

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Засновано у 2001 р.

Випуск 46 (3–2015)

Політичні науки

Юридичні науки

Економічні науки

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2015

Редакційна колегія

Подоляка А. М., д-р юрид. наук, проф. — головний редактор

Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф. — заступник головного редактора

Ігнатченко А. А., канд. техн. наук — відповідальний редактор

Політичні науки

Антонюк О. В., д-р політ. наук, проф.,
Бабкіна О. В., д-р політ. наук, проф.,
Бідзюра І. П., д-р політ. наук, Варзар І. М.,
д-р політ. наук, проф., Головатий М. Ф.,
д-р політ. наук, проф., Гончаренко О. М.,
д-р іст. наук, Мелков Ю. О., д-р філос.
наук, доц., Піляєв І. С., д-р політ. наук,
Попов В. Ж., д-р іст. наук, проф., Сур-
мін Ю. П., д-р соціол. наук, проф., Хиж-
няк І. А., д-р іст. наук, проф., Шуба О. В.,
д-р політ. наук, проф.

Юридичні науки

Александров Ю. В., канд. юрид. наук, проф.,
Ануфрієв М. І., д-р юрид. наук, проф., Бандур-
ка О. О., д-р юрид. наук, проф., Боро-
дін І. Л., д-р юрид. наук, проф., Гаркуша
В. С., канд. юрид. наук, доцент, Демчен-
ко С. Ф., д-р юрид. наук, Джунь В. В.,
д-р юрид. наук, проф., Ковальська В. В.,

д-р юрид. наук, ст. наук. співр., Корнієнко М. І.,
канд. юрид. наук, проф., Курко М. Н., д-р юрид.
наук, доцент, Мартиненко О. А., д-р юрид. наук,
проф., Муравйов К. В., канд. юрид. наук, доцент,
Недюха М. П., д-р філос. наук, проф., Подо-
ляка А. М., д-р юрид. наук, проф., Темченко В. І.,
канд. юрид. наук, доцент, Христинченко Н. П.,
канд. юрид. наук, Юлдашев О. Х., д-р юрид. наук,
проф., Ярмиш О. Н., д-р юрид. наук, проф.

Економічні науки

Захожай В. Б., д-р екон. наук, проф., Дахно І. І.,
д-р екон. наук, проф., Дмитренко Г. А., д-р екон.
наук, проф., Куроченко О. В., д-р екон. наук, проф.,
Пила В. І., д-р екон. наук, проф., Радзієвський О. І.,
д-р екон. наук, Федоренко В. Г., д-р екон. наук,
проф., Шостак Л. Б., д-р екон. наук, проф.,
Швець В. Я., д-р екон. наук, проф., Баєва О. В., д-р
біол. наук, проф., Сафонова В. Є., д-р екон. наук,
Хачатрян Г. Е., д-р екон. наук.

*Рекомендовано до друку Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 9 від 30 жовтня 2015 р.)*

Міжрегіональна Академія управління персоналом.

М58 Наукові праці МАУП / редкол.: А. М. Подоляка (голов. ред.) [та ін.]. — К. : МАУП, 2001 —
Вип. 46 (3–2015). Політичні, юридичні, економічні науки. — К. : ДП “Вид. дім “Персонал”,
2015. — 224 с.: іл. — Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику наукових праць публікуються статті науковців, які займаються проблемами роз-
витку політології, права і економіки.

Для науковців, викладачів, студентів, а також усіх, кого цікавить розвиток науки в Україні.

*Вищою атестаційною комісією України “Наукові праці МАУП” визнано як фахове видання з політичних наук
(за постановою Президії ВАК України № 1-05/4 від 26 травня 2010 р.) та юридичних наук (за постановою
Президії ВАК України № 1-05/5 від 31 травня 2011 р.).*

*Міністерством освіти і науки України збірник “Наукові праці МАУП” визнано як фахове видання
з економічних наук (за наказом МОН України від 21.11.13 № 1609).*

ББК 65.9(4УКР)29-2я43+67.9(4УКР)я43

ЗМІСТ

ПОЛІТИЧНІ НАУКИ	5	Кміта О. В. Концепт “законності” в працях античних мислителів та вчених нового часу: проблеми генези	65
Дахно І. І., Алієва-Барановська В. М. Велика Британія і Європейський Союз: вузлики для української пам’яті	5	Коренева М. М. Особливості ризику в діяльності деяких правоохоронних структур України (адміністративний аспект)	72
Гольцов А. Г. Вплив неоевразійської ідеології на сучасну російську геополітику	14	Любченко М. О. Право на вільний вибір місця проживання в законодавстві України	78
Костюк Т. О. Ситуативний та ідеологічно- пропагандистський аспект політики домінування в сучасних міжнародних відносинах	22	Скрипнюк О. О. Принцип народного суверенітету: історико-правові аспекти	85
Красногор О. В. Становлення парламенту та генеза парламентаризму в незалежній Україні	27	ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ	92
Росеро Г. Освіта як цілісний феномен розвитку людини і суспільства: соціологічний аспект	37	Гулей А. І., Дмитренко Т. Л. Формування державної політики розвитку вексельного ринку України	92
Ахадов Емін Аділь огли Виробнича діяльність людини як важливіша засада створення конкурентоспроможного товару	43	Романова Л. В. Ключові компетенції як важлива стратегічна складова конкурентоспроможного маркетингового потенціалу промислових підприємств	98
ЮРИДИЧНІ НАУКИ	46	Саблук П. Т. Розвиток АПК: аграрно-економічні трансформації	104
Дахно І. І. Цивільно-правове мереживо в Україні й довкола неї наприкінці XX – початку XXI століть	46	Сафонова В. Є. Фінансова модель інноваційної інфраструктури освітньої діяльності ВНЗ	113
Мовчан А. В. Актуальні проблеми використання систем біометричної ідентифікації для виявлення терористичних загроз	53	Шконда В. В., Кальянов А. В. Проблеми та протиріччя постіндустріальної глобалізації	128
Шашкова-Журавель І. О. Міжнародно-правові аспекти безпеки та гігієни праці працівників будівельної галузі	59	Баєв В. В. Концептуальні засади моделі кластеру медичного туризму	136

Заяць Г. С. Освіта України: досягнення і проблеми розвитку.....	142	Корецька О. В. Визначення методики розрахунку інтегрального показника інноваційної спрямованості підприємства	185
Коваль М. І. Роль і значення обліку, аналізу і аудиту в системі економічної безпеки підприємства в умовах застосування інформаційних технологій	147	Петько С. М. Холдингові структури на сучасному етапі розвитку фінансового ринку.....	194
Руда О. В. Змістовно-понятійне трактування економічної безпеки підприємства.....	157	Сергієнко С. А. Формування комплексу маркетингових комунікацій за методом аналізу, синтезу та оптимізації (АСО)	201
Юсеф Н. Аналіз і переваги сучасних моделей зростання відкритої економіки.....	163	Харченко О. В. Ретроавтотранспорт як соціально-економічний феномен: постановка проблеми	207
Бігдаш В. Д. Проблеми розвитку страхового ринку України в умовах реформування вітчизняної економіки	169	Пугач В. Г. Теорія організованого капіталізму: аспект економічної демократії	211
Марченко С. М. Застосування концепції “будинок якості” для вдосконалення сервісного логістичного маркетингового обслуговування споживачів сільськогосподарської техніки в Україні.....	174	РЕЦЕНЗІЯ	217
Ісонкін О. О. Формування системи документів та показників стратегічного планування	180	Головатий М. Ф. Савойська С. Мовна політика у сучасній Україні: деструктивні і конструктивні виміри.....	217
		ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	220

РЕТРОАВТОТРАНСПОРТ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФЕНОМЕН: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 46(3), с. 207–210

У контексті світової практики аналізуються стан та актуальні проблеми розвитку ринку ретроавтотранспорту.

Роль транспорту, транспортних послуг в умовах інтенсивного розвитку ринкової економіки постійно зростає. Тобто світова транспортна система — найважливіший елемент світового господарства. Це доводять своїми численними працями зарубіжні вчені А. Вебер, В. Кристалер, А. Леша, Т. Паландер, І. Тюнен, українські дослідники — В. Білозубенко, В. Віннікова, С. Євсєєва, О. Єдіна, О. Котлубай, А. Кульман, Ю. Макагон, Н. Новіцький, В. Ойкен, Ю. Пашенко, К. Плужников, А. Рибчук, П. Сволін, Ю. Цветов, О. Чернета та ін.

Ринок легкових автомобілів, найперше, в Україні постійно зростає. Так, у 2006 р. в республіці нараховувалося 5,3 млн легкових автомобілів, серед яких домінували автомобілі, зібрані в СНД та в Україні [4, 69].

Потенціал транспортної частини України, зазначає український дослідник Н. А. Прокочук [10], постійно зростає. Він з фахівцем у галузі транспортної інфраструктури України Д. Прейгером та іншими дослідниками вважає, що “наявна транспортна інфраструктура потребує подальшої модернізації шляхом реалізації прийнятих довгострокових державних цільових економічних програм” [9, 50].

Немало відомих дослідників вивчають глобальні чинники розвитку потенціалу світової транспортної системи. Йдеться про праці В. І. Галахова, Т. В. Блудової [5], В. В. Віннікова [6], Ю. А. Кузьменка [8], І. П. Могілевкіна, К. І. Плужникова, С. І. Пирожкова та

ін. Зокрема, виділимо досить концентровану публікацію українського економіста О. В. Захарової [7], яка детально аналізує проблеми глобального характеру, що по-різному впливають на розвиток транспортної системи у світі та й в Україні загалом.

Метою розвідки є актуалізація проблеми розвитку ретротранспорту у сучасній Україні.

Оскільки предметом цієї публікації є ретротранспорт як соціально-економічний феномен, зробимо спочатку зауваження загального характеру. Йдеться про ринок автомобільного антикваріату, про “ретроавтомобілеколекціонування”, про “ретроавтоспорт”, тобто про “ретротранспорт”, а значить про все, що пов’язано з відремонтованими, поновленими автомобілями, які були випущені раніше, однак нині є: а) предметом колекціонування; б) предметом спортивних змагань; в) предметом цікавого проведення дозвілля та ін. Зазначимо при цьому, що проблему ретроавтомобілів цілісно, комплексно найперше в сучасній Україні практично не досліджено, як буде розвиватися ретротранспорт у майбутньому не спрогнозовано, а головне, не врегульовані юридично низка істотних аспектів, що стосується: по-перше — місії ретротранспорту в економіці транспорту взагалі; по-друге — проблем купівлі і продажу, експорту та імпорту такого транспорту; по-третє — стану менеджменту у цій сфері тощо.

Хоча кількість людей, які цікавляться і займаються ретроавтомобілями, постійно зрос-

тає, ніхто не має статистики щодо їх марок, модифікацій та ін. Бракує також статистики щодо ввезення, продажу таких автомобілів, немає досліджень і щодо специфіки і зміни смакових уподобань громадян у процесі придбання таких автомобілів, їх колекціонування тощо.

Далеко недосконалою в Україні є нормативно-правова база у сфері відносин, пов'язаних з ретроавтомобілями. Можна назвати хіба що Податковий кодекс України, Закон України “Про деякі питання введення на митну територію України та реєстрацію транспортних засобів”, Постанову Кабінету Міністрів України від 03.07.2013 р. № 643 “Про затвердження технічного регламенту з технічного обслуговування і ремонту колісних транспортних засобів”. Водночас у Законі України “Про дорожній рух” в Україні немає навіть статті (положення) про ретроавтомобілі. Нині, за окремими даними, ринок ретроавтомобілів в Україні ділять на три нерівних частини: 75–80 % — радянські авто 30-х років і “старше”; 10–15 % — іномарки 60–70-х років ХХ ст. (найчастіше американські); 5–10 % — трофейні німецькі автомобілі, що потрапили в нашу країну після війни 1941–1945 рр.

Досліджуючи проблему ретроавтотранспорту, не можна обійти стороною проблему менеджменту у цій сфері.

Вочевидь, розпочинати треба з діяльності Г. Форда, яка отримала назву “фордизм” після появи у 1923 р. його книги “Моє життя, мої досягнення” у Нью-Йорку [2] та одночасно у Лондоні [1], та мала численні перевидання, зокрема й у 1973 р. [3]. Характерно, що згадана книга мала настільки велику популярність, що у 1924 р. була видана навіть у комуністичному СРСР. Одне з останніх перевидань російською — у 2005 р. [13].

І все ж менеджмент у сфері ретроавтотранспорту був і залишається фактором, де домінують особистісні захоплення, інтереси, потреби самореалізації окремих людей. На регіональному, а понад усе загальнодержавному рівні такий менеджмент не є врегульованим і впорядкованим. Домінують у ньому самодіяльні начала, коли захоплення ретро-

автотранспортом вважається не інакше, як просто хобі.

Велике коло питань виникає у зв'язку з появою і розвитком до сьогодні автомобільної реклами, а тому, одночасно, і ретрореклами. Зазначимо, що на початку ХХ ст. широкомасштабне виробництво автомобілів, що починалося у Німеччині, набуло найвищого рівня, — пишуть російські фахівці в галузі автореклами Е. Ромат і Т. Пирогова, — саме у США [5, 60]. Вони підкреслюють, що американська гегемонія у цьому плані продовжувалася до 2008 р., коли статус найбільшої автомобільної компанії перейшов від General Motors до японської Toyota.

Рекламна гонка між цими двома компаніями тривала впродовж 2008–2013 рр. До 2008 р., нагадуємо, майже три десятиліття ХХ ст. лідером була компанія Ford Motor Company. Ще у 1893 р. батько цієї фірми Генрі Форд сконструював газолінову самохідну тачку з чотиритактним двигуном внутрішнього згорання, яка рухалася зі швидкістю 20 миль на годину.

Пропрацювавши інженером в деяких компаніях, в 1908 р. Генрі Форд заснував “Ford Motor Company” (Форд мотор компанії), яка вже через рік розпочала випуск автомобілів. Перші реклами компанії Форда звучали так: “купуй машину Форд. І не тому, що вона дешева. А тому, що вона краща” [5, 63].

Фактично з рекламної діяльності Г. Форда розпочинається справжня рекламна діяльність в галузі автомобілебудування, а до сьогодні і в сфері ретроавтотранспорту. Тому, досліджуючи питання і сучасну рекламу в автомобільній справі, загалом маємо виходити з початку рекламної діяльності саме Г. Форда.

Другий етап рекламної діяльності у сфері американського автовиробництва пов'язують з працею Уїльяма Крапо Дюраном, який у 1911 р. вмовив Луї Шевроле розпочати випуск нового автомобіля. Це було створення 3 жовтня 1911 р. компанії Chevrolet. Перша модель нової автокомпанії Chevrolet Classic Six — традиційний американський чотириколісний автомобіль з 6-циліндровим двигуном потужністю 30 кінських сіл. І хоча перший випуск нового автомобіля не був

вдалим в економічному плані, наступні моделі Chevrolet стають все кращими, і У. Дюран спромігся викупити контрольний пакет акцій General Motors. Щоправда у 1920 р. Дюран втрачає фірму — компанію General Motors за 21,6 млн дол. придбала фінансова група Дюпона Моргана [6, 71].

Стосовно рекламних особливостей компанії Chevrolet, то тут є також багато цікавого, найперше, пов'язаного з брендом (логотипом). Нібито знаменитий “галстук-метелик” є не що інше, як малюнок зі шпалер, які Уїльям Дюран якось побачив у паризькому готелі, де зупинявся. Справді, шматочок шпалери з цим малюнком У. Дюран привіз саме з паризького готелю.

Наведені вище дані, окремі приклади засвідчують про реальну потребу детального вивчення, аналізу впливу реклами на розвиток ретроавтотранспорту. Те ж саме можна сказати і щодо “авторитету” окремих марок автомобілів серед людей взагалі. Нині маємо окремі, однак досить оригінальні дослідження цього аспекту проблеми.

Найчастіше такі дослідження здійснюються за такими показниками: безпека, якість, ціна, виробництво (стиль, технології), інновації, екологічність [6, 73]. Так, спеціалісти провідного американського журналу у сфері споживчої поведінки і захисту прав споживачів Con Sumer Reports після проведення аналітичного дослідження отримали такі результати:

Кращі бренди		Гірші бренди	
Бренд	Очки	Бренд	Очки
Toyota	196	Hammer	11
Ford	141	Saab	13
Honda	135	Mercury	13
Chevrolet	124	Mazda	13
Volvo	92	Suzuki	19
Mersedes-Benz	92	Infiniti	19
BMW	90	Jeep	22
Cadilla	87	lincoln	26
Subaru	81	Kia	27
Lexus	80	Mitsubishi	28

Як бачимо, лідером “рейтингу-сприйняття” стала японська компанія Toyota, потім — Ford, а на третьому місці опинилася ще одна японська фірма — Honda. Так чи інакше, але багатьом автомобільним компаніям вдається успішно діяти на ринку саме завдяки рекламному забезпеченню.

Отже, проблеми розвитку ретроавтотранспорту, в тому числі і безпосередньо в сучасній Україні, є досить актуальними і зачіпають також соціально-політичні аспекти, зокрема, нормативно-правову базу функціонування ретротранспорту, організаційно-управлінські і навіть духовно-культурологічні аспекти.



Література

1. Ford H. My life and work / H. ord, S.Crowther. — London: Heinemann, 1923. [©1922]. — 289 p.
2. Ford H. My life and work / H. Ford, S. Crowther. — Garden City, N.Y.: Doubleday, Page & Co., 1923. [©1922]. — 289 p.
3. Ford H. My Life and Work [1923] / Henry Ford. — NY: Arno Press, 1973.
4. Автомобиль как символ статуса // Новый маркетинг. — 2007. — № 2. — С. 68–75.
5. Блудова Т. В. Транзитний потенціал України: формування та розвиток / Т. В. Блудова. — К.: НІПМБ, 2006. — 274 с.
6. Винников В. В. Экономика предприятия морского транспорта (экономика морских перевозок) / В. В. Винников. — Одесса: Латтар, 2001. — 416 с.
7. Захарова О. В. Глобальні чинники розвитку потенціалу світової транспортної системи / О. В. Захарова // Екон. часопис XXI. — 2011. — № 9/10. — С. 14–17.
8. Кузьменко Ю. А. Глобализационные процессы мировой экономики, влияющие на функционирование международной транспортной системы / Ю. А. Кузьменко // Вісн. економіки транспорту і промисловості. — 2010. — № 31.
9. Прейгер Д. Транспортна інфраструктура України: стан і проблеми посткризового розвитку /Д. Прейгер // Економіка України. — 2011. — № 6 (595). — С. 50–58.
10. Прокопчук Н. А. Развитие потенциалу транспортной системы Украины (на примере автомобильного комплекса): дис. д-ра наук в галузі економіки. — К., 2012. — 199 с.
11. Ромат Е. Детство автомобильной рекламы. Америка 1910–1920 гг. / Е. Ромат, Т. Пирогова // Мар-

кетинг и реклама. — 2015. — № 5–6 (224–225). — С. 68–74.

12. Ромат Е. Ранняя автомобильная реклама. США, "Форд", 1900–1910 гг. / Е. Ромат, Т. Пирогова //

Маркетинг и реклама. — 2013. — № 11(206). — С. 60–66.

13. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения / Г. Форд. — Минск: Харвест, 2005. — 106 с.

Розвиток і поширення ретроавтотранспорту у сучасній Україні потребує істотного нормативно-правового, організаційного та іншого впорядкування.

Развитие и расширение ретроавтотранспорта в современной Украине требует существенного нормативно-правового, организационного и другого совершенствования.

Development and dissemination retroavtotransportu in modern Ukraine requires substantial legal, organizational and other regulation.

Надійшла 28 липня 2015 р.