

P. Dziuba, Ph.D. (Economics), Dr. of Economics, Associate Prof.  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

### ASSET PRICING CONCEPT: ORIGINS AND PLACE IN CONTEMPORARY THEORY OF INTERNATIONAL PORTFOLIO INVESTING

*The paper suggests epistemological identification of asset pricing concept and definition of its place in contemporary theory of international portfolio investing. It is justified that portfolio paradigm of international investing whilst being integral and comprehensive in scientific terms includes five notionally different concepts: efficient portfolio concept, diversification concept, international diversification concept, optimization concept and asset pricing concept. The latter has been determined to differentiate the capital market theory from the previous stages of paradigm development, particularly considering further implications for international diversification of investment portfolios, since the introduction of the risk-free return is especially significant for explorations of international investing in different markets. It is proved that prior to the asset pricing concept the portfolio itself was the keystone of portfolio paradigm, while after its introduction led to a substantial focus shift – the new concept began to dominate among others and the portfolio turned to become of a secondary significance. Unlike some other normative concepts of portfolio paradigm asset pricing concept is proved to appear as a positive one. Its emergence however brought about changes in other concepts, particularly the efficient portfolio concept that called forth the substantial solving of intraparadigm contradiction between the concepts of efficient portfolio and diversification.*

*The comparative analysis of four major originating sources of asset pricing concept is carried out. They are proved to have substantially been at play in the concept development. It is justified that the differences between them are mostly technical with their general idea being common. They inherit the paradigm general foundations originated in the framework of portfolio theory: individuals' rational behavior and investors' aspiration to maximize their utility functions.*

*Keywords: portfolio paradigm of international investing, portfolio theory, capital market theory, post-modern portfolio theory, asset pricing concept, concept of international diversification of investment portfolios, capital asset pricing model.*

П. Дзюба, д-р экон. наук, доц.  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

### КОНЦЕПЦИЯ ОЦЕНИВАНИЯ ДОХОДНОСТЕЙ: ИСТОКИ И МЕСТО В СОВРЕМЕННОЙ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ПОРТФЕЛЬНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ

*Проведена гносеологическая идентификация концепции оценивания доходностей, определено ее место в современной теории международного портфельного инвестирования. Обосновано, что портфельная парадигма международного инвестирования, хотя и является эпистемологической целостностью, включает пять содержательно обособленных концепций: эффективного портфеля, диверсификации, международной диверсификации, оптимизации и оценивания доходностей. Выявлено, что именно концепция оценивания доходностей отличает теорию рынка капитала от предыдущих этапов развития парадигмы в контексте дальнейших импликаций для международной диверсификации инвестиционных портфелей, поскольку введение безрисковой доходности является особенно важным для исследования международных инвестиционных процессов на разных рынках. Установлено, что до появления концепции оценивания доходностей ключевым объектом рассмотрения портфельной парадигмы международного инвестирования был портфель, а с ее появлением акценты существенно сместились – она стала доминировать среди других концепций, а портфель отошел на второй план. Доказано, что, в отличие от некоторых других нормативных концепций портфельной парадигмы, концепция оценивания доходностей является позитивной. Однако ее появление привело к изменениям в рамках других концепций, в частности эффективного портфеля и диверсификации. Проведен сравнительный анализ четырех основных первоисточников концепции оценивания доходностей. Доказано, что все они сыграли важную роль в ее развитии. Обосновано, что расхождение между ними носят преимущественно технический характер, в то время как их генеральная идея является общей. Они являются продолжением общих принципов парадигмы, основанных еще в теории портфеля: рациональный характер поведения индивидов и стремление инвесторов максимизировать собственную функцию полезности.*

*Ключевые слова: портфельная парадигма международного инвестирования, теория портфеля, теория рынка капитала, пост-современная теория портфеля, концепция оценивания доходностей, концепция международной диверсификации инвестиционных портфелей, модель оценивания капитальных активов.*

УДК 339.944

А. Зара, асп.  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

### ЗАСТОСУВАННЯ КООПЕРАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ БАГАТОНАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ НА ПРИКЛАДІ FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES N.V., RENAULT – NISSAN – MITSUBISHI, PEUGEOT SOCIÉTÉ ANONYME

*Розглянуто процес вироблення рішення багатонаціональних концернів щодо пошуку й організації партнерства на автомобілебудівному ринку з метою впровадження технологій паливної ефективності, розширення географічної присутності та посилення конкурентних позицій. Проаналізовано особливості формування та діяльності коопераційних утворень як особливого виду взаємодії на міжнародному ринку автомобільного виробництва. Досліджено можливість аналізу результатів взаємодії стратегічних партнерів через аналіз фінансових і виробничих показників.*

*Ключові слова: багатонаціональні підприємства, стратегічний альянс, злиття та поглинання, автомобілебудівні концерни, кооперація, партнерство, конкуренція, стратегія.*

**Постановка проблеми.** Автомобільна промисловість перебуває на концептуально новому рівні розвитку в сучасних умовах. Головною рисою такого рівня є процеси консолідації та об'єднання зусиль через різні інструменти корпоративної взаємодії. Виробники автомобілів мають чітке усвідомлення, що ємність глобального ринку, попри зростання чисельності населення, є доволі обмеженою через уповільнення попиту в поєднанні з ущільненням конкурентного середовища та по-

силенням екологічних настроїв у національних регуляторів. Останні у своїх аргументах активно використовують тези щодо необхідності електрифікації та гібридизації транспорту задля стимулювання виробників прискорювати розробку та впровадження паливо-ефективних технологій і таких, що будуть активно знижувати шкідливі викиди. Таку риторику пришивши "Дизельгейт" – наймасштабніший скандал, суть якого полягала в заниженні показань кількості шкідливих ви-

кідів за допомогою спеціального програмного забезпечення на нових дизельних авто автоконцерну Volkswagen. Окрім мільярдних збитків по всій індустрії та втрати споживацької довіри до дизельних авто, головним наслідком скандалу стало посилення контролю та уваги до автомобільної промисловості з екологічного погляду: з вересня 2018 року в ЄС стали обов'язковими нові процедури вимірювання витрати палива, а також викидів двоокису вуглецю та інших токсичних компонентів – WLTP (Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedure, Гармонізована процедура випробувань легкового транспорту) [16]. Далі Рада ЄС 15 квітня 2019 року ухвалила більш жорсткі регуляторні правила, метою яких є зменшення викидів двоокису вуглецю у легкових автомобілів у середньому на 37,5 % та у легкому комерційному транспорті – на 31 % до 2030 року порівняно з показниками 2021 року з проміжним зменшенням на 15 % в обох категоріях із 2025 по 2029 роки [15].

Очевидно, поступове посилення екологічних стандартів змінює ринок, передбачаючи додаткові інвестиції для розвитку та вдосконалення технологічних рішень при проектуванні автомобілів. Завдання вбачається комплексним, адже одночасно з ним виробники мають опікуватись питаннями безпеки, особливо в контексті розвитку систем автоматичного пілотування транспорту, питань якості та післяпродажного обслуговування, що, у свою чергу, передбачає розвинену мережу дилерських та сервісних центрів, та аспектами суб'єктивних критеріїв, такими як комфорт, дизайн та ергономіка. У таких умовах автовиробники стикаються із значними труднощами при намаганні поєднати у наявній внутрішній корпоративній структурі успішне виконання всіх завдань. Додаткових викликів додає, як уже було зазначено, тісна конкуренція, подекуди із визнаними лідерами автомобільного ринку, такими як концерни Volkswagen AG, Toyota Motors та стратегічний альянс Renault-Nissan-Mitsubishi.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У сучасній літературі, при аналізі специфіки утворення та розвитку коопераційних партнерських стратегій через злиття, поглинання та стратегічні альянси на фундаментальному та галузевому рівнях, розглядаються роботи таких науковців: Васильєв А. С., Охріменко О. В., Рогач О. І., Соловей Н. В., Фурман В. М., Шувалова Н. А., Ямненко Г. Є., Броссард О., Гранд М., Дас Т. К., Елмутті Д., Катавала Ю., Ламмі І., Пеллічеллі А., Тодева Е. та ін. Дослідники наголошують на тому, що глобалізація усіх сфер економічного життя суспільства має неабиякий вплив на розвиток співпраці між різними компаніями. При цьому удосконалення взаємовідносин між компаніями зумовлене необхідністю поглиблення інтеграційних процесів з метою виробництва нової продукції та підвищення конкурентоспроможності компаній. Водночас аспекти функціонування та оцінювання успішності, притаманні одному з ключових багатонаціональних світових ринків – автомобілебудівному – через мінливість відповідної кон'юнктури потребують подальшого дослідження.

**Постановка завдання.** Головною метою є аналіз процесу застосування коопераційних стратегій як інструмента реагування на сучасні виклики та запити кон'юнктури автомобільного ринку з боку багатонаціональних підприємств автомобільної промисловості на прикладі італо-американського концерну Fiat Chrysler Automobiles N.V, франко-японського альянсу Renault-Nissan-Mitsubishi та французького концерну Peugeot Société Anonyme.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У 2018 році світова дилерська мережа Fiat Chrysler Automobiles (FCA) виробила 4,84 млн автомобілів, що на 2 % більше, ніж у 2017 році, а чистий прибуток зріс на 3 % і становив 3,6 млрд дол. Попри позитивну дина-

міку, регіональний розріз не вирізняється гармонійністю. Продажі концерну в регіоні ЄС-28 + ЄАВТ у 2018 році знизились на 2,3 % порівняно з 2017 роком до показника 1 021 000 автомобілів, з них: бренд Fiat впав на 9 % до 711300 шт.; бренд Alfa Romeo – на 3,9 % – близько 83000 автомобілів, бренд Lancia реалізував лише 48800 машин (-19,8 %), а бренд Maserati продав 8123 автомобілів (-16,5 %). У свою чергу, бренд Jeep збільшив продажі на 55,6 % – до 168700 одиниць, зробивши у Європі справжній прорив. Другим ключовим ринком для концерну, очевидно, є США, де лідером став "американський" Jeep, одноосібно реалізувавши 973227 автомобілів (+17,5 %); на другому місці – пікапи RAM – продано 597368 шт. (+7 %), на третьому Dodge – 459324 шт. (+3 %). При цьому бренд Fiat продемонстрував зниження до 15521 (-41 %), а продажі ще одного домашнього бренду – Chrysler – впали на 12 % і становили 165964 одиниці. Така ситуація призвела до того, що керівництво FCA розглядало можливість припинення виробництва брендів, що продемонстрували найгіршу динаміку на власних ключових ринках: Chrysler у США та Lancia у Європі, проте така ідея зрештою не отримала розвитку [2, 4, 8, 10].

Таким чином, видно, що у розрізі класів автомобілів продажі концерну засновуються на сегментах позашляховиків та пікапів, на чому спеціалізуються Jeep, RAM та Dodge, водночас простежується зниження в сегменті легкових автомобілів: Fiat, Alfa Romeo, Lancia та Maserati. Саме такий клас та легкі кросовери є найбільш актуальним класом для європейського ринку, який на сучасному етапі плавно, проте впевнено, входить в еру електрифікації та гібридизації. Таким чином, перед керівництвом FCA постала крайня необхідність покращити продажі на європейському ринку через переосмислення лінійки легкових моделей з урахуванням, у першу чергу, тенденцій паливної економії.

Розробка та впровадження універсальних платформ для подальшого виробництва масових конкурентоспроможних автомобілів з різними типами силового обладнання вимагає, очевидно, значних грошових та часових витрат. У даному випадку варто зазначити, що такі проекти є складноосязними навіть для визнаних технологічних лідерів ринку, що стало причиною утворення нових альянсів у автоіндустрії, зокрема між концернами VW та Ford, BMW та Daimler, BMW та Jaguar Land Rover [13]. Отже, найкращим рішенням для Fiat Chrysler Automobiles у даній ситуації став пошук партнера для коопераційної співпраці, у межах якої можна було б покращити власні конкурентні позиції на світовому та європейському ринках. Ділова спільнота обговорювала можливість співпраці FCA з такими концернами, як китайський Geely, до якого входить бренд Volvo, німецький Volkswagen AG, французький Peugeot Société Anonyme та франко-японський альянс Renault-Nissan-Mitsubishi. На першому етапі найбільш предметними виявились перемовини з Renault-Nissan-Mitsubishi, про які FCA оголосила 27 травня 2019 року [7].

Важливим аспектом таких перемовин був наголос на тому, що співпраця FCA із франко-японським альянсом проходила б через фактичне злиття з одним учасником – Groupe Renault. Під час перемовин обговорювався проект створення концерну під робочою назвою "Preeminent Global Automotive Group" та попередньо очікувалось, що по 50 % акцій новоствореної компанії отримають акціонери Renault та FCA, додатково між чинними акціонерами італо-американського концерну планували розділити близько 2,5 млрд євро дивідендів як компенсацію різниці ціни акцій. Таким чином, новий концерн став би третім за величиною світовим автовиробником після Volkswagen AG та Toyota Motors із щорічним виробництвом у 8,7 млн автомобілів, а альянс за

схемою "PGAG"-Nissan-Mitsubishi перетворився би на абсолютного світового лідера зі щорічним виробництвом більше 15 млн автомобілів. Злиття дозволило б партнерам скоротити витрати при закупівлі проміжних вузлів та агрегатів на 40 %, витрати на розробку нових автомобілів – на 30 %, а витрати на загальне виробництво скоротилися б на 20 %. Агрегований показник ефективності оцінювався у близько 5 млрд євро на рік [7].

Безумовно, зазначені абсолютні показники очікування від злиття демонстрували доцільність створення нового концерну. Fiat Chrysler Automobiles при такому варіанті розвитку подій відійшов би від моноприбутковості тільки на американському ринку і класичних для такого ринку технологій автомобільного виробництва, отримавши доступ до технологій виробничого досвіду сучасних, актуальних легкових авто для європейського ринку, на чому, власне кажучи, і спеціалізувалась Groupe Renault. У свою чергу, французький концерн отримав би налагоджену дилерську та сервісну мережу на ємному ринку США та, що особливо цікавило менеджмент Groupe Renault, додатково укріпив би власні позиції у альянсовому ланцюжку Renault – Nissan – Mitsubishi. Японські партнери, зокрема Nissan, вбачали можливість перегляду умов кооперації в альянсі, зважаючи на взаємні акціонерні портфелі концернів: Renault Groupe належать 43,4 % акцій Nissan, який утримує лише 15 % акцій французького концерну. При цьому триваліший час альянс функціонував таким чином, що Renault відповідав за дилерську мережу та маркетинговий менеджмент, а основне конструкторське навантаження лягало саме на Nissan. Додаткова напруга між учасниками партнерства виникала на тлі тривалого оновлення модельних рядів японської частини альянсу, зокрема Mitsubishi, 34 % акцій якого у 2016 році придбав Nissan, приєднавши, таким чином, виробника до альянсу [13]. Ці аспекти набули особливої актуальності в контексті перемовин між Fiat Chrysler Automobiles та Renault, які зрештою завершилися порівняно різко та безуспішно.

Уже 6 червня 2019 року керівництво італо-американського концерну оголосило про припинення перемовин із французьким концерном. Попри визнання вкрай амбітних перспектив, Fiat посилався на нестабільну політичну ситуацію у Франції без глибшого пояснення [9]. Фактично можна зробити припущення, яке побічно підтверджується зазначеною ситуацією в альянсі, що стейкхолдери Renault – французький уряд та Nissan, які на двох володіють 30 % акцій французького концерну, поставились дуже стримано до можливості

злиття. Для керівництва Nissan будь-яка корпоративна зміна у партнерів з альянсу мала передбачати перегляд умов співпраці, у чому, імовірно, не зацікавлений французький національний уряд, адже навіть позитивні очікування від злиття Renault та FCA за умови досягнення окреслених успішних результатів не перевищують в абсолютному вимірі чинні показники альянсу за схемою Renault – Nissan – Mitsubishi.

Наприкінці 2019 та початку 2020 року на тлі очікувань глобальної кризи невизначеність усередині Renault – Nissan – Mitsubishi знову вимусила керівництво концернів задуматись про розпад партнерства. Проте, за заявою представників альянсу від січня 2020 року, партнерство категорично відкидає варіанти розпаду та представляє нову стратегію географічного поділу. Таким чином, Renault надалі візьме на себе просування у Європі, Nissan буде опікуватись ринком Китаю, а Mitsubishi зосередиться на Південно-Східній Азії. У представлених ескізах концепції не була зазначена Північна Америка, проте можна припустити, що головним актором тут також буде Nissan як такий, у якого найсильніші позиції в цьому регіоні. Підхід до конструкторських робіт також буде реформований: розробка продуктів, яка буде містити як НДДКР, так і виробництво, буде керуватись одним виробником, інші два партнери здійснюють ресурсну підтримку. До того ж компанії посилять сумісну роботу над верхньою частиною кузова, платформами і силовими агрегатами. Крім цього, до Renault перейде розробка легких комерційних автомобілів [14].

Fiat Chrysler Automobiles продовжував пошук партнерів та вже за 4 місяця після перемовин із франко-японським альянсом, 10 жовтня 2019 року, FCA та інший французький концерн, Peugeot Société Anonyme (PSA), у прес-релізах оголосили про початок перемовин щодо тісного співробітництва [11]. А вже 19 грудня 2019 року два концерни випустили сумісне комюніке, у якому підтвердили успішне завершення перемовин та підписання угоди про злиття концернів [12]. Швидкість прийняття рішення та обраний максимальний ступінь кооперації між двома впливовими автомобільними конкурентами заслуговують на особливу увагу при аналізі автомобільного світового ринку.

Таким чином, очікується, що утворений альянс стане четвертим за величиною автовиробником у світі: за умови прийняття абсолютних показників 2018 року загальний обсяг випуску досягне або перевищить 8,7 млн автомобілів на рік (рис. 1), дохід – 170 млрд євро, а операційний прибуток – 11 млрд євро [12].

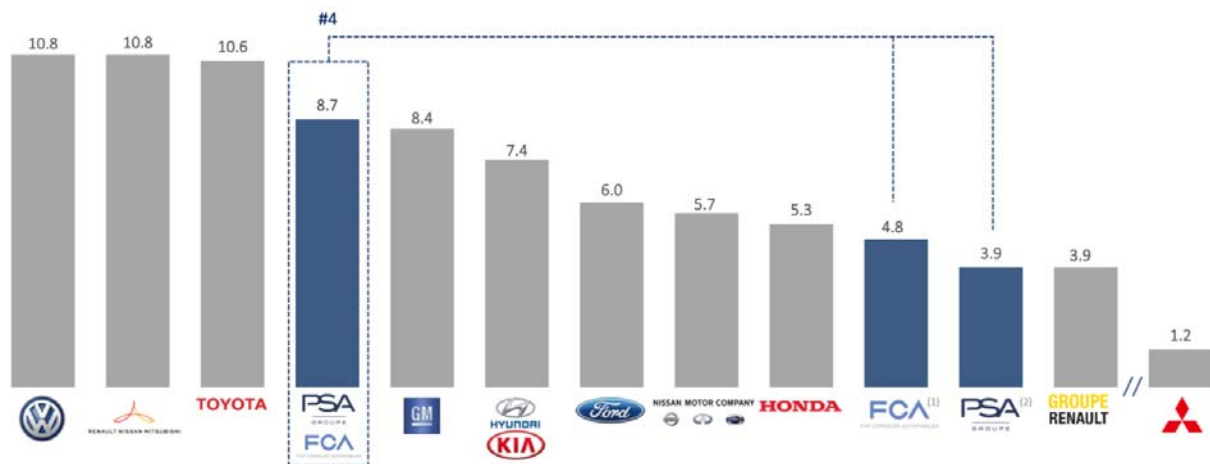


Рис. 1. Агреговані показники FCA та PSA в контексті виробництва автомобілів багатонаціональними автовиробниками у 2018 році

Джерело: [12]

Унаслідок злиття двох концернів їхні акції будуть замінені цінними паперами спільного підприємства, зареєстрованого в Нідерландах, DutchCo. Щоб зрівняти частки акціонерів у новому альянсі, власники акцій групи PSA отримають по 1,742 акції DutchCo за штуку, у той час як акції FCA будуть еквівалентні їм у співвідношенні 1 : 1 [12]. Процес злиття двох корпорацій має бути повністю завершений протягом 12-15 місяців, тобто у першому кварталі 2021 року, після чого в рам-

ках утвореного альянсу почнеться розробка нових моделей на спільних платформах.

Усього альянс буде містити тринадцять автомобільних брендів: з боку PSA – це Peugeot, Citroen, Opel, Vauxhall і DS, а з боку FCA – Fiat, Alfa Romeo, Lancia, Maserati, Chrysler, Dodge, Jeep і Ram (рис. 2). Планується, що виробництво за сегментами буде розподілятися так: (рис. 3).

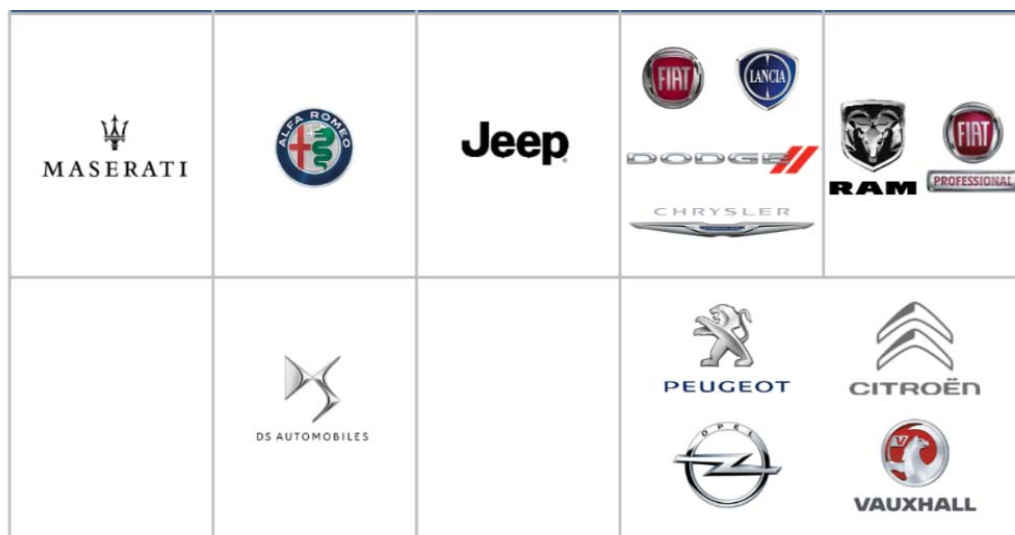


Рис. 2. Портфель брендів за сегментами FCA та PSA.

Зліва направо – люкс, преміум, позашляховики та кросовери, легкові та мінівени, пікапи та комерційний транспорт

Джерело: [12]

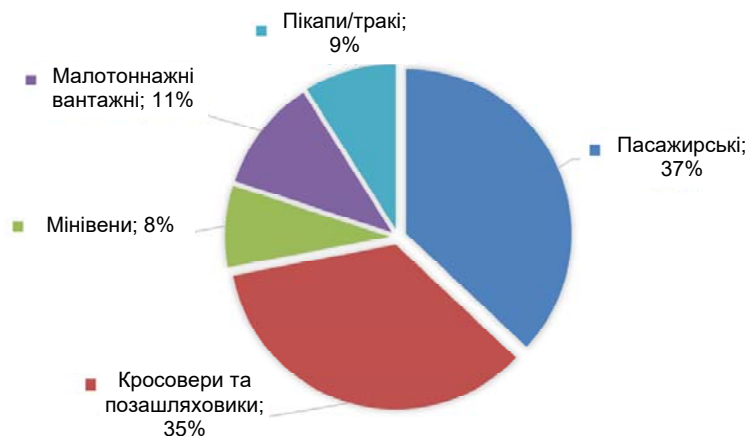


Рис. 3. Очікуваний агрегований розподіл виробництва за категоріями спільного концерну FCA та PSA у розрахунку за підсумок 2018 року

Джерело: [12]

Основні показники діяльності підприємств наведені у табл. 1. Італо-американський концерн конструює більшу кількість авто – 4,8 млн на рік проти 3,9 млн у французького партнера – та містить більшу кількість брендів, які були наведені вище. Показники доходу, операційного та чистого прибутку також перевищують еквівалентні у Peugeot Société Anonyme, проте, у свою чергу, операційна маржа, яка побічно може свідчити про ефективність, є вищою у французького концерну, що в поєднанні з більшою кількістю працівників може

демонструвати кращу задіяність виробничих активів порівняно із FCA. Варто зазначити, що у даному випадку більшої ваги при аналізі доцільності кооперації набувають орієнтовані агреговані показники, які вже висувають об'єднаного виробника на передові позиції світового автовиробництва. Окрім того, такі показники є тривіальним агрегуванням чинних показників за підсумком 2018 року, що не враховує синергетичний ефект, який є головною метою партнерства Fiat Chrysler Automobiles та Peugeot Société Anonyme.

Таблиця 1. Чинні та агреговані фінансові показники концернів FCA та PSA, 2018 р. (млрд євро)

	Fiat Chrysler Automobiles	Peugeot Société Anonyme	Орієнтовані агреговані показники
Продажі автомобілів (млн штук)	4,8	3,9	8,7
Дохід	110,4	58,6	169
Операційний прибуток	6,7	4,4	11,1
Операційна маржа	6,10 %	7,60 %	6,60 %
Чистий прибуток	3,6	3,4	7,0
Кількість працівників	199 000	211 000	410 000

Джерела: [2, 3, 12]

Синергетичний ефект від партнерства виражається у поєднанні головних переваг кожного концерну в межах кооперації за схемою Fiat Chrysler Automobiles – Peugeot Société Anonyme.

Переваги Fiat Chrysler Automobiles були неодноразово зазначені в даній статті. Сама історія створення цього концерну – злиття європейського та американських виробників – продиктувала два головні аспекти: 1) поєднання дилерських мереж у Європі та США – місткого та лояльного до автовиробництва з погляду споживачів ринку, на якому практично не представлений PSA, проте бажаючий на нього вийти, та 2) різноманіття автомобільних сегментів, яке, за всіх інших рівних умов, зручно налаштовувати під певні цільові маркетингові завдання.

Водночас головними перевагами Peugeot Société Anonyme є збалансований вузький портфель брендів, який легше піддається оновленню завдяки універсальності виробництва. Друга перевага випливає з першої, а саме новорозроблені платформи CMP і EMP2, які дозволяють будувати автомобілі різних класів і розмірів: платформа CMP (е-CMP) дозволяє створювати електричні версії автомобілів (готові до виробництва хетчбеки від Peugeot та Opel, кросовер від преміального DS); платформа EMP2 дозволяє будувати гібриди з технологією "plug-in" – можливістю підзарядити електромотор від локальної мережі (аналогічно деякі Peugeot та Opel на момент створення спільного підприємства були готовими до серійного запуску) [1, 6, 12].

Паливна ефективність та електричні технології стали для FCA, як уже було зазначено, ключовим каталізатором для пошуку коопераційних рішень: планується, що 2/3 автомобілів альянсу будуватимуться саме на платформах CMP та EMP2, включаючи їхні електричні та гібридні версії. Саме широка дилерська мережа, історична крос-континентальна відомість брендів та новітні технологічні платформи мають стати складовими для вагомого синергетичного ефекту від кооперації Fiat Chrysler Automobiles та Peugeot Société Anonyme.

**Висновки.** На прикладі трьох концернів – італо-американського Fiat Chrysler Automobiles N.V., франко-японського альянсу Renault – Nissan – Mitsubishi та французького Peugeot Société Anonyme у статті продемонстрований багатонаціональний характер конкуренції у автомобільній галузі на світовому та національних ринках. Коопераційні та партнерські моделі взаємодії різного ступеню зближення одержали широке поширення у автомобільній індустрії, що пов'язано, у першу чергу, зі зростанням конкурентної боротьби в капіталомістких сферах розвитку галузі. Посилення екологічних стандартів до індустрії, значні витрати на проектування, виробництво та виведення на ринок нових моделей стимулюють автомобільні концерни активно розробляти стратегії створення нових коопераційних партнерських формувань. Дослідження показало комплексність охоплення різноманітних аспектів при перемовинах на такому ринку: очікувані результати від обміну технологіями, географічне поширення, політичний фактор, вплив нових парт-

нерств на умови чинних угод тощо. Викладена статистика, у свою чергу, демонструє, що ринок автомобільного виробництва поетапно переходить від форми монополістичної конкуренції до широкого прояву олігополії, на ринку якої, за підсумком 2019 року, п'ятьом виробникам належать 74 % річного виробництва автомобілів, трьом із яких – 48 %. Стратегічні альянси, злиття та поглинання є ключовими інструментами на такому технологічно місткому та ємному ринку, що й обумовлює необхідність наукового аналізу зазначених процесів.

#### Список використаних джерел:

1. Мельниченко Р. Слияние PSA и FCA: главное авто-событие прошлого, которое определяет будущее [Электронный ресурс] / Роман Мельниченко // itc.ua. – 2020. – Режим доступа : [https://itc.ua/articles/sliyanie-psa-i-fca-glavnoe-avto-sobytie-proshlogo-kotoroe-opredelyaet-budushheel/](https://itc.ua/articles/sliyanie-psa-i-fca-glavnoe-avto-sobytie-proshlogo-kotoroe-opredelyaet-budushhe/).
2. Annual Financial Reports // Fiat Chrysler Automobiles. – 2019 [Electronical resources]. – Access mode : [https://www.fcagroup.com/en-US/investors/financial\\_regulatory/financial\\_reports/Pages/2018.aspx](https://www.fcagroup.com/en-US/investors/financial_regulatory/financial_reports/Pages/2018.aspx).
3. Annual Results // PSA Groupe. – 2019 [Electronical resources]. – Access mode : <https://www.groupe-psa.com/en/publication/2019-annual-results/>.
4. Comment On FCA's December And Full-Year 2018 Sales In Europe // Publicnow. – 2019 [Electronical resources]. – Access mode : <http://www.publicnow.com/view/DE454246F6C7B0A898C3C66B3F9DFCC293F0261>.
5. Dummett B. Fiat Chrysler, Peugeot Owner PSA in Talks to Combine [Electronical resources] / B. Dummett, N. Kostov, C. Rogers // The Wall Street Journal. – 2019. – Access mode : <https://www.wsj.com/articles/fiat-chrysler-peugeot-owner-psa-in-talks-to-combine-11572373519>.
6. Explainer: What is driving Fiat Chrysler and Peugeot merger talks? // Reuters. – 2019 [Electronical resources]. – Access mode : <https://www.reuters.com/article/us-fiat-chrysler-m-a-psa-explainer/explainer-what-is-driving-fiat-chrysler-and-peugeot-merger-talks-idUSKBN1X91NP>.
7. FCA Submits Proposal for a Transformative Merger with Groupe Renault // Fiat Chrysler Automobiles. – 2019 [Electronical resources]. – Access mode : [https://www.fcagroup.com/en-us/media\\_center/fca\\_press\\_release/2019/may/pages/fca\\_submits\\_proposal\\_for\\_a\\_transformative\\_merger\\_with\\_groupe\\_renault.aspx](https://www.fcagroup.com/en-us/media_center/fca_press_release/2019/may/pages/fca_submits_proposal_for_a_transformative_merger_with_groupe_renault.aspx).
8. FCA US Reports 2018 December and Full-Year Sales // Fiat Chrysler Automobiles. – 2019 [Electronical resources]. – Access mode : <https://media.fcanorthamerica.com/newsrelease.do?id=20509&mid=1>.
9. FCA withdraws merger proposal to Groupe Renault // Fiat Chrysler Automobiles. – 2019 [Electronical resources]. – Access mode : [https://www.fcagroup.com/en-US/media\\_center/fca\\_press\\_release/2019/june/Pages/fca\\_withdraws\\_merger\\_proposal\\_to\\_groupe\\_renault.aspx](https://www.fcagroup.com/en-US/media_center/fca_press_release/2019/june/Pages/fca_withdraws_merger_proposal_to_groupe_renault.aspx).
10. Fiat Chrysler Automobiles sales in Europe in December and full year 2017 // Automotiveworld. – 2018 [Electronical resources]. – Access mode : <https://www.automotiveworld.com/news-releases/fiat-chrysler-automobiles-sales-europe-december-full-year-2017/>.
11. Groupe PSA and FCA plan to join forces to build a world leader for a new era in sustainable mobility // Fiat Chrysler Automobiles. – 2019 [Electronical resources]. – Access mode : [https://www.fcagroup.com/en-US/media\\_center/fca\\_press\\_release/2019/november/Pages/groupe\\_psa\\_and\\_fca\\_plan\\_to\\_join\\_forces\\_to\\_build\\_a\\_world\\_leader\\_for\\_a\\_new\\_era\\_in\\_sustainable\\_mobility.aspx](https://www.fcagroup.com/en-US/media_center/fca_press_release/2019/november/Pages/groupe_psa_and_fca_plan_to_join_forces_to_build_a_world_leader_for_a_new_era_in_sustainable_mobility.aspx).
12. PSA – FCA Merger Project // PSA Groupe. – 2019 [Electronical resources]. – Access mode : <https://www.groupe-psa.com/en/psa-fca-merger-project/>.
13. Renault alliance struggles to cope with gaping hole left by Carlos Ghosn // The Guardian. – 2019 [Electronical resources]. – Access mode : <https://www.theguardian.com/business/2020/jan/04/carlos-ghosn-renault-nissan-mitsubishi-electric-cars>.
14. Renault-Nissan-Mitsubishi further strengthens the use of resources and investments // Nissan Motor Corporation. – 2020 [Electronical resources]. – Access mode : <https://global.nissannews.com/en/releases/release-122239772e2e4cb428ec6db288020435-200130-02-e>.
15. Stricter CO2 emission standards for cars and vans signed off by the Council // European Council Council of the European Union. – 2019 [Electronical resources]. – Access mode : <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2019/04/15/stricter-co2-emission-standards-for-cars-and-vans-signed-off-by-the-council/>.

16. What is WLTP and how does it work? // wltpfacts. – 2017 [Electronical resources]. – Access mode : <https://www.wltpfacts.eu/what-is-wltp-how-will-it-work/>.

#### References:

- Mel'nichenko R. (2020) Sliyanie PSA i FCA: glavnoe avto-sobytie proshlogo, kotoroe opredelyaet budushchee [Merger of PSA and FCA: the main auto-event of the past that determines the future] / Roman Mel'nichenko // Retrieved from: <https://itc.ua/articles/sliyanie-psa-i-fca-glavnoe-avto-sobytie-proshlogo-kotoroe-opredelyaet-budushchee/> [in Russian].
- Annual Financial Reports (2019) // Fiat Chrysler Automobiles. Retrieved from: [https://www.fcagroup.com/en-US/investors/financial\\_regulatory/financial\\_reports/Pages/2018.aspx](https://www.fcagroup.com/en-US/investors/financial_regulatory/financial_reports/Pages/2018.aspx).
- Annual Results (2019) // PSA Groupe. Retrieved from: <https://www.groupe-psa.com/en/publication/2019-annual-results/>.
- Comment On FCA's December And Full-Year 2018 Sales In Europe (2019) // Publicnow. Retrieved from: <http://www.publicnow.com/view/DE454246F6C7B0A898C3C66B3F9FDFCC293F0261>.
- Dummett B. Fiat Chrysler, Peugeot Owner PSA in Talks to Combine (2019) / B. Dummett, N. Kostov, C. Rogers // The Wall Street Journal. Retrieved from: <https://www.wsj.com/articles/flat-chrysler-peugeot-owner-psa-in-talks-to-combine-11572373519>.
- Explainer: What is driving Fiat Chrysler and Peugeot merger talks? (2019) // Reuters. Retrieved from: <https://www.reuters.com/article/us-fiat-chrysler-m-a-psa-explainer/explainer-what-is-driving-fiat-chrysler-and-peugeot-merger-talks-idUSKBN1X91NP>.
- FCA Submits Proposal for a Transformative Merger with Groupe Renault (2019) // Fiat Chrysler Automobiles. Retrieved from: [https://www.fcagroup.com/en-us/media\\_center/fca\\_press\\_release/2019/may/pages/fca\\_submits\\_proposal\\_for\\_a\\_transformative\\_merger\\_with\\_groupe\\_renault.aspx](https://www.fcagroup.com/en-us/media_center/fca_press_release/2019/may/pages/fca_submits_proposal_for_a_transformative_merger_with_groupe_renault.aspx).
- FCA US Reports 2018 December and Full-Year Sales (2019) // Fiat Chrysler Automobiles. Retrieved from: <https://media.fcanorthamerica.com/newsrelease.do?id=20509&mid=1>.

9. FCA withdraws merger proposal to Groupe Renault (2019) // Fiat Chrysler Automobiles. Retrieved from: [https://www.fcagroup.com/en-US/media\\_center/fca\\_press\\_release/2019/june/Pages/fca\\_withdraws\\_merger\\_proposal\\_to\\_groupe\\_renault.aspx](https://www.fcagroup.com/en-US/media_center/fca_press_release/2019/june/Pages/fca_withdraws_merger_proposal_to_groupe_renault.aspx).

10. Fiat Chrysler Automobiles sales in Europe in December and full year 2017 (2018) // Automotiveworld. Retrieved from: <https://www.automotiveworld.com/news-releases/fiat-chrysler-automobiles-sales-europe-december-full-year-2017/>

11. Groupe PSA and FCA plan to join forces to build a world leader for a new era in sustainable mobility (2019) // Fiat Chrysler Automobiles. Retrieved from: [https://www.fcagroup.com/en-US/media\\_center/fca\\_press\\_release/2019/november/Pages/groupe\\_psa\\_and\\_fca\\_plan\\_to\\_join\\_forces\\_to\\_build\\_a\\_world\\_leader\\_for\\_a\\_new\\_era\\_in\\_sustainable\\_mobility.aspx](https://www.fcagroup.com/en-US/media_center/fca_press_release/2019/november/Pages/groupe_psa_and_fca_plan_to_join_forces_to_build_a_world_leader_for_a_new_era_in_sustainable_mobility.aspx).

12. PSA – FCA Merger Project (2019) // PSA Groupe. Retrieved from: <https://www.groupe-psa.com/en/psa-fca-merger-project/>.

13. Renault alliance struggles to cope with gaping hole left by Carlos Ghosn (2019) // The Guardian. Retrieved from: <https://www.theguardian.com/business/2020/jan/04/carlos-ghosn-renault-nissan-mitsubishi-electric-cars>.

14. Renault-Nissan-Mitsubishi further strengthens the use of resources and investments (2020) // Nissan Motor Corporation. Retrieved from: <https://global.nissannews.com/en/releases/release-122239772e2e4cb428ec6db288020435-200130-02-e>.

15. Stricter CO2 emission standards for cars and vans signed off by the Council (2019) // European Council Council of the European Union. Retrieved from: <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2019/04/15/stricter-co2-emission-standards-for-cars-and-vans-signed-off-by-the-council/>.

16. What is WLTP and how does it work? (2017) // wltpfacts. – 2017. Retrieved from: <https://www.wltpfacts.eu/what-is-wltp-how-will-it-work/>.

Надійшла до редколегії 11.12.19

A. Zara, Ph.D. stud.

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

### APPLICATION OF THE COOPERATIVE STRATEGIES BY MULTINATIONAL ENTERPRISES OF THE AUTOMOBILE BUILDING INDUSTRY ON THE CASE OF FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES N.V., RENAULT-NISSAN-MITSUBISHI, PEUGEOT SOCIÉTÉ ANONYME

*The article discusses the process of developing solutions of multinational concerns on the search and organization of partnerships in the automotive market in order to implement fuel efficiency technologies, expand the geographical presence and strengthen competitive positions; the formation and activities of cooperative entities as a special type of interaction on the international automobile manufacturing market are analyzed; explores the possibility of analyzing the results of the interaction of strategic partners through the analysis of financial and operating statements.*

**Keywords:** Multinational enterprises; strategic alliance; mergers and acquisitions; automotive concerns; cooperation; partnership; competition; strategy.

A. Zara, asp.

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

### ПРИМЕНЕНИЕ КООПЕРАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ МНОГОНАЦИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES N.V., RENAULT – NISSAN – MITSUBISHI, PEUGEOT SOCIÉTÉ ANONYME

*Рассмотрен процесс выработки решения многонациональных концернов по поиску и организации партнерства на автомобилестроительном рынке с целью внедрения технологий топливной эффективности, расширения географического присутствия и усиления конкурентных позиций. Проанализированы особенности формирования и деятельности кооперационных образований как особого вида взаимодействия на международном рынке автомобильного производства. Исследована возможность анализа результатов взаимодействия стратегических партнеров через анализ финансовых и производственных показателей.*

**Ключевые слова:** многонациональные предприятия, стратегический альянс, слияние и поглощение, автомобилестроительные концерны, кооперация, партнерство, конкуренция, стратегия.