



УДК 334.722.24:339.9(100)

## ФЕНОМЕН СІМЕЙНИХ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У СИСТЕМІ ЕКОНОМІК КРАЇН СВІТУ

Юлія Солоненко; Ілля Чкареулі

Донецький національний університет імені Василя Стуса,  
Вінниця, Україна

**Резюме.** Присвячено феномену транснаціональних сімейних компаній та їх ролі у системі розвитку економік країн світу. Відомими представниками сімейних транснаціональних корпорацій є: Австрія (Red Bull, Swarovski Crystal), Данія (Lego), Франція (Hermes, L'Oreal, Gucci, Puma, Peugeot, Citroen), Німеччина (Adidas, BMW, Bosch, Henkel, Metro, Porsche, Siemens), Італія (Benetton, Ferrero, FIAT, Prada), Японія (Toyota, Suntory), Південна Корея (Korean Air, LG, Samsung, Hyundai), Південна Африка (De Beers), Нідерланди (Heineken), США (Cargill, Ford Motor, Hallmark, Hilton, Mars, Wal-Mart) та інші. Запропоновано дифініцію «сімейна транснаціональна корпорація». Визначено сутність сімейних транснаціональних корпорацій та виявлено їхні основні характеристики. Теоретичною основою функціонування сімейного бізнесу є трикомпонентна модель, яка складається з сім'ї, власності та управління. Сімейна транснаціональна корпорація розглядається і трактується нами як динамічна адаптивна система, яка самореалізується, зорієнтована на довгострокову перспективу глобального розвитку, складається з основного підприємства та зарубіжних філій, суттєво впливаючи на економіку країн дислокування. Сімейна транснаціональна корпорація сповідує сімейні цінності, формує міжнародну репутацію, передбачає кваліфіковану наступність, позиціонує себе як соціальний інститут, прагне підвищувати професійність бізнесу і ефективність сім'ї, застосовуючи в управлінні і управління сім'ї, що складає її особливість та впливає на успішність ведення міжнародного бізнесу. Нами акцентовано увагу на управлінській структурі сімейної транснаціональної корпорації, до якої належать зі сторони сім'ї: сімейні збори, сімейна рада, сімейний офіс та зі сторони корпоративного управління: збори акціонерів, рада директорів, консультативна рада та топ-менеджмент. Зазначено, що наступність сприяє безперервності розвитку сімейної транснаціональної корпорації. Доведено, що спеціалізовані активи забезпечують позитивний вплив на ефективність функціонування транснаціональних корпорацій сімейного типу.

**Ключові слова:** транснаціональна корпорація, сімейна транснаціональна корпорація, сімейний бізнес, управлінська структура сімейного бізнесу.

[https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2020.02.270](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.270)

Отримано 28.03.2020

UDC 334.722.24:339.9(100)

## THE PHENOMENON OF FAMILY TRANSNATIONAL CORPORATIONS IN THE WORLD ECONOMIES SYSTEM

Yuliia Solonenko; Ilya Chkareuli

Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine

**Summary.** The paper deals with the phenomenon of multinational family-owned companies and their role in the system of economic development of the countries of the world. The most well-known representatives of multinational corporations are: Austria (Red Bull, Swarovski Crystal), Denmark (Lego), France (Hermes, L'Oreal, Gucci, Puma, Peugeot, Citroen), Germany (Adidas, BMW, Bosch, Henkel, Metro, Porsche, Siemens), Italy (Benetton, Ferrero, FIAT, Prada), Japan (Toyota, Suntory), South Korea (Korean Air, LG, Samsung, Hyundai), South Africa (De Beers), Netherlands (Heineken), the USA (Cargill, Ford Motor, Hallmark, Hilton,

*Mars, Wal-Mart) and others. The definition of «family transnational corporation» is proposed. The essence of family-owned multinational corporations is identified and their main characteristics are revealed. The theoretical background of family business is three-component model consisting of family, ownership and management. The family-owned multinational corporation is considered and interpreted by us as a dynamic, self-fulfilling, adaptive system, focused on the long-term global development prospects, consisting of main enterprise and foreign branch offices, significantly affecting the economy of location countries. The family-owned multinational corporation follows the family values, forms the international reputation, provides qualified succession, presents itself as a social institution, aims at business professional competence and family efficiency improvement, applying family management in managing, being distinctive and affecting the international business success. We focus on the management structure of the family-owned, transnational corporation including on the part of the family: family meetings, family council, family office, and on the part of the corporate management: shareholder meetings, board of directors, advisory board and top management. It is stated that succession contributes to the continuous development of the family multinational corporation. It is proved that specialized assets have positive impact on multinational family-type corporations functioning.*

**Key words:** multinational corporation, family multinational corporation, family business, management structure of family business.

[https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2020.02.270](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.270)

Received 28.03.2020

**Постановка проблеми.** Головними провідниками сучасних світових економічних процесів транснаціоналізації є мультифункціональні об'єднання – транснаціональні корпорації (ТНК), які здійснюють відчутніший вплив на хід розвитку міжнародних економічних відносин. Транснаціональною корпорацією вважається масштабне об'єднання, що застосовує у своїй господарській діяльності міжнародний підхід і передбачає розвиток та формування міжнародного виробничо-збутового, торговельного та фінансового комплексу з єдиним центром прийняття рішень у країні базування, з філіями, дочірніми компаніями в інших країнах та представництвами.

Стрімкий процес транснаціоналізації, який характерний для сучасної глобальної економіки, великою мірою визначає структуру, динаміку і рівень конкурентоспроможності на світовому ринку товарів та послуг, а також трансфер технологій та знань, міжнародний рух капіталу. Отже, сімейні транснаціональні корпорації разом із своїми закордонними філіями все активніше діють на міжнародній арені, ставши однією із головних суб'єктів світової економіки.

Діяльність сімейних ТНК посідає важливе місце в економіці розвинених країн, що пояснюється наявністю сприятливого інвестиційного клімату, історичними зв'язками, активною інноваційною діяльністю, розвинутою інфраструктурою тощо. В останні роки сімейні ТНК почали з'являтися й в країнах, що розвиваються, оскільки виступають потенційними носіями економічного зростання і ринкових відносин.

Розвиток взаємовідносин між країнами різного рівня соціально-економічного розвитку й транснаціональними корпораціями є складним процесом взаємодії міжнародних елементів та національних, який створюється шляхом розв'язання широкого кола соціальних, економічних і політичних проблем.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Окремі аспекти аналізу функціонування та розвитку сектору транснаціональних корпорацій та сімейного бізнесу висвітлювалися у роботах таких вітчизняних авторів, як О. Мадараш, В. Мацука, Т. Ніколенко, М. Савченко, І. Скавронська, Ю. Солоненко, А. Щербак та інших. Дослідженням даного питання займається чимало зарубіжних вчених, наприклад, Дж. Даннінг [1] сформулював еkleктичну парадигму з метою пояснення моделі інвестиційної діяльності транснаціональних корпорацій; Г. Кейвс [2] звернув увагу на діяльність ТНК у країнах, що розвиваються і в перехідних економіках в умов контрверсійної політики національних урядів. С. Хаймер [3] присвятив свою роботу багатонаціональним корпораціям та міжнародному розподілу праці. Цінний внесок у дослідження цієї проблематики здійснила і низка вітчизняних дослідників, зокрема,

Ю. Макогон та К. Лисенко [4] у своїх роботах обґрунтовують інвестиційну привабливість перехідних економік, тоді як Е. Молчанова [5] розглядає взаємодію транснаціональних корпорацій з національними економіками на прикладі України. Результати різних наукових досліджень є досить суперечливими і неоднозначними, тому функціонування ТНК, особливо сімейних, і досі залишаються актуальними напрямками наукових досліджень.

**Метою статті** є аналіз сучасного стану транснаціональних корпорацій, загалом, та сімейних транснаціональних корпорацій, зокрема.

**Постановка завдання.** Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання: дослідити феномен транснаціональних корпорацій у системі світового господарювання, розкрити сутність ТНК з позицій сімейного бізнесу та проаналізувати спеціалізовані активи, які забезпечують позитивний вплив на ефективність функціонування транснаціональних корпорацій сімейного типу.

**Виклад основного матеріалу.** Згідно з офіційним визначенням Комісії ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД), ТНК – це компанія, яка має господарські одиниці у двох чи більше країнах незалежно від їх юридичного статусу та сфери діяльності; оперує у рамках системи прийняття рішень, що дозволяє проводити узгоджену політику та здійснювати загальну стратегію через єдиний керівний центр; в якій окремі одиниці пов'язані через власність або в інший спосіб так, що одна або декілька з них можуть мати значний вплив на діяльність інших, ділити знання, ресурси і відповідальність з іншими [6]. До сімейних транснаціональних компаній можна віднести: Novartis, Roche, Walmart, Facebook, Anheuser-Busch, InBev, Oracle, Samsung Electronics, Volkswagen.

Транснаціональна корпорація – це потужна компанія корпоративного бізнесу, яка діє в рамках міжнародного масштабу і відіграє вирішальну роль у посиленні світогосподарських зв'язків; це гігантські, широко диверсифіковані як в галузевому, так, і у географічному плані господарські структури, які за своєю економічною потужністю порівнюються до деяких держав [7].

Кількість транснаціональних корпорацій збільшилася з 1970 року: на той період часу було зареєстровано лише 7000 подібних фірм, нині їх у світі налічується близько 91000.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. спостерігається інтенсивне зростання зовнішньоекономічної діяльності, в якій транснаціональні корпорації (ТНК) виступають торговцями, інвесторами, розповсюджувачами сучасних технологій, стимуляторами міжнародної трудової міграції. Ці компанії відіграють провідну роль в інтернаціоналізації виробництва, у процесі розширення і поглиблення виробничих зв'язків між підприємствами різних країн. На початок третього тисячоліття міжнародне виробництво товарів і послуг у рамках ТНК становило 7% світового ВВП. ТНК займають передові позиції у світовому виробництві в галузях електроніки, автомобілебудування, хімічній і фармацевтичній промисловості. З діяльністю ТНК пов'язані сподівання й розчарування більшості країн світу, оскільки ці корпорації створили розвинуту мережу виробничої, науково-технічної, інвестиційної, торгової та культурної взаємозалежності країн і заклали підвалини глобальної економіки.

Завдяки численним дослідженням вчені-економісти дійшли висновку, що диверсифікація філій, які знаходяться в різних країнах надійніше гарантує стабільність отримання прибутків, ніж такі важливі чинники, як великий абсолютний розмір компанії та міра диверсифікованості її виробничої програми всередині країни [8].

Виділяють такі типи транснаціональних корпорацій:

1. Акціонерне товариство (АТ) мобілізує капітал випуском цінних паперів: акцій і облігацій. Власники акцій товариства є водночас співвласниками товариства і мають право на участь в управлінні ним. А власники облігацій не беруть участь в

управлінні і є лише кредиторами товариства. За своєю сутністю акціонерне товариство є приватним, його особливість – вільне обертання цінних паперів на відкритих ринках капіталів.

2. S-корпорації: характерне поєднання рис корпорації та партнерства (в ньому обмежена кількість тримачів акцій). Вони несуть обмежену відповідальність, уникаючи водночас подвійного оподаткування.

3. Холдингова компанія – власниця контрольного пакета акцій дочірніх товариств ТНК. Ця компанія здійснює загально-стратегічне керівництво, фінансове, бухгалтерське планування, статистичний облік, наукові дослідження і розробки, зв'язок з громадкістю. Підконтрольні підрозділи пов'язані з головною компанією виробничими і технологічними відносинами. Зокрема це такі підрозділи:

- філії та відділення, які не мають юридичної та фінансової самостійності;
- дочірні акціонерні товариства, що є юридичними особами, які зберігають певну незалежність у фінансовій та науково-дослідницькій діяльності, але частково або повністю належать за капіталом холдингу ТНК;
- конкретні підприємства – первинні ланки організаційної структури ТНК, що здійснюють виробничу, збутову, обслуговуючу, фінансово-кредитну і науково-дослідну діяльність.

Сімейна транснаціональна корпорація розглядається і трактується нами як динамічна адаптативна система, яка самореалізується, зорієнтована на довготермінову перспективу глобального розвитку, сповідує сімейні цінності, формує міжнародну репутацію, передбачає кваліфіковану наступність, позиціонує себе як соціальний інститут, прагне підвищувати професійність бізнесу та ефективність сім'ї, застосовуючи поліструктурне управління.

Діяльність ТНК – це діяльність, націлена на отримання прибутку, в якій, якщо бізнес іменують сімейним, мають бути задіяні кілька, а не один із членів родини (принаймні в майбутньому, якщо бізнес передається із покоління у покоління).

При цьому існує низка визначень сімейного бізнесу, де йдеться про те, що сімейним бізнес може вважатися виключно у тих випадках, якщо ним займалося хоча б два покоління.

Основними характеристиками сімейного бізнесу є те, що:

- сім'я володіє більшістю голосуючих акцій або ефективно контролює бізнес;
- один або кілька членів сім'ї (або подружжя) беруть участь в управлінні бізнесом;
- більше, ніж одне покоління є чи буде в майбутньому брати участь у бізнесі.

Останній з цих трьох пунктів вирізняє сімейні ТНК з інших тим, що звичайна ТНК не обов'язково буде передаватись наступному поколінню. Компанія визначається як сімейна, з точки зору власності, якщо сім'я володіє не менше ніж 25% голосуючих акцій (європейська модель сімейного бізнесу), а решта акцій знаходяться у невеликих міноритарних акціонерів.

До однієї з вагомих характеристик життєстійкості сімейного бізнесу належить наступність, яка забезпечує його континуум. Наступність у сімейному бізнесі ми розглядаємо як динамічний багатоаспектний сукцесійний процес, який забезпечує безперервність його функціонування, стимулює адаптаційний та інноваційний потенціал компанії, передбачає експертизу бізнесу, а також формує взаємозв'язок мети, змісту, організаційних форм і вимог до рівня готовності потенційних наступників.

Процес наступності в сімейному бізнесі умовно можна розділити на такі етапи: усвідомлення власником необхідності передачі бізнесу наступному поколінню; підготовка до наступності; планування наступності, вибір потенційного кандидата; підготовка кандидата; підготовка бізнесу до передачі; діагностика готовності кандидата;

експертиза бізнесу; процес передачі бізнесу; консультативний супровід наступника колишнім власником.

Феномен сімейного бізнесу такий, що сімейні підприємства будуючи систему управління, вводять у структуру управління сімейним бізнесом як корпоративне управління, так і управління сім'ї [9].

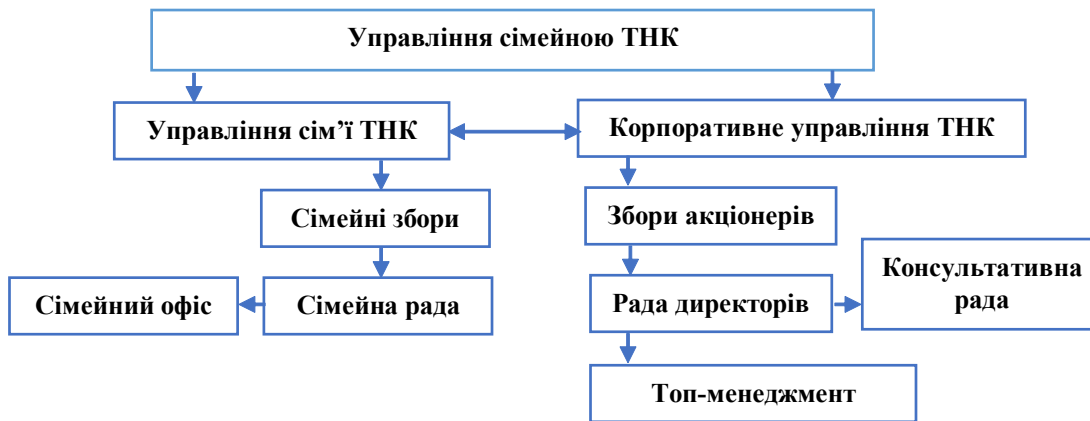


Рисунок 1. Структура управління сімейною транснаціональною корпорацією

Figure 1. Management structure of family multinational corporation

Управлінська структура сімейного бізнесу буде залежати від багатьох чинників: розміру бізнесу, розміру сім'ї, числа акціонерів, персоналізації вищого керівництва компанії в аспекті їх родинного чи неродинного походження. Наприклад, вимоги до управління в першому чи в другому поколінні також будуть значно відрізнятися від керівництва зрілих поколінь сімейного бізнесу.

Сімейна рада є частиною структури управління сім'ї і зазвичай створюється у великих сімейних компаніях, де чисельність родини перевищує 30 осіб. Сімейна рада як представницький орган узгоджує інтереси сім'ї в межах сімейного бізнесу. Вона виступає посередником між членами родини та керівництвом компанії. Наприклад, сімейна рада може виробляти політику відносно того, кому дозволено володіти акціями компанії або критерії залучення членів сім'ї до бізнесу. Члени сімейної ради також можуть бути відповідальними за складання Сімейного статуту, обговорювати та пропонувати кандидатури до ради директорів.

Сімейна рада відрізняється від ради директорів тим, що вона є інструментом об'єднання сім'ї навколо цінностей, які вони сповідують, та довготермінових цілей, які вони ставлять, водночас як рада директорів розробляє стратегію розвитку сімейного бізнесу. Сімейна рада об'єднує членів сім'ї, які працюють та не працюють в компанії, представників різних поколінь, демонструючи, якомога ширший сімейний зріз.

Сімейна рада організовує та утримує Сімейний офіс – інвестиційний, консультативний та адміністративний сімейний центр. Офіс обслуговує членів сім'ї у питаннях індивідуальної сімейної інвестиційної діяльності. Це зазвичай облік, управління та адміністрування сімейних активів, таких як акції, складові бізнесу, інвестиційні портфелі, майнові володіння та благодійні фонди. Працівниками Сімейного офісу здійснюється моніторинг з питань дотримання норм оподаткування, страхування,

планування фінансових операцій та внутрішньо-сімейних трансакцій: дарування, успадкування тощо.

Можливість володіння акціями у сімейному бізнесі залежить від бачення родини. Статутний капітал компанії варіюється від покоління до покоління власників сімейного бізнесу. Акціонерний капітал можна розділити на:

1. Акції, які мають право на отримання дивідендів чи капіталу.
2. Акції, які мають право голосу та не мають права на отримання дивідендів чи капіталу.
3. Привілейовані акції, які мають дуже обмежене право голосу, але надають можливість переважного права на отримання фіксованого дивіденду (практика не всіх сімейних компаній) [10].

Концепція різних класів акцій може бути корисною з точки зору індивідуалізації потреб акціонерів сімейного бізнесу. Більшість сімейних компаній проводять загальні збори акціонерів один раз на рік. Питання, які вирішують на зборах, це:

- затвердження дивідендних виплат;
- розгляд річних фінансових звітів компанії та результатів аудиторських перевірок;
- обрання членів ради директорів, призначення аудиторської перевірки на наступний фінансовий рік тощо.

Для легітимізації зборів акціонерів необхідно створити кворум. Якщо акціонер не має змоги взяти участь у голосуванні, статут компанії дозволяє призначити когось, (відомого, як проксі), хто уповноважений від імені акціонера бути присутнім та голосувати на зборах. Вплив акціонера на прийняття рішень залежить від відсотка голосуючих акцій. Особливо значимі відсотки від 26% до 49%, це надає змогу блокувати спеціальну резолюцію, 50% дозволяє блокувати звичайну резолюцію, більше 50% – прийняти звичайну резолюцію, 75% або більше – прийняти спеціальну резолюцію. Спеціальні резолюції стосуються таких важливих питань, як зміна назви компанії, внесення змін до статуту компанії, зміна статусу компанії тощо.

Корпоративне управління компанією здійснюється також Радою директорів. Рада директорів є органом, який визначає стратегію розвитку компанії, несе відповідальність за нагляд і управління бізнесом, яке здійснює вище керівництво, забезпечує доступ до інформації та відстоює права всіх акціонерів. Експертну професійну допомогу Раді директорів надають члени Консультативної ради. Керівництво вищої ланки втілює стратегію розвитку, безпосередньо керуючи компанією в щоденному режимі. Обрання на посади найвищих керівників повинно напряду залежати від професійних компетенцій претендентів. Ці посади, а саме: Топ-менеджмент та посада Генерального директора компанії можуть носити і несімейний характер. Саме керівники вищої ланки в більшій мірі забезпечують життєстійкість, конкурентоспроможність, високі темпи економічного зростання компанії.

Багато сімейних компаній стали впізнаваними завдяки своїм брендам. Популярними світовими брендами сімейного бізнесу є: Австрія (Red Bull, Swarovski Crystal), Данія (Lego), Франція (Hermes, L'Oreal, Gucci, Puma, Peugeot, Citroen), Німеччина (Adidas, BMW, Bosch, Henkel, Metro, Porsche, Siemens), Італія (Benetton, Ferrero, FIAT, Prada), Японія (Toyota, Suntory), Південна Корея (Korean Air, LG, Samsung, Hyundai), Південна Африка (De Beers), Нідерланди (Heineken), США (Cargill, Ford Motor, Hallmark, Hilton, Mars, Wal-Mart).

Престиж, досягнутий брендом, часто використовується як парасольковий бренд, так як він поєднується з широким вибором продукції компанії і передає стиль життя та почуття приналежності клієнта до бренду. Бренд стає елементом нематеріальних активів фірми і працює на майбутнє фірми.

Сімейний бізнес, особливо той, який успішно переходив від одного покоління до іншого, пройшов випробування часом. Підкреслюючи здатність сім'ї в підтримці бізнесу протягом багатьох років, створюються традиції, спрямовані на сімейні цінності, єдність, гармонію та дотримання якості. З іншого боку, це відповідає образу, який відклався у свідомості клієнта і асоціюється з брендом компанії, який включає в себе уявлення про продукт, ідеї, послуги, часто носить ім'я творця фірми.

За даними дослідження, результати опитування респондентів свідчать, що окремий бренд сімейного бізнесу може внести свій вклад у репутацію компанії в надійності (81%), у соціальній відповідальності (70%), орієнтації на якість (68%) і орієнтації на клієнта (67%). Додатково 65% респондентів повідомили, що вони використовують свою корпоративну репутацію, щоб мати кращі позиції на ринку, в тому числі міжнародному, в порівнянні з їх несімейними конкурентами [11; 12].

Сімейний бізнес завжди був поширеним в азіатських країнах. До сімейного бізнесу в широкому його розумінні на 2017 р. відносилось більше 60% від загальної кількості фірм у таких країнах, як Індія, Філіппіни, Таїланд, Сінгапур, Малайзія, Індонезія, Гонконг, трохи менше 60% – у Південній Кореї, 35% – у Тайвані, 13% – в Китаї [13].

Особливо популярним сімейний бізнес є в Індії, чому, з точки зору ментальності, посприяла кастова система. Дослідники, що вивчають азіатський сімейний бізнес, також часто зазначають, що однією із причин його популярності є азіатська замкненість родинних відносин від стороннього ока і недовіра до чужих людей, що часто стає причиною задіяності у бізнесі саме членів родини.

У Європі сімейний бізнес також доволі поширений. Такий бізнес складає більше 72% від загальної кількості європейських компаній [14].

Порівняльна характеристика сімейних транснаціональних корпорацій та ТНК свідчить про позитивний вплив управлінської структури сімейного бізнесу та інших спеціалізованих активів на розвиток транснаціональних корпорацій різних галузей на виручку впродовж року.

**Таблиця 1.** Порівняльна характеристика сімейних ТНК та ТНК за рівнем доходу у 2018 році\*

**Table 1.** Comparative characteristics of family MNCs and MCs by income level in 2018\*

№	Галузь промисловості	Сімейні ТНК	Дохід у 2018 р.	ТНК	Дохід у 2018 р.	Відхилення, (ТНК/Сімейні ТНК) %
1	Роздрібна торгівля	Wal-Mart Stores	\$ 514,405 млрд.	Metro Group	\$ 66 млрд	-779%
2	Автомобільна промисловість	Toyota Motor	\$ 480,8 млрд.	General Motors	\$ 38,4 млрд	-1252%
3	Автомобільна промисловість	Ford Motor Company	\$ 160,3 млрд.	Honda Motor	\$ 70.3 млрд	-228%
4	Роздрібна торгівля	Nestlé S. A.	\$ 91,4 млрд.	PepsiCo	\$ 64,6 млрд	-141%

Примітка: \*Складено авторами на основі контент-аналізу інформації з Інтернет-джерел за 2019 р.

Відповідно до проведеного аналізу можна зробити висновок, що сімейні транснаціональні компанії у 2018 році показали кращі результати за отриманими доходами. Проводячи паралель необхідно зазначити те, що прибутки будь-якої компанії залежать від системи управління. Дворівнева система управління сімейними

транснаціональними компаніями є гнучкіша до викликів зовнішнього середовища, дає кращий економічний ефект від своєї діяльності.

**Висновок.** Транснаціональні корпорації на нинішньому етапі розвитку світового господарства відіграють важливу роль, адже вони прискорюють науковий та технічний процес і впливають на економіки країн. Ураховуючи все вищесказане, можна виділити основні особливості транснаціоналізаційних процесів. По-перше, на сучасному етапі розвитку світового господарства спостерігається стрімке зростання кількості транснаціональних корпорацій. По-друге, прискорюються явища злиття і поглинання. Найбільш стабілізаційні процеси відбуваються у функціонуванні сімейних транснаціональних корпорацій. Відмічається бурхливий розвиток надвеликих транснаціональних корпорацій, зокрема і сімейних. Успіх сімейного бізнесу, загалом, та сімейних транснаціональних компаній, зокрема, залежить від планування, підготовки та реалізації наступності, навчання протягом життя, безперервності професійних знань, довготермінових перспектив глобального розвитку, формування міжнародної репутації, організаційної культури, ефективної командної роботи. Диверсифікація бізнесу, інтернаціоналізація, соціальні орієнтири, благодійність, сповідування сімейних цінностей, відданість сім'ї та бізнесу, складна система комунікаційних зв'язків сімейного, соціального, професійного характеру та впровадження поліструктурної системи управління – все це повністю синхронізується з діяльністю сімейних транснаціональних корпорацій.

**Conclusion.** Thus, multinational corporations play an important role in the current stage of world economic development, as they accelerate the scientific and technical process and affect the economies. Considering the above mentioned, we can distinguish the main features of transnationalism processes. First, there is rapid increase in the number of multinational corporations at the current stage of global economy. Secondly, the phenomena of merger and acquisition are accelerating. The most stabilizing processes occur in the family-owned multinational corporations functioning. In general, the rapid development of very large multinational corporations, including family corporations, is noted. Summarizing our investigation, we note that the success of family businesses, in general, and family multinational companies, in particular, depends on planning, preparation and implementation of succession, life-learning, professional knowledge continuity, long-term prospects for global development, formation of international reputation, organizational culture, effective team work. Business diversification, internationalization, social orientation, charity, following the family values, devotion to family and business, complex system of communication links of family, social, professional nature and implementation of multi-structural management system – all this entirely is in sync with transnational activities.

#### Список використаної літератури

1. Dunning J. H. Location and the multinational enterprise: A neglected factor? *Journal of International Business Studies*. 1998. No. 29 (1). P. 45–66. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490024>
2. Caves R. E. *Multinational Enterprise and Economic Analysis*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. 324 p.
3. Hymer S. H. The multinational corporation and the international division of labor. *The Multinational Corporation: A Radical Approach*. Papers by Stephen Herbert Hymer. Cambridge University Press: Cambridge, 1979. 534 p.
4. Макогон Ю. В., Лисенко К. В. Інвестиційна привабливість України в умовах трансформації світового господарства. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2012. Вип. 1. Т. 1. С. 7–26.
5. Молчанова Е. Взаємодія транснаціональних корпорацій з національними економіками на прикладі України. URL: <http://library.fes.de/pdffiles/bueros/ukraine>.
6. Міжнародна економіка. Транснаціональні корпорації. URL: [https://pidruchniki.com/1741062062537/ekonomika/transnatsionalni\\_korporatsiyi](https://pidruchniki.com/1741062062537/ekonomika/transnatsionalni_korporatsiyi).
7. Астапович А. З. *Транснациональный капитал США в мировом хозяйстве*. М.: Наука, 1990. 200 с.



8. Рокоча В. Трансакційні корпорації. Причини виникнення і розвитку ТНК. URL: <http://readbookz.com/book/50/2010.html>.
9. Солоненко Ю. В. Управління сімейним бізнесом в умовах ринкової економіки. Економіка і організація управління. 2016. № 3 (23). С. 417–423. <https://doi.org/10.1016/j.arcped.2015.12.006>
10. Drake A. Understanding Family business. A Practical Guide for the Next Generation. Institute for Family Business. London, 2009. 70 p.
11. Astrachan C. B., Astrachan J. H. Family Business Branding. Leveraging stakeholder trust. London: IFB Research Foundation, 2015.
12. Families in Business for the long term. URL: <http://www.europeanfamilybusinesses.eu>.
13. Family Business, a key driver of Asian economies. URL: <http://www.kpmgfamilbusiness.com/family-business-a-key-driver-of-asian-economies/>.
14. Final report of the Expert Group. Overview of Family-Business- Relevant Issues: research, networks, policy measures and existing studies: Institute for Family Business. URL: <http://www.europeanfamilybusinesses.eu/>.

## References

1. Dunning J. H. Location and the multinational enterprise: A neglected factor? Journal of International Business Studies. 1998. No. 29 (1). P. 45–66. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490024>
2. Caves R. E. Multinational Enterprise and Economic Analysis. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. 324 p.
3. Hymer S. H. The multinational corporation and the international division of labor. The Multinational Corporation: A Radical Approach. Papers by Stephen Herbert Hymer. Cambridge University Press: Cambridge, 1979. 534 p.
4. Makogon Y. V., Lisenko K. V. Investicijna privablivist' Ukraïni v umovah transformacii svitovogo gospodarstva. Teoretichni i praktichni aspekti ekonomiki ta intelektual'noï vlasnosti. 2012. Vol. 1. T. 1. P. 7–26.
5. Molchanova E. Vzaemodiya transnacional'nih korporacij z nacional'nimi ekonomikami na prikladi Ukraïni. URL: <http://library.fes.de/pdffiles/bueros/ukraine>.
6. Mizhnarodna ekonomika. Transnacional'ni korporacii. URL: [https://pidruchniki.com/1741062062537/ekonomika/transnatsionalni\\_korporatsiyi](https://pidruchniki.com/1741062062537/ekonomika/transnatsionalni_korporatsiyi).
7. Astapovich A. Z. Transnacional'nyj kapital SSHA v mirovom hozyajstve. M.: Nauka, 1990. 200 p.
8. Rokocha V. Трансакційні корпорації. Причини виникнення і розвитку ТНК. URL: <http://readbookz.com/book/50/2010.html>.
9. Solonenko Y. V. Управління сімейним бізнесом в умовах ринкової економіки. Економіка і організація управління. 2016. № 3 (23). С. 417–423. <https://doi.org/10.1016/j.arcped.2015.12.006>
10. Drake A. Understanding Family business. A Practical Guide for the Next Generation. Institute for Family Business. London, 2009. 70 p.
11. Astrachan C. B., Astrachan J. H. Family Business Branding. Leveraging stakeholder trust. London: IFB Research Foundation, 2015.
12. Families in Business for the long term. URL: <http://www.europeanfamilybusinesses.eu>.
13. Family Business, a key driver of Asian economies. URL: <http://www.kpmgfamilbusiness.com/family-business-a-key-driver-of-asian-economies/>.
14. Final report of the Expert Group. Overview of Family-Business- Relevant Issues: research, networks, policy measures and existing studies: Institute for Family Business. URL: <http://www.europeanfamilybusinesses.eu/>.