

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



НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
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. Навчальна програма дисципліни “Транснаціональні корпорації в міжнародному туризмі” (для магістрів). — К.: МАУП, 2018. — 18 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Транснаціональні корпорації в міжнародному туризмі”, питання для самоконтролю, а також список рекомендованої літератури.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Транснаціональні корпорації (ТНК) в міжнародному туризмі суттєво впливають на розвиток національної економіки та туристичного господарства в цілому. Саме це визначає актуальність і доцільність вивчення у вищих навчальних закладах дисципліни “Транснаціональні корпорації в міжнародному туризмі”.

Мета вивчення дисципліни — ознайомитися з особливостями сутності та еволюції ТНК, транснаціоналізації світової економіки в сучасних умовах, основними теоріями та моделями ТНК, формами взаємодії ТНК із зовнішнім ринком, внутрішньо фірмовими основами та особливостями діяльності ТНК у туризмі, проблемами взаємодії ТНК із національними економічними системами, регулюванням її діяльності, а також діяльністю ТНК в Україні та країнах СНД.

Для вивчення дисципліни на стаціонарному відділенні відведено 54 години (лекційні заняття — 18 годин, семінарські — 12, самостійна робота — 24 години).

Для вечірньої, заочної, дистанційної форм навчання кількість годин на самостійну роботу збільшується.

На лекційних заняттях студенти здобувають теоретичні та практичні знання з питань розвитку впливу транснаціональних корпорацій в галузі туризму. На семінарських заняттях — закріплюють теоретичні положення тем курсу, вирішують практичні завдання та проблемні ситуації, розглядають питання, винесені на самостійне опрацювання, беруть участь в обговоренні рефератів і фіксованих виступів.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ
«ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ»

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

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

«ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ»

Змістовий модуль 1. «Теоретичні основи ТНК»

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

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

Література [4–6; 11; 12; 15; 19; 21; 25; 29]

Тема 2. Класифікація ТНК за організаційно-економічними формами

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

Література [1; 2; 3; 7; 11; 12; 25; 29; 31; 32; 33]

Тема 3. Історико-географічний аспект розвитку ТНК

Поява перших господарських структур з ознаками ТНК. 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. Основні риси сучасного періоду розвитку ТНК. Етапи розвитку світового процесу транснаціоналізації. Покоління ТНК та їхні характеристики.

Література [2; 8; 10; 11; 18; 21; 25; 29; 31; 32; 34]

Тема 4. Географічний аналіз ТНК

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

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

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

Література [2; 3; 16; 17; 21; 23; 28; 31]

Тема 6. Географічні особливості процесів транснаціоналізації в сфері гостинності

Інтегровані готельні ланцюги як ТНК у сфері гостинності. Стратегії готельних ТНК. Франчайзинг як основа формування американських готельних ланцюгів. Класична та новітня моделі франчайзингу. Європейська модель готельного бізнесу – контракти з управління. Фахові менеджерські компанії в

готельному бізнесі. Моделі організації та діяльності в світовій готельній індустрії: американська, європейська, азійська. Готельні консорціуми.

Література [1; 3; 4; 14-17; 22; 27; 31; 33]

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

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. 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.

Література [2; 3; 5; 14-17; 21-25; 32]

Тема 8. Географічний прояв процесів глобалізації у світовому туризмі

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

Література [2; 3; 4; 14-17; 23-28; 30-32]

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

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

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

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 країнами.
22. Розподіл 100 найбільших ТНК Латинської Америки за галузями та країнами.
23. Найбільші ТНК Латинської Америки за галузями та 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»)

ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Виконання контрольної роботи студентами заочної форми навчання є важливою складовою навчального процесу.

Мета контрольної роботи – закріпити теоретичні знання студентів, здобуті під час роботи з підручниками або посібниками.

Основне завдання контрольної роботи – перевірити рівень знань

студентів з конкретної теми.

Під час виконання контрольної роботи студенти набувають навички роботи з монографіями, науковими статтями, нормативними і статистичними матеріалами, а також вчаться оформлювати наукові роботи.

Номер варіанта контрольного завдання студент обирає за першою літерою свого прізвища (див. таблицю).

Перша літера прізвища студента	Номер варіанту контрольного завдання
А, Б, В	1
Г, Д, Е	2
Є, Ж, З	3
І,Й,К	4
Л,М,Н	5
О, П, Р	6
С,Т,У	7
Ф,Х,Ц	8
Ч,Ш,Щ	9
Ї,Ю,Я	10

Підготовка та виконання контрольної роботи

Перед написанням контрольної роботи студент повинен ознайомитися з основними вимогами до її виконання.

Достатній теоретичний рівень. Ця вимога означає, що студент має розкрити вибрану тему контрольної роботи. Крім того, студент повинен достатньо повно розкрити основні поняття і терміни, що стосуються теми контрольної роботи, включити в зміст матеріалу тільки об'єктивні факти і реальні практичні приклади. Варіанти контрольних робіт надаються нижче.

Виклад матеріалу контрольної роботи. Матеріал контрольної роботи необхідно викладати послідовно, логічно пов'язати окремі його частини, повністю розкрити питання контрольної роботи. Слід приділити увагу

сучасним теоретичним і методичним розробкам, розглянути і творчо осмислити відповідну навчальну літературу, періодичні видання і статистичні матеріали, визначити своє ставлення до дискусійних питань тими роботи.

Рекомендовано структуру контрольної роботи:

1) титульна сторінка;

2) зміст контрольної роботи, де наводяться заголовки теми та номери сторінок;

3) основна частина, що складається з трьох основних розділів, які можуть поділятися на два-три підрозділи і за змістом повинні відповідати питанням варіанту, підпорядковуватись основній меті та завданням, мати приблизно однаковий обсяг.

4) додатки, до яких слід включати допоміжні матеріали (таблиці цифрових даних, графіки, схеми допоміжного характеру тощо). Кожний додаток починають з нової сторінки, у правому верхньому куті пишуть слово "Додаток". Додаток повинен мати тематичний заголовок. Якщо в контрольній роботі міститься кілька додатків, їх послідовно нумерують арабськими цифрами (наприклад: "Додаток 1"). Сторінки в додатках нумерують у межах одного додатка. Посилання на додатки в текстовій частині роботи є обов'язковим.

5) список використаної літератури розміщують у кінці роботи в алфавітному порядку в такій послідовності:

- закони і нормативні акти;
- джерела фактичних даних;
- літературні та наукові джерела;
- матеріали періодичних видань (у літературних і наукових джерелах вказують

прізвище, ініціали автора, повну назву книги, місце видання, назву видавництва, рік

видання; для статей, які опубліковані в періодичній пресі, зазначають прізвище,

ініціали автора, назву статті, назву журналу чи газети, рік видання, номер журналу чи дату виходу газети).

б) обсяг контрольної роботи не повинен бути більшим 20 сторінок формату А4, надрукованих на принтері, розмір шрифту 14 (рекомендується шрифт Times New Roman), інтервал між рядками — 1,5, верхнє і нижнє поля — по 2 див, лівє поле — 2,5, правє — 1,3, колонтитули — по 0,5.

Грамотність оформлення. Ця важлива вимога до контрольної роботи забезпечує її високу якість. У роботі не повинно бути граматичних та стилістичних помилок. Необхідно дотримуватись правил цитування, оформлення зносок, посилання на використану літературу.

Технічне оформлення контрольної роботи здійснюється відповідно до вимог "Методичних рекомендацій щодо підготовки та оформлення контрольних робіт".

ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Варіант № 1

1. Значення та місце ТНК у світовому господарстві.
2. Найбільші ТНК Європи за галузями та країнами.
3. Франчайзинг як основа формування американських готельних ланцюгів.

Варіант № 2

1. Міжнаціональні та транснаціональні корпорації.
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 ХІХ – початку ХХст.
3. Європейський підхід в готельному бізнесі – контракти з управління.

Варіант № 3

1. Біхевіористичний підхід та типи корпоративно орієнтованих ТНК.
2. Основні риси сучасного періоду розвитку ТНК.
3. Моделі організації та діяльності в світовій готельній індустрії за географічною ознакою.

Варіант № 4

4. Кількісні та якісні параметри ТНК.
5. Етапи розвитку світового процесу транснаціоналізації.
6. Готельні консорціуми.

Варіант № 5

1. Визначення ТНК та його інтерпретація з суспільно-географічного погляду.
2. Покоління ТНК та їхні характеристики.
3. Теорії, що пояснюють феномен ТНК у туризмі.

Варіант № 6

1. Підстави до класифікації ТНК.
2. Сутність та важливість географічного аспекту та аналізу процесу транснаціоналізації в світовому господарстві.
3. Вплив ТНК на економіку країн базування.

Варіант № 7

1. Характеристика основних форм ТНК: картель, синдикат, пул, трест.
2. Розрахункові показники до географічного аналізу у ТНК.
3. Сучасні особливості географії ТНК у туризмі та гостинності.

Варіант № 8

1. Туристична компанія «Томас Кук та син» - перша ТНК в історії туризму.
2. Географічний розподіл та ринкова капіталізація 500 найбільших ТНК світу.
3. Характеристика основних форм ТНК: концерн, консорціум, транснаціональний стратегічний альянс.

Варіант № 9

1. Консорціум туристичних міст (на прикладі Словаччини).
2. Географічний розподіл 100 найбільших ТНК світу.
3. Глобальні системи бронювання туристичних продуктів: географічна структура.

Варіант № 10

1. Стратегічні альянси в міжнародному туризмі.
2. Розподіл 100 найбільших ТНК Європи за галузями та за країнами.
3. Регіональна структура ТНК та види їх регіональних систем управління.

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 сьогодні / 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. Холловой Дж.К. Туристический бизнес: пер. с англ. / Дж.К. Холловой, 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.