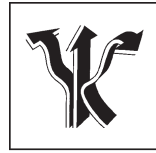


МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Засновано у 2001 р.

Випуск 2(21)

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2009

УДК 330-339; 321.7; 159.9
ББК 65.9(4УКР)я43
М43

Редакційна колегія

Захожай В. Б., д-р екон. наук, проф. — головний редактор
Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф. — заступник головного редактора
Саєвич І. Г., канд. філол. наук — відповідальний редактор
Чирков В. М. — відповідальний редактор за випуск

Економічні науки

Баєва О. В., д-р біол. наук, проф., Дахно І. І., д-р екон. наук, проф., Дмитренко Г. А., д-р екон. наук, проф., Захожай В. Б., д-р екон. наук, проф., Куроченко О. В., д-р екон. наук, проф., Радзієвський О. І., д-р екон. наук, Федоренко В. Г., д-р екон. наук, проф., Швець В. Я., д-р екон. наук, проф.

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., Хижняк І. А., д-р іст. наук, проф., Храмов В. О., д-р політ. наук, проф., Шуба О. В., д-р політ. наук, проф.

Психологічні науки

Балл Г. А., д-р психол. наук, проф., Лігоцький А. О., д-р пед. наук, проф., Ложкін Г. В., д-р психол. наук, проф., Приходько Ю. О., д-р психол. наук, проф., Синьов В. М., д-р пед. наук, проф., Чернуха Н. М., д-р пед. наук, проф., Чуприков А. П., д-р мед. наук, проф.

Юридичні науки

Александров Ю. В., канд. юрид. наук, проф., Ануфрієв М. І., канд. юрид. наук, проф., Бородін І. Л., д-р юрид. наук, проф., Бандурка О. О., д-р юрид. наук, проф., Корнієнко М. І., канд. юрид. наук, проф., Марчук В. М., д-р юрид. наук, проф., Подоляка А. М., канд. юрид. наук

Міжрегіональна Академія управління персоналом.

Наукові праці МАУП / Редкол.: В. Б. Захожай (голов. ред.) та ін. — К. : МАУП, 2001. — Вип. 1. —

ISBN 966-608-120-2

К. : ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. — Вип. 2(21). — 196 с.: іл. — Бібліогр. в кінці ст.

ISBN 978-966-608-993-2

У збірнику наукових праць публікуються статті науковців, які займаються проблемами розвитку економіки, політології, психології і права.

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

Збірник “Наукові праці МАУП” зареєстровано Державним комітетом інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України (свідоцтво від 11.04.02 за № 6048, серія КВ) як наукове видання, в якому висвітлюються результати наукових досліджень в галузях економіки, політології, соціології, психології, права, матеріалів наукових конференцій.

Вищою атестаційною комісією України “Наукові праці МАУП” визнано як фахове видання з економічних і психологічних наук (за постановою Президії ВАК України № 1-05/6 від 14 червня 2007 р.).

ББК 65.9(4УКР)я43+88я43

ISBN 966-608-120-2

ISBN 978-966-608-993-2

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2009
© ДП «Видавничий дім «Персонал», 2009

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ	5	Колосінський Є. Ю. Уніфікація корпоративної фінансової звітності як вияв глобалізаційних тенденцій.....	69
Давиденко А. П., Мирков Г. Зміна парадигми в державному управлінні	5	Аль-Тмейзі А. Ю. Впровадження міжнародного досвіду для розвитку українських авіакомпаній.....	75
Спирidonov В. В. Социальные программы Украины и источники их финансирования	12	Олійник О. Д. Механізм побудови контрольної діяльності податкових органів в Україні	79
Мушкин И. М. Нематериальная мотивация производительности труда	18	Халамендик В. Д. Становлення і розвитку початкової та гімназійної освіти півдня України (друга половина XIX — початок XX ст.).....	87
Юсеф Н. Н., Гараханлу Фарназ Двостороннє співробітництво України з Ісламською Республікою Іран у стратегічно важливих галузях економіки	23	Гранатуров Ю. І. Особливості реалізації прав громадян через механізм місцевого самоврядування (досвід демократичних країн)	90
Задорожний В. П. Реструктуризація інвестиційного потенціалу в системі механізмів державного управління	26	Шарапов С. В. Використання бюрократичних інструментів в адміністративному управлінні підприємством	96
Янгалічев Р. Н., Вернаховська С. М. Методологічні та методичні підходи до визначення ступеня податкового навантаження на підприємство.....	34	Дворніков В. М. Банкрутство як економічне явище	105
Сафонова А. С. Теоретико-методологічні аспекти категорій “капітал” і “міжнародний рух капіталу”.....	40	Пророченко Є. В. Підтримка і зобов’язання аграрного виробництва України в контексті вимог Світової організації торгівлі	112
Вугар Мехтиол Назаров Проблеми розвитку підприємництва в Азербайджанській Республіке в умовах інтенсивного економічного розвитку	48	Михайленко О. В. Прибуток як об’єкт бухгалтерського і податкового обліку.....	118
Мохамад Камалалдеен Алжафа Экономический курс Сирийской Арабской Республики в условиях глобализации	52	Степанець Н. М. Сільська загальноосвітня школа І ступеня: управлінський аспект	124
Андрєєва Х. П. Учасники інвестиційних процесів на ринку фінансових послуг	56	Шевченко С. О. Державний фінансовий аудит в діяльності бюджетних установ	128
Нетудыхатко Н. С. Фактори управління розвитком підприємств туристического бизнеса.....	61		

Нестерова С. Л. Об'єкт торгівлі на сучасному ринку страхових послуг. Дискусійні питання.....	132	Ярема Н. Ю. Професійна діяльність практичних психологів ОВС в умовах миротворчих місій.....	165
Альошін В. І. Конфліктологічна парадигма та її евристичний потенціал у вивченні кризи й кризових явищ.....	137	Бойчук І. І. Психологічні чинники професійного становлення особистості майбутніх учителів музики.....	170
Вернаховська С. М. Економічні передумови податкового планування та обов'язки податкової системи у перехідній економіці.....	143	Шипілов В. А. Формування національної культури старшокласників загальноосвітньої школи в контексті завдань Болонської декларації.....	175
Буланова Д. С., Диніна К. С. Сучасні концептуальні підходи до визначення поняття конкуренції.....	148	Проскуріна В. А. Чинники виникнення комунікативних бар'єрів та їх вияв у студентській молоді.....	179
ПСИХОЛОГІЧНІ НАУКИ	154	Рижиков В. С., Якібчук М. І. Характеристика психологічних якостей і властивостей особистості — лідера профспілкової організації.....	184
Вакуліч Т. М. Ідентифікація насильства в сім'ї: можливості щодо типологізації основних виявів	154	Коваль А. М., Чуприкова О. Г. Типологія особистості підлітків, які складають групу ризику суїцидальної поведінки.....	187
Стасенкова Т. В. Професійна самореалізація жінки як показник особистісного зростання.....	160	Відомості про авторів	192

Д. С. БУЛАНОВА**К. С. ДИНІНА***Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ*

СУЧАСНІ КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНЦІЇ

Наукові праці МАУП, 2009, вип. 2(21), с. 148–153

Досліджуються наукові підходи щодо поняття конкуренції в різних економічних школах. Описуються основні механізми й напрямки правового регулювання конкуренції.

На сучасному етапі інтеграційні процеси в Європейському Союзі відбуваються відповідно до принципів ринкової економіки, одним із головних елементів якої є добросовісна конкуренція. Формування правового механізму її регулювання – порівняно новий феномен на сьогодні. Концепцію конкуренції вперше було доктринально закріплено у праці класика політичної економії Адама Сміта “Про природу і причини багатства народів” (1776 р.). За тих часів термін “конкуренція” означав лише просту відсутність якихось правових обмежень у торгівлі. Панівна на початку ХІХ ст. школа економічного лібералізму також заперечувала можливість державного втручання у “вільну гру ринкових сил” [15, 88].

В економічній та правовій літературі поняття конкуренції визначається досить широко та неоднозначно. Так, наприклад, її називають основним механізмом здійснення взаємозв'язку між виробниками, властивістю або рисою ринку, елементом господарського механізму, нарешті – головним елементом прогресу та ін. [16, 16–42]. Таке розмаїття характеристик можна пояснити складністю та багатозначністю категорії “конкуренція”. Конкуренція – явище передусім економічне [11]. Її основу становлять економічні відносини між суб'єктами господарювання. Деякі з таких відносин закріплюються у правових нормах, саме тому для з'ясування поняття та визначення суті конкуренції слід розкрити категорію “конкуренція” в економічному сенсі й визначити правові форми її реалізації.

Конкуренція уособлює своєрідні економічні відносини між суб'єктами господарювання, що

виникають через виробництво та обмін матеріальних благ (товарів, робіт, послуг). Змістом таких відносин є конкретна вольова поведінка (дія) цих суб'єктів один щодо одного та щодо споживача [12]. Слід з'ясувати, чим характеризується така поведінка. У перекладі з латини термін “конкурувати” має значення “збігатися”, “стикатися”, тому найчастіше зустрічаються визначення, що характеризують конкуренцію із суб'єктивного боку, розкриваючи її зовнішні вияви [11, 28]. Конкуренцію також розуміють як суперництво, змагання між учасниками ринку за досягнення результатів у певній сфері, за кращі, економічно вигідніші умови виробництва, купівлі й продажу товарів і послуг [20, 57].

Звернімо увагу на те, що А. Маршалл зводив конкуренцію до сфери обміну. На його думку, “конкуренція полягає в тому, що одна людина змагається з іншою, особливо при продажі або купівлі чого-небудь” [8, 60]. Схожі визначення можна знайти і в працях інших дослідників. Наприклад, відомий російський учений І. Конрад трактував конкуренцію як вільне суперництво багатьох осіб у зносинах міни та господарській діяльності взагалі [10, 16–67; 16, 16–41]. Деякі науковці, даючи визначення конкуренції, підкреслюють особливий об'єкт суперництва – споживчий попит. Так, А. Юданов вважає, що конкуренція – це боротьба фірм за обмежений обсяг споживачів, яку вони ведуть на певних сегментах ринку [19, 273]. За радянських часів визначення конкуренції мали негативний відтінок, підкреслювалась агресивна поведінка суперників, зокрема як “властива то-

варному виробництву, базованому на приватній власності на засоби виробництва, антагоністична боротьба між приватними виробниками за більш вигідні умови виробництва та збуту товарів...” [3, 28–29].

Наведені вище визначення містять вказівку на такий елемент поведінки суб’єктів господарювання, як змагальність, суперництво або ж боротьба. Така форма взаємодії людей відома ще з давніх часів, адже коріння змагальності сягають у саму природу людини, що тісно пов’язана з боротьбою за існування [2]. Однак, незважаючи на яскраво виражене зіткнення інтересів людей у цій боротьбі за досягнення однакових цілей, зазначені відносини не мають економічного змісту, тобто не пов’язані з виробництвом і розподілом матеріальних благ (продукції, товарів, робіт або послуг) [8]. Така змагальність не має стосунку до економічної конкуренції і тим більше до конкуренції в підприємницькій діяльності.

Зазначимо, що конкуренція в підприємницькій діяльності існує, якщо має місце протистояння, зіткнення інтересів підприємців у процесі діяльності щодо виробництва та продажу товарів, виконання робіт, надання послуг, спрямованої на систематичне отримання прибутку. Мета суперництва суб’єктів підприємництва в даній ситуації досягається лише в тому разі, якщо результати їхньої діяльності (товари, роботи, послуги) будуть схвалені та придбані іншими суб’єктами, які не беруть участі в суперництві безпосередньо, тобто покупцями, замовниками, що виступають як третя сторона в конкурентній боротьбі. Інакше конкуренція не мала б сенсу [11; 12]. Підтвердження цієї тези можна знайти у російського науковця Г. Шершеневича: “Суспільна ідея конкуренції полягає в тому, що забезпечення особистого існування з боку кожного господарства веде до найкращого забезпечення інтересів суспільства... Серед торговельних представників розгортається жорстока боротьба перед споживачами... Кожне підприємство прагне залучити від іншого якнайбільше споживачів...” [18]. Звернімо увагу й на те, що конкуренція в підприємницькій діяльності, з економічного погляду, виступає також як сила, що спрямовує діяльність виробників і постачальників (продавців) на задоволення потреб споживачів. “При конкуренції покупець — це господарі, ринок — їхній агент, а підприємства — їхні слуги” [7, 95]. Аналогічне визначення міститься і в правовій зарубіжній літературі. Конкуренція характеризується як “зусилля двох або більше сторін, які діють незалежно одна від одної, з тим, щоб заво-

лодіти клієнтурою третьої сторони шляхом пропозиції товару на більш вигідних умовах” [14, 41].

На наш погляд, конкуренція тісно пов’язана з категорією “ринок” і може існувати лише за умов ринкової економіки. В економічній та юридичній літературі містяться різні визначення поняття ринку. Найбільш поширеним є трактування ринку як особливого механізму взаємодії продавців і покупців. Так, відомий учений Р. Барр під ринком має на увазі сукупність відносин між учасниками обміну, які тісно пов’язані один з одним через ті або інші засоби [2]. Подібне визначення пропонують К. Мак Доннелл та С. Л. Брю, що розглядають ринок як механізм, що здійснює контакт між конкурентами або пред’явниками попиту і продавцями або постачальниками товару чи послуги [7, 53]. Зазначимо, що в літературі дістала поширення концепція Ф. фон Хайєка, який охарактеризував конкуренцію як науку, процедуру для відкриття тих фактів, що виникають на шляху формування спонтанного порядку і без звернення до конкуренції залишилися б нікому не відомими [5, 8–9]. Попри достатньо велику кількість підходів до визначення конкуренції, саме завдяки конкуренції підприємці здатні з’ясувати, які блага є рідкісними, а які взагалі — благами. У цьому сенсі конкуренція виступає як наука, метод відкриття конкретних фактів, що мають величезне значення для досягнення господарських цілей. Згідно з точкою зору Ф. Хайєка, конкуренція вказує підприємцям шлях пошуку способів пропозиції більш якісних і дешевших товарів (послуг), ніж ті, що вже існують на ринку. Конкуренція знаходить зміни в системі різноманітних потреб та невідомих раніше способів досягнення цілей, відповідно до цього конкурентний механізм об’єктивно штовхає підприємців на використання певних прийомів і методів суперництва [5, 8–9].

Вважаємо за потрібне звернути увагу на те, що в результаті конкурентної боротьби та взаємодії капіталів на ринку складаються різні типи конкурентних ринків: ринок досконалої конкуренції, ринок монополістичної конкуренції та ринок олігополії [2; 6]. Дамо загальну характеристику кожному із зазначених типів ринку.

Ринок досконалої (“чистої”) конкуренції складається з великої кількості продавців і покупців будь-якого схожого товарного продукту, причому жодний окремих покупець або продавець не має великого впливу на рівень поточних ринкових цін товару. Така ситуація на ринку зумовлена однорідністю пропонованої продукції (товару), повною свободою входу на ринок та виходу з нього,

а також рівним доступом до інформації. На сьогодні ринки досконалої конкуренції є достатньо рідкісним явищем [14].

У реальній економічній дійсності конкуренція доволі часто представлена ринками монополістичної конкуренції та олігополії. За умов монополістичної конкуренції велика кількість виробників пропонує подібну, але не ідентичну продукцію, тобто на ринку присутні гетерогенні товари. Якщо за умов досконалої конкуренції фірми виробляють стандартизовану (однорідну) продукцію [14], то за умов монополістичної конкуренції виробляється диференційована продукція. Диференціація стосується передусім якості продукту чи послуг, завдяки чому в споживача складаються цінові переваги. Продукція може бути диференційована за умовами післяпродажного обслуговування (для товарів тривалого використання), за близькістю до покупців, за інтенсивністю реклами та ін. [1; 6]. Таким чином, фірми на ринку монополістичної конкуренції вступають у суперництво не тільки (або навіть не стільки) за допомогою цін, а й шляхом всебічної диференціації продукції та послуг. Монопольність у такій моделі полягає в тому, що кожна фірма за умов диференціації продукції має певною мірою монопольну владу над своїм товаром. Вона може підвищувати й знижувати ціну на нього незалежно від дій конкурентів, хоча ця влада й обмежується наявністю виробників аналогічних товарів. Крім того, на монополістичних ринках поряд з дрібними і середніми є досить великі фірми. За такої моделі ринку фірми прагнуть розширювати свою сферу переваг шляхом індивідуалізації своєї продукції. Це відбувається передусім за допомогою товарних знаків, найменувань та рекламної кампанії, що наголошують на відмінностях товарів. Отже, монополістична конкуренція відрізняється від досконалої за такими ознаками:

- на ринку продаються не гомогенні, а гетерогенні товари;
- немає повної прозорості ринку для його учасників, які діють не завжди відповідно до економічних принципів;
- підприємства прагнуть розширити свою сферу переваг шляхом індивідуалізації своєї продукції;
- доступ на ринок для нових продавців за монополістичної конкуренції ускладнений через наявність переваг [6; 16, 16–41].

Стосовно олігополістичної конкуренції слід зазначити, що вона характеризується невеликою кількістю учасників, коли порівняно мала (у ме-

жах десятка) кількість фірм панує на ринку товарів чи послуг. Класичним прикладом олігополії є “велика трійка” у США – “Дженерал моторз”, “Форд” і “Крайслер” [9]. За умов олігополії можуть вироблятися як однорідні, так і диференційовані товари. Однорідність найчастіше має місце на ринках сировини та напівфабрикатів: руди, нафти, сталі, цементу тощо, а диференціація – на ринках споживчих товарів. Нечисленність фірм сприяє укладанню монополістичних угод між ними: щодо встановлення цін, поділу чи розподілу ринків або щодо інших способів обмеження конкуренції між ними. Доведено, що конкуренція на олігополістичному ринку тим інтенсивніша, чим нижчий рівень концентрації виробництва (велика кількість фірм), і навпаки [6; 10, 68–117].

Важливу роль у визначенні характеру конкурентних відносин на такому ринку відіграють обсяг та структура тієї інформації про конкурентів і про умови попиту, якою фірми володіють: чим менше такої інформації, тим більш конкурентною буде поведінка фірми. Основна відмінність олігополістичного ринку від ринку досконалої конкуренції пов’язана з динамікою цін. Якщо за досконалої конкуренції вони пульсують безперервно й безсистемно, залежно від коливань попиту та пропозиції, то за олігополії ціни мають тенденцію до стійкої фіксації і змінюються не так часто [21]. Типовим є так зване лідерство в цінах, коли їх диктує переважно одна провідна фірма, а інші олігополісти йдуть слідом за лідером. Доступ до ринку новим продавцям ускладнено. У разі згоди олігополістів щодо цін конкуренція дедалі більше зміщується в напрямі якості, реклами та індивідуалізації [6; 16, 16–41].

Отже, у принципі, конкуренція – це боротьба між виробниками за можливість продати результати своєї діяльності споживачам, і в цьому сенсі можна стверджувати, що ринок – це постійна боротьба між виробниками за споживача. Без такої боротьби немає і ринку. Проте слід мати на увазі, що споживач є не метою, а лише засобом у конкурентній боротьбі. Найчастіше основна мета виробників товарів і послуг полягає в максималізації прибутку. Для того щоб збільшити свій прибуток, конкуренти намагаються поліпшити якість продукції, розширити її асортимент, пропонують усілякі знижки, сервісне обслуговування своїх товарів, а також застосовують інші способи залучення споживача. Об’єктивно останній перебуває у вигідному становищі, проте не слід втрачати пильність: виробник, який досяг найбільших успіхів, завоював ринок і витіснив з нього конкурен-

тів, має спокусу скористатися своїм домінуючим становищем для того, щоб компенсувати витрати, здійснені ним у процесі конкурентної боротьби. Тому однією з цілей права конкуренції є захист споживачів від постачальників. Часто дія тих або інших заходів на споживача є вирішальним чинником при визначенні їх правомірності з погляду права конкуренції [24].

Інший аспект проблеми — поведінка конкуруючих підприємств у відносинах між собою. У даному разі конкуренція є добросовісною, якщо перевага одного виробника над іншим доводиться якістю його товарів або послуг. Якщо ж переваги на ринку досягають несправедливими методами, шляхом обмеження конкуренції, визнати таку поведінку правомірною не можна. І тим більше не можна допустити, аби підприємство, яке вже досягло домінуючого становища на ринку, зловживало цим. Домінуюче становище на ринку є результатом, що його підприємство досягло внаслідок цілеспрямованих і значних зусиль. Наявність домінуючого становища часто свідчить про те, що підприємство має високий інтелектуальний, організаційний і творчий потенціал, що воно змогло оптимально відповісти на вимоги ринку. Підприємства, що досягли домінуючого становища на ринку, мають більший шанс максималізувати прибуток, аніж підприємства, що такого становища не досягли [24].

Таким чином, до первинних переваг підприємства, що зумовили досягнення ним домінуючого становища, додається ще одна істотна перевага — економічна сила, яка дає можливість незалежної дії на ринку. Власне, значення конкурентної боротьби полягає в досягненні найсприятливішого становища на ринку. Парадокс полягає в тому, що підприємство, яке досягло домінуючого становища на ринку, не має права скористатися цим становищем. По суті, воно змушене обмежуватися кількісним зростанням, діючи на ринку так, ніби воно не має такого становища, інакше порушуватимуться правила конкуренції [15, 215–231]. Дотримуватися цих правил мають не тільки приватні особи, незалежно від того, яким є їхнє становище на ринку, а й держави, які не повинні за нормальних умов надмірно впливати на процес розвитку ринкової ситуації. Підтримка справедливих умов конкуренції для всіх учасників ринку, створення умов для розвитку економічно найефективніших структур і просування на ринок високоякісних товарів та послуг на користь споживачів — у цьому полягає основна мета права конкуренції [20].

Одним з основоположних постулатів ліберальної правової теорії є твердження про те, що свобода

індивіда має обмежуватися лише свободою інших осіб. Якщо сфера свободи індивіда розширюється до такої міри, що перешкоджає здійсненню свободи інших осіб, така свобода перетворюється на свою протилежність — примус, адже вона може бути реалізована тільки за умови надмірного обмеження свободи інших і навряд чи існують підстави для припущення, що такі обмеження могли б здійснюватися на основі добровільності [2]. Для того щоб забезпечити (у разі потреби — за допомогою санкцій примусу) баланс інтересів більшості членів ліберального демократичного суспільства, у ньому створюються і функціонують інститути публічної влади. Тільки легітимні публічні інститути мають право застосовувати заходи примусу в суспільстві. В основі легітимності лежить ідея народного представництва: примус здійснюється від імені народу й під демократичним контролем. Реалізуючи владні повноваження із забезпечення балансу інтересів у суспільстві, публічні інститути зобов'язані діяти суворо в межах, встановлених законом. У приватній сфері відносини між учасниками комерційного обороту будуються на основі принципів рівності і свободи договору. Контрагенти цивільно-правових правочинів є учасниками правовідношення, маючи права та обов'язки тільки один щодо одного, тому якщо учасників операції з якихось причин не влаштовують відносини, що складаються між ними, вони можуть бути припинені за обоюдною згодою. Навіть за відсутності такої згоди жодна зі сторін не має права нав'язувати іншій стороні умови, з якими та не згодна. Якщо ж таке нав'язування має місце, його слід розглядати як неправомірний примус, що має на меті обмеження свободи, — з усіма встановленими законодавством наслідками, які звідси випливають [10, 68–117].

Якщо проаналізувати сучасну національну науково-правову літературу, присвячену дослідженню відносин України з Євросоюзом, з'ясується, що в переважній більшості вельми авторитетних праць, які заслуговують на неабияку повагу, основну увагу зосереджено на загальних питаннях двосторонніх відносин у сфері економіки, права, суспільного життя, інтеграції та ін. [14; 18]. Що ж стосується дослідження такого аспекту співробітництва, як, наприклад, адаптація антимонопольного законодавства України до конкурентного права ЄС, то, на жаль, таких праць замало для того, аби можна було вважати, що в українській правовій науці сформувалася певна наукова школа. Хоча не можна не відзначити, що певні кроки в цьому напрямі вже зроблено [4, 37–40; 5]. На

особливу увагу заслуговує той факт, що колективом авторів у складі В. Скордамалї, Н. Саниахметової та С. Мельник, під егідою Представництва Європейської Комісії в Україні, у рамках проекту “Правничі студії в Україні: Київ та окремі регіони” було підготовлено навчальний посібник “Конкурентне право ЄС” [13]. У ньому аналізується роль конкуренції в процесі європейської інтеграції, розглядаються матеріальні та процесуальні норми, що регулюють конкурентні відносини в ЄС. Особлива увага звертається на правове регулювання надання державної допомоги, аналізується її вплив на конкуренцію. Посібник містить також певну кількість посилань на рішення судових органів ЄС; окремих розділ присвячено питанням правового регулювання конкурентних відносин в Україні. Проте слід зазначити, що в посібнику не приділено уваги реформі конкурентного права у 2003 р., яка принципово змінила систему стосовно адресованих Комісії ЄС повідомлень про антиконкурентні угоди. Такі повідомлення передбачали або надання Комісією дозволу на дію згаданих угод, або ж їх заборону. Окрім зміни самої системи повідомлень, було значно децентралізовано вплив Комісії на конкуренцію в межах Євросоюзу і розширено повноваження національних судів та антимонопольних (конкурентних) органів.

На наш погляд, уже сформовано класичну школу дослідження правового регулювання конкуренції в західній правовій літературі, де провідним фахівцем вважається баристер, заслужений професор конкурентного права ЄС Валентина Кора, роботи якої становлять основу західноєвропейської школи й широко використовуються в процесі вивчення конкурентного права ЄС. Серед них праця “Cases and Materials on EC Competition Law” [23]. Нове її видання є своєрідним ідеальним додатком-продовженням до авторського “An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice” [22]. Уперше опублікована в 1996 р., ця праця була кілька разів доповнена, вдосконалена та перевидана, вона містить витяги з праць авторитетних науковців у сфері конкурентного права ЄС та конкурентної політики. По суті, згадана праця є неоціненним довідником для студентів-юристів та юристів-практиків, які шукають коротку компіляцію справ та інших матеріалів, що супроводжуються ретельними й часто критичними коментарями та аналізом. Основна частина тексту складається з витягів із рішень Комісії ЄС, висновків генеральних адвокатів Суду ЄС і рішень власне Суду ЄС та Суду першої інстанції. Цей матеріал доповнений коментарями автора.

Ще одна праця, на яку варто звернути увагу, також належить Копі. Це “Distribution Agreements Under the EC Competition Rules”, монографічне дослідження, що продовжує розгляд попередніх тем стосовно блокових вилучень з-під дії конкурентного права ЄС для технологічного трансферу та паралельного імпорту. У праці досліджується регулювання вертикальних угод і відповідних справ з позиції права та функціонування економіки. Наприкінці її проводиться аналіз окремих справ, що прямо не стосуються регулювання, але тим не менше мають стосунок до окремих аспектів конкурентного права ЄС.

Слід звернути увагу на новий підхід до дослідження питання правового регулювання конкуренції в Євросоюзі, який викладено у праці Х. Б. Круса “Between Competition and free Movement”. Це монографічне дослідження присвячене проблемі взаємодії конкурентного права ЄС і вільного руху товарів, а також висвітленню певних недоліків у цій взаємодії [20]. Зауважимо, що згадана праця є першим монографічним дослідженням питання взаємодії конкурентного права ЄС і вільного руху товарів. Конкурентне право і вільний рух товарів загальновідомі як фундаментальні основи правопорядку ЄС і зазвичай розглядаються окремо. Тим часом праця Круса робить вагомий внесок у доктринальне дослідження даного питання шляхом порівняння цих украй різних сукупностей норм права, використовуючи своєрідний “каркас”, що його автор визначає як “конституційне економічне право ЄС”. У праці також досліджуються, але вже детальніше, специфічні питання, наприклад: економічне спрямування установчих договорів ЄС, структура та принципи тлумачення питань щодо конституції, власне її економічних аспектів, а також прогалин, спричинених даною структурою, та шляхів їх усунення Судом ЄС. Особливу увагу приділено в окремих розділах двом досить важливим питанням: можливості розширеного застосування норм щодо вільного руху товарів — з метою захисту приватних осіб; можливості ширшого застосування конкурентних правил та принципів державами — членами ЄС. Про визначення критеріїв поділу на публічні та приватні підприємства, що є обтяжливим для сучасного конституціоналізму та суспільства, йдеться як про головне питання в розділах, присвячених проблемам конкурентного права ЄС та вільного руху товарів, — власне, це і є, на думку автора, центральним питанням конституційного економічного права ЄС. Монографія однаково глибоко висвітлює і теоретичні, і практичні сторони теми, тобто є корисною як для нау-

кової сфери, так і для практичної підтримки правопорядку в ЄС.

Таким чином, праця Х. Круса пропонує нове осмислення проблеми, яка виникла внаслідок нових “кордонів” права ЄС. Окрім цього, спостерігається також певна тенденція до формування окремої німецької школи, яка відрізняється від інших подібних наукових шкіл підходами до вивчення питання правового регулювання конкуренції та конкурентного права взагалі [17].

З огляду на той факт, що Україна має спільний кордон з ЄС, проводить досить активну торговельну політику з країнами ЄС і власне з ЄС, дослідження питання правового регулювання конкуренції має, на нашу думку, як теоретичне, так і практичне значення.



Література

1. Абрамишвили Г. Г. Конкуренция: анализ, стратегия и тактика конкурентной борьбы монополий. — М.: Экономика, 1998. — 241 с.
2. Барр Р. Политическая экономия. — М., 1995. — Т. 1. — 454 с.
3. Большая советская энциклопедия. — М., 1973. — Т. 13.
4. Гринченко Ю. Роль Європейської комісії в формуванні нового економічного простору на порозі нового тисячоліття // Актуальні проблеми міжнародних відносин. — К.: Ін-т міжнар. відносин, 1999. — Вип. 14. — С. 15–19.
5. Європейський Союз: Словник-довідник / За ред. М. Марченко. — К.: К.І.С., 2005. — 142 с.
6. Ильин Ю. Д. Лекции по истории и праву Европейского Союза. — Харьков: Консум, 1998. — 156 с.
7. Краснов Ю. М. Внешнеэкономическая стратегия монополий ФРГ. — М.: Междунар. отношения, 1981. — 240 с.
8. Мальгин А. Политика ЕС в отношении европейских стран СНГ // Европейский Союз и европейские страны СНГ / Под ред. М. М. Наринского. — М.: Центр постсоветских исследований МГИМО (У) МИД России, 2002. — 214 с.
9. Микієвич М. М. Інституційне право Європейського Союзу у сфері зовнішньої політики та безпеки: Моногр. — Ль.: Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, 2005. — 415 с.
10. Опришко В. Ф., Омельченко А. В., Фастовець А. С. Право Європейського Союзу. Загальна частина: Підруч. для вищ. навч. закл. — К.: КНЕУ, 2002. — 460 с.
11. Паращук С. А. Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции и монополии). — М.: Городец-издат, 2002. — 416 с.
12. Пастернак-Таранушенко Г., Рожок В. Конкуренция: Курс лекций и практических на русском и украинском языках. — К.: ЦУЛ, 2002. — 322 с.
13. Петров Р. А., Вакуленко А. О., Опейда З. І. Вступ до права Європейського Союзу: Навч. посіб. — Донецьк: Донецьк. нац. ун-т, 2001. — 245 с.
14. Право Европейского Союза: Учебник для вузов / Под ред. С. Ю. Кашкина. — М.: Юристъ, 2002. — 925 с.
15. Розвиток співробітництва Україна — Європейський Союз: Зб. матеріалів Комітету ВР України з питань Європейської інтеграції, Ін-т соц.-екон. стратегій. — К.: ЦТІ “Е та Е”, 2003. — 240 с.
16. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: Пер. с англ. — М.: Соцэкиу, 1962. — 332 с.
17. Татам А. Право Європейського Союзу: Підручник: Пер. з англ. — К.: Абрис, 1998. — 424 с.
18. Фукс К. И. Наука народного хозяйства. — СПб., 1905. — 147 с.
19. Хоффманн Л., Мьоллерс Ф. Україна на шляху до Європи. — К.: Фенікс, 2001. — 344 с.
20. Bishop S., Walker M. The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement. — L.: Sweet & Maxwell, 1999. — 120 p.
21. Canoy Marcel, Onderstal Sander. Tight oligopolies: in search of proportionate remedies. — Den Haag: CPB, 2003. — 300 p.
22. Korah V. An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice. — Oxford, 1990. — 980 p.
23. Korah V. Cases and Materials on EC Competition Law. — 2nd Ed. — L.: Hart Publ., 2001. — 157 p.
24. Turnbull S. Barriers to Entry, Article 86 EC and the Abuse of a Dominant Position: An Economic Critique of European Community Competition Law (1996) 2 E.C.L.R.

Поняття конкуренції тісно пов'язане з категорією “ринок” і може вживатися лише в умовах ринкової економіки. Конкуренція персоніфікує своєрідні економічні відносини між суб'єктами господарювання, які виникають через виробництво й обмін матеріальних благ.

Понятие конкуренции тесно связано с категорией “рынок” и может употребляться лишь в условиях рыночной экономики. Конкуренция олицетворяет своеобразные экономические отношения между субъектами хозяйствования, которые возникают через производство и обмен материальных благ.

The concept of a competition is closely connected to a category “market” and can be applied only in conditions of market economy. The competition personifies original economic attitudes between subjects of managing which are arisen through manufacture and an exchange of material benefits.

Надійшла 9 квітня 2009 р.