

УДК 347.5

 DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4300622>
Г.Є. МАЙНА,

 аспірантка кафедри цивільного права № 2
 Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого,
 м. Харків, Україна; e-mail: scientiacivile@gmail.com;
 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3855-1580>

ПРАВОВА ПРИРОДА ТА ЗНАЧЕННЯ КОНКУРСУ У ЗВ'ЯЗКУ З ПУБЛІЧНОЮ ОБІЦЯНКОЮ ВИНАГОРОДИ

G.YE. MAINA,

 Postgraduate student, Department of Civil Law # 2
 Yaroslav Mudryi National Law University, Kharkiv,
 Ukraine; e-mail: scientiacivile@gmail.com;
 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3855-1580>

LEGAL NATURE AND SIGNIFICANCE OF A CONTEST IN SPHERE OF PUBLIC PROMISE OF REWARD

АНОТАЦІЇ (ABSTRACTS), КЛЮЧОВІ СЛОВА (KEY WORDS)

Постановка проблеми. Положення чинного Цивільного кодексу України присвячують окрему увагу порядку встановлення правовідносин з публічної обіцянки винагороди за результатами конкурсу. Важливими є обставини, що відповідні законодавчі положення мають переважно загальний характер і не охоплюють достатній обсяг ситуацій, що можуть виникнути в практиці, а також фрагментарність наукових уявлень про порядок формування відповідних правовідносин. Тому визначення сутності конкурсу допомагає заповнити наукові прогалини та доповнити доктринальне розуміння зазначеного механізму для його подальшого вдосконалення на нормативному рівні. **Мета роботи** – встановлення правової природи і значення конкурсу в конструкції формування цивільного правовідношення з публічної обіцянки винагороди, а також встановлення його цінності для засновників, учасників, спонсорів, глядачів. **Використані методи.** Дослідження проводиться з використанням методів аналізу та синтезу, що дозволило встановити сутність конкурсу як елементу підстави формування цивільного правовідношення. Також в роботі використано структурно-функціональний метод за допомогою якого визначено характер інтересів учасників правовідносин, пов'язаних з проведенням конкурсу, і способи їх задоволення. **Результати.** Визначається сутність змагання як основи конкурсу, а також встановлюється співвідношення між процесом змагання та його результатом в контексті їх цінності. Розгляду піддано правовий режим предмету конкурсу, питання можливості використання конкурсу для укладення договору. Визначено цінність конкурсу для його засновників, спонсорів, учасників та глядачів й потенціал його використання в процесі формування цивільних правовідносин. **Висновки.** Показано, що будучи заснованим на змагальності, конкурс виступає способом визначення найкращого результату, що може слугувати передумовою вступу його переможця в тому числі і у договірні цивільні правовідносини. Водночас в епоху запитів суспільства на нові продукти у сфері розваг, конкурс може набувати ознак шоу, а його проведення пов'язуватись не лише з визначенням кращих результатів, проте також і з отриманням винагороди як засновниками конкурсу та його спонсорами, так і учасниками. Яскравим прикладом тому виступає сфера професійного спорту як об'єкт активної монетизації в умовах сьогодення.

Ключові слова: конкурс; змагання; шоу; перемога; винагорода; приз; цивільне правовідношення

Problem statement. The current civil legislation of Ukraine devotes certain attention to the rules of established relationships from the public promise of reward on the result of a contest. At the same time, the actuality of such an issue is determined at least by two factors. The first is that appropriate legislative provisions have mainly general character and do not cover enough volume of situations that can arouse in practice. The second factor is fragmentariness of scientific understanding of the rules of establishment the relationships on the result of a contest. In this context, the determination of the contest essence allows to fill in the blanks in the appropriate scientific picture and to supplement the doctrine understanding of the mechanism of relationships establishment for its further improvement on the legislative level. **Purpose.** The analysis provides the determination of the legal nature and the value of the contest in the construction of establishment of

relationship from the public promise of reward on the result of contest as well as the importance of a contest for establishers, participants, sponsors, and spectators. **Methods.** The research is conducted with the application of the analysis and synthesis methods that allowed determining the essence of the contest as an element of the cause for civil relationship establishment. The interests of participators of the relationships related to the contest and the way of their satisfaction are defined with the application of the structure-functional method. **Results.** The essence of the competition as the kernel of the contest is determined in the article; the ratio between the value of the competition process and its results are defined. The legal regime of the contest subject and the possibility of the contest to be used for the establishment of contractual relationships are considered. The importance of the contest for establishers, participants, sponsors, and spectators and its potential in the establishment of civil relationships are determined. **Conclusion.** Being based on the competitiveness contest is the way of determining the best result and in this role can be the condition for entering the contractual relationships by the winner. In the era of social requests for new entertainments, the contest acquires show features and can be used not only for identification the winner but also for getting revenues and prizes by contest establishers and its participators. An example of it is the sphere of professional sport as an object of active monetization.

Key words: *contest; competition; show; win; reward; prize; civil relationship*

Постановка проблеми

Конкурс як явище, процес встановлення найкращого претендента, одержав активне поширення в сучасному повсякденному житті й стрімко увійшов до сфери цивільних правовідносин. Діапазон ситуацій, в яких він використовується, є вкрай широким, починаючи від дитячих конкурсів мистецтв локального рівня і завершуючи масштабними загальнодержавними або міжнародними конкурсами на кшталт Нобелівської премії, кінопремії "Оскар", міжнародних спортивних змагань та ін.

В основу всіх цих заходів покладається змагання, порівняння та оцінка результатів, виявлення найкращих праць або показників, що і становить сутність конкурсу. При цьому феномен конкурсу практично однаково розкривається у всіх сферах суспільного життя.

В положеннях Цивільного кодексу України (далі – ЦК України) конкурсу присвячена значна увага, зокрема в рамках положень параграфу 2 глави 78, які регулюють відносини з публічної обіцянки винагороди. При публічній обіцянці винагороди конкурс є окремим важливим елементом юридичного складу – підстави виникнення відносин цивільних правовідносин.

Водночас очевидним є те, що незалежно від того, в конструкцію якого правовстановлюючого юридичного складу поміщено конкурс, він являє собою інструмент одержання певного результату. Розуміння сутності конкурсу та його значення для цивільних правовідносин, що виникають під час його проведення, становлять предмет дослідження статті.

Слід зазначити, що питання, пов'язані з сутністю конкурсу, сферою його використання, а також його місцем в механізмі форму-

вання цивільного правовідношення частково були піддані науковому аналізу раніше. Зокрема, серед вітчизняних вчених окресленим питанням значну увагу присвячує В.М. Ігнатенко, який визначав сутність конкурсу, його види та предмет, етапи проведення конкурсу [1, с.103–108]. Розвитку наукових уявлень про місце конкурсу в механізмі правовстановлення сприяли висновки автора стосовно концепції "договірного конкурсу" [2]. Окремі аспекти конкурсного правовідношення, зокрема використання конкурсу при формуванні цивільних правовідносин за участю держави в ході публічних закупівель, розглядав І.В. Ткач [3, с.47].

Питання, пов'язані із застосуванням конкурентного законодавства у сфері суспільних відносин, пов'язаних з використанням конкурсів, зокрема у сфері професійного спорту, а також судова практика у відповідних справах потрапляли в орбіту наукового аналізу зарубіжних вчених. Так, К.Є.З. Фільо (Filho, 2017) звертає увагу на потребу державного регулювання всього середовища спортивних змагань, з огляду на важливі аспекти Закону Європейського Союзу про конкуренцію, які застосовуються до спортивних організацій та менеджерів, показуючи, як деякі важливі справи вплинули на спортивну практику [4, 395–405]; Е. Бетчелора, Л. Монтані та К. Коузінс (Batchelor, Montani and Cousins, 2017) – на конкурентність провідних справ ЄС та національних антимонопольних справ з огляду на тенденції та результати електронних конкурсів [5].

В свою чергу, С. Жиманські (Szymanski, 2002), беручи в якості платформи для досліджень відносини, що складаються у сфері професійного спорту, використовує методи математичного та економічного аналізу, піддає ретельному і всебічному осмисленню різні аспекти конкурсу (змагання), зокрема розглядає дохід від змагання в якості функції успіху, проводить розмежування між доходом

та призом [6], розглядає економічну модель змагання, зокрема економічну складову визначення винагороди при змаганнях в індивідуальних та групових видах спорту та здійснення поділу одержаних від змагання прибутків С. Жиманські та Т. Валетті (Szymanski, 2003; Szymanski and Valletti, 2005) [7; 8].

Проте, питання сутності конкурсу як елемента підстави виникнення цивільних правовідносин у зв'язку з публічною обіцянкою винагороди наразі залишається практично недослідженим в Україні. Положення чинного цивільного законодавства в певній мірі фрагментарно регулюють відповідний порядок правовстановлення і не охоплюють весь діапазон питань, які можуть виникнути в практиці. У зв'язку з цим дослідження сутності конкурсу при публічній обіцянці винагороди виступає однією з передумов формування цілісного наукового уявлення про відповідний юридичний механізм виникнення цивільних правовідносин, здатний виступати доктринальною основою для вдосконалення законодавчих положень.

Виходячи з цього, мета статті полягає у встановленні правової природи та значення конкурсу в конструкції формування цивільного правовідношення з публічної обіцянки винагороди. Її новизну становлять положення про сутність конкурсу, а також висновки, що упорядковують уявлення про мету конкурсу в контексті інтересів суб'єктів цивільного права, зокрема, засновників конкурсу, його учасників, спонсорів, глядачів тощо. Завданням статті є визначення сутності конкурсу при публічній обіцянці винагороди, встановлення характеру завдання, що підлягає виконанню на конкурсі, правового режиму такого конкурсу, а також його правове та економічне значення для засновників, учасників, а також інших осіб.

Сутність та предмет конкурсу

Проведення конкурсу пов'язується з виявленням найкращого або найкращих результатів.

Частиною другою статті 1151 ЦК України встановлюється, що предметом конкурсу може бути результат інтелектуальної, творчої діяльності, вчинення певної дії, виконання роботи тощо [9], хоча закон визначає порядок оцінювання лише результатів інтелектуальної, творчої діяльності, поданих на конкурс (стаття 1155 ЦК України), що дозволяє ствер-

джувати, що саме відповідні об'єкти розглядалися законодавцем в ході нормотворення в якості базових, стандартних предметів конкурсу.

Конкурс являє собою змагання (частина перша статті 1150 ЦК України), яке, своєю чергою, є, зокрема намаганням учасників перевершити, перемогти когось у чому-небудь, домагаючись кращих, ніж у когось, результатів, показників або є зустріччю для здобуття першості з якого-небудь виду спорту [10, с.464]. У зв'язку з цим конкурс передбачає порівняння результатів [1, с.104].

Це дає змогу стверджувати, що визначальним елементом конкурсу виступає саме результат, який полягає у визначенні кращих показників. Процесу відводиться в певній мірі інструментальна роль способу досягнення такого результату. Цим же пояснюється і право засновника конкурсу залучати до нього лише певних осіб, тобто фахівців у певній сфері або осіб, що здобули певне визнання чи результати у відповідній діяльності. Хоча це переважно залежить від характеру конкурсу.

Мета проведення конкурсу та його значення для учасників цивільних правовідносин

Конкурс, як правило, не передбачає збагачення майнової сфери його засновника безпосередньо за рахунок учасників і при цьому може виступати способом виявлення потенційних учасників інших правовідносин, наприклад, договірних.

На відміну від завдання, виконання якого безпосередньо пов'язується із задоволенням законних інтересів особи, яка публічно пообіцяла винагороду, основна мета конкурсу, як правило, не передбачає отримання від його учасників певного майнового блага.

Особа, яка публічно обіцяє винагороду без оголошення конкурсу, бажає отримати визначене майнове благо – річ, інформацію, послугу чи результати робіт, передача, надання чи виконання якого і становить безпосереднє завдання. У зв'язку з цим таке майнове благо або корисний ефект від нього безпосередньо виникає на стороні особи, яка здійснила публічну обіцянку винагороди, або переходить у її сферу. У випадку ж проведення конкурсу простежується зміщення акценту безпосередньо з майнового блага на його оцінку, порівняння результатів. Підтвердженням цьому слугує положення статті 1157 ЦК України частиною першою, якої зокрема встановлюється, що подання учасником конкурсу речі на конкурс не припиняє його права власності на цю річ.

Умова конкурсу, за якою засновник конкурсу не повертає його учаснику річ, подану на конкурс, є нікчемною [9]. Також засновник конкурсу має пра-

во використовувати результат інтелектуальної, творчої діяльності, що були предметом конкурсу, лише за згодою переможця конкурсу (частина друга статті 1156 ЦК країни) [9].

Правовий режим об'єкта, поданого на конкурс, свідчить про те, що засновник конкурсу не може претендувати на набуття права власності на річ, подану на конкурс, або на результати інтелектуальної діяльності на підставі умов такого конкурсу. Водночас це правило не стосується діяльності як предмету конкурсу, зокрема послуг, спортивної гри, здійснення вправ тощо, які вичерпуються їх здійсненням і які в силу своєї правової природи не можуть бути "повернуті" відповідним особам (учасникам).

З цього слідує, що конкурс має переважно значення способу одержання певного результату, а не являє собою мету. Процес проведення конкурсу не передбачає одержання певного майнового блага від учасників як мети проведення конкурсу. Умови конкурсу можуть передбачати одержання його засновником від учасників внесків для участі, проте одержання таких внесків, як правило, не являє собою безпосередню мету проведення конкурсу.

З урахуванням окресленої специфіки результату конкурсу, яким є визначення кращої роботи або кращих робіт, постає питання стосовно його цінності для засновника та інших учасників відповідних правовідносин.

Змагальність як ознака конкурсу, а також зазначений його результат, з урахуванням правового режиму об'єкта, що подається на конкурс, дають підстави стверджувати, що основна цінність конкурсу для його засновника, спонсорів та учасників може мати одну з таких форм або будь-яку їх комбінацію.

Виявлення найкращої роботи як передумови вступу у договірні цивільні правовідносини

Як показує практика, досить часто конкурси проводяться для виявлення потенційних учасників майбутніх договірних цивільних правовідносин. Зокрема, якщо предметом конкурсу є наукові винаходи, корисні моделі, промислові зразки тощо, то в такому випадку конкурс дає змогу оцінити перспективи відповідних наукових розробок і створює підґрунтя для укладення в подальшому договору між засновником конкурсу чи іншими особами та його учасником на впровадження розробки у

практику. Конкурси наукових робіт можуть виступати способом виявлення потенційних кандидатів під час добору кадрів роботодавцями або хедхантерами, конкурси-виставки тварин можуть слугувати базою для розвитку племінної справи тощо. Тобто, хоча для учасника конкурсу основний інтерес може становити нагорода, в якості факультативної мети здатне виступати інформування про свої здатності як умови подальшого розвитку.

Для засновника конкурсу та/або інших зацікавлених осіб конкурс може виступати способом одержання необхідної інформації для вирішення виробничих чи інших питань.

Договірна конструкція публічного конкурсу іноді потрапляє під критику в юридичній літературі, зокрема у зв'язку з тим, що, як правило, договір укладається лише з переможцем конкурсу [2, с.176]. При цьому в практичних умовах конкурс взагалі може не пов'язуватись з укладенням договору, зокрема, якщо йдеться про конкурс на кращий двір або спортивне змагання.

Водночас, наприклад, у сфері інформаційних технологій переможці конкурсу виступають потенційними сторонами договорів. Тобто, сам конкурс проводиться для виявлення талановитих спеціалістів для їх залучення на договірній основі у різні проекти. Конкурс стартапів взагалі спеціально організовується для визначення перспективного для інвестування проекту, що передбачає укладення з його автором відповідних договорів. У зв'язку з цим договірна концепція конкурсу має право на існування, проте як одна з можливих моделей. Умови конкурсу можуть взагалі не передбачати укладення з його учасниками договорів за результатами його проведення. Хоча при цьому фактично конкурс може слугувати способом виявлення потенційних учасників договірних цивільних правовідносин і в результаті виступити передумовою укладення договору.

Водночас можливість переможця конкурсу або його переможців укласти договір здатна виступати нагородою. Така модель конкурсу також знаходить активну підтримку в практиці. Прикладами є талант-шоу, переможці якого мають право укласти договір із засновником або спонсорами конкурсу на організацію та проведення концертного туру.

Стимулювання розвитку певних сфер діяльності

Проведення конкурсів може переслідувати соціальні цілі, наприклад, популяризацію певних видів спорту чи окремих видів діяльності або бізнес цілі – популяризацію певних товарів, робіт чи послуг, які виробляються чи надаються засновниками

конкурсу або його спонсорами.

Крім того, конкурси на кращий мурал, фасад або облаштування двору, будинку, під'їзду в силу того, що відповідні покращення в окремих випадках не можуть бути відокремлені від відповідних об'єктів, здатні протягом певного періоду формувати позитивний імідж мікрорайону, міста, сприяти їх облаштуванню.

В такому сенсі конкурс може становити цінність як для його засновника, так і для учасників. Зокрема, засновник конкурсу здатен одержати соціально важливий результат. У випадку з облаштуванням – презентабельність певних об'єктів. При популяризації – підвищення інтересу до визначеного питання, проблеми або роду діяльності, що в кінцевому результаті може вилитись у розвиток галузі.

Своєю чергою учасники конкурсу, керуючись духом змагальності і здорової конкуренції, прагнуть одержати високі результати, у зв'язку з чим відповідально та професійно готуються до конкурсу, формуючи таким чином його стандарти. На цьому ґрунті підвищується рівень професійності спорту, науки, шоу-бізнесу та інших сфер у яких активно використовуються конкурси. Змагання, в якому приз одержує найкращий, стимулює учасників до постійного самовдосконалення та розвитку.

Монетизація конкурсу і одержання доходу

Засновник конкурсу може використовувати конкурс безпосередньо для одержання доходів. Розвиток форм товарів, а також маркетингових технологій в аспекті суспільного запиту на розвиток сфери розваг перетворили окремі види конкурсів на масштабні комерційні проекти. Змагання з футболу, боксу, ММА та інших видів спорту в силу популярності стали об'єктами монетизації. У зв'язку з цим, як зазначає С. Жиманські (Szymanski, 2003), в сучасних умовах організатори змагань забезпечують залучення спонсорів, продаж квитків, продаж прав на показ, продаж товарів [7, с.1140] і таким чином формують фонди гонорарів для учасників конкурсу і витрат на його проведення.

На прикладі сфери спорту особливо яскраво демонструється еволюція змагання-конкурсу від безприбуткового проекту у багаточисельний, фрагментований та масштабний у фінансовому плані сегмент ринку. При цьому визначальний стрибок у цій еволюції було здійснено відносно нещодавно. Сучасні вчені, серед яких, наприклад, К.Є.З. Фільо (Filho,

2017), відзначають, що необхідність встановлення правових основ спортивної діяльності зумовлене потужним зростанням комерціалізації спорту у 90-х роках ХХ століття [4, с.396]. В якості прикладу можна навести англійську Прем'єр-лігу. У 1980 році 22 клуби вищого футбольного дивізіону Англії одержали сукупний дохід у регіоні в сумі 38 млн. фунтів стерлінгів, що становило еквівалент 120 млн. фунтів стерлінгів станом на 2010 рік. У 2008 році сукупний дохід 20 клубів англійської Прем'єр-ліги склав 1 млрд. 932 млн. фунтів стерлінгів [10, с.25].

Цей процес, на думку Е. Бетчелора, Л. Монтані та К. Коузінс (Batchelor, Montani and Cousins, 2017), підняв цілу низку важливих питань, починаючи від захисту прав споживачів, якими виступають глядачі [5, с.6], і завершуючи необхідністю поширення на відносини, що складаються у спорті, конкурентного законодавства, зокрема у зв'язку з формуванням потужних федерацій та асоціацій, які, об'єднавши переважну кількість професійних клубів у відповідних спортивних дисциплінах, набули характеру монополістів у сфері встановлення спортивних правил, а також порядків фінансування спортивних заходів і розподілу одержуваних від них прибутків.

До кінця ХХ століття діяльність у сфері спорту в Європі базувалася на виключеннях, пов'язаних з її характером та економічними аспектами. У 1974 році, як вказує К.Є.З. Фільо (Filho, 2017), Європейський Суд почав практику застосування до спортивних відносин положень законодавства в частині, що стосувалась економічної діяльності, а у 2007 році, не підтримавши рішення першої інстанції у справі "Девід Мека-Медина та Ігор Майсен проти Європейських співтовариств", який вказав, що суто спортивне законодавство не може мати нічого спільного з економічною діяльністю, зазначив, що спортивні правила *a priori* не виходять з-під дії закону [4, с.396–397].

Зв'язок власне спорту та економічної діяльності в сучасних умовах має яскраво виражений характер, а в наукових дослідженнях можна зустріти формули впливу діяльності спортивного клубу на його дохідність, про що зазначають Дітль Х., Франк Е., Гроссманн М. та Ланг М. (Dietl, Franck, Grossmann and Lang, 2009) [11, с.10] або формули поділу одержаного прибутку, як вказує С. Жиманські (Szymanski, 2003) [7, с.1162–1169].

Водночас, незважаючи на це, необхідно відмітити тенденцію до розмежування або принаймні гармонізації змагання та бізнесу у спорті, а також в інших галузях, де використовується конкурс. Як зазначається в сучасних джерелах, спортивне

змагання – це гра з нульовою сумою, в якій суперники змагаються за частку фіксованого успіху. Учасники вкладають зусилля, здібності та інвестиції у гральний талант для одержання частки успіху [10, с.18].

Висновки

1. Сфера використання конкурсу в сучасних умовах є досить широкою. Маючи публічний характер, конкурс здатен запровадити чіткі й однакові для його учасників правила змагання і власне залучити осіб до його виконання, а також викликати інтерес у глядачів. У зв'язку з цим конкурс становить альтернативу договору, що ефективний переважно для налагодження правовідношення між двома особами, або між декількома особами, проте які об'єднані спільною метою. При конкурсі ж мета його засновника та учасників не є однаковою.

2. Комерціалізація сфери змагань призвела до виникнення крім основної мети конкурсу, що становить інтерес переважно для її учасників та глядачів і яка полягає у визначенні переможця чи переможців, також і мету у вигляді одержання прибутку, яку можуть переслідувати як засновник конкурсу, так і його учасники.

3. Водночас у контексті необхідності забезпечення прав і законних інтересів учасників відповідного процесу, це обумовило необ-

хідність констатувати поширення на відповідні відносини положення відповідних галузей права. В рамках національного правопорядку приписи параграфу 2 глави 78 ЦК України слід вважати нормативним фундаментом для використання конкурсу у цивільних правовідносинах. І хоча цих положень не багато, існує перспектива їх розвитку в контексті рекодифікації цивільного законодавства, як однієї з концепцій вдосконалення чинного цивільного законодавства України.

4. Будучи заснованим на змагальності, конкурс виступає способом визначення найкращого результату, що може слугувати передумовою вступу його переможця у договірні цивільні правовідносини. Крім того, можливість укладення договору може бути нагородою переможцю або переможцям конкурсу. У зв'язку з цим конструкція правовідносин з публічної обіцянки винагороди за результатами конкурсу є ширшою за змістом, ніж договірні цивільні правовідносини і здатна виступати платформою їх налагодження на засадах змагальності, в той час як договір виступає способом адресного налагодження суспільних зв'язків.

Конфлікт інтересів

За заявою автора відсутній конфлікт інтересів.

Вираз вдячності

Дослідження не отримало конкретного гранту з будь-якого фінансового агентства в державному, комерційному або некомерційному секторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ігнатенко В. М. Публічна обіцянка винагороди за результатами конкурсу. *Державне будівництво та місцеве самоуправління*. 2003. Вип. 6. С. 102–111.
2. Ігнатенко В. М. Динаміка виникнення зобов'язання з публічної обіцянки нагороди за результатами конкурсу. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2012. № 3. С. 174–181.
3. Ткач І. В. Участь держави у зобов'язаннях з публічної обіцянки винагороди за результатами конкурсу. *Адвокат*. 2012. № 11 (146). С. 45–48.
4. Filho C.E.Z. European Union Competition Law in Sports: Cases and Relevant Aspects of Articles 101 and 102 of the Treaty on the Functioning of the European Union, Their Importance and Influence on Sport Managers and Institutions. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*. 2017. Vol. 6. No 4. P. 392–408. <http://doi.org/10.5585/PODIUM.V6I4.201>
5. Batchelor E., Montani L. and Cousins K. Sports and competition law: An overview of EU and national case law. e-Competitions. No. 68329. https://www.bakermckenzie.com/-/media/files/insight/publications/2017/03/ar_global_sportscompetitionlaw_mar17.pdf?la=en (access date: 10.11.2020).
6. Szymanski S., Competitive Balance and Income Redistribution in Team Sports. *Royal Economic Society: Annual Conference*. 2002. № 173. <https://ideas.repec.org/p/ecj/ac2002/173.html> (access date: 10.10.2020).
7. Szymanski S. The Economic Design of Sporting Contests. *Journal of Economic Literature*. 2003. Vol. XLI. P. 1137–1187.
8. Szymanski S., Valletti T. M. Promotion and Relation in Sporting Contests. *Rivista di Politica Economica*. 2005. Vol. 95. Issue 5/6. P. 3–39.
9. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435–V. *Відомості Верховної Ради*

України. 2003. №№ 40–44. Ст. 356 (із змінами).

10. Competition and sports: Competition Committee of Directorate for Financial and Enterprise Affairs Organisation for Economic Co-operation and Development DAF/COMP(2010)38.
<http://www.oecd.org/daf/competition/competition-and-sports-2010.pdf> (дата звернення: 10.11.2020).
11. Dietl H., Franck E., Grossmann M. and Lang M. Contest Theory and its Application in Sports. Zurich: Institute for Strategy and Business Economics University of Zurich. 2009. 30 p. (Preprint. Institute for Strategy and Business Economics University of Zurich).

REFERENCES

1. Ihnatenko, V. M. (2003). Publichna obitsianka vynahorody za rezultatamy konkursu [The Public Promise of Reward on the Result of Contest]. *Derzhavne budivnytstvo ta mistseve samovriaduvannia*, (6), 102–111 (in Ukr.).
2. Ihnatenko, V. M. (2012). Dynamika vynyknennia zoboviazannia z publichnoi obitsianky nahorody za rezultatamy konkursu [The Dynamic of Establishment the Relationship from the Public Promise of Reward on the Result of Contest]. *Naukovyi visnyk Dipetrovskoho derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav*, (3), 174–181 (in Ukr.).
3. Tkach, I. V. (2012). Uchast derzhavy u zoboviazanniakh z publichnoi obitsianky vynahorody za rezultatamy konkursu [Participation of the State in Obligations Arising from the Public Promise of an Reward as a Result of Competition]. *Advokat*, 11(146), 45–48 (in Ukr.).
4. Filho, C.E.Z. (2017). European Union Competition Law in Sports: Cases and Relevant Aspects of Articles 101 and 102 of the Treaty on the Functioning of the European Union, Their Importance and Influence on Sport Managers and Institutions. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 6(4), 392–408.
<http://doi.org/10.5585/PODIUM.V6I4.201>
5. Batchelor, E., Montani, L., & Cousins, K. (2017). Sports and competition law: An overview of EU and national case law. e-Competitions. No. 68329. https://www.bakermckenzie.com/-/media/files/insight/publications/2017/03/ar_global_sportscompetitionlaw_mar17.pdf?la=en
6. Szymanski, S. (2002). Competitive Balance and Income Redistribution in Team Sports. *Royal Economic Society: Annual Conference*, (173). <https://ideas.repec.org/p/ecj/ac2002/173.html>
7. Szymanski, S. (2003). The Economic Design of Sporting Contests. *Journal of Economic Literature*, (XLI), 1137–1187.
8. Szymanski, S., & Valletti, T. M. (2005). Promotion and Relation in Sporting Contests. *Rivista di Politica Economica*, 95(5/6), 3–39.
9. Tsyvilnyi kodeks Ukrainy [The Civil Code of Ukraine]. Zakon Ukrainy (16.01.2003 No. 435–4). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, (40–44), 356 (in Ukr.).
10. Competition and sports: Competition Committee of Directorate for Financial and Enterprise Affairs Organisation for Economic Co-operation and Development DAF/COMP(2010)38.
<http://www.oecd.org/daf/competition/competition-and-sports-2010.pdf>
11. Dietl, H., Franck, E., Grossmann, M., & Lang, M. (2009). Contest Theory and its Application in Sports. Zurich: Institute for Strategy and Business Economics University of Zurich. (Preprint. Institute for Strategy and Business Economics University of Zurich).

ІНФОРМАЦІЯ ПРО СТАТТЮ (ARTICLE INFO)

Published in:

Форум права: 64 pp. 60–66 (5).

Related identifiers:

10.5281/zenodo.4300622

http://forumprava.pp.ua/files/060-066-2020-5-FP-Maina_8.pdf

http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index.htm_2020_5_8.pdf

License (for files):

Creative Commons Attribution 4.0 International

Received: 02.11.2020

Accepted: 23.11.2020

Published: 24.11.2020

Cite as:

Майна, Г. Є. (2020). Правова природа та значення конкурсу у зв'язку з публічною обіцянкою винагороди. *Форум Права*, 64(5), 60–66.

<http://doi.org/10.5281/zenodo.4300622>

Maina, G. YE. (2020). Pravova pryroda ta znachennya konkursu u zvyazku z publichnoyu obitsyankoyu vynahorody [Legal Nature and Significance of a Contest in Sphere of Public Promise of Reward]. *Forum Prava*, 64(5), 60–66.
<http://doi.org/10.5281/zenodo.4300622>