

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**  
**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**  
Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти  
*сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015*  
**Кафедра туризму та рекреації**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою

(пост. п. 18 від «24» листопада 2024 р.)

Ректор



А. А. Мазаракі

**МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ /  
INTERNATIONAL TOURISM**

**ПРОГРАМА /  
COURSE SUMMARY**

**Київ 2024**

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ заборонено**

**Автори:** Ткаченко Т.І., д.е.н., проф. кафедри туризму та рекреації  
Дупляк Т.П., к.е.н., доц. кафедри туризму та рекреації  
Жученко В.Г., к.е.н., доц. кафедри туризму та рекреації

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри туризму та рекреації 11.05.2021 р., протокол № 17.

**Рецензенти:**

Кравцов С.С., к.держ.упр., доц. кафедри туризму та рекреації Дугінець Г.В, д.е.н., проф., завідувач кафедри світової економіки Голинський Т Б., директор туристичного оператора ТОВ «Етнотур»

**МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ /  
INTERNATIONAL TOURISM**

**ПРОГРАМА /  
COURSE SUMMARY**

<b>освітній ступінь</b>	<b>«бакалавр»</b>
<b>галузь знань</b>	<b>24 «Сфера обслуговування»</b>
<b>спеціальність</b>	<b>242 «Туризм» «Міжнародний туризм»</b>
<b>спеціалізація</b>	

**ВСТУП**

Програма дисципліни «Міжнародний туризм» призначена для студентів КНТЕУ освітнього ступеня «бакалавр» галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 242 «Туризм» спеціалізації «Міжнародний туризм».

Програму підготовлено відповідно до Стандартів вищої освіти України із зазначених спеціальностей та відповідних освітньо-професійних програм підготовки бакалаврів КНТЕУ.

Програма навчальної дисципліни «Міжнародний туризм» складається з таких розділів:

1. Мета, завдання та предмет дисципліни.
2. Передумови вивчення дисципліни як вибіркової компоненти освітньої програми.
3. Результати вивчення дисципліни.
4. Зміст дисципліни.
5. Список рекомендованих джерел.

## **1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ**

*Метою* вивчення дисципліни «Міжнародний туризм» є формування фундаментальних теоретичних знань та набуття практичних навичок з дослідження ринку послуг міжнародного туризму, а також організації діяльності туристичних транснаціональних корпорацій та міжнародних готельних мереж на світовому та національному туристичному ринку.

*Завданням* вивчення дисципліни «Міжнародний туризм» є надання студентам ґрунтовних знань з питань: еволюції розвитку міжнародного туризму; соціально-економічного значення міжнародного туризму; індикаторів розвитку міжнародного туризму; діяльності основних міжнародних туристичних організацій та нормативно-правового забезпечення міжнародного туризму; сутності та типів транснаціональних корпорацій в туризмі та моделей управління ними.

*Предметом* вивчення дисципліни «Міжнародний туризм» є розкриття особливостей і закономірностей розвитку міжнародного туризму.

## **2. ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ЯК ВИБІРКОВОЇ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

### *Знання*

- міжнародної туристичної термінології та еволюції розвитку міжнародного туризму;

- сутності, типів, моделей управління та особливостей діяльності транснаціональних корпорацій в туризмі;

- знання методичних підходів до визначення конкурентних переваг та ефективності діяльності туристичних транснаціональних корпорацій, у тому числі міжнародних готельних мереж. *Вміння*

- аналізувати індикатори розвитку міжнародного туризму;
- здійснювати дослідження світового та регіональних ринків послуг міжнародного туризму;
- аналізувати стан та пріоритети розвитку туристичних транснаціональних корпорацій, у тому числі міжнародних готельних мереж на світовому та національному ринку.

### 3. РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Міжнародний туризм» як обов'язкова компонента для спеціалізації «Міжнародний туризм» та вибіркова компонента освітніх програм «Міжнародний бізнес», «Міжнародний маркетинг», «Міжнародна торгівля», «Міжнародна економіка» забезпечує оволодіння студентами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за відповідними освітньо-професійними програмами:

#### «Міжнародний туризм»

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<b><i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i></b>		
К 06	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	1-11
К 07	Здатність працювати в міжнародному контексті	1-11
<b><i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності за освітньою програмою</i></b>		
К 19	Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів	4, 5, 6
К 31	Здатність аналізувати індикатори розвитку міжнародного туризму, здійснювати дослідження світового та регіональних ринків послуг міжнародного туризму	4, 5, 6
<b><i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i></b>		
ПР02	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.	1-7
ПР03	Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.	1

ПР08	Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.	8-11
------	--	------

## 4. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

### РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

#### Тема 1. Теоретичні основи розвитку міжнародного туризму

Міжнародний туризм у системі міжнародної торгівлі послугами. Теорії міжнародної торгівлі як підгрунття визначення особливостей ринку послуг міжнародного туризму: теорія абсолютних переваг (А. Сміт), теорія порівняльних переваг (Д. Рікардо), теорія співвідношення факторів, теорія життєвого циклу (Р. Вернон), теорія конкурентоспроможності (М. Портер), теорія подібності країн (С. Ліндер).

Становлення системи міжнародної туристичної термінології. Міжнародний туризм, його сутність та форми (в'їзний, виїзний). Міжнародне визначення поняття “турист”. Класифікація міжнародних відвідувачів.

#### **Список рекомендованих джерел**

*Основний:* 1, 2, 3, 4, 5.

*Додатковий:* 3, 4, 5, 11.

*Інтернет джерела:* 1, 3.

#### Тема 2. Еволюція розвитку міжнародного туризму

Еволюція формування та розвитку міжнародного туризму: зародження прототипу міжнародного туризму (до X ст.), становлення міжнародної туристичної сфери (X – середина XIX ст.), інтернаціоналізація ринку туристичних послуг (середина XIX ст. – середина XX ст.), розвиток масового туризму (50 – 70-і рр. XX ст.), транснаціоналізація туристичної сфери (70-і рр. XX ст. – сьогодні).

Міжнародні подорожі в епоху античності (Стародавня Греція, Стародавній Рим). Подорожі в епоху Середньовіччя (паломництво) та Відродження (ділові та освітні подорожі). Томас Кук та становлення туризму як масового явища.

#### **Список рекомендованих джерел**

*Основний:* 1, 2, 3, 4, 5.

*Додатковий:* 3, 4, 5, 11.

*Інтернет джерела: 1, 3.*

### **Тема 3. Соціально-економічне значення міжнародного туризму**

Функції міжнародного туризму: виробнича, забезпечення зайнятості населення, створення доходу, згладжування, нівелювання платіжного балансу, стимулювання інвестиційних потоків. Показники оцінки прямого та непрямого впливу міжнародного туризму на економіку країни. Види туристичного мультиплікатора. Порівняльна характеристика моделей розрахунку туристичного мультиплікатора.

Непрямі соціальні ефекти від розвитку міжнародного туризму. Значення міжнародного туризму для збереження історико-культурних пам'яток, місцевих звичаїв і традицій. Прояви негативного впливу міжнародного туризму на суспільство: екологічні, соціокультурні, психологічні, економічні.

#### **Список рекомендованих джерел**

*Основний: 1, 2, 3, 4, 5.*

*Додатковий: 3, 4, 5, 11, 13, 14. Інтернет джерела: 1, 3.*

### **Тема 4. Індикатори розвитку міжнародного туризму**

Міжнародні рекомендації зі статистики туризму (IRTS 2008). Статистика туризму Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО). Динаміка прибуття туристів у основні регіони світу. Регіональна структура міжнародних туристських прибуттів. Туристські потоки за регіонами світу. Країни-лідери за міжнародними туристськими прибуттями. Країни-лідери за валютними надходженнями від туристичної галузі. Структура туристських витрат.

Місце України на ринку послуг міжнародного туризму. Частка туризму у ВВП України. Частка туристичних послуг в обсязі експорту-імпорту України. Структура туристських потоків України. Країни-інвестори в туристичну галузь України.

Динаміка основних індикаторів розвитку міжнародного туризму в світі та в Україні під час пандемії COVID-19. Регіональні зміни на світовому ринку послуг міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19. Світова структура туристичних дестинацій за видами карантинних обмежень на подорожі. Прогнози індикаторів розвитку міжнародного туризму в Україні та світі після завершення пандемії COVID-19.

#### **Список рекомендованих джерел**

*Основний: 1, 2, 3, 4, 5.*

*Додатковий:* 2, 4, 5, 11, 13, 14. *Інтернет джерела:*  
1, 2, 3, 4.

## **Тема 5. Чинники розвитку міжнародного туризму**

Характеристика основних чинників розвитку міжнародного туризму: природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні, соціальнодемографічні, політичні, фінансово-економічні, матеріально-технічні.

Ризики в міжнародному туризмі: економічна криза, політична нестабільність, екстремальні ситуації суспільного життя (військові дії, страйки, терористичні акти), масові захворювання (епідемії, пандемія), погіршення екології, стихійні лиха та природні катастрофи (землетруси, пожежі, повені) та інші форс-мажорні обставини.

Наслідки негативного впливу на розвиток міжнародного туризму карантинних обмежень у зв'язку з пандемією COVID-19. Види карантинних обмежень на подорожі: повне закриття кордонів, часткове закриття кордонів, подорожі з негативним ПЦР-тестом, інші обмежувальні заходи. Рекомендації Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) щодо сталого відновлення міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19. Заходи з підтримки розвитку міжнародного туризму в різних країнах світу в умовах пандемії COVID-19.

### **Список рекомендованих джерел**

*Основний:* 1, 2, 3, 4, 5.

*Додатковий:* 3, 4, 5, 11, 13, 14. *Інтернет джерела:*  
1, 3, 4.

## **Тема 6. Міжнародні туристичні організації**

Класифікація міжнародних туристичних організацій: урядові та неурядові, глобальні та регіональні, універсальні та спеціалізовані. Характеристика діяльності найбільших всесвітніх та європейських туристичних організацій.

Історія створення Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО). Структура управління ЮНВТО: генеральна асамблея, виконавча рада, секретаріат. Функції регіональних комісій ЮНВТО. Основні напрями діяльності ЮНВТО та механізм забезпечення фінансування її бюджетних витрат.

### **Список рекомендованих джерел**

*Основний:* 1, 2, 3, 4, 5.

*Додатковий:* 3, 4, 5, 11.

*Інтернет джерела: 1, 3, 4.*

## **Тема 7. Міжнародне правове регулювання туризму**

Нормативно-правове забезпечення міжнародного туризму. Загальна резолюція Римської конференції ООН з міжнародного туризму та подорожей 1963 року. Манільська декларація зі світового туризму 1980 року. Документи Акапулько Всесвітньої наради з туризму 1982 року. Кодекс туриста та Хартія туризму (1985 р.). Гаазька декларація з туризму 1989 року. Туристична декларація Світового туристичного форуму і Всесвітньої конференції міністрів з туризму – Осакська декларація 1994 року. Глобальний етичний кодекс туризму (1999 р.). Матеріали Мадридського семінару СОТ з питань підготовки кадрів для сфери туризму (2000 р.).

Міжнародні договори в галузі туризму. Багатостороннє співробітництво держав щодо правового регулювання міжнародної туристської діяльності.

Двостороннє регулювання відносин у галузі туризму між державами.

### **Список рекомендованих джерел**

*Основний: 1, 2, 3, 4, 5.*

*Додатковий: 3, 4, 5, 11.*

*Інтернет джерела: 1, 3, 4.*

## **РОЗДІЛ 2. ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ В ТУРИЗМІ**

### **Тема 8. Транснаціоналізація туристичного бізнесу: передумови та еволюція розвитку**

Сутність транснаціоналізації туристичного бізнесу як вершини еволюції міжнародного туристичного ринку. Основні передумови та компоненти транснаціоналізації міжнародного туризму. Умови транснаціоналізації туристичної діяльності. Ефект масштабу в міжнародному туризмі. Основні мотиви злиття та поглинання в міжнародному туристичному бізнесі. Еклектична парадигма Даннінга. Рушійні сили транснаціоналізації туристичної діяльності: синергетичний підхід. Синергетичні ефекти транснаціоналізації туристичного бізнесу. Етапи транснаціоналізації туристичного бізнесу.

### **Список рекомендованих джерел**

*Основний: 1, 2, 3, 4, 5.*

*Додатковий: 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 12. Інтернет джерела:*

*1, 3.*



## **Тема 9. Туристичні транснаціональні корпорації: сутність та типи**

Поняття транснаціональної корпорації (ТНК). Транснаціональна корпорація за визначенням Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД). Переваги транснаціональних корпорацій.

Основні типи туристичних ТНК: горизонтально інтегровані корпорації, вертикально інтегровані корпорації, диверсифіковані ТНК. Групування туристичних ТНК за спеціалізацією: транснаціональні туроператорські корпорації, транснаціональні готельні корпорації («готельні мережі»), транснаціональні туристичні транспортні корпорації (повітряний транспорт).

ТНК на туристичному ринку України: сучасний стан та перспективи розвитку. Характеристика транснаціональних багатогалузевих концернів (TUI, Coral Travel, Pegas Touristik) та консолідованих транснаціональних туристичних холдингів (Tez-tour, Anex tour, IdrisKa-Tour, Кий Авіа).

### **Список рекомендованих джерел**

*Основний:* 1, 2, 3, 4, 5.

*Додатковий:* 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 12. *Інтернет джерела:*  
1, 3.

## **Тема 10. Моделі управління туристичними транснаціональними корпораціями**

Американська модель управління туристичними корпораціями. Фактори успіху американського корпоративного менеджменту. Компетентнісний підхід в американській моделі управління туристичними корпораціями. Роль управління якістю в американській моделі управління туристичними корпораціями. Провідні туристичні ТНК США: American Express Travel, Carnival Corporation & plc, Carlson Wagonlit Travel та ін.

Німецька модель управління туристичними корпораціями. Зонтичний бренд материнського туроператора як основа маркетингової стратегії туристичних корпорацій. Німецький концерн TUI як один з найбільших туристичних ТНК. Особливості експансії європейських туристичних ТНК: TUI (Німеччина), Thomas Cook (Великобританія), Club Med (Франція).

Ісламська модель управління туристичними корпораціями. Ісламська концепція розвитку туристичного бізнесу. Основні характеристики ісламської корпорації. Принципи внутрікорпоративних відносин в ісламських компаніях. Провідні турецькі туристичні ТНК: Pegas Touristik, Anex tour, Coral Travel та ін.

### **Список рекомендованих джерел**

*Основний:* 1, 2, 3, 4, 5.

*Додатковий:* 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 12. *Інтернет джерела:*  
1, 3.

## **Тема 11. Міжнародні готельні мережі як форма транснаціональних корпорацій в туризмі**

Транснаціональні корпорації у готельному бізнесі. Історія та процес утворення міжнародних готельних мереж. Форми управління готельними мережами: франчайзинг, лізинг, управління за контрактом. Франчайзинг як найпоширеніша форма організації готельного та туристичного бізнесу: переваги та недоліки.

Стандарти корпоративної культури міжнародних готельних мереж. Сутність, структура та функції корпоративної культури міжнародних готельних мереж. Чинники формування корпоративної культури в діяльності міжнародних готельних мереж. Програма соціальної відповідальності міжнародних готельних мереж.

Характеристика міжнародних готельних мереж – лідерів готельного бізнесу: InterContinental Hotels Group, Hilton Worldwide, Marriott International, Accor, Best Western та ін.

Стан розвитку та перспективи діяльності міжнародних готельних мереж на національному ринку готельних послуг: InterContinental Kyiv; Fairmont Grand Hotel Kyiv; Hayatt Regency Kyiv; Hilton Kyiv; Radisson Blu Kyiv; Holiday Inn Kyiv; Accor, IBIS.

### **Список рекомендованих джерел**

*Основний:* 1, 2, 3, 4, 5.

*Додатковий:* 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 12. *Інтернет джерела:*  
1, 3.

## **5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ**

### **Нормативно-законодавчі акти**

1. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР від 15.09.1995 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>

2. Про кооперацію: Закон України № 1087-IV від 10.07.2003 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1087-15>

3. Господарський кодекс України, від 16.01.2003 № 436-IV (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

### Основний

1. Алієва-Барановська В.М., Дахно І.І. Міжнародний туризм.

Навчальний посібник. – Вид-во: Центр навчальної літератури (ЦУЛ), 2017. – 344 с.

2. Божидарник Т. Міжнародний туризм. Навчальний посібник. – Видво: Центр навчальної літератури (ЦУЛ), 2019. – 312 с. 3. *Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. Затверджено МОН / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк – К., 2008. – 661 с.*

4. Міжнародний туризм: навчальний посібник для студентів спеціальності 8.14010301 «Туризмознавство» / Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника / В.С. Великочий, О.І. Дутчак, В.В. Шикеринець. – Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г.М., 2015. – 254 с.

5. Міжнародний туризм: навчальний посібник для студентів спеціальностей «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини» / С.О. Юрченко, О.Є. Юрченко. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. – 328 с.

### Додатковий

1. *Бойко М.Г. Ціннісно-орієнтоване управління в туризмі: монографія / М.Г. Бойко – К.: Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2010. – 524 с.*

2. *Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі: монографія / М.В. Босовська М.В. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 832 с.*

3. Дубенюк Я.А. Розвиток світового ринку туристичних послуг: монографія / Я.А. Дубенюк – Донецьк: вид-во «Вебер», 2009. – 184 с.

4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.

5. Можливості та розвиток сучасного туризму: світовий та національний досвід: монографія / за заг. ред. В.М. Зайцевої. – Запоріжжя: ЛПС, 2015. – 275 с. 6. *Мунін Г.Б. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі. Навч. посібник / Г.Б. Мунін, Ю.О. Карягін, А.С. Артеменко, Ю.В. Кошиль // за загальною редакцією Л.С. Трофименко і О.О. Гаца / К.: Кондор, 2008. – 370 с.*

7. *Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко та ін., за заг. ред. А.А.Мазаракі. –*

К.: КНТЕУ, 2010. – 596 с.

8. Ткаченко Т.І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія* / Т.І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 537 с.

9. Corporate geographies of transnational tourism companies. Jan Mosedale, 2007 – 463 p.

10. Handbook of hospitality strategic management. Michael Olsen, Jinlin Zhao. - Amsterdam; Boston; London : Butterworth-Heinemann, 2008. – 488 p.

11. International Business and Tourism: Global Issues. Tim Coles, C. Michael Hall, 2008. – 285 p.

12. Martorell Cunill O. The grown strategies of hotel chains: best business practices by leading companies / The Haworth Hospitality Press.: N.Y.– 2006. – 207 p.

13. Tourism Highlights 2019. The World Tourism Organization (UNWTO), 2019 – 24 p.

14. Travel & Tourism. Global Economic impact and trends 2020. World Travel & Tourism Council, 2020. – 16 p.

#### **Інтернет джерела** 1. Все о туризме.

Туристическая библиотека [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://tourlib.net/>

2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>

3. Google books [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://books.google.com.ua/>

4. World Tourism Organization (UNWTO) [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.unwto.org/](http://www.unwto.org/)

*\* Курсивом виділені джерела, що є у бібліотеці КНТЕУ*