

**Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад  
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ  
дисципліни  
“ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ  
ТУРИЗМІ”  
(для магістрів)**

**Київ-2018**

Підготовлено доцентом кафедри міжнародних відносин та організації туристичної діяльності Кривоберець М.М.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних відносин та організації туристичної діяльності (Протокол № 3 від 25 жовтня 2018 р. ).

Схвалено Вченою радою Навчально-наукового інституту міжнародних відносин та соціальних наук (*Протокол № 2 від 26 вересня 2018 р.*)

**Кривоберець М.М.** Методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни “Транснаціональні корпорації в міжнародному туризмі” (для магістрів). - К.: МАУП, 2018 – 39 С.

Методична розробка містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план вивчення дисципліни «Транснаціональні корпорації в міжнародному туризмі», методичні вказівки для самостійного вивчення кожної теми, контрольні питання, критерії оцінювання знань студентів при підсумковому контролі, список рекомендованої літератури.

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Самостійна робота студентів є складовою навчального процесу, важливим чинником, який формує вміння навчатися, сприяє активізації засвоєння студентом знань та їх реалізації, основним засобом опанування навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних занять.

*Мета самостійної роботи студентів* — сприяти засвоєнню в повному обсязі навчальної програми дисципліни «Транснаціональні корпорації в міжнародному туризмі» та формуванню самостійності як особистісної риси та важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні систематизувати, планувати та контролювати власну діяльність.

*Завдання самостійної роботи студентів* — засвоєння певних знань, умінь, навичок, закріплення та систематизація здобутих знань, їх застосування при виконанні практичних завдань та творчих робіт, а також виявлення прогалин у системі знань із предмета «Транснаціональні корпорації в міжнародному туризмі».

Зміст самостійної роботи студента з дисципліни «Транснаціональні корпорації в міжнародному туризмі» визначається навчальною програмою дисципліни, методичними матеріалами, завданнями викладача.

Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених для вивчення навчальної дисципліни «Транснаціональні корпорації в міжнародному туризмі»: підручником, навчальними та методичними посібниками, методичними матеріалами для самостійної роботи студентів, конспектом лекцій, тощо.

*Самостійна робота студентів з навчальної дисципліни «Транснаціональні корпорації у туризмі» організовується з дотриманням низки вимог:*

- обґрунтування необхідності завдань загалом і конкретного завдання зокрема;

- надання детальних методичних рекомендацій щодо виконання роботи;
- надання можливості студентам виконувати творчі роботи, які відповідають умовно-професійному рівню засвоєння знань, не обмежуючи їх виконанням стандартних завдань;
- підтримання постійного зворотного зв'язку зі студентами у процесі виконання самостійної роботи, що є чинником ефективності навчального середовища.

Перелік завдань для самостійної роботи, форми її організації та звітності, термін виконання та кількість балів, які можна отримати за виконання завдань, визначаються викладачем кафедри при розробці робочої навчальної програми дисципліни (розділу «Самостійна робота студентів»).

Студенти, які розпочинають вивчати дисципліну «Транснаціональні корпорації в міжнародному туризмі», повинні бути проінформовані викладачем щодо організації самостійної роботи, її форм та видів, термінів виконання, форм контролю та звітності, кількості балів за виконання завдань.

Організація і контроль процесу та змісту самостійної роботи і її результатів здійснюються викладачами кафедри.

Оцінки (бали), одержані студентами за виконання різних видів самостійної роботи, фіксуються викладачами і повинні бути доведені до відома студентів.

**1. НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ  
«ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ  
ТУРИЗМІ»**

| <b>Змістовий модуль № 1 Географія ТНК</b>                                                                               |                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                                                                       | <b>Тема 1.</b> Значення ТНК у світовому господарстві та їх економічна сутність                                    |
| 2                                                                                                                       | <b>Тема 2.</b> Класифікація ТНК за організаційно-економічними формами                                             |
| 3                                                                                                                       | <b>Тема 3.</b> Історико-географічний аспект розвитку ТНК                                                          |
| 4                                                                                                                       | <b>Тема 4.</b> Географічний аналіз ТНК                                                                            |
| <b>Змістовий модуль № 2 Географічні особливості процесів транснаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі</b> |                                                                                                                   |
| 5                                                                                                                       | <b>Тема 5.</b> Географічні особливості процесів інтернаціоналізації та транснаціоналізації в міжнародному туризмі |
| 6                                                                                                                       | <b>Тема 6.</b> Географічні особливості процесів інтернаціоналізації в сфері гостинності                           |
| 7                                                                                                                       | <b>Тема 7.</b> Вплив ТНК у сфері туризму та гостинності на національну економіку                                  |
| 8                                                                                                                       | <b>Тема 8.</b> Географічний прояв процесів глобалізації у світовому туризмі                                       |
| 9                                                                                                                       | <b>Тема 9.</b> Теорія конкурентних переваг фірми та її застосування в географії ТНК у туризмі                     |
| <b>Всього годин 180</b>                                                                                                 |                                                                                                                   |

## **2. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ КОЖНОЇ ТЕМИ**

### **Змістовий модуль 1. «Географія ТНК»**

#### **Тема 1. Значення ТНК у світовому господарстві та їх економічна сутність**

*Питання, які виносяться на самостійне опрацювання (до заліку):*

1. Значення та місце ТНК у світовому господарстві.
2. Міжнаціональні та транснаціональні корпорації.
3. Біхевіористичний підхід та типи корпоративно-орієнтованих ТНК.
4. Кількісні та якісні параметри ТНК.
5. Визначення ТНК та його інтерпретація з суспільно-географічного погляду.

*Контрольні питання і навчальні завдання (для обговорення на  
семінарських заняттях):*

1. У чому полягає сутність ТНК?
2. Якими є критерії транснаціональності фірми?
3. Які існують форми організаційної структури ТНК?
4. Якими є чинники внутрішнього середовища ТНК?
5. В чому полягає специфіка зовнішнього середовища ТНК?
6. Чому деякі висновки неокласичних теорій суперечать реальному рушенню капіталу між промислово розвиненими країнами і між країнами зі схожими цінами на фактори виробництва?

#### *Темі рефератів*

1. Значення та місце ТНК у світовому господарстві
2. Міжнаціональні та транснаціональні корпорації

3. Визначення ТНК та його інтерпретація з суспільно-географічного погляду.

**Методичні вказівки до підготовки відповідей на питання.** При розкритті питань необхідно правильно визначити сутність ТНК у світовому господарстві.

Транснаціональна корпорація ( ТНК) - це велика значна фірма (або союз фірм різних країн ), яка має закордонні капіталовкладення (активи ) і надає в міжнародному масштабі величезний вплив на будь-яку сферу економіки (або навіть кілька сфер).

У зарубіжній міжнародній економічній літературі досить часто використовують такі терміни, як «багатонаціональні фірми» і «багатонаціональні корпорації». Слід зауважити, що дані терміни використовуються як синоніми.

Існують певні якісні ознаки ТНК . Вони полягають у наступному .

По-перше, це особливості реалізації. Підприємство (фірма ) реалізує значну частину своєї продукції і одночасно робить цим помітний вплив на міжнародний ринок.

По-друге, це особливості розміщення виробництва. Дочірні фірми та підприємства можуть перебувати в інших країнах.

По-третє, це особливості прав власності. Власники підприємства - резиденти різних країн.

Будь-якій фірмі достатньо володіти лише однією ознакою, щоб увійти в категорію транснаціональних корпорацій. Однак можна підкреслити, що існують деякі великі підприємства (компанії), які володіють відразу трьома цими ознаками .

Межа між транснаціональними і звичайними корпораціями в сучасному суспільстві досить умовний, оскільки у міру дозрівання глобалізації економіки відбувається інтернаціоналізація та ринків власності, і

виробництва, і збуту. Ось тому дослідники користуються різноманітними критеріями виділення ТНК .

У Організації Об'єднаних Націй є своя думка з приводу ТНК. Вона спочатку відносила до їх числа компаній , філії яких знаходилися більш ніж в шести країнах і річний оборот становив понад 100 млн доларів. Тепер ООН відносить до транснаціональним корпораціям ті, які мають такі ознаки:

- 1 ) наявність виробничих осередків не менш ніж у двох країнах ;
- 2 ) централізоване керівництво економічно узгодженої політики;
- 3 ) діяльну взаємодію виробничих осередків (обмін відповідальністю та ресурсами) .

***Рекомендована література:[4–6; 11; 12; 15; 19; 21; 25; 29;32;34]***

## **Тема 2. Класифікація ТНК за організаційно-економічними формами**

***Питання, які виносяться на самостійне опрацювання (до заліку):***

1. Підстави класифікації ТНК.
2. Характеристика основних форм ТНК: картель, синдикат, пул, трест, концерн, консорціум, транснаціональний стратегічний альянс (ТСА).
3. Консорціум туристичних міст (на прикладі Словаччини).
4. Регіональна структура ТНК. Види регіональних систем управління ТНК.

***Контрольні питання і навчальні завдання (для обговорення на семінарських заняттях):***

1. Назвіть підстави до класифікації ТНК.
2. Охарактеризуйте основні форми ТНК.
3. Які види регіональних систем управління структур ТНК Ви знаєте?

### ***Теми рефератів***

1. Характеристика основних форм ТНК: картель, синдикат, пул,



трест.

2. Характеристика основних форм ТНК: концерн, консорціум, транснаціональний стратегічний альянс.

3. Регіональна структура ТНК та види їх регіональних систем управління.

*Методичні вказівки до підготовки відповідей на питання.* При розкритті питань необхідно підкреслити те, що Корпоративний характер міжнародного бізнесу та варіативність кон'юнктурних умов, численні конкретні підприємницькі завдання зумовлюють диверсифікацію організаційних форм господарської діяльності великих компаній, які можуть як концентрувати свою діяльність у рамках певної галузі, так і функціонувати як міжгалузеві утворення.

Класифікація корпорацій за типами здійснюється відповідно до ступеня усупільнення капіталів і об'єднання видів (фаз) господарської діяльності.

**Картель** - об'єднання підприємців, учасники якого узгоджують між собою обсяги виробництва, поділ ринків збуту, ціни, умови продажів і найму робочої сили, строки та інші умови платежів тощо. При цьому учасники картелів зберігають виробничу і комерційну незалежність. Враховуючи природу та цілі картельних угод, можна вважати природним, що вони, як правило, є одногалузевими.

Найвідоміший приклад міжнародної картельної угоди - об'єднання країн-експортерів нафти - ОПЕК.

**Синдикат** - форма об'єднання, за якої учасники зберігають виробничу самостійність, але втрачають самостійність комерційну відповідно до взаємних угод. Найбільшого розвитку синдикати набули на початку ХХ ст., зокрема в Україні, як і на решті території тодішньої Росії за часів царату, а пізніше й НЕПу.

**Пули**- монопольні об'єднання, за яких прибутки надходять до спільних фондів, відтак здійснюється узгоджений їх розподіл відповідно до

результатів експлуатації певної частини ринку, в заздалегідь обумовленій пропорції. Прикладом міжнародного пулу є "золотий пул", створений для торгівлі патентами.

**Трест** - форма об'єднання, в рамках якого учасники втрачають виробничу, комерційну, можливо - юридичну самостійність. Учасники трестів, які є також власниками акцій, розподіляють прибутки відповідно до розмірів їх пакетів акцій. Реальний контроль за трестом здійснює правління або головна компанія. Типовим для трестів є їх поширення в рамках галузей, які виробляють однорідну продукцію, хоча існують і міжгалузеві трести.

**Концерн**- складна форма господарської діяльності компанії, яка передбачає об'єднання підприємств промисловості, транспорту, торгівлі та банківської сфери. Учасниками концерну можуть бути корпорації, які об'єднують свої потенціали й зусилля в ринковій стратегії.

**Консорціуми**- специфічна форма поєднання економічних потенціалів ринкових агентів. Виникають на базі тимчасових угод між кількома банківськими і промисловими корпораціями, фірмами з метою реалізації певних спільних проектів.

**Транснаціональні стратегічні альянси (ТСА)** - різноманітні форми союзів самих ТНК. ТСА - особлива організаційна форма міжфірмових, міжкорпораційних зв'язків двох або більше компаній, у рамках якої здійснюється довгострокова координація економічної діяльності учасників з метою реалізації масштабних виробничих проектів, максимізації результатів технологічної кооперації, скорочення тривалості інноваційних процесів, зниження вартості та ризикованості виробництва, поліпшення умов доступу до певних ринків.

***Рекомендована література:*** [1; 2; 3; 7; 11; 12; 25; 29; 31; 32; 33]

### **Тема 3. Історико-географічний аспект розвитку ТНК**

#### ***Питання, які виносяться на самостійне опрацювання (до заліку):***

1. Поява перших господарських структур з ознаками ТНК.
2. Перетворення в організаційних формах світового ринкового господарства, пов'язані з інтенсивною концентрацією капіталу у сфері промисловості, торгівлі, банківсько-фінансової справи, туризму і гостинності наприкінці XIX – початку XX ст.
3. Основні риси сучасного періоду розвитку ТНК.
4. Етапи розвитку світового процесу транснаціоналізації.
5. Покоління ТНК та їхні характеристики.

#### ***Контрольні питання і навчальні завдання (для обговорення на семінарських заняттях):***

1. Які перетворення в організаційних формах світового ринкового господарства, пов'язані з інтенсивною концентрацією капіталу ТНК?
2. Назвіть основні риси сучасного періоду розвитку ТНК.
3. Основні етапи розвитку світового процесу транснаціоналізації.
4. Покоління ТНК та їхні характеристики.

#### ***Теми рефератів***

1. Поява перших господарських структур з ознаками ТНК.
2. Етапи розвитку світового процесу транснаціоналізації.
3. Покоління ТНК та їхні характеристики.

***Методичні вказівки до підготовки відповідей на питання.*** При розкритті питань необхідно підкреслити те, що перші фірми, які мали ознаки ТНК, з'явилися ще в XVII столітті. Зокрема, англійська East India Company утворилась ще в 1600 році, деякі інші великі фірми існують також не одне століття, але особливо інтенсивно концентрація капіталу у сфері виробництва, торгівлі та банківсько-кредитної діяльності, яка стимулювала

утворення ТНК, відбувалася з другої третини XIX століття. А особливо бурхливе зростання кількості і масштабів діяльності ТНК припадає на другу половину XX ст.

Основною причиною бурхливого розвитку ТНК є низка незаперечних переваг їх у порівнянні з національними компаніями. Серед *головних причин-переваг* можна відмітити:

1) Оптимізація розміру корпорації та намагання досягти економії на масштабі організації.

2) Можливості підвищення ефективності та конкурентоспроможності шляхом доступу до ресурсів іноземних держав: сировини, робочої сили, фінансових ресурсів, науково-технічних розробок.

3) Боротьба за нові ринки збуту продукції.

4) Зниження собівартості та підвищення конкурентоспроможності за рахунок використання переваг міжнародного поділу та раціоналізації окремих операцій.

5) Можливість використання у власних інтересах особливостей державної, зокрема податкової, грошово-кредитної політики в різних країнах для раціоналізації оподаткування, різниці в курсах валют.

6) Здатність продовжувати життєвий цикл своїх технологій і продукції. Можливість “скидати” застарілі технології і продукти в країни, що розвиваються.

7) Можливість уникати, за допомогою прямих іноземних інвестицій, митних бар'єрів при входженні на ринок певної країни.

8) Прагнення до технологічного лідерства, намагання максимально ефективно використати “невидимі” активи, управлінський та маркетинговий досвід.

9) Близькість до споживачів продукції, можливість отримання достовірної інформації про перспективи ринків, конкурентний потенціал фірм, налагодження співпраці з політичними елітами.

Виникнення та активний розвиток ТНК в кінці XIX століття було обумовлено *особливостями організації економічної діяльності* в той час, які можна звести до такого:

- 1) *промислова революція* (1784 р.) другої половини XIX ст., яка заклала підвалини масового та спеціалізованого виробництва;
- 2) *принцип партнерства*, що почав використовуватись у господарській практиці у формі корпоративної власності і відповідальності.

Внаслідок цього відбулася істотна за масштабами концентрація та централізація господарської діяльності і власності у виробництві.

У процесі становлення та еволюційного розвитку транснаціонального капіталу виділяють декілька **етапів розвитку ТНК**, а саме:

*На першому етапі* транснаціоналізації діяльності великих промислових компаній відбувався процес інвестування, передусім, у сировинні галузі іноземних економік. Він супроводжувався створенням розподільчих і збутових підрозділів компаній (1860 – 1914 рр.).

*Другий етап*, охоплює період між двома світовими війнами, охарактеризувався швидким розвитком міжнародних компаній у формі військово-промислових ТНК.

*Третій етап* (50-і – 60-і рр. XX ст.) охарактеризувався розвитком міжнародних компаній інтегруючого типу. Інтеграція виробництва йшла по горизонталі і по вертикалі. Стратегічною метою діяльності ТНК цього періоду було перенесення “брудних” та працемістких виробництв у країни, що розвиваються.

*Четвертий етап* (70-і – 80-і рр. XX ст.) охарактеризувався активним використанням досягнень науково-технічної революції та впровадженням досягнень науково-технічного прогресу у периферійні країни, відмовою від стратегії скидання виробництв і максимального викачування ресурсів з країн, що розвиваються у зв’язку з націоналізацією багатьох виробництв,

диверсифікацією діяльності і відмовою від чіткої галузевої орієнтації, партнерськими відносинами з місцевими фірмами.

*П'ятий етап* (кін. XX ст. (90-і р.) – поч. XXI ст.) характеризується утворенням мереж внутрішньофірмових зв'язків регіонального та глобального масштабу. В рамках глобальних внутрішньофірмових зв'язків інтегруються наукові дослідження та розробки, матеріальне забезпечення, виробництво, розподіл і збут. Особливістю цього етапу є формування ТНК у країнах, що не належать до промислово-розвинених.

Згідно цільового підходу ТНК можна охарактеризувати як форму зовнішньоекономічної експансії національного бізнесу. Виділяють декілька **форм експансії ТНК**:

1) на ранньому етапі розвитку капіталізму переважаючою формою експансії (XVII – XIX ст.) була *торгівля товарами* (товарний експорт);

2) в кін. XIX – поч. XX ст. за межами національних кордонів починає здійснюватися експансія у формі позичкового капіталу, тобто експорт капіталу для отримання вищого відсотку за кордоном (“*портфельні інвестиції*”);

3) після Другої світової війни набули поширення такі форми експансії як *ліцензійна торгівля та прямі іноземні інвестиції*.

З огляду на ринкову орієнтацію виділяють такі **типи компаній**:

- *етноцентричні* (грец. ethnos – народ, центр) – компанії, які оперують на внутрішньому, національному ринку.

- *геоцентричні* (грец. geo – Земля) – компанії, які працюють як на внутрішньому так і світовому ринках.

**Рекомендована література: [2; 8; 10; 11; 18; 21; 25; 29; 31; 32; 34]**

#### **Тема 4. Географічний аналіз ТНК**

***Питання, які виносяться на самостійне опрацювання (до заліку):***

1. Сутність та важливість географічного аспекту та аналізу процесу транснаціоналізації в світовому господарстві.
2. Розрахункові показники до географічного аналізу у ТНК.
3. Географічний розподіл та ринкова капіталізація 500 найбільших ТНК світу.
4. Географічний розподіл 100 найбільших ТНК світу.
5. Розподіл 100 найбільших ТНК Європи за галузями та за країнами:  
висновки.
6. Найбільші ТНК Європи за галузями та за країнами: висновки.
7. Розподіл 100 найбільших ТНК Латинської Америки за галузями та за країнами: висновки.
8. Найбільші ТНК Латинської Америки за галузями та за країнами:  
висновки.

***Контрольні питання і навчальні завдання (для обговорення на семінарських заняттях):***

1. Які форми проникнення транснаціональних корпорацій на світовий ринок – головні форми міжнародного бізнесу?
2. Сутність та важливість географічного аспекту та аналізу процесу транснаціоналізації в світовому господарстві.
3. Розрахункові показники до географічного аналізу у ТНК.
4. Географічний розподіл та ринкова капіталізація 500 найбільших ТНК світу.

***Теми рефератів***

1. Розподіл 100 найбільших ТНК Європи за галузями та за країнами
2. Найбільші ТНК Європи за галузями та за країнами
3. Розподіл 100 найбільших ТНК Латинської Америки за галузями та за країнами.
4. Найбільші ТНК Латинської Америки за галузями та за країнами.

***Методичні вказівки до підготовки відповідей на питання.*** При розкритті питань необхідно підкреслити те, що географічний аналіз ТНК

передбачає дослідження особливостей їхнього розподілу як за основними галузями світового господарства, так і за головними регіонами світу.

На початку XXI ст. у світовому господарстві спостерігається стрімке зростання значення ТНК, які зміцнюють свою провідну роль в інтернаціоналізації виробництва, у процесах розширення та поглиблення економічних зв'язків між підприємствами різних країн, виступаючи торговцями, інвесторами, розповсюджувачами сучасних технологій, стимуляторами міжнародної трудової міграції.

Нині міжнародне виробництво товарів і послуг у рамках ТНК становить 40% валового світового продукту та понад 50% промислової продукції світу. ТНК займають передові позиції у світовому виробництві, зокрема, в галузях комп'ютерної техніки та електроніки, автомобілебудуванні, хімічній і фармацевтичній промисловості, а також в роздрібній торгівлі, банківській, телекомунікаційній, страховій сферах. Ці корпорації створили сучасну розвинуту мережу виробничої, науково-технічної, інвестиційної, торгової та культурної взаємозалежності країн і заклали підвалини глобальної економіки.

Саме ці ведучі найпотужніші ТНК, складові частини яких розміщуються в усьому світі, сьогодні становлять ядро світового господарства, задаючи темпи та якість її розвитку. ТНК належить нині майже 90% прямих іноземних інвестицій, 80% світового інформаційного ресурсу (патенти, нові технології, ноу-хау), 67% обсягу світової торгівлі, 80% обсягу торгівлі новітніми технологіями, 20% світової робочої сили. Середній строк життя звичайних фірм та підприємств, як правило, не перевищує десяти років, при цьому банкрутство таких утворень становить приблизно 10% від їх кількості. Великі корпоративні утворення, навпаки, дуже стабільні і тренд, що спостерігається у цьому плані, - їх глобалізація.

***Рекомендована література: [4; 5; 15; 20; 23; 26; 30; 32]***



**Змістовий модуль 2. «Географічні особливості процесів транснаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі»**

**Тема 5. Географічні особливості процесів інтернаціоналізації та транснаціоналізації в міжнародному туризмі**

***Питання, які виносяться на самостійне опрацювання (до заліку):***

1. Сутність ТНК у туризмі та форми їх існування.
2. Теорії, що пояснюють феномен ТНК у туризмі: теорія відмінності норм прибутку та відсоткових ставок, еkleктична теорія Даннінга (OLI - теорія), теорія життєвого циклу продукту.
3. Причини та особливості процесів інтернаціоналізації туризмі.
4. Чинники та особливості процесів транснаціоналізації в туризмі.
5. Чинники та особливості географії ТНК у туризмі.

***Контрольні питання і навчальні завдання (для обговорення на семінарських заняттях):***

1. Як ТНК впливають на існування туризму загалом?
2. Назвіть основні теорії, що пояснюють феномен ТНК у туризмі?
3. Чинники та особливості географії ТНК та транснаціоналізації в туризмі.

***Теми рефератів***

1. Сутність ТНК у туризмі та форми їх існування.
2. Теорії, що пояснюють феномен ТНК у туризмі.
3. Чинники та особливості географії ТНК у туризмі.

***Методичні вказівки до підготовки відповідей на питання.*** При розкритті питань необхідно підкреслити те, що процеси транснаціоналізації у туристичній індустрії розвиваються дещо інакше, ніж в будь-якій іншій сфері - на ці процеси впливають навіть ті компанії, які безпосередньо не входять у структуру туристичної індустрії. Взаємодія процесів глобалізації та розвитку світового туристичного ринку проявляється у вигляді

функціонування ТНК, стратегічних альянсів та глобальних союзів. Залежно від галузі функціонування ТНК у туристичній сфері можна виділити три основні групи:

- 1) транснаціональні готельні корпорації („готельні ланцюжки”);
- 2) транснаціональні туристичні транспортні корпорації (передусім, у сфері повітряного транспорту);
- 3) транснаціональні туроператорські корпорації (компанії, що переважно займаються формуванням пекідж-турів).

Якщо розглянути рейтинг 100 найбільших ТНК світу останніх років, то в них не входить жодна ТНК, яка б стосувалась туризму безпосередньо або опосередковано. До 500 найбільших ТНК світу увійшли лише корпорації індустрії розваг та відпочинку, материнська компанія яких розташована у США [1, с.319-433]. Більше у світовому рейтингу 500 найбільших компаній немає жодної компанії, яка б відносилась до туристичної індустрії. Це пояснюється тим, що, з одного боку, розрахунок обсягів міжнародної торгівлі туристичними послугами характеризується значною невизначеністю (оскільки туристична сфера об'єднує широкий спектр надання суміжних послуг). З іншого боку, в забезпеченні суміжними турпродуктами та послугами беруть участь багаточисельні та комплексні мережі агентів. Складність окреслення чіткої організаційної структури та узгодження туристичних „торговельних ланцюжків” особливо яскраво проявляється у випадку, коли материнська компанія володіє декількома транснаціональними готельними ланцюжками та здійснює капіталовкладення в різні сфери економічної діяльності: від ресторанного господарства, підприємств сфери розваг до готельного бізнесу.

Ринковий вплив ТНК особливо яскраво проявляється у південно-європейському туристичному напрямі. Історично периферійний статус країн Південної Європи визначив їх чуттєвість до економічної сили туроператорів та інвесторів з Північної Європи, під дією яких вони стали

залежними від розвитку туристичної сфери. Так, в той час, коли лише близько 30% туристів з Великобританії здійснює туристські поїздки до Франції через туроператорів, відсоток поїздок через туроператорів до Греції становить близько 80%. Тому історична залежність Греції від порівняно недиференційованого ринку, що контролюється невеликою кількістю туроператорів, підірвав конкурентоздатність малих місцевих готельних підприємств, які були змушені прийняти контрактні умови туроператорів, щоб не втратити своїх клієнтів. Концентрація власності проявилася і на європейському туроператорському ринку, де європейська інтеграція зумовила інтенсифікацію транскордонних злиттів та поглинань за участю як європейського, так і неєвропейського капіталу.

***Рекомендована література: [2; 3; 16; 17; 21; 23; 28; 31]***

## **Тема 6. Географічні особливості процесів транснаціоналізації в сфері гостинності**

***Питання, які виносяться на самостійне опрацювання (до заліку):***

1. Інтегровані готельні ланцюги як ТНК у сфері гостинності.
2. Стратегії готельних ТНК.
3. Франчайзинг як основа формування американських готельних ланцюгів.
4. Класична та новітня моделі франчайзингу.
5. Європейська модель готельного бізнесу – контракти з управління.
6. Фахові менеджерські компанії в готельному бізнесі.
7. Моделі організації та діяльності в світовій готельній індустрії: американська, європейська, азійська.
8. Готельні консорціуми.

***Контрольні питання і навчальні завдання (для обговорення на семінарських заняттях):***

1. Які географічні особливості процесів процесів транснаціоналізації в сфері гостинності Ви можете назвати?
2. Основні моделі організації та діяльності в світовій готельній індустрії.
3. Франчайзинг як основа формування американських готельних ланцюгів.

### *Темати рефератів*

1. ТНК у сфері гостинності ЄС.
2. Однонаціональні ТНК у США в сфері туризму, гостинності, розваг.
3. Багатонаціональні ТНК у туристичній сфері США.

*Методичні вказівки до підготовки відповідей на питання.* При розкритті питань необхідно підкреслити те, що у сфері готельного господарства ТНК набувають вигляду готельних ланцюжків, що охоплюють групу готелів, які мають єдину структуру управління, концепцію просування продукту та торговельну марку. У світовому рейтингу американські готельні мережі займають провідні позиції. Серед 30 найбільших готельних компаній американськими є 22. Найбільшою неамериканською компанією є французький Асог (близько 3000 готелів). В умовах жорсткої конкуренції з боку інтегрованих готельних ланцюжків (Holiday Inn Worldyard, Hilton Hotels Corporation, I-T-T Sheraton) незалежні готелі об'єднуються в готельні консорціуми, найбільшим з яких є Utel International (Великобританія), що об'єднує 6576 готелів в 137 країнах світу.

Іншою організаційною формою концентрації виробництва на туристичному ринку є створення стратегічних альянсів. Одним із найбільш успішних прикладів створення альянсу в готельному бізнесі можна вважати підписання наприкінці 1996 р. угоди про співробітництво між американською групою Carlson Hospitality Worldyard та японською компанією Four Seasons. Основною метою даного заходу було розширення

готельної мережі Rigent, що належить японській стороні. Водночас класичні готельні мережі все частіше застосовують франчайзинг. Компанія Cendant Corporation, що спеціалізується на франчайзингу, є найбільшою у світі готельною групою, до складу якої входить понад 6000 готелів. Із зростанням маркетингової орієнтації в готельних підприємствах вирішальними стають не відносини власності, а спільні дії на ринку. Деякі готельні мережі намагаються здійснювати експансію часто за рахунок своєї прибутковості. Цей процес не лише негативно впливає на готельні підприємства середньої ланки, але й загострює конкуренцію між великими готельними концернами. Конкуренція „витіснення” перетворюється на конкуренцію „знищення”.

Значна роль західних ТНК особливо проявляється у системі функціонування глобальної авіаційної індустрії, де експансія глобальних альянсів зумовила централізацію контролю сфери декількома перевізниками. Дерегуляція сфери авіаперевезень у США 1978 р. та Європі 1997 р. створила умови для формування близько 400 альянсів, що охоплюють 1700 компаній-авіаперевізників. Однак сьогодні лише чотири найбільших з них контролюють понад 50% світового ринку авіапослуг, причому з перших 20 авіаліній 14 належать до індустріально розвинутих країн (США, Західна Європа), 6 - до країн, що розвиваються (Східна Азія). За результатами 2004 р. найбільш успішними альянсами у сфері повітряного транспорту були Skyteam, Star Alliance та Oneworld.

Незважаючи на зростання популярності стратегічних альянсів, їх створення неоднозначно сприймається урядами окремих країн. Так, США надають антитрестовий імунітет альянсам за умови, що будуть підписані двосторонні угоди про „відкрите небо”. Ці угоди надають можливість американським компаніям отримувати доступ до авіаринків Європи та Азії. Деякі країни (Швейцарія, Японія) намагаються протистояти тиску з американського боку. На європейському континенті створення альянсів ускладнюється через позиції Європейської комісії з питань про двосторонні

угоди. Розглядаючи ЄС як єдине територіальне утворення, вона має намір відмовитися від практики укладання угод кожною країною окремо і перейти до жорсткої централізації переговорних процесів.

Однак, з огляду на основні переваги стратегічних альянсів, серед яких слід відзначити незначні капіталовкладення для розвитку діяльності, можливість обходження антимонопольного законодавства, використання для координації міжнародної діяльності не дуже складних організаційних структур управління, можна прогнозувати в майбутньому збільшення як кількості стратегічних альянсів, так і кількості компаній, що будуть приєднуватися до вже існуючих союзів, що буде зумовлено зокрема і можливими фінансовими кризами, які, як вже було відзначено вище, посилюють тенденцію до об'єднання. Тобто на світовому ринку буде точитися конкурентна боротьба не між окремими авіаперевізниками, країнами, а між союзами авіакомпаній, що належать до різних країн та континентів.

***Рекомендована література: [1; 3; 4; 14-17; 22; 27; 31; 33]***

## **Тема 7. Вплив ТНК у сфері туризму та гостинності на національну економіку**

***Питання, які виносяться на самостійне опрацювання (до заліку):***

1. Вплив ТНК на економіку приймаючих країн: а) контроль ТНК структури туристичного ринку, розвитку індустрії туризму та окремих її секторів у приймаючій країні; б) контроль туристичних потоків; в) трансфертне ціноутворення на туристичні продукти; г) витік доходів від міжнародного туризму за кордон; д) технологічний вплив ТНК на економіку країн- реципієнтів.

2. Вплив ТНК на економіку країни базування: а) у випадку малої країни (Сингапур); б) збільшення доходу на інвестований капітал у вітчизняній індустрії туризму; в) зменшення рівня цін на внутрішньому ринку

подорожей; г) отримання монополістичних вигод на ринку країни базування; д) опосередкований вплив через виїзні туристичні потоки.

***Контрольні питання і навчальні завдання (для обговорення на семінарських заняттях):***

1. Який вплив ТНК здійснюють на економіку країни базування?
2. Який вплив ТНК здійснюють на економіку приймаючих країн?

***Теми рефератів***

1. Вплив ТНК у сфері туризму та гостинності на національну економіку.
2. Вплив ТНК на економіку країни базування та економіку приймаючих країн.

***Методичні вказівки до підготовки відповідей на питання.*** При розкритті питань необхідно підкреслити те, що процеси транснаціоналізації є основою сучасних світогосподарських відносин і сталою тенденцією розвитку економіки. За умов активізації міжнародної інвестиційної діяльності зростають і основні показники діяльності ТНК, зокрема експорт зарубіжних філій ТНК складає приблизно 1/3 від загальносвітового експорту товарів та послуг, ринкова капіталізація окремих ТНК перевищує 500 млрд дол., а щорічні обсяги продажу становлять 150-200 млрд дол. Слід зазначити, що основним засобом впливу ТНК на економіку країни є прямі іноземні інвестиції (ПІІ). За даними ООН, ТНК здійснюють майже 90% ПІІ світу, що посилює економічний потенціал країн, у яких діють дочірні підприємства чи філії ТНК, покращує платіжний баланс, сприяє модернізації економіки та передачі інновацій. Разом з тим діяльність ТНК дає приймаючим країнам не тільки додаткові можливості для економічного зростання і розвитку, але може знижувати рівень економічної незалежності, впливаючи на формування державної політики регулювання ринків та секторів національної економіки, зовнішньоторговельну, фінансову політики тощо.

Питання діяльності ТНК та економічної безпеки країн переважно розглядаються окремо, тому потребують наукового дослідження впливу ТНК

на економічну безпеку держави. Незважаючи на велику кількість ТНК в світі, не існує жодної з них українського походження, тому питання переосмислення ролі ТНК у розвитку конкурентоспроможності національної економіки та механізм транснаціоналізації великих українських компаній є досить актуальними. Процеси транснаціоналізації світової, національних економік і необхідність забезпечення економічної безпеки держави є взаємопов'язаними.

Сучасний світ та міжнародні економічні відносини перебувають в контексті діяльності ТНК, які постійно борються за ринки ресурсів, збуту, сфери впливу, технології та інновації, а також можливі прибутки. За цих умов актуалізується проблематика підтримки національної економічної безпеки, особливо приймаючих країн, комплексної оцінки можливих наслідків функціонування ТНК на внутрішніх ринках.

***Рекомендована література: [2; 3; 5; 14-17; 21-25; 32]***

## **Тема 8. Географічний прояв процесів глобалізації у світовому туризмі**

***Питання, які виносяться на самостійне опрацювання (до заліку):***

1. Глобальні союзи в міжнародному туризмі.
2. Глобальні системи бронювання туристичних продуктів (ГСБТП): Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan та інші.
3. Географічні особливості ГСБТП.
4. Стратегічні альянси в міжнародному туризмі.
5. Стратегічні альянси авіакомпаній.

***Контрольні питання і навчальні завдання (для обговорення на семінарських заняттях):***

1. Назвіть глобальні союзи та глобальні системи в міжнародному туризмі.
2. Стратегічні альянси та авіакомпанії в міжнародному туризмі.



### *Теми рефератів*

1. Глобальні союзи в міжнародному туризмі.
2. Глобальні системи бронювання туристичних продуктів: компонентна та географічна структура.
3. Стратегічні альянси в міжнародному туризмі.
4. Стратегічні альянси авіакомпаній.

*Методичні вказівки до підготовки відповідей на питання.* При розкритті питань необхідно підкреслити те, що серед сучасних тенденцій розвитку світового господарства в цілому і туристичної індустрії як його невід'ємної частини, особливої уваги заслуговують два процеси: глобалізації та регіоналізації.

Термін "глобалізація" (франц. global – загальний, від лат. globus – куля) з'явився у літературі з менеджменту і бізнесу у 1970-х роках на позначення нових стратегій світового виробництва та розподілу сировини, енергії, товарів, фінансів тощо. У суспільні науки термін увійшов через географію та соціологію, а в гуманітарні – через антропологію та дослідження культури.

Глобалізація є відправною точкою для нового етапу розвитку світу, якому притаманне різке прискорення темпів інтернаціоналізації усіх сфер суспільного життя. Викажу думку, яка, безперечно, потребує детальнішого обґрунтування й окремого дослідження, що глобалізаційні процеси мають вагомні підстави аби привести до утворення нової суспільно-політичної формації – глобалізму, яка може прийти на зміну капіталізму. Підставою для такого висновку є те, що глобалізація вже привела до формування специфічних виробничих відносин, нових технологічних систем і способу виробництва в цілому.

Світове господарство на початку XXI ст. постає як неподільне глобальне ціле, де постійно відбуваються різнопланові й різноякісні процеси. Транснаціональні корпорації (ТНК), які стали рушійною силою

глобалізаційних явищ, перейшли від політики сепаратності до політики співпраці і реалізації спільних економічних проектів та програм.

Глобалізація світового господарства обумовлена кількома взаємопов'язаними факторами:

- міжнародний поділ праці; структура, практика та логіка сучасної глобальної економіки привела до появи нової концепції міжнародного поділу праці, яка сприяє не лише змінам балансу економічної сили між окремими країнами і регіонами за рахунок використання часткових переваг (географічне положення, дешевизна енергії, сировини чи робочих рук, доступ до ринків збуту, кваліфіковані кадри тощо), але і створює передумови для формування економічної, а пізніше і політичної багатополлярності світу;

- інтернаціоналізація фінансів; яскравими прикладами цього явища є введення єдиної європейської валюти й уніфікація світового валютного ринку, функціонування міжнародної банківської мережі, залежність фінансових систем багатьох країн від коливань на світовому фондовому ринку;

- нові інформаційні і технологічні системи; нова глобальна інформаційно-орієнтована економіка віддає перевагу здійсненню технологічних проривів у розвитку за рахунок впровадження ноу-хау-технологій, при цьому єдиний інформаційний простір робить кордони держав "прозорими", а процеси демократизації та глобалізації – незворотними;

- посилення конкурентної боротьби між новими індустріальними країнами і провідними промислово розвинутими державами;

- гомогенізація (від грец.  $\xi\mu\omicron\upsilon\epsilon\nu\eta\varsigma$  – однорідний) міжнародного споживчого ринку; однією з причин є поширення масової культури, яка приносить моду на використання однакової продукції (автомобілі, побутова техніка, мобільні телефони, джинси, спортивне взуття, напої, засоби гігієни, іграшки та багато іншого), споживання однакових видів послуг (ресторани швидкого харчування, кінофільми, музика і література, розваги у нічних та

комп'ютерних клубах, дискотеках, барах, туризм, який асоціюється з відпочинком на березі теплого моря), їх стандартизацію та проникнення в усі сфери життя і регіони світу.

У рамках глобального світового господарства окреслюються контури її особливих спеціалізованих сегментів: самобутніх регіонів, об'єднаних культурно-історичною традицією, стилем господарювання, спільними соціально-економічними чинниками та стратегічним вектором суспільного розвитку. Як наслідок, попередня національно-державна схема поділу людського універсалу все виразніше набуває форми нового регіоналізму та групових коаліцій.

***Рекомендована література: [2; 3; 4; 14-17; 23-28; 30-32]***

### **Тема 9. Теорія конкурентних переваг фірми та її застосування в географії ТНК у туризмі**

***Питання, які виносяться на самостійне опрацювання (до заліку):***

1. Теорія конкурентних переваг фірми М.Портера: генезис та значення в туризмі.
2. Концепція національного ромбу («діамант» Портера).
3. Модель п'яти сил конкуренції.
4. Карта стратегічних груп організацій.
5. Прикладання теорії конкурентних переваг та її складників до ринкової діяльності турфірм.

***Контрольні питання і навчальні завдання (для обговорення на семінарських заняттях):***

1. Назвіть основні теорії конкурентних переваг фірми.
2. Основні концепції національного ромбу?
3. Як використовуються теорії конкурентних переваг та які її складові?

***Теми рефератів***

1. Теорія конкурентних переваг фірми: генезис та значення в туризмі.
2. Концепція національного ромбу («діамант» Портера).
3. Модель п'яти сил конкуренції.
4. Карта стратегічних груп організацій.
5. Використання теорії конкурентних переваг та її складників щодо ринкової діяльності турфірм.

*Методичні вказівки до підготовки відповідей на питання.* При розкритті питань необхідно підкреслити те, що у вітчизняній і зарубіжній літературі відомо декілька теорій, що пояснюють феномен ТНК. Всі вони виходять з максимізації прибули як головного мотиву іноземного інвестування. Згідно однієї з них умовою міжнародної міграції капіталу є відмінність норм прибули і став відсотка. Якби всі національні економіки були в рівній мірі відкриті припливу капіталу, то слід було чекати встановлення міжнародної рівноважної ставки відсотка, а компаніям було б байдуже, де вкладати інвестиції, аби гранична ефективність використання капіталу перевищувала ставку відсотка.

Насправді існують різного роду обмеження, більшому або меншому ступеню ризику, які перешкоджають встановленню єдиної процентної ставки в світі. Але там, де створюються умови для вільних переливів капіталів, іноземне інвестування відбувається на тих же підставах, що і внутрішнє. Це означає, що міжнародний рух капіталу продовжуватиметься до тих пір, поки гранична фондвіддача в країні-імпортерів капіталу і країні базування ТНК не стане рівною. У якій кількості ввозитиметься капітал в країну, залежить від ряду чинників: розміру процентної ставки, прибутковості інвестицій, відвертості економіки, гарантій погашення довга і своєчасності оплати, величини і розподілу ризиків.

Інше пояснення феномену ТНК дає еkleктична теорія інтернаціонального виробництва англійського економіста Дж. Даннінга.

Вона називається еклектичною, оскільки складається з трьох елементів: олігополістичних переваг фірми, переваг локалізації (використання місцевих ресурсів і умов) і переваг інтерналізації.

Для прориву на світовий ринок і виживання на ній компанія повинна мати в своєму розпорядженні певні олігополістичними перевагами, будь то капітал, технологія або управлінська майстерність. Завдяки ним компанія з країни X може мати перевагу у виробництві над місцевими фірмами в країні V і отримувати надприбутки.

Другий елемент еклектичної теорії - переваги локалізації. Максимізувавши прибуток, фірма вирішує, чи спиратися їй на ресурсний потенціал країни базування або використовувати ресурси країни - імпортера капіталу.

Залежно від типу інтернаціонального виробництва компанія отримує різні переваги локалізації. При організації іноземним капіталом здобичі сировини і виробництва матеріалів ТНК оволодівають місцевими природними ресурсами. При налагодженні імпортозамінного виробництва (виробництва товарів замість їх імпорту) ТНК використовують переваги локалізації, щоб понизити свої витрати і відкрити доступ до ринків. При створенні експортних платформ, тобто організації іноземним капіталом виробництва готових товарів для продажу на світовому ринку, вирішальними чинниками їх розміщення є дешевизна робочої сили і заохочення з боку держави, наприклад надання ТНК податкових пільг.

Третій елемент теорії - переваги інтерналізації. Поняття інтерналізації означає, що фірма здійснює зовнішні для неї операції усередині своєї структури. Упроваджуючись в економіку тієї або іншої країни, ТНК може організувати діяльність по-різному: або сконцентрувати все в рамках корпорації, або мати справу з незалежними партнерами на ринку. Отже, проблема інтерналізації зводиться до вибору шляху економічної експансії - через зовнішню торгівлю або за допомогою

розміщення прямих зарубіжних інвестицій. У будь-якому випадку інтерналізація забезпечує стабільність пропозиції, вона сприяє встановленню контролю над цінами і використанням новітніх технологій, а також усуненню чинника невизначеності при висновку операцій. Таким чином, компанії, що повною мірою використовують переваги олігополії, локалізації і інтерналізації, мають всі підстави стати ТНК.

Деякі фахівці пояснюють феномен ТНК, спираючись на теорію життєвого циклу продукту. Згодне їм, компанії створюють інтернаціональні виробничі системи під своїм управлінням, щоб продовжити життєвий цикл свого продукту, вдихнути в нього "друге життя".

Припустимо, що в країні X випуск якогось продукту почався кілька років тому і сьогодні він знаходиться на етапі спаду. На ринку відстаючої країни V той же продукт сприйматиметься як новітній і переживати стадію впровадження. Компанія-виробник може організувати експортні постачання продукту в країну Y, проте велику вигоду вона отримає, розмістивши там виробничі лінії. Класичним прикладом служать автомобільні компанії Великобританії і Італії, що налагодили виробництво в Індії, Ірані, на території колишнього СРСР. Подібний шлях продовження життєвого циклу продукту більш застосовний до промислових товарів, чим до послуг.

***Рекомендована література: [1; 3; 7; 14-18; 21; 25; 28; 31; 34]***

### 3. КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ ПО КУРСУ

1. Значення та місце ТНК у світовому господарстві.
2. Міжнаціональні та транснаціональні корпорації.
3. Біхевіористичний підхід та типи корпоративно орієнтованих ТНК.
4. Кількісні та якісні параметри ТНК.
5. Визначення ТНК та його інтерпретація з суспільно-географічного погляду.
6. Підстави до класифікації ТНК.
7. Характеристика основних форм ТНК: картель, синдикат, пул, трест.
8. Характеристика основних форм ТНК: концерн, консорціум, транснаціональний стратегічний альянс.
9. Консорціум туристичних міст (на прикладі Словаччини).
10. Регіональна структура ТНК та види їх регіональних систем управління.
11. Поява перших господарських структур з ознаками ТНК.
12. Перетворення в організаційних формах світового ринкового господарства, пов'язані з інтенсивною концентрацією капіталу у сфері промисловості, торгівлі, банківсько-фінансової справи, туризму і гостинності наприкінці ХІХ – початку ХХст.
13. Основні риси сучасного періоду розвитку ТНК.
14. Етапи розвитку світового процесу транснаціоналізації.
15. Покоління ТНК та їхні характеристики.
16. Сутність та важливість географічного аспекту та аналізу процесу транснаціоналізації в світовому господарстві.
17. Розрахункові показники до географічного аналізу у ТНК.
18. Географічний розподіл та ринкова капіталізація 500 найбільших ТНК світу.

19. Географічний розподіл 100 найбільших ТНК світу.
20. Розподіл 100 найбільших ТНК Європи за галузями та за країнами.
21. Найбільші ТНК Європи за галузями та за країнами.
22. Розподіл 100 найбільших ТНК Латинської Америки за галузями та за країнами.
23. Найбільші ТНК Латинської Америки за галузями та за країнами.
24. Сутність ТНК у туризмі та форми їх існування.
25. Теорії, що пояснюють феномен ТНК у туризмі.
26. Причини та сутність процесів інтернаціоналізації в туризмі.
27. Сутність та чинники процесів транснаціоналізації в туризмі.
28. Чинники та особливості географії ТНК у туризмі.
29. Інтегровані готельні ланцюги як ТНК у сфері гостинності.
30. Стратегії готельних ТНК.
31. Франчайзинг як основа формування американських готельних ланцюгів.
32. Європейський підхід в готельному бізнесі – контракти з управління.
33. Моделі організації та діяльності в світовій готельній індустрії за географічною ознакою.
34. Готельні консорціуми.
35. Вплив ТНК на економіку приймаючих країн.
36. Вплив ТНК на економіку країн базування.
37. Глобальні союзи в міжнародному туризмі.
38. Глобальні системи бронювання туристичних продуктів: компонентна структура.
39. Глобальні системи бронювання туристичних продуктів: географічна структура.
40. Стратегічні альянси в міжнародному туризмі.
41. Стратегічні альянси авіакомпаній.



42. Теорія конкурентних переваг фірми: генезис та значення в туризмі.
43. Концепція національного ромбу («діамант»Портера).
44. Модель п'яти сил конкуренції для туркомпанії.
45. Карта стратегічних груп організацій у туризмі.
46. Прикладання теорії конкурентних переваг та її складників до ринкової діяльності турфірми.
47. Сучасні особливості географії ТНК у туризмі та гостинності.
48. Туристична компанія «Томас Кук та син» - перша ТНК в історії туризму.
49. Т.Кук як засновник та перший організатор туристичного бізнесу.
50. Туристично-бізнесова стратегія Т.Кука.
51. Туристична компанія Т.Кука як першовідкривач залізничного, пізнавального, замкового, міжнародного, ділового, релігійного, круїзного видів туризму.
52. Географічний аспект бізнес – діяльності Т.Кука – внесок у формування географії туризму.
53. Туристичні ТНК Великої Британії:
54. Туристичні ТНК країн Євросоюзу:
55. ТНК у сфері гостинності ЄС.
56. Однонаціональні ТНК у США в сфері туризму, гостинності, розваг.
57. Багатонаціональні ТНК у туристичній сфері США.
58. Міжнародні корпоративні союзи в сфері туризму і гостинності США.
59. Найбільші американські ТНК у сфері туризму та гостинності в Міжнародному рейтингу Fortune 500.
60. Коротка характеристика найбільших американських готельних ТНК («Голідей», «Маріотт», «Гілтон», «Гайятт»)

#### 4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ПРИ ПІДСУМКОВОМУ КОНТРОЛІ

Контроль знань по дисципліні «Транснаціональні корпорації у туризмі» складається з двох блоків планових заходів:

1. поточний контроль знань студентів;
2. підсумковий контроль знань студентів.

Порядок оцінювання знань студентів за результатами вивчення дисципліни

| № з/п | Форма оцінювання знань                                                                                                                            | Кількість балів                                         | Результат                                                                            |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Оцінювання поточної роботи в семестрі, в т. ч. :                                                                                                  | від 0 до 40 балів в т. ч.:                              |                                                                                      |
| 1.1   | Виконання обов'язкових завдань:<br>1) систематичність та активність роботи протягом семестру<br>2) виконання завдань для самостійного опрацювання | до 20 балів, з них:<br>1) до 10 балів<br>2) до 10 балів |                                                                                      |
| 1.2   | Проходження модульного контролю знань                                                                                                             | до 20 балів                                             |                                                                                      |
| 2     | Оцінювання письмової екзаменаційної роботи                                                                                                        | від 0 до 60 балів                                       | проходження підсумкового контролю знань по дисципліні і одержання підсумкової оцінки |

Бали за результатами поточного контролю в сумі та по доданках, а також за результатами оцінювання письмової екзаменаційної роботи виставляються числом, кратним «5».

Загальна підсумкова оцінка (в балах) складається з суми балів за результати поточного контролю знань та за виконання завдань, що виносяться на іспит. На іспиті студент повинен набрати не менше 30 балів.

Підсумковий контроль знань по даній дисципліні проводиться у формі письмового іспиту за екзаменаційними білетами, кожен з яких включає 3 питання.

Відповідь на кожне питання білета оцінюється окремо з диференціацією в 20, 10, 0 балів.

Відповідь на кожне з питань білета оцінюється в:

20 балів — якщо:

- відповідь студента містить повне, розгорнуте, правильне та стисле викладення матеріалу;
- виявляє при цьому високі знання студентом усієї програми навчальної дисципліни, його вміння користуватися різноманітними методами наукового аналізу суспільних і правових явищ, виявляти їх характерні риси та особливості;
- відображає чітко знання відповідних категорій, їх змісту, розуміння їх взаємозв'язку і взаємодії, правильне формулювання відповідних тлумачень;
- свідчить про знання назв і змісту передбачених програмою нормативно-правових актів (для найважливіших — необхідно знати рік їх прийняття);
- містить аналіз змістовного матеріалу, порівняння різних поглядів на дану проблему, самостійні висновки студента, формулювання та аргументацію його точки зору;
- містить, поряд із теоретичним матеріалом, фактичні дані (статистичні, результати судової практики і т. ін.), їх оцінку та порівняння; логічно і граматично правильно викладена; 10 балів — якщо студент дав відповідь на поставлене запитання, однак вона має хоча б один з таких недоліків:
  - є неповною, не містить усіх необхідних відомостей про предмет запитання;
  - є не зовсім правильною: наявні недоліки у розкритті змісту понять, категорій, закономірностей, назв та змісту нормативно-правових актів, нечіткі характеристики відповідних явищ;
  - не є аргументованою: не містить посилань на нормативно-правові акти (у разі необхідності), інші джерела, аналізу відповідних теорій, концепцій, наукових течій і т. ін.; недостатньо використано дані юридичної практики, інший фактичний і статистичний матеріал;
  - свідчить про наявність прогалин у знаннях студента;
  - викладена з порушенням логіки подання матеріалу, містить багато граматичних, грубих стилістичних помилок та виправлень;

0 балів — якщо студент не відповів на поставлене запитання, або відповідь є неправильною, не розкриває сутності питання, або допущені грубі змістовні помилки, які свідчать про відсутність знань у студента або їх

безсистемність та поверховість, не вміння сформулювати думку та викласти її, незнання основних положень навчальної дисципліни.

Результат письмового іспиту складається з суми балів, одержаних за всі питання. В разі, коли відповіді студента оцінені менше ніж у 30 балів, він отримує незадовільну оцінку за результатами іспиту (тобто 0 балів).

Загальне підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється з урахуванням результатів оцінювання поточної роботи в семестрі (в діапазоні від 0 до 40 балів) та результатів письмового іспиту (не менше 30 і не більше 60 балів) за 100-бальною системою з подальшим переведенням в традиційну систему за 4-бальною шкалою та шкалою ECTS для фіксації оцінки в нормативних документах.

Для реєстрації оцінки за шкалою ECTS в екзаменаційних відомостях вводиться спеціальна графа «Оцінка за шкалою ECTS»

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

### *Основна література*

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект- Пресс, 2004. - 470 с.
2. Бабарицька В.К. Організація туризму: навч.пос. / В.К. Бабарицька, О.О. Любіцева. – К., 1998. – 82 с.
3. Бобина М.А. Международный бизнес: стратегия альянсов / М.А. Бабина, М.В. Грачев. – М.: Дело, 2006. – 240 с.
4. Божидарнік Т.В. Міжнародний туризм: навч.посіб. / Т.В. Божидарнік, Н.В. Божидарнік, Л.В. Савош та ін. – К.: ЦУЛ, 2012. – 312 с.
5. Гвардіонова М.Ю. Туристична імперія Томаса Кука: минуле й сьогодення / М.Ю. Гвардіонова // Томас Кук: людина, яка придумала туризм: Зб.матер.регіон.наук.-практ.конф. – Львів: ЛІЕТ, 2012. – С. 30-36.
6. Географія світового господарства (з основами економіки): навч.посіб. / За ред.. Я.Б. Олійника, І.Г. Смирнова. – К.: Знання, 2011. – 640 с.
7. Лихолат Є.О. Томас Кук – життєвий і професійний шлях / Є.О. Лихолат, Х.Пелех // Томас Кук: людина, яка придумала туризм: Зб.матер.регіон.наук.-практ.конф. – Львів: ЛІЕТ, 2012. – С. 40-44.
8. Муравська С.В. Особливості формування туристичної імперії Томаса Кука та її філософський базис / С.В. Муравська // Томас Кук: людина, яка придумала туризм: Зб.матер.регіон.наук.-практ.конф. – Львів: ЛІЕТ, 2012. – С. 26-29.
9. Олійник Я.Б., Смирнов І.Г. Міжнародна логістика: навч.посіб. / Я.Б. Олійник, І.Г. Смирнов.– К.: Обрії, 2011. – 544 с.
10. Саак А.Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства: (гостиницы и рестораны): уч.пос. / А.Э. Саак, М.В. Якименко. – Спб.: Питер, 2007. – 432 с.
11. Смирнов І.Г. Бізнесові основи міжнародного туризму: навч.пос. – К.: ВПЦ «Київський ун- т», 2007. – 124 с.

12. Смирнов І.Г. Міжнародний туристичний бізнес: навч.-метод.пос. / І.Г. Смирнов, Н.В. Фоменко. – І-Ф.: Галицька академія, 2009. - 154 с.
13. Смирнов І.Г. Міжнародна туристична система «Все включене»: логістичний аспект / І.Г. Смирнов // Географія та туризм. – Вип. 10. – 2010. – С. 15-24.
14. Смирнов І.Г. Теорія конкурентних переваг М.Портера та її застосування в туризмі / І.Г. Смирнов // Географія та туризм. – Вип. 16. – 2011. – С. 29-39.
15. Смирнов І.Г. Динамічний розвиток азійських авіакомпаній та туризм / І.Г. Смирнов, М.М. Нагорна // Географія та туризм. – Вип. 20. – 2012. – С. 84-90.
16. Смирнов І.Г. Транснаціональні корпорації в туризмі: галузеві та регіональні особливості / І.Г. Смирнов // Географія та туризм. – Вип. 21. – 2013. – С. 20-32.
17. Смирнов І.Г. Туристичний кластер як консорціум туристичних міст (досвід Словаччини) / І.Г. Смирнов // Часопис картографії. – Вип. 6. – 2013. – С. 61-70.
18. Смирнов І.Г. Сучасні особливості процесів транснаціоналізації в туризмі / І.Г. Смирнов // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: Матеріали VI Міжн.наук.- практ.конф. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – С. 102-104.
19. Ткачук Л.М. Інноваційні технології в міжнародному туризмі: навч.посіб. / Л.М. Ткачук. – К.: КиМУ, 2007. – 68 с.
20. Холлоуей Дж.К. Туристический бизнес: пер. с англ. / Дж.К. Холлоуей, Н. Тейлор. – К.: Знання, 2007. – 798 с.
21. Офіційний сайт ЮНВТО [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>.
22. Офіційний сайт рейтингу Fortune 500 [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://money.cnn.com/magazines/fortune>.

23. Thomas Cook Group:an Introduction [електронний ресурс].–  
Режим доступу: <http://www.thomascookgroup.com/introduction>.

24. World Investment Report 2012. Transnational Corporations, Extractive Industries and Development [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unctad.org>

*Додаткова література*

25. Аллен И. Новая корпоративная стратегия: Пер. с англ. / - И. Аллен – С.-Пб.: Питер, 1999. – 416 с.

26. Астапович А.З. Транснациональный капитал США в мировом хозяйстве / А.З. Астапович. – М.: Экономика, 1990. – 860 с.

27. Білоус О.Г. Глобальні трансформаційні стратегії розвитку \ О.Г. Білоус. – К.: Знання - 1998. – 416 с.

28. Мовсеян А.Н. Транснационализация в мировой экономике / А.Н. Мовсеян – М.: Фин.академия при Правительстве РФ, 2001. – 253 с.

29. Рогач О. Транснаціональні корпорації та економічне зростання / О.Рогач. – К.: ВПЦ «Київський ун-т», 1997. – 301 с.

30. Рогач О.І. Транснаціоналізація світового господарства і перехідні економіки / О.І. Рогач, О.І. Шнирков. – К.: ВПЦ «Київський ун-т», 1999. – 321 с.

31. Транснаціональні корпорації: навч.посіб. / За ред. С.О. Якубовського, Ю.Г. Козака, О.В. Савчука. – К.: ЦУЛ, 2006. – 488 с.

32. Руденко Л.В. Транснаціональні корпорації: Навч.-метод.посібник / Л.В. Руденко, І.І. Заводовська, М.С. Руденко. – К.: УАБП, 2006. – 108 с.

33. Смирнов І.Г. Транснаціональні корпорації: Навч.-метод. посібник. – К.: УАБП, 2006. – 35 с.

34. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності: навч.посіб. / За ред. С.О. Якубовського, Ю.Г. Козака, О.В. Савчука. – К.: ЦУЛ, 2006. – 488 с.