

– забезпечення доступу до безпосередніх постачальників послуг в усьому світі;

– реклама та популяризація організації заходів на території України;

– рекламна підтримка учасників асоціації на території України і на світовому ринку туристичних послуг;

– лобювання інтересів учасників асоціації в органах державної влади та вплив на процеси в законодавчій сфері України;

– співпраця з дипломатичними і економічними місіями іноземних держав в Україні;

– співпраця із зарубіжними професійними об'єднаннями з метою налагодження економічних відносин між Україною та іншими країнами;

– сприяння залученню інвестицій для розвитку індустрії ділового туризму в Україні,

– юридична підтримка членів асоціації.

Діяльність Асоціації ділового туризму цілком спрямована на покращення іміджу країни на світовому туристичному ринку.

В індустрії міжнародного ділового туризму в останні роки спостерігається високий ступінь глобалізації та концентрації бізнесу. Незважаючи на те, що практично в кожній великій країні є чимало компаній, які працюють у сфері ділових поїздок і корпоративних заходів (BTA), беззаперечних лідерів у Європі, Азії та Америці лише п'ять (основні

регіони для розвитку світового бізнес туризму). До п'ятірки професійних агентств ділового туризму увійшли American Express, Carlson Wagonlit Travel, Kuoni Group, Hogg Robinson Group і BCD Holdings. Кожна з цих компаній має свою історію та розвиває різні напрямки діяльності у сфері ділового туризму. Для них характерні багатомільярдні обороти, глобальна філіальна мережа, географія діяльності, що охоплює кілька десятків країн, і особлива філософія цих країн. Порівняльна характеристика найбільших професійних агентств ділового туризму Європи, Азії та Америки представлена в табл. 1.

Клієнтами агентств ділового туризму є приватні та державні компанії і організації, працівники яких – консультанти, юристи, аудиторі та ін., – мають необхідність у відрядженнях, а також частина тих приватних компаній, яка активно займається MICE.

Найпоширеніший спосіб сегментації ринку міжнародних зустрічей - за типом ініціатора зустрічі. За цим критерієм виділяють ринок корпоративних зустрічей і ринок зустрічей міжнародних асоціацій. Кожен із сегментів ринку міжнародних зустрічей має свої особливості, які визначають маркетингові стратегії, що використовуються для проведення тієї чи іншої зустрічі.

Характеристика ринку асоціації:

1) збори міжнародних об'єднань - це великі конгреси та симпозиуми, кількість делегатів яких не рідко сягає кількох тисяч осіб;

2) більшість таких зустрічей мають регулярний характер і проводяться через рівні проміжки часу (один раз на рік, два, три роки тощо);

3) місце проведення зустрічей чергується, а нове обирається на конкурсних засадах (за допомогою тендеру між містами);

4) як правило, ініціатива проведення конгресу в тому чи іншому місті походить від місцевого члена асоціації (національної асоціації чи інституту);

5) рішення про вибір місця проведення з'їзду приймається колегіальним органом (радою, загальними зборами або спеціальним комітетом асоціації);

6) рішення про місце проведення приймається не менше ніж за 2-3 роки до початку з'їзду.

Згідно з рейтингом провідних конгресних міст світу за 2020 рік провідні позиції посідають Нью-Йорк (1-е місце), Париж (2-е місце), Лондон (3-е місце), Токіо (4-е місце) та Сінгапур (5-е місце) [12].

Характеристика ринку корпоративних зустрічей:

1) корпоративні збори менші за кількістю учасників, ніж збори асоціацій. Більшість таких зустрічей (64%) – від 20 до 250 осіб, і лише 11% – понад 1000 осіб;

2) багато зустрічей мають одноразовий характер (асоціації), на відміну від регулярних зустрічей;

3) корпоративні зустрічі вимагають менше часу на підготовку (як правило, менше 1 року);

4) при плануванні корпоративних зустрічей більше уваги приділяється інфраструктурним та культурно-розважальним особливостям міста, а науковому та науковому потенціалу – відносно менше.

Для проведення корпоративних зустрічей, зазвичай, найбільш привабливим вважався азіатський континент завдяки відносно нижчим цінами на туристичні послуги та великим вибором екзотичних варіантів для активного відпочинку. Однак, з початком пандемії ковід-19 цей напрямок зазнав найбільших обмежень й довше за інші напрямки потребував відновлення. Тим не менш, діловий туризм – це те, на що не впливають навіть політичні

Таблиця 1

Порівняльна характеристика 5 найбільших професійних агентств ділового туризму

Table 1

Comparative characteristics of the 5 largest professional business tourism agencies

Назва	Рік заснування, штаб-квартира	Кількість держав-партнерів	Чистий прибуток, 2022 р., мільярди доларів.	Напрями діяльності
American Express	1850 рік Нью-Йорк (Манхеттен)	130	7,5	Діловий та індивідуальний туризм, дорожні чеки, пластикові карти, фінансові послуги, комплексні рішення в сфері ділового туризму Business Travel Solutions (BTS)
Carlson Wagonlit Travel	1994 рік Міннеаполіс (Міннесота)	151	2,82	Діловий туризм, автоматизація та онлайн бронювання, міжнародний готельний бізнес, консалтингові та аутсорсингові послуги
Kuoni Group	1906 рік Цюріх (Швейцарія)	26	2,4	Діловий туризм, управління дестинаціями, обслуговування індивідуальних мандрівників та груп ділових туристів, конгресів, конференцій тощо
Hogg Robinson Group	1845 рік Велика Британія	89	6,2	корпоративні поїздки, організація зустрічей, консалтинг, управління витратами
BCD Holdings	2006 рік Утрехт (Нідерланди)	96	0,8	організація відряджень, фінансова діяльність, організація курортного туризму, розробка та впровадження інноваційних технологій

Джерело: розроблено автором за [9, 10, 11]

Source: developed by the author according to [9, 10, 11]

і природні катаклізми. Навпаки, саме в проблемних районах ведуться переговори та гуманітарні місії. Саме тому, одним із дієвих ресурсів розвитку вітчизняних компаній та їх інтеграції до світового ринку ділового туризму може стати просування української індустрії МІСЕ на основі використання міжнародного досвіду у цій сфері.

Крім того, популярність регіонів, які нещодавно пережили серйозну кризу, створює парадокс в сфері ділового туризму. Як тільки ситуація стає стабільнішою, інвестори виявляють зростаючий інтерес до таких регіонів. Впроваджуються та реалізуються проекти з відновлення інфраструктури, організуються ознайомлювальні ділові поїздки, розвивається міжнародне співробітництво. Ділові туристи відвідують місця, які зазвичай уникають

туристи-відпочивальники. Це відкриває унікальні можливості для туристичних підприємств регіону покращити свої послуги, розширити асортимент туристичних продуктів та додаткових послуг. У сучасних умовах, галузь ділового туризму сприяє розвитку інших секторів виробництва та послуг і має значний потенціал для подальшого зростання.

Таким чином, бізнес-туризм є однією з найактуальніших галузей для розвитку туристичної дестинації, оскільки він може приносити значні надходження до місцевого бюджету. Процес розвитку бізнес-туризму вимагає попереднього планування та підготовки, включаючи будівництво або відновлення інфраструктури, що вимагає співпраці між підприємствами різних галузей.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Музичко Є.О., Петренко В.А. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні. *Економіка і держава*. 2018. № 1. С. 55–60.
2. Дехтяр Н.А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму. *Проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 43–51.
3. Галасюк С.С., Мартинова Н.С. Моніторинг розвитку ділового туризму у світі. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 50. С. 98-105. <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-16>
4. Сливенко В.А., Подорожко Т.О., Шишкіна В.Б. Аналіз сучасного стану та пріоритетів розвитку ділового туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.6.43>
5. Virgil Nicula, Popsa Roxana Elena. Business Tourism Market Developments. *Procedia Economics and Finance*. 2014. Vol. 16. P. 703-712. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00858-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00858-2).
6. Kyoung-Joo Lee, Sun-Yong Choi. A comparative wavelet analysis of the differential sensitivities of leisure and business travel to geopolitical risks and economic policy uncertainty: A study of inbound travel to South Korea. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2023. Vol. 55. P. 202-208. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.03.021>.
7. Expenditure of business tourists worldwide from 2001 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1093295/business-travel-spending-worldwide/> Global Business Travel Spending
8. Global Business Travel Spending is Coming Back, but Recent Headwinds Push Anticipated Full Recovery Into 2025 and 2026 / Global Business Travel Association, available at: <https://www.gbta.org/global-business-travel-spending-is-coming-back-but-recent-headwinds-push-anticipated-full-recovery-into-2025-and-2026/>
9. Stock Analysis. URL: <https://stockanalysis.com/stocks/cwt/revenue/>
10. HRG North America-Hogg Robinson Group Revenue and Competitors. URL: https://growjo.com/company/HRG_North_America-Hogg_Robinson_Group
11. Financial results add momentum to leading travel management company BCD Travel's strategic growth plan. URL: <https://news.bcdtravel.com/financial-results-add-momentum-to-leading-travel-management-company-bcd-travels-strategic-growth-plan/>
12. Miller R. World's Best Business Travel Destinations 2020. Business Trip. CEOWORLD. November 15, 2020. Available at: <http://ceoworld.biz>.

Стаття надійшла до редакції 21.10.2023

Стаття рекомендована до друку 23.11.2023

Yuri Opanashchuk, PhD, Associated Professor, Associate Professor of the Regional Studies and Tourism Department, KNEU named after Vadym Hetman, 54/1 Beresteysky prospect (Prospect Peremogy), Kyiv, Ukraine, 03057, Honored employee of the service sector of Ukraine, Chairman of the Board of the Association of Hotel Unions and Hotels of Ukrainian Cities, e-mail: ukrhotelua@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5258-5907>

Olena Sushchenko, Doctor of Sciences (Economics), Professor, Tourism Department Head, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, 9-A, Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine, e-mail: helen.sushchenko@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2645-8015>, Scopus Author ID: 57189040452, ResearcherID: K-7350-2018

GLOBAL MARKET OF BUSINESS TOURISM: DEVELOPMENT PROBLEMS AND PROSPECTS

An important role in the development of global international tourism is played by business tourism, or corporate tourism, aimed at meeting the needs of business travelers and forming specific trends in the development of the global tourism industry. The study of problems and prospects for the development of the global market of business tourism is aimed at the understanding by market players of its dynamics and the adoption of effective strategic solutions for its future development. The subject of research in the article is the theoretical, methodological and practical aspects of the business tourism global market development. The goal is to analyze the current state and identify trends and prospects for the business tourism global market development. The objective is to research the problems and prospects for the business tourism global market development. General scientific methods are used: systematic analysis - to determine the features of the business tourism global market development, comparative analysis - in the analysis of existing approaches to the definition of business tourism. The following results were obtained: based on the analysis of the dynamics of changes in the main indicators of the business tourism global market, the main problematic aspects and trends of its development were determined. Conclusions: business tourism is one of the most relevant industries for the tourism destination development, as it can bring significant income to the local budget. The process of business tourism development requires prior planning and preparation, including the construction or restoration of infrastructure, which requires cooperation between enterprises of different industries.

Keywords: *business tourism, global market, tourist destination, MICE, business tourists.*

REFERENCES

1. Muzychko Ye.O., Petrenko V.A. (2018) Stan i tendentsii rozvytku dilovoho turyzmu v Ukraini. [The state and trends of business tourism development in Ukraine]. *Economy and the State*, no. 1, pp. 55–60. (in Ukrainian)
2. Dekhtiar N.A. (2014) Tendentsii rozvytku svitovoho rynku dilovoho turyzmu. [Development trends of the world business tourism market]. *Problems of the economy*, no 1, pp. 43–51. (in Ukrainian)
3. Halasiuk S.S., Martynova N.S. (2020) Monitorynh rozvytku dilovoho turyzmu u sviti [Monitoring of business tourism development in the world]. *Market infrastructure*. vol. 50, pp. 98-105. Available at: <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-16> (in Ukrainian)
4. Slyvenko V.A., Podorozhko T.O., Shyshkina V.B. (2019) Analiz suchasnoho stanu ta prioritetiv rozvytku dilovoho turyzmu v Ukraini [Analysis of the current state and development priorities of business tourism in Ukraine]. *Efficient economy*, no 6. Available at: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.6.43>. (in Ukrainian)
5. Virgil Nicula, Popsa Roxana Elena (2014) Business Tourism Market Developments. *Procedia Economics and Finance*, vol. 16, pp. 703-712. Available at: [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00858-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00858-2).
6. Kyoung-Joo Lee, Sun-Yong Choi (2023) A comparative wavelet analysis of the differential sensitivities of leisure and business travel to geopolitical risks and economic policy uncertainty: A study of inbound travel to South Korea. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 55, pp. 202-208. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.03.021>.
7. Expenditure of business tourists worldwide from 2001 to 2021. Available at: <https://www.statista.com/statistics/1093295/business-travel-spending-worldwide/> Global Business Travel Spending
8. Global Business Travel Spending is Coming Back, but Recent Headwinds Push Anticipated Full Recovery Into 2025 and 2026 / Global Business Travel Association. Available at: <https://www.gbta.org/global-business-travel-spending-is-coming-back-but-recent-headwinds-push-anticipated-full-recovery-into-2025-and-2026/>
9. Stock Analysis. Available at: <https://stockanalysis.com/stocks/cwt/revenue/>
10. HRG North America-Hogg Robinson Group Revenue and Competitors. Available at: https://growjo.com/company/HRG_North_America-Hogg_Robinson_Group
11. Financial results add momentum to leading travel management company BCD Travel's strategic growth plan. Available at: <https://news.bcdtravel.com/financial-results-add-momentum-to-leading-travel-management-company-bcd-travels-strategic-growth-plan/>
12. Miller R. World's Best Business Travel Destinations 2020. Business Trip. CEOWORLD. November 15, 2020. Available at: <http://ceoworld.biz>

The article was received by the editors 21.10.2023

The article is recommended for printing 23.11.2023