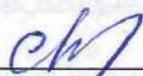


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 051 «Економіка»

Допускається до захисту
завідувач кафедри економіки та економічної
теорії

 доцент С. Г. Батажок
підпис, вчене звання, ініціали, прізвище
« 31 » серпня 2025 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

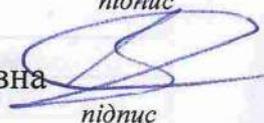
Виконав: Щерба Богдан Юрійович


підпис

Керівник: доцент Однорог Максим Анатолійович


підпис

Рецензент: професор Сокольська Тетяна Вікторівна


підпис

Я, Щерба Богдан Юрійович, засвідчую, що кваліфікаційну роботу магістра виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 051 «Економіка»

Затверджую

гарант ОПП «Економіка»

доцент Т.В. Понедільчук

(підпис)

«04» листопада 2024 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу магістра

Щерба Богдан Юрійович

Тема: Трансформація конкурентних відносин в умовах цифровізації економіки

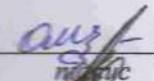
Перелік питань, що розробляються в роботі: дослідження теоретичних основ дослідження розвитку конкурентних відносин в умовах цифровізації економіки; аналіз сучасного стану особливостей розвитку цифрової економіки в Україні; розгляд сучасних трендів розвитку конкурентних відносин в умовах цифровізації; вивчення інституціоналізації регулювання конкурентних відносин за умов цифровізації економіки України.

Вихідні дані: Нормативно-правові акти України, монографічна література, періодичні видання, матеріали мережі Інтернет, практичні матеріали досліджуваних підприємств.

Календарний план виконання роботи

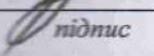
Етап виконання	Період виконання	Відмітка про виконання
Огляд літератури	листопад 2024-січень 2025	виконано
Теоретико-методична частина	лютий-квітень 2025	виконано
Аналітична частина	травень-червень 2025	виконано
Рекомендаційна частина	липень-серпень 2025	виконано
Оформлення роботи	вересень 2025	виконано
Перевірка на плагіат	жовтень 2025	виконано
Попередній розгляд на кафедрі	жовтень 2025	виконано
Подання на рецензування	листопад 2025	виконано

Керівник


підпис

М. А. Однорог

Здобувач


підпис

Б. Ю. Щерба

Дата отримання завдання « 4 » листопада 2024 року

АНОТАЦІЯ

Щерба Б. Ю. Трансформація конкурентних відносин в умовах цифровізації економіки

Кваліфікаційна робота магістра присвячена комплексному дослідженню трансформації конкурентних відносин в умовах актуальних на сьогодні трендів цифровізації економіки. Проаналізовані ключові зміни на тренди розвитку конкурентних відносин в умовах цифровізації як на глобальному рівні, так і на рівні національної економіки України. Виявлені та досліджені ланцюгові ефекти, що виражаються в здатності одного тренду провокувати формування іншого тренду з впливом на різні елементи ринкового середовища. У роботі окреслено ключові можливості та виклики, що стоять перед ринковою конкуренцією та які формуються в сучасному економічному контексті під впливом проникнення цифрових технологій у всі аспекти повсякденного життя.

Дослідження підтверджує, що цифровізація, що ґрунтується на широкому використанні мережевих інформаційно-комунікаційних технологій, є домінуючим трендом розвитку світової економіки, що призводить до докорінних змін не лише в технологічних процесах, а й у структурі та характері конкурентних відносин. Зокрема, цифрові платформи, які є основними драйверами цифрової економіки, сприяють концентрації ринкової влади завдяки ефектам масштабу, мережевим ефектам, а також здатності до акумуляції великої кількості даних про користувачів цих платформ. Більше того, ці дані використовуються платформами як для підвищення поінформованості власних дій, так і з метою подальшого продажу таких даних в тому чи іншому вигляді. Крім того, розвиток обчислювальних здатностей сприяє широкому використанню складних алгоритмів, які лежать в основі пошукового ранжування, що формує ризики заміщення механізмів ринкової саморегуляції.

Очевидно, що більше користувачів на платформі, то більшою є її цінність для всіх учасників ринку, а це веде до створення монополістичних або олігополістичних структур, що є характерними для цифрових ринків. Водночас, цифрові технології дають можливість кінцевим споживачам користуватись

благами умовно безкоштовно, розраховуючись при цьому власними даними. У роботі приводиться аналіз, згідно якого підвищення доступності благ через їх цифрову природу і легкість реплікації сприяло тому, що значною мірою зросла швидкість охоплення великих мас аудиторії. В умовах глибокого проникнення цифрових технологій досягнення аудиторії в мільйони користувачів на сьогодні є завданням, що може бути виконаним у лічені години, тоді як в минулому столітті для подібного результату знадобились би десятки років.

Цифровізація змінює як механізми конкуренції, так і методи моніторингу конкурентних відносин. Традиційний інструментарій, що використовується для аналізу конкурентних відносин на звичайних ринках, виявляється неефективним у випадках, коли конкуренти є цифровими платформами або ІТ-компаніями. У таких умовах важливо застосовувати нові методологічні підходи до розуміння природи конкуренції та розробки ефективних інструментів антимонопольного регулювання, які повинні охоплювати не лише економічні, але й соціальні, культурні та інформаційні аспекти. Крім того, зростає важливість використання комплексних підходів, які здатні оцінювати ризики концентрації в умовах активного укрупнення цифрових гігантів як у вертикальному, так і в горизонтальному напрямках.

Одержані результати можуть бути використані в навчальному процесі Білоцерківського національного аграрного університету при підготовці студентів спеціальності 051 «Економіка».

Кваліфікаційна робота магістра містить 62 сторінки, 3 таблиці, 8 рисунків, список використаних джерел із 51 найменування, 2 додатки.

Ключові слова: цифровізація, конкурентні відносини, цифрові платформи, мережеві ефекти, монополізація, антимонопольне регулювання, цифрова економіка, ринкові бар'єри, конкуренція, конкурентна політика держави.

ANNOTATION

Shherba B. Yu. Transformation of competitive relations in the context of economic digitalization

The master's thesis is devoted to a comprehensive study of the transformation of competitive relations in the context of current trends in the digitalization of the economy. It analyzes key changes in trends in the development of competitive relations in the context of digitalization, both globally and in the Ukrainian national economy. It identifies and examines chain effects, which are expressed in the ability of one trend to provoke the formation of another trend with an impact on various elements of the market environment. The paper outlines the key opportunities and challenges facing market competition, which are emerging in the current economic context under the influence of the penetration of digital technologies into all aspects of everyday life.

The study confirms that digitalization, based on the widespread use of networked information and communication technologies, is a dominant trend in the development of the global economy, leading to fundamental changes not only in technological processes but also in the structure and nature of competitive relations. In particular, digital platforms, which are the main drivers of the digital economy, contribute to the concentration of market power through economies of scale, network effects, and the ability to accumulate large amounts of data about the users of these platforms. Moreover, this data is used by platforms both to improve the awareness of their own actions and to sell such data in one form or another. In addition, the development of computing capabilities contributes to the widespread use of complex algorithms that underlie search ranking, which creates risks of replacing market self-regulation mechanisms.

It is evident that the more users there are on the platform, the greater its value for all market participants, which leads to the creation of monopolistic or oligopolistic structures characteristic of digital markets. At the same time, digital technologies enable end consumers to enjoy benefits virtually free of charge, paying with their own data. The paper provides an analysis according to which the increased

accessibility of goods due to their digital nature and ease of replication has contributed to a significant increase in the speed of reaching large audiences. With the deep penetration of digital technologies, reaching an audience of millions of users is now a task that can be accomplished in a matter of hours, whereas in the last century it would have taken decades to achieve a similar result.

Digitalization is changing both the mechanisms of competition and the methods of monitoring competitive relations. Traditional tools used to analyze competitive relations in conventional markets prove ineffective when competitors are digital platforms or IT companies. In such conditions, it is important to apply new methodological approaches to understanding the nature of competition and developing effective antitrust regulation tools that should cover not only economic but also social, cultural, and informational aspects. In addition, there is a growing importance of using comprehensive approaches that can assess the risks of concentration in the context of the active consolidation of digital giants in both vertical and horizontal directions.

The results obtained can be used in the educational process of the Bila Tserkva National Agrarian University in training students majoring in 051 «Economics».

The master's thesis contains 62 pages, 3 tables, 8 figures, a list of 51 references, and 2 appendices.

Key words: digitalization, competitive relations, digital platforms, network effects, monopolization, antitrust regulation, digital economy, market barriers, competition, state competition policy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ ...	5
1.1. Еволюція теоретичних підходів до розкриття сутності конкуренції.....	5
1.2. Генеза конкурентних відносин та їх функціональна роль	9
Висновки до розділу 1.....	15
РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН ЗА УМОВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	18
2.1. Аналіз особливостей розвитку цифрової економіки в Україні.....	18
2.2. Сучасні тренди розвитку конкурентних відносин в умовах цифровізації..	25
Висновки до розділу 2.....	36
РОЗДІЛ 3. ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН ЗА УМОВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	38
3.1. Зниження ринкових бар'єрів як дієвий інструмент вдосконалення конкурентних відносин.....	38
3.2. Напрями забезпечення ефективного розвитку конкуренції у системі економічних відносин.....	43
Висновки до розділу 3.....	49
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
ДОДАТКИ.....	63

ВСТУП

Перехід цивілізації до шостого технологічного устрою обумовив глибинні перетворення в усіх вимірах суспільного життя. Цифровізація економіки, що ґрунтується на широкому використанні мережових інформаційно-комунікаційних технологій, застосуванні даних у цифровому форматі, поширенні й використанні цифрових технологій та пов'язаних із ними товарів і послуг стає домінуючим трендом розвитку світової економіки. Інституційне середовище, в якому бізнес-процеси та управлінські інструменти розвиваються на основі цифрових технологій та інформаційно-комунікаційних систем, є основою для цифровізації суспільного розвитку.

Цифровізація трансформує й систему конкурентних відносин. Зазначений вплив є доволі суперечливим, оскільки, з одного боку, цифрові ринки і пов'язані з ними мережові ефекти сприяють процесам концентрації, під загрозою знаходяться приватні дані користувачів, а з іншого, – кінцеві споживачі можуть отримувати цифрові послуги одночасно за кількома каналами, часто такі послуги є умовно безкоштовними. Крім того, розвиток цифрових платформ підвищив доступність ринків для тих продавців чи постачальників, що представляють собою сторону пропозиції на платформі.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є поглиблення теоретико-методологічного забезпечення і формування практичних рекомендацій щодо стимулювання розвитку конкурентних відносин в умовах цифровізації економіки. Досягнення зазначеної мети зумовило необхідність вирішення таких завдань:

- дослідити еволюцію теоретичних підходів до розкриття сутності конкуренції;
- проаналізувати особливості розвитку цифрової економіки в Україні;
- запропонувати напрями забезпечення ефективного розвитку конкуренції у системі економічних відносин.

Об'єктом дослідження є розвиток конкурентних відносин в умовах

цифровізації економіки.

Предмет дослідження – теоретичні, науково-методичні та практичні аспекти впливу цифровізації економіки на розвиток конкурентних відносин.

Кваліфікаційна робота магістра базується на використанні сукупності загальнонаукових та спеціальних методів. Зокрема, у кваліфікаційній роботі використані такі методи, як історичний, аналізу та синтезу, метод наукової абстракції, індукції та дедукції – при ідентифікації історичного контексту та теоретичного підґрунтя розвитку конкурентних відносин на тлі зміни технологічних укладів. Статистичні методи було використано при зборі та обробці даних проведеного дослідження щодо оцінки впливу цифровізації на конкурентні відносини в Україні. Методи теоретичного узагальнення і порівняння – для ідентифікації та подальшої оцінки якісних змін в умовах шостого технологічного укладу. При розробці подальших рекомендацій використано методи графічного відображення та експертних оцінок.

Інформаційну базу магістерського дослідження склали наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, що досліджують проблеми конкуренції та цифрової економіки, аналітичні звіти міжнародних організацій (OECD, Всесвітнього економічного форуму, Світового банку), офіційні документи Антимонопольного комітету України, статистичні матеріали Державної служби статистики України та міжнародних статистичних відомств, статистичні матеріали, зібрані шляхом анкетування, а також результати емпіричних досліджень, присвячених конкурентним відносинам в умовах цифровізації економіки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

1.1. Еволюція теоретичних підходів до розкриття сутності конкуренції

Конкуренція за своїм змістом є природним явищем, покликаним сприяти оптимізації діяльності тих чи інших систем. Підтвердженням цього твердження може послужити явище природної еволюції, чия сутність зводиться до постійної конкуренції, перманентного протиставлення одних фізіологічних чи організаційних рішень іншим альтернативам, представленим в рамках наявного простору, де здатність до поширення отримує та форма, яка виявиться найбільш ефективною та стійкою до якостей, які протиставляють їй опоненти. Аналогічні процеси відбуваються в умовах ринку, де за аналогією з організмами суб'єкти господарювання борються за винагороду у формі ресурсу, який дозволить підтримувати своє функціонування та розширюватись, а сам ринок слугує ареалом, де суб'єкти господарювання співіснують та конкурують. Таким чином, конкуренція є природним явищем, а його ринкова модель де-факто дублює процеси, які відбувалися та відбуваються на значно більш загальному рівні.

Завдяки її «природному» походженню відслідкувати появу конкуренції в історичній ретроспективі неможливо, оскільки конкуренція існувала ще до формування найбільш примітивних форм ринкової взаємодії. Водночас, ця її характеристика стала причиною того, що постійна присутність явища конкуренції в системі господарських відносин людства зумовила інтерес багатьох дослідників до неї. Як наслідок, на сьогодні можливо відслідкувати якщо не історію самого явища конкуренції, то, принаймні, історію бачення та трактування цього явища різними дослідниками.

У цьому контексті задля цілей систематизації варто виділити п'ять ключових періодів в історії дослідження явища конкуренції: умовно пре-економічний (філософський), перехідний донауковий, ранній науковий періоди, період капіталістичної призьми науки та епоха цифровізації. За час пре-економічного періоду існування економічної думки як окремого напрямку досліджень не спостерігалось. Дослідження господарських процесів здебільшого зводилось до аналізу явищ та процесів в площині розбудови філософського світогляду. Тоді «господарське» фігурувало у якості складової щоденного побуту, однак не мало окремо виділеного напрямку. У межах цього періоду досліджувати економічні матерії та фіксувати свої думки та бачення могли різні мислителі, однак фокусу у дослідженні взаємин виробництва та споживання не було.

Деяк кращою була ситуація в донауковий період. Тоді вже виникли перші економічні школи, які розвивали теоретичне бачення економічних явищ і процесів, серед яких були і конкурентні відносини. Однак на тодішні підходи суттєво впливали базові припущення, які сповідувались тими чи іншими школами, що накладало свої обмеження на повноту теоретичних уявлень щодо конкуренції. У той же час, антиподом і наслідувачем того часу є період економічної теорії, який бере свій початок з публікацією праць «батька економіки» Адама Сміта. Відтоді дослідженням проблем конкуренції, її форм і видів, умов її існування та інших властивих конкуренції характеристик займались вже дослідники з вузьким профілем наукового інтересу, які виділяли економічні процеси від інших суспільних процесів та фокусно вивчали їх.

Наступним цьому підході є епоха адвокації конкуренції. Хронологічно, цей етап можна відмірювати початком ХХ ст., коли промислове виробництво набуло достатніх масштабів, а в ряді країн сформувався капіталістичний ринок, який здебільшого відповідав нинішньому його втіленню. Особливістю цього періоду є інтенсифікація досліджень та формування багатовекторності. Конкуренція розглядається із багатьох ракурсів, деяк диверсифікується фокус досліджень.

Окрім традиційних відносин на ринку товарів та послуг до фокусу

досліджень потрапляє конкуренція за кадрове забезпечення, конкуренція за частку в медіапросторі та в інших сферах, що викликано активною динамікою ринків та технічного прогресу, що їх супроводжує.

Останнім етапом в рамках запропонованого підходу є епоха цифровізації. Цей період характеризується розширенням досліджень в сторону впливу трансформаційних процесів, які принесла з собою цифровізація з поширенням нових технологій збору, передачі та обробки даних. Хоча первинно такі технології виникли в рамках минулого періоду, поширення та впровадження в господарських цілях вони набули вже в ХХІ ст. Кардинально бачення конкуренції не змінювалось, однак набуло розвитку відповідно фундаменту, закладеного в рамках попереднього етапу. Набуло розвитку бачення ролі конкуренції: окрім забезпечення балансу на ринку, вона тепер відображає і потребу в контролі над владою над особистими даними користувачів, а також екстериторіальний характер діяльності компаній, чия діяльність ґрунтується на обігу даних у цифровому вимірі. Описані періоди систематизовано на рис. 1.1.

Конкуренція у філософський період означала перш за все взаємодію і протистояння між кількома сутностями. На це вказує і етимологія слова, яке походить від латинського «concurrentia», що описує щось, що відбувається в один момент, свого роду співіснування у межах однієї території та одного часового відрізка [12, с. 150]. Економічну конкуренцію висвітлювали обмежено, оскільки деякі праці, що могли б описати її детальніше, не збереглися, а також модель господарювання того часу також не сприяла розвитку подібних досліджень. Багаті землевласники, економічно активні суб'єкти, задовольняли свої потреби за рахунок рабів, тому увага зосереджувалась на підвищенні їх ефективності, а не на встановленні вільної конкуренції. В «Ідеальній державі» Платона конкуренція вважається руйнівною силою, що відволікає від досягнення суспільного блага [5].

Разом з тим, Пітер ван Нуффелен у своїй статті приводить аналіз подібного сприйняття конкуренції, де вносить нові змінні.



Рис. 1.1. Еволюція теоретичних уявлень щодо природи конкурентних відносин

Джерело: складено автором самостійно

Оскільки суспільство у той час було сильно стратифікованим,

конкуренція між групами населення була шкідливою. Водночас, подібний вплив не можна абсолютизувати, оскільки конкуренція на вищому рівні сприяла консолідації всередині самих соціальних груп [43].

Інструментом такої консолідації були різного роду спортивні змагання. Тому твердження Платона стосується саме багатих містян, оскільки вони були ключовим джерелом фінансування різного роду спортивних заходів.

У своїх прагненнях отримати кращу підготовку представників своєї групи у змаганнях вони могли спрямовувати ресурси у не найбільш ефективний спосіб [5].

Більше того, Бернард Нокс, аналізуючи сприйняття конкуренції в античній Греції, приводить тезу про те, що конкуренція у той час була елементом грецької культури та особливо яскраво проявлялась у культурі давніх Афін [48]. Завдяки цьому знаходимо також інші бачення конкуренції: Гесіод, аналізуючи сутність протистояння, виділяв позитивне (продуктивне) та негативне (деструктивне) протистояння. Описуючи зміст першого, він визначав його як критично важливу підприємницьку силу, яка часто дозволяє вирішувати великі проблеми при наявності малого запасу ресурсів, що у значній мірі перетинається із сучасним баченням проблематики економічної теорії.

У будь-якому разі, приведені вище бачення є важливим етапом у формуванні наукового та філософського світогляду щодо сутності та ролі конкурентних відносин, зокрема в економіці як у складовій суспільного життя в цілому. Подібне бачення дозволило ідентифікувати сутність конкурентних відносин та дозволяє на сьогодні оцінити тогочасні емпіричні відомості щодо впливу конкуренції на господарські відносини. Разом з тим, подібний підхід є лише стартовим та у наслідку перехідним етапом, оскільки не передбачає декомпозиції конкурентних відносин в економічному контексті, а також не визначає умов та впливу існування конкуренції.

1.2. Генеза конкурентних відносин та їх функціональна роль

Конкурентні відносини в господарському середовищі еволюціонували відповідно до розвитку самого середовища. На відміну від етапізації еволюції економічної думки щодо конкуренції, у цьому параграфі фокус зроблено на розвитку безпосередньо конкуренції та відносин, пов'язаних із нею, в реальному втіленні, на прикладі економічних процесів.

Перш за все, конкурентні відносини є різновидом суспільної взаємодії, де ті чи інші економічні агенти вступають в контакт з метою здобуття кращих ринкових позицій. Особливість їх полягає в тому, що для виникнення таких відносин має існувати відповідне середовище – конкурентне середовище, яке характеризується як таке, де вхід на ринок нових виробників є відкритим та на ринку діє багато учасників за мінімального втручання держави.

У реальності події можуть розвиватись по-різному, кількість учасників ринку та розподіл ринкової влади між ними можуть мати різні конфігурації. Полярними за своїми характеристиками є два стани ринку: досконала конкуренція та монополія. У першому випадку реалізуються усі параметри для стимулювання розвитку конкурентних відносин, кількість учасників на ринку є високою, що сприяє розпорошенню ринкової влади та диверсифікації ризиків для ринку – проблеми якогось учасника ринку чи групи учасників не призведуть до проблем у галузі в цілому, оскільки існує певна кількість інших агентів, які зможуть адаптуватись та покрити потреби попиту за рахунок наявних потужностей. Ціни також є наближеними до справедливих, ринок пропозиція розвивається у пошуку нових рішень для покращення своїх позицій на ринку.

Натомість, монополія є діаметрально протилежним станом ринку, коли постачальник всього один, його діяльність спрямована на недопущення конкурентів на ринок, а ринкова влада дозволяє самостійно формувати ціну на продукт, що виготовляється. Крім того, за такої ситуації в монополіста відсутні стимули до розвитку та модернізації, оскільки навіть за умови використання неефективних технологій він здатен генерувати прибутки, впливаючи на формування цін на вказаний продукт.

Генезу конкурентних відносин можна аналізувати з різних сторін.

Оскільки саме слово «генеза» означає походження, історію, то правильним буде рішення проаналізувати генезу конкурентних відносин саме з точки зору хронології. За цього підходу можемо виділити шість етапів (включно із нульовим), які ідентифікуються як приналежністю до певного історичного періоду, так і пов'язаністю їх із тим чи іншим зрушенням у розвитку конкурентних відносин.

Нульовий етап характеризується появою перших мінових відносин. Цей етап відносимо до нульового, оскільки на той момент подібні відносини не мали виражених ознак економічного контексту. Натомість, процеси обміну були різновидом ненасильницької конкуренції між соціальними групами. Зміст такої конкуренції зводився до простої логіки: хто може дати більше і взяти менше, той проявляє свою силу. Відповідно, мала місце «конкуренція щедрості», де ціллю була не акумуляція більшого набору благ для власних потреб, а акумуляція цінності з метою її подальшої передачі.

Першим етапом можна виділити конкурентні відносини на мікрорівні. Це такі відносини, які виникали на рівні окремих індивідів в період первісного суспільства, коли умовний ринок був обмежений природним чином. З одного боку, географічним ареалом компактного проживання груп людей, з іншого – наявністю тих чи інших ресурсів у відповідному ареалі. Конкуренція в цьому випадку зводилась до протистояння за володіння тим чи іншим ресурсом. Володіння ресурсом відкривало перспективи індивідуального споживання того чи іншого блага, або використання такого блага як інструменту обміну на якесь інше благо, що становило інтерес для індивіда.

У порівнянні із нульовим етапом, з'являється інтерес у накопиченні та медіатор мінових процесів – гроші. При цьому, під грошима мається на увазі будь-яка стандартизована одиниця. Марк Картрайт описує проблему, з якою стикнулись люди того часу – неподільність альтернативи. Якщо у людини є актив у вигляді вівці, а людина прагне купити пляшку вина – обмін буде нееквівалентним. Для вирішення цієї проблеми держава почала платити солдатам монетами – шматками цінних металів, які мали рівну вартість та могли

покривати незначні покупки. З часом ця практика проникнула у всі сфери життя людей [49].

Такі конкурентні відносини є найбільш наближеними до природного порядку боротьби за ресурс, ринкова динаміка не була вираженою, здобуття доміантних позицій часто було пов'язане з ієрархією в групі та приналежністю до того чи іншого утворення. Ступінь економічної свободи є максимально високим, оскільки держави та її регулювання у цю епоху просто немає. Разом з тим, конкуренція здебільшого обмежена географією.

Наступним етапом є конкурентні відносини у феодалний період. Цей етап є еволюційним послідовником первісних конкурентних відносин мікрорівня та був властивий періоду, коли перші держави вже сформувались, на мапах існували перші міста. Роль господарських об'єднань виконують феодали, які є землевласниками, що збирають подань із селян в обмін на надання їм права користуватись сільськогосподарськими землями для забезпечення власних потреб. З одного боку, на цьому етапі конкуренція не призводить до активної ринкової динаміки та пошуку оптимізаційних рішень для підвищення ефективності продуктивних сил. Натомість, обсяг отриманих благ визначається обсягом землі у володінні апетитами землевласника. Однак у цей час феодал отримує диверсифікований набір благ з податі, зібраної з селян.

Оскільки географічні та певні технологічні характеристики накладають свій відбиток, структура виробництва відрізняється. Це у свою чергу провокує потребу в інтенсифікації обміну, який на цей час вже опосередкований грошима. Однак, у своїй статті Кріс Вікгем відмічає, що попри поширеність грошей, ринкова реалізація товарів була не дуже поширеним серед селян явищем. Справа у тім, що обсяг і структура виробництва часто диктувались бажаннями феодала. Як наслідок, після збору податей та власного споживання залишку благ для подальшої реалізації на ринках могло просто не залишатись [37, с. 11]. Водночас, з огляду на регіональну специфіку та природні чинники в окремих учасників ринку виникає надлишок одних благ і потреба в інших. Розвивається торгівля, завдяки якій конкурентні відносини отримують новий виток росту –

виникають міжнародні конкурентні відносини. Наявність різних альтернатив, які до того ж можуть включати іноземні привізні товари, провокує процеси, описані фізіократами. Ринкова конкуренція починає визначати справедливую ціну на товари за умови наявності достатньої кількості доступних альтернатив.

Третій етап – конкурентні відносини у період мануфактур. Цей етап можна охарактеризувати як першу конкуренцію масових виробництв. На цьому етапі формується таке явище як «бренд», що підтверджує походження того чи іншого товару, а отже дозволяє оцінити його згідно відгуків, сформованого іміджу. В рамках мануфактурної конкуренції відбувається інтенсифікація інноваційної діяльності, у роль входить технологічна диференціація. Мануфактури являють собою закриті об'єднання відповідних майстрів, що виготовляють той чи інший визначений асортимент товарів. Відповідно, відносно великий обсяг виготовленої продукції починає асоціюватись із конкретним виробництвом – мануфактурою. Кожна мануфактура є закритою спільнотою, яка володіє знаннями щодо технологій виготовлення тих чи інших благ. Саме на цьому етапі виникають перші патенти у Венеції, які були покликані захистити виробників від неправомірного використання авторських розробок у випадку їх витоку в широкий загал [2, с. 36].

Водночас, закритість таких спільнот та технологічний розрив формують ситуацію, коли виробництво певних благ доступне лише конкретному виробнику. Таким чином формуються передумови для виникнення монополій та олігополій. Аналізуючи історію монополій, Гері Річардсон визнає їх формування в період мануфактур-гільдій, однак підкреслює ряд відмінностей від сучасного розуміння цього явища. Так, у своїй статті автор відзначає, що тогочасні «монополісти» брали участь в регулюванні оптових продажів та дозволяли вхід іншим виробникам, якщо того вимагала ринкова ситуація. Також тогочасні «монополісти» боролись із різного роду спекуляціями, що могли призводити до штучних коливань цін на товари [45, с. 218].

Так чи інакше, конкурентні відносини в період мануфактурного виробництва набувають ще більшої кількості чинників, здобути чільні ринкові

позиції стає складніше, вимагається широкий та комплексний аналіз процесів задля досягнення відповідних позицій. Торгівля продовжує розвиток, стають доступними товари із все більшої кількості країн та континентів. Однак продукція мануфактур не є доступною кожному бажаючому, через відповідно вищу якість встановлюється і вища ціна. У структурі виробництва залишаються виробники-одинаки, частина людей задовольняє свої потреби в різних благах власними силами.

Четвертий етап розвитку конкурентних відносин – промисловий період. У цьому випадку простежуються докорінні зміни в ринковому середовищі. По-перше, виникають крупні промислові виробники, які здатні реалізовувати свою продукцію глобально. По-друге, зростає частка міського населення, що позитивно відображається на платоспроможності такого населення. Крім того, завдяки уніфікованому та масовому виробництву значна кількість товарів стає доступною для тих, кому не була доступною раніше, оскільки ефективність такого виробництва зростає, що дозволяє знизити ціну на відповідні товари. У процес формування конкурентних відносин більш виразно вступає держава, яка через лобізм та зацікавлення в припливі виручки з інших країн бере участь у формуванні відповідних умов, що стимулювали б діяльність промислових виробників [3, с. 46-47]. Виникає поняття масового ринку, ринок розширюється, формуються нові сегменти та ніші. Конкуренція суттєво видозмінюється, оскільки тепер між собою конкурують крупні, часто міжнародні гравці, за якими часто стоять держави. Дрібне виробництво позбавлене доступу до нових технологій, через що не може запропонувати конкурентну ціну чи продукт.

П'ятий етап – сучасний. Конкурентні відносини станом на сьогодні пройшли тривалий і складний шлях формування та розвитку. Роль інновацій з часом лише зросла, а підвищення доступності інновацій сприяє інтенсифікації процесів подальшої розробки та технологічного розвитку. Добробут населення суттєво зріс, що вплинуло на відносини між виробниками та споживачами. Оскільки більше людей отримали доступ до ресурсів, з допомогою інноваційних

рішень вони змогли увійти на ринки, створити нові утворення та розвинути їх. У результаті цього пропозиція товарів та послуг є величезною, зростає тренд до індивідуалізації товару. Водночас, розвиток цифрових технологій породив суттєві зміни в традиційних сферах та породив нові.

Попри позитивний інноваційний вплив, з огляду на ряд причин сьогодні спостерігаються тенденції до укрупнення окремих учасників ринків, пов'язаних із цифровими технологіями. Це пов'язано як і з наданням послуг, так і з виробництвом відповідних пристроїв, що дозволяють споживати цифрові послуги. Зростає міра взаємного проникнення крупного бізнесу та держави. Такі процеси сприяють формуванню нових видів конкуренції на рівні держав та наддержавних утворень. Загострюється конкуренція компаній за співробітників, роль людини у виробництві зростає, у експоненті росте потреба у кваліфікованих робітниках. Зростає також конкуренція за збір, зберігання та доступ до даних на тлі трендів індивідуалізації та ускладнення вибору конкретних товарів сучасним споживачем.

Таким чином, конкурентні відносини у тій чи іншій формі були притаманні відносинам виробництва та споживання від самого початку їх існування. Станом на сьогодні вони набули суттєвого розвитку як в теоретичному, так і в практичному вимірах. При цьому, подальший розвиток технологій сприятиме і подальшому ускладненню конкурентних відносин та появі все новіших характеристик та параметрів, що враховуються при побудові стратегій досягнення конкурентних переваг.

Висновки до розділу 1

На основі проведеного дослідження було встановлено, що економічна конкуренція за своєю сутністю є механізмом пошуку оптимальних рішень та моделей, що властивий природним процесам відбору та еволюції. З огляду на це, підтримка конкуренції та конкурентних відносин між учасниками ринку є важливим напрямом державної політики в умовах процесів цифровізації

економіки.

На основі аналізу різних наукових підходів щодо трактування економічної конкуренції було розроблено етапізацію еволюції наукової інтерпретації, що узагальнює процес розвитку теоретичних підходів у п'яти ключових етапах. Протягом цього часу становлення сучасного наукового бачення економічної конкуренції поступово змінювалось, збагачуючись відкриттями та зміною уявлень дослідників цього явища на тлі зміни соціального устрою та розвитку технологій відповідних епох. Еволюція бачення явища конкуренції дозволила розвинути підходи до визначення сутності конкуренції від трактування його як агресивної та експансивної діяльності, що переслідує інтереси окремого індивіда чи групи індивідів, до складного явища, яке слугує рушієм прогресу та покращення суспільного добробуту.

Поглиблення історіографічного контексту розвитку конкурентних відносин шляхом проведеного аналізу специфіки розвитку таких відносин в умовах історичних реалій дозволило виокремити основні латеральні зсуви у природі конкурентних відносин. Перехід від «економіки щедрості» первісних суспільств до сучасних конкурентних відносин в умовах глобалізації та впливу цифровізації супроводжувався значними змінами технологічного та суспільного середовища.

Розвиток технологій сприяв підвищенню можливостей виробництва та подолання природних бар'єрів доступності локальних ресурсів. Паралельно цьому відбувався розвиток держави та її ролі в житті суспільств. Одночасність цих процесів призвела до того, що в руках виробників почала акумулюватись значна виняткова ринкова влада, тоді як держава розширювала своє коло впливу, звертаючи увагу на негативні аспекти такої концентрації ринкової влади, що привело такі відносини до моделі, описаної А. Смітом та його бачення держави як «нічного сторожа».

Дослідження функціональних ролей конкурентних відносин дозволило сформулювати комплексне бачення позитивних та негативних ефектів для суспільного добробуту. Разом з тим, попри наявні недоліки та присутність

проявів опортуністичної поведінки учасниками ринків, за умови якісного державного регулювання економічна конкуренція сприяє підвищенню ефективності використання обмежених ресурсів в умовах постійно зростаючих потреб.

Аналіз теоретичних підходів до визначення цифровізації дозволив поглибити категоріальний апарат та розвинути бачення цього критично важливого в сучасному контексті розвитку конкурентних відносин явища. В дослідження розглядається розвиток нових бізнес-моделей, серед яких особливо яскраво вирізняється модель багатосторонніх цифрових платформ, що слугують посередниками у взаємодії сторін попиту та пропозиції. У роботі проведено систематизацію різновидів цифрових платформ за широким колом властивих для них ознак. Проведено порівняльний аналіз позитивних та негативних ефектів, що продемонстрував двонаправлений вплив цифрових платформ на розвиток конкурентних відносин в умовах змін, що формуються процесами цифровізації. Проаналізовано вплив впровадження цифрових технологій, що сприяє зниженню порогів входу на ринки, що дозволяє малим і середнім підприємствам швидше адаптуватися до змін і конкурувати з великими гравцями. Водночас зростання ролі платформ передає їм можливість здійснення власного регулювання ринків. З огляду на це, в умовах цифровізації виникає необхідність оновлення підходів до державного регулювання конкурентних процесів, включаючи антимонопольне законодавство, захист персональних даних та забезпечення рівного доступу до цифрових ринків.

РОЗДІЛ 2

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН ЗА УМОВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

2.1. Аналіз особливостей розвитку цифрової економіки в Україні

Поняття цифрової економіки досить часто аналізується дослідниками у різних контекстах, однак для якісного аналізу розвитку цього явища в Україні потрібно окреслити сутність та межі цифрової економіки. Разом з тим, деякі визначення цифрової економіки є узагальненими. Так, консалтингова компанія Deloitte трактує цифрову економіку як «економічну активність, яка виникає у результаті мільярдів онлайн-взаємодій між людьми, бізнесами, пристроями, даними та процесами». М. Новицька приводить визначення цифрової економіки як такої економіки, де факторами виробництва є цифрові дані, їх передача та використання як ресурсу задля підвищення продуктивності [17, с. 187]. П. Пуцентейло визначає цифрову економіку як таку економіку, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях [19, с. 132].

Натомість, досить чітким є визначення Державного бюро економічного аналізу США. Згідно бачення цієї організації, поняття цифрової економіки охоплює:

- інфраструктуру (сукупність фізичних об'єктів та методів їх організації з метою створення та підтримки комп'ютерних мереж);
- електронну торгівлю (віддалена реалізація товарів та послуг із використання комп'ютерних мереж);
- надання платних цифрових послуг чи послуг, пов'язаних із комунікаціями та комп'ютерами;
- витрати державного бюджету на цифрові послуги, що не включають такі витрати оборонних відомств [39].

Ключовим висновком за результатами аналізу цього підходу є включення не лише безпосередньо цифрових послуг та продуктів, а і інфраструктури,

необхідної для їх функціонування. Також важливим параметром цього підходу є включення суміжної сфери – інтернет-торгівлі, яка, де-факто, є вираженням давно існуючого промислу, в який було інкорпоровано сучасні телекомунікаційні технології.

Інший підхід, запропонований Європейською комісією, включає в себе п'ять вимірів: доступність зв'язку, людський капітал, використання інтернету, інтеграцію цифрових технологій та інтеграцію цифрових державних послуг [40]. Цей підхід є важливим в контексті даного дослідження, оскільки виокремлює ще одну критичну складову цифрової економіки – людський капітал.

За результатами аналізу приведених вище визначень можемо дійти висновку, що цифрова економіка – це такий вимір господарської діяльності, що характеризується використанням інформаційних технологій з метою підвищення ефективності операцій та подолання бар'єрів розвитку.

Оскільки наріжним каменем існування цифрової економіки є процес обміну даними, важливо розглянути рівень розвитку цих процесів в умовах України. Світовим банком було розраховано інтегральний показник SPI (statistical performance indicators – індикатори статистичної продуктивності), який відображає інтегральне значення п'яти показників використання даних в країнах: використання даних, доступність сервісів опрацювання даних, оцінка інформаційних продуктів, наявність джерел даних та оцінку інфраструктури для обміну даними. Для України даний показник оцінювався в період 2016-2019 рр., де за цей період часу значення показника постійно зростало з 67,3 балу до 72,5 балів в останній звітний період.

Схожий показник розраховується і Європейською комісією: індикатор зрілості відкритих даних (ODM – open data maturity). Він формується із 14 параметрів, що згруповані в чотири блоки – політика, сервіси, вплив та якість. За результатами 2022 р. Україна є лідером у Європі за показниками зрілості відкритих даних із показником 97%. На підставі даного показника формуються чотири когорти країн за рівнем розвитку відкритих даних: початківці,

послідовники, країни з високими темпами розбудови доступних даних та країни, що задають темп. Відповідно, згідно даної методології Україна належить до тієї групи країн, які є прикладом для наслідування іншим країнам Європи.

Таблиця 2.1

Періодизація ключових етапів розвитку цифрової економіки в Україні

Період	Часові рамки	Технологічні детермінанти	Стимули середовища	Бар'єри середовища
Формування фундаменту	1991-2000 рр.	Поширення ПК; Проникнення інтернету;	Інтеграція банків з платіжними с-ми; Розвиток провайдерів зв'язку;	Девальвація валюти; Відтік «мізків»;
Прискорення розвитку	2001-2008 рр.	Розвиток доступності розробки веб-сайтів; Поширення інтернету в країні;	Економічне зростання; Поширення споживчого кредитування;	Потрапляння під вплив цифрових рішень з РФ;
Посилення глобалізації	2009-2019 рр.	Поширення переносних гаджетів; Доступність 3G- 4G інтернету;	Зростання інтересу населення до технологій; Значний запит з-за кордону на ІТ-розробку;	Розгортання війни на Донбасі; Відхід від фіксованого валютного курсу;
Коронавірусний шок	2020-2021 рр.	Поширення цифрових рішень для дистанційної роботи; Розвиток ринку послуг доставки;	Фокус на використанні цифрових рішень на виробництвах; Зростання пропозиції на ринку праці в ІТ сегменті;	Ускладнення операційних процесів в усіх «фізичних» бізнесах;
Воєнна адаптація	2022-2025 рр.	Розвиток ШІ; Широке використання безпілотних систем;	Зростання державного замовлення;	Воєнні виклики; Міграція кваліфікованих фахівців;

Джерело: складено автором самостійно

Втім, такі показники розвитку цифрової економіки, що властиві економіці України, було досягнуто завдяки поступовому та сталому процесу становлення, який можна простежити з моменту здобуття країною незалежності у 1991 р. Грунтуючись на ключових поворотних подіях в історії становлення цифрової економіки в Україні можемо виділити п'ять ключових періодів, описаних в таблиці 2.1.

Перший період грав основоположну роль. Десятиріччями економіка країни

працювала згідно планів, які формувались централізовано. Одним з чинників, який безпосередньо впливав на подальші перспективи цифровізації, стала децентралізація та перехід до ринкової моделі економіки. Це дозволило направити ресурси та інтерес природнім шляхом, не накладаючи при цьому штучних цілей. Ринкова модель дозволила самостійно провадити господарську діяльність, а отже рівень доступності комп'ютерів та інтернету почав зростати завдяки імпорту техніки з-за кордону, реагуючи на існуючий в країні попит.

В рамках періоду «формування фундаменту» відбувається потужний відтік кваліфікованих робітників та науковців. Згідно даних Центру дослідження суспільства (ЦЕДОС), найбільший відтік кандидатів наук та докторів наук відбувався у другій половині 90 х рр. ХХ ст. В основному країну покидали фахівці фізико-математичного, технічного, біологічного та медичного напрямів досліджень. Варто відмітити, що основним напрямом їх еміграції була рф, що у свою чергу формує специфічний вклад знань та розробок, сформованих спеціалістами України, у подальшу збройну агресію. Попри негативну динаміку у сферах, які до 1991 р. цілком контролювались державою і після послаблення ролі якої почався занепад, паралельно до описаних трендів закладається основа інноваційного бізнесу в Україні [1].

1992 р. ознаменувався створенням першого в Україні мобільного оператора – УМС, який нині носить назву VodafoneУкраїна. Вже 1994 р. виник його конкурент –компанія Київстар. Станом на 2023 р. обидві компанії входили до переліку найбільших платників податків в Україні, посідаючи 51 та 33 місце відповідно та генеруючи чистий прибуток сумарно в понад 15 млрд грн [18].

Заснування компанії SoftServe стало важливою подією для подальшого розвитку та становлення української ІТ-сфери у тому вигляді, якого вона набула зараз. Компанія стала однією з перших, яка впровадила в Україні модель аутсорсингу – підхід, за якого послуги високо кваліфікованих фахівців продаються за посередництва компанії-організатора, яка бере на себе юридичне оформлення та управлінський супровід при створенні тих чи інших цифрових продуктів. Нині компанія оперує в шістнадцяти країнах світу.

Важливим етапом цифровізації в Україні став 1996 р., коли відбулась інтеграція платіжних систем з міжнародними компаніями найбільшими на той час українськими банками, серед яких Приватбанк, Банк Аваль, ПУМБ та Укрсиб Банк. Це закладе підвалини для подальшого розвитку передових платіжних рішень у майбутньому [6]. У цей же час відбувався розвиток інтернету в Україні. Так, у 1992 р. організацією IANA (Internet Assigned Numbers Authority), яка здійснює реєстрацію доменних імен, було офіційно зареєстровано домен «.ua», завдяки якому стало можливим позначати український сегмент інтернету [9].

Крім цього, формувалась аудиторія інтернет-користувачів. На період здобуття незалежності інтернет був обмеженим благом, доступним скоріше в рамках наукового інтересу чи серед техніків ентузіастів. Однак з часом він здобував поширення, що дозволило охопити більшу аудиторію. Обмеженість тогочасних даних не дає можливість стало відслідкувати динаміку зростання кількості користувачів інтернету з 1991 р., однак було зафіксовано зростання такої аудиторії з 1% у 1997 р. до 3% у 2000 р. України (згідно даних Київського міжнародного інституту соціології) [8].

Реакцією на це стало створення перших сайтів, які були спрямовані на широку аудиторію: сайти держустанов та науково-освітніх інституцій, сайти медіа та портали з онлайн-чатами. Так, у 1995 р. було вперше запущено сайт Верховної Ради України, який з тих пір зазнав суттєвих оновлень. Роком раніше почав функціонувати сайт газети «Дзеркало тижня». У 1997 р. виникає одне з перших повністю цифрових видань «Дайджест новин» [27]. Наступного року виникає перша пошукова система, створена в Україні та спрямована на пошук серед українських сайтів. У 1999 р. виникає перший український сервіс електронної пошти Ukrpost, який згодом було поглинуто компанією Укртелеком [10].

Ці події дали поштовх подальшому розвитку цифрових сервісів в Україні та, відповідно, процесам цифровізації. Так, в Україні почали продукуватись перші цифрові продукти, спрямовані на локальну аудиторію. Таким чином,

перша декада незалежності ознаменувалась періодом ознайомлення та освоєння цифрових технологій.

Недоступний до того інтернет в другій половині досліджуваного періоду зазнає суттєвих змін та динамічно розвивається, пропонуючи нові рішення для українського користувача. Перший період цифровізації був досить динамічним та заклав інфраструктурні та організаційні підвалини для подальшого розвитку ролі цифрових засобів. Важливу роль у формуванні фундаменту зіграли ділки, які займались активним ввозом електроніки до країни, що дозволило сформувати технічно забезпечену базу для користувачів. Іншим феноменом стали комп'ютерні клуби, які давали змогу за певний тариф скористатись як самим комп'ютером, так і доступом до всесвітньої мережі. Фактично, подібна стихійність стала проявом ринкового механізму саморегуляції, за якого більш платоспроможне населення мало змогу отримати власний персональний комп'ютер, а ті, хто не могли собі цього дозволити, отримували доступ для користування за окрему плату.

Разом з тим, у вказаний період складно ідентифікувати присутність усіх ознак трансформації конкурентних відносин під впливом цифровізації, оскільки цей вплив був вкрай обмеженим. Основною ознакою, яка мала місце, було поширення проривних на той час технологій та розвиток в Україні нових сегментів та ніш, в яких потреби споживачів задовольнялись за допомогою персональних гаджетів. Саме це стало ключовим результатом першого періоду проникнення цифровізації в Україні та заклало основу для розвитку та створення більш нових технологій. Вплив на господарські процеси був обмеженим, оскільки матеріально-технічне забезпечення було недостатнім, як і рівень підготовки кадрів до користування подібною технікою. Додаткову роль зіграла перша девальвація гривні, яка сталась в 1998 р. Враховуючи потребу у валюті для закупівлі техніки за кордоном, можливість купити комп'ютер для дому в українців знизилась [10-13].

Другий період становлення цифрової економіки в Україні, що тривав протягом 2001-2008 рр., дав початок основним суб'єктам, які виникли у

відповідь на поширення комп'ютерів та інтернету в країні. Нормалізація використання комп'ютера в домашніх умовах стала потужним поштовхом для прискорення цифровізаційних процесів.

По-перше, ринок комп'ютерної техніки став значно більш конкурентним. Якщо в минулому періоду основу пропозиції становили імпортери, то в час другого періоду становлення цифровізації набули поширення комп'ютери локальної збірки. Така опція дозволяла конфігурувати компоненти комп'ютера, оптимізуючи його ціну та параметри потужності. Ціна ж на складники в Китаї була доступнішою, ніж ціна на комп'ютер у зборі, який пропонували компанії-виробники. Як наслідок – ринок у певний момент майже повністю складався з пристроїв, зібраних вже в Україні, лише 5% ринку припадало на заводську збірку. З іншого боку, поштовхом до комп'ютеризації стала доступність споживчого кредитування, завдяки якій чотири з п'яти комп'ютерів купувались на умовах кредиту [38].

Разом з тим, стрімкий розвиток комп'ютеризації було перервано глобальною кризою, вплив якої Україна відчула в 2008 році. З одного боку, це вдарило по спроможності місцевих виробників збирати комп'ютери, з іншого ж – підвищило поріг входження для споживачів. Однак, за цей час користувачі змогли ближче ознайомитись з можливостями, які надавав комп'ютер, а також сформувані свій запит, оскільки в країні набули поширення ноутбуки на нетбуки, почав формуватись відповідний асортимент. Тоді ж вперше почали з'являтися у користуванні людей смартфони, хоча популярності вони набудуть дещо згодом.

Продовжувався процес цифровізації здійснення оплат – у 2001 р. Нацбанк здійснив перехід до безготівкових розрахунків для виплат зарплат та пенсій. Того ж року було запущено Приват24 – перший в Україні сервіс онлайн-банкінгу, за допомогою якого можна було переглядати баланс та перераховувати гроші з власного комп'ютера. У відповідь на впровадження карток почалось впровадження платіжних терміналів у магазинах – країна продовжила перехід до безготівкової оплати.

2.2. Сучасні тренди розвитку конкурентних відносин в умовах цифровізації

Цифровізація як процес характеризується високим ступенем проникнення у різні сфери життя людини. Це ж стосується і проникнення в різні сфери економічної діяльності. Зокрема, цифровізація торкнулась і одного з базових явищ економіки – конкурентних відносин.

Методика аналізу ринкового середовища PESTEL є однією з найбільш поширених та дозволяє здійснити декомпозицію ринкового середовища, в якому конкурентні відносини реалізуються. Вона характеризує зовнішнє ринкове середовище як сукупність таких чинників [16, с. 88]:

- P – політичні чинники, що включають зовнішньоторговельну політику, внутрішні політичні питання та тенденції, податкову політику, тенденції до регулювання та дерегулювання;

- E – економічні чинники, які охоплюють поточне та прогнозоване економічне зростання, рівень інфляції та відсоткові ставки, рівень зайнятості та безробіття, вартість робочої сили, вплив глобалізації, наявний дохід споживачів і підприємств, ймовірні зміни в економічному середовищі;

- S – соціальні чинники, котрі включають демографічні показники (вік, стать, раса, розмір сім'ї, ставлення споживачів, їхні думки та моделі купівельної поведінки, темпи зростання населення, соціокультурні зміни, етнічні та релігійні тенденції, рівень життя;

- T – технологічні чинники, що впливають на ринок у таких аспектах як нові способи виробництва товарів і надання послуг, нові способи дистрибуції товарів і послуг, нові методи комунікації з цільовими ринками;

- E – екологічні чинники, що мають значення через зростаючий дефіцит сировинних матеріалів, екологічні норми щодо забруднення, ведення бізнесу як етичної та стійкої компанії, вимоги щодо зменшення вуглецевого сліду;

- L – юридичні фактори, які включають питання охорони здоров'я та безпеки, рівні можливості, стандарти реклами, права споживачів і законодавство,

маркування продукції та безпеку товарів.

Цифровізація якраз є відображенням такої адаптації та зміни ринкового середовища до тих трансформацій, які в собі нестимуть технологічні зміни. Крім того, важливо підкреслити значний вплив цифровізації на інші компоненти макросередовища організації – цифровізація стала стимулом для введення нових регуляцій на ринках, вплинула на здатність споживачів якісніше здійснювати свій вибір серед продавців, а також змістила акценти в питанні ресурсної залежності – зросла роль стабільного постачання електроенергії, а для виробництва матеріальних носіїв інформації зросла потреба в рідкоземельних металах, чиє поширення на планеті є нерівномірним. Зрештою, ізолювати трансформаційні процеси в рамках одного елементу ринкового середовища неможливо, оскільки значна зміна в одному з них матиме відображення на інших. Однак цей підхід дозволить структурувати ключові тренди, що впливають на динаміку конкурентних відносин в сучасному світі.

Ключовим цифровізаційним трендом у політичному розрізі стало зростання напрацювань державних регуляторів у напрямку забезпечення ринків від надмірного впливу корпорацій технологічного сектору. Технологічні гіганти стали новим явищем для держав у ролі контролерів. Проблема контролю за діяльністю таких суб'єктів виникла відносно давно – тоді ж, коли технологічні компанії набули значних масштабів, а питання приватності та цінності інформації зросли. Так, зокрема, у січні 2023 р. було опубліковано статтю за авторства президента США Джозефа Байдена з назвою «Республіканці та демократи – єднаймося проти загроз техногігантів», де той апелює до викликів та загроз, що стоять як перед приватністю життя людей та їх здатністю контролювати інформацію про себе, так і перед конкуренцією в умовах технологічних бар'єрів входження [46].

Труднощі, пов'язані з діяльністю таких організацій, викликані кількома чинниками. З одного боку, технологічні гіганти продовжують екстенсивний ріст, зокрема, поглинаючи перспективні ініціативи для доповнення власних екосистем. Як правило, діяльність таких компаній дуже розгалужена та не

обмежується якимось одним ринком чи суміжними до нього нішами. Це спричиняє загрозу укрупнення діючих гігантів та поширення їх впливу на інших ринках та нішах. У статті The Washington Post було проаналізовано поведінку поглинання великої технологічної четвірки: компаній Google, Apple, Amazon та Facebook. У результаті було виявлено, що з моменту заснування цими компаніями і станом на 2021 р. сумарно було поглинуто 607 компаній. Абсолютним лідером в цій четвірці є компанія Google, яка здійснила поглинання 268 компаній, з яких 187 — не провадили діяльність у безпосередній зоні функціонування компанії. Відповідно, масштабним трендом, який стоїть на межі політичного, економічного, соціального та юридичного вимірів є тренд інтенсивного укрупнення [46].

З позиції мікросередовища, такі процеси блокують можливості виникнення нових гравців на ринку без сторонньої допомоги. Крім того, вони дають можливості контролю крупним технологічним компаніям за виникненням нових рішень, які можуть слугувати заміниками діючим цифровим продуктам. У політичному вимірі ринкового середовища це виливається в процеси актуалізації законодавств та політики регуляції на цифровізованих ринках, які можуть постраждати від неконтрольованих укрупнень. Укрупнення технологічних конгломератів, що розширює їх присутність у нових нішах та унеможлиблює конкуренцію між дрібними та середніми компаніями, оскільки останні в різних формах набувають ознак афілійованості до крупних діючих структур. Згідно оцінок, приведених у звіті Міжнародного валютного фонду, посилення концентрації ринкової влади спричиняє скорочення сукупних інвестицій, що веде до втрати до 1% ВВП розвинених країн на кшталт країн-членів ЄС та США щороку.

В цілому, хоча перші справи щодо укрупнення відомих нині технологічних компаній відбувались ще в 90-х роках минулого століття, останнім часом регулюючими органами багатьох країн проводиться системна робота над впровадженням нових заходів з реагування на ті чи інші дії, що реалізуються крупними цифровими гравцями [50].

Регулятори вживають заходи з уповільнення цього укрупнення, коли воно стосується процесів злиття та поглинання між крупними учасниками ринків. Зокрема, у червні 2023 р. об'єктом розслідувань контролюючих органів став процес покупки компанії Figma за 20 мільярдів доларів компанією Adobe, яка є лідером серед розробників інструментів для створення та обробки візуального контенту. Компанія-покупець була змушена розпочати переговори з контролюючими органами ЄС, США та Британії задля отримання дозволів на поглинання [22].

З позиції економічної складової ринкового середовища, ключовим трендом цифровізації є постійне виникнення нових бізнес-моделей, заснованих на цифрових технологіях. У межах цього тренду варто виділити ряд підтрендів, які відображають таку динаміку до формування нових моделей бізнесу.

Першим і найбільшим є тренд платформізації. Усі великі технологічні корпорації побудували свої бізнес-моделі довкола ролі «провідника» до тих чи інших послуг або можливостей. Так, Metaпочала свій шлях як платформа для спілкування, Alphabet – платформа, що з'єднувала шукачів в інтернеті з потрібними для них сайтами, Amazon – стала платформою, що об'єднала продавців та покупців в рамках централізованого сервісу, Apple – першою зрозуміла зростання потреб споживачів у цифрових продуктах та запропонувала зручну платформу, що дозволяла користувачам отримувати розширений функціонал, а розробникам програмного забезпечення – знаходити стабільний збут серед широкої мережі користувачів продукції компанії. В минулому параграфі йшлося про подібні тренди і в умовах економічного середовища України: такі компанії як Rozetka, Allo та Епіцентр також впровадили можливість користування своїми сервісами стороннім продавцям на умовах платності [21-23].

Поширення платформ стало поштовхом до виникнення нового явища в конкурентному середовищі – конкуренції платформ, портфелів та екосистем. Детальніше про специфіку платформ йшлося у першому розділі. Однак, у рамках аналізу трендів розвитку конкуренції слід виділити такі основні характеристики

конкуренції платформ: конкуренція відбувається одночасно за продавця та покупця; компанії конкурують одразу в багатьох нішах, забезпечуючи кращі сервісні мережеві ефекти, що створюють кумулятивний ефект корисності для споживача; використання технологій для створення бар'єрів переключення для споживачів. Корпорації з ознаками платформ тяжіють до досягнення стану «суперапу», коли сукупність належних їм компаній та технологій можуть зайняти своє місце в критичному контурі повсякденного життя користувача.

Поширення ролі посередника, який формує правила користування сервісом та встановлює порядок відображення доступних опцій на свій розсуд став ще одним приводом для фокусу уваги зі сторони державних регуляторів, що повертає нас до політичної, соціальної та юридичної складових ринкового середовища.

В європейському просторі яскравим результатом регуляторного втручання можна охрестити наступні випадки. По-перше, штраф компанії Google за зловживання ринковим становищем. Європейська комісія з питань конкуренції у липні 2018 року прийняла рішення про штраф у 5 млрд євро, що накладався на компанію за те, що вона коригувала результати видачі в пошуку, змушувала до попередньої інсталяції програм на смартфони на операційній системі Android, обмежувала можливість інсталяції програм, якщо вони не пройшли через перевірки [32]. Згодом штраф було зменшено до 4,13 млрд євро [24-26].

Інший випадок пов'язаний з компанією Microsoft. Цей гігант став об'єктом розслідувань у ЄС, оскільки компанія штучно просувала власне рішення для корпоративних дзвінків –Microsoft Teams, попереджуючи таким чином компанії-користувачі інших програмних рішень компанії від застосування конкурентної програми Slack [51].

Проблема недопуску конкурентів до функціонування в рамках своїх систем призвела до прийняття в ЄС наприкінці жовтня 2022 року Акту про цифрові ринки (Digital Markets Act, DMA). Зміст акту полягає в тому, що деякі учасники ринку ідентифікуються як «охоронці воріт» («gatekeepers»), оскільки вони контролюють здатність інших дрібніших учасників ринку проходити чи не

проходити на ширші ринки та ставати доступними широкому колу користувачів [15, с. 755]. Визначення таких «воротарів» відбувається за ознаками щорічного доходу компанії та кількості користувачів [41].

Також йдеться про новий документ, який матиме вплив саме на конкретну групу гравців серед технологічних компаній – Американський акт про інновації та вибір (American Innovation and Choice Act). Групи, на які він спрямований (аналогі «охоронців воріт» в ЄС), визначатимуться за двома параметрами: обсяг ринкової капіталізації (щонайменше 550 млрд дол протягом 12 місяців) та досяжність до користувачів (щонайменше 1 мільярд глобальних користувачів). Також документ стосуватиметься лише онлайн-платформ. Регулюватимуться цим актом компанії, що мають суттєвий зв'язок зі США: для цього трафік користувачів з країни має становити 50 мільйонів або 100 тисяч бізнес-користувачів [41-42].

Регулювання ж стосуватимуться наступного. По-перше, компаніям буде заборонено алгоритмічним чином сприяти просуванню своїх продуктів. Видача результатів пошуку має відбуватись виключно за ознакою рейтингу того чи іншого результату, а не зацікавленості в цьому платформи, на якій здійснюється пошук. Тобто Amazon не зможе показувати першими у видачі гаджети свого виробництва, а Google більше не зможе просувати свої сервіси продажу квитків на противагу іншим аналогічним сервісам. Таким же чином Apple та Google не зможуть здійснювати попередню інсталяцію своїх застосунків на пристроях – вони муситимуть запропонувати користувачеві вибір перед першим запуском.

Іншим підтрендом є зміна ландшафту торгівлі під впливом електронної комерції. В окремих випадках вона пов'язана з трендом платформізації, але не обмежується ним. Проявами такої платформізації може бути як пряме розміщення онлайн-магазину в рамках діючого продавця як-от Amazon чи Rozetka, так і можливість створення власного онлайн-магазину на базі діючого конструктора-платформи, який дозволить використання свого домену, потужностей хостингу та можливостей налаштувань параметрів сайту, або через створення комерційного облікового запису в одній із соціальних мереж. Однак,

попри значне проникнення платформ, тренд росту електронної комерції є ширшим, оскільки охоплює не лише створення нових магазинів в інтернеті, а і трансформацію традиційних фізичних продавців у напрямку омніканальності – присутності в різних каналах збуту, як фізичному, так і цифровому.

Розвиток електронної комерції вплинув на традиційний ландшафт змінюючи поведінку та уподобання споживачів. Цей вплив був таким великим, що отримав окремий термін – ефект Амазон (англ. The Amazon effect) [29]. Цей ефект полягає в потужному імпульсі змін, які переживають на собі традиційні торговці під впливом цифровізації. Ці зміни включають зміщення в уподобаннях споживачів та вимогах до продавця на тлі доступності ширшого асортименту та нижчих цін в онлайн-продавців. Однією з таких змін стала зміна поведінки покупців при дослідженні цін на бажані товари. Тобто поширення нової бізнес-моделі спричинило вплив на споживчі настрої та уподобання.

Оскільки ціни в онлайн-ритейлерів, як правило, є нижчими, ніж у традиційних продавців, розвиток електронної комерції стимулює мережі фізичних до використання більш прискіпливих підходів до конкурентного ціноутворення. Дослідження, проведене професором Гарвардської бізнес-школи Альберто Кавало показує, що з поширенням впливу електронної комерції ритейлери демонструють тренд до більш частого перегляду цін з метою утримання конкурентних позицій на ринку (рис. 2.1).

При цьому, дослідник підкреслює, що на таку динаміку може впливати ряд факторів. По-перше, поширення технологій збору та аналізу цін дозволяє витратити менше часу та зусиль співробітників компаній на перегляд та зміну цін. Оскільки такі дані стали більш доступними, нині компаніям відкрилась можливість оновлювати ціни ефективніше, ніж раніше.

Іншим чинником є потреба клієнтів у відчутті справедливості, через що перед продавцями виникає завдання у стандартизації цін по всій мережі незалежно від розташування фізичних магазинів та не зважаючи на можливі відмінності у собівартості забезпечення наявності товарів у різних локаціях.

Попри можливість формувати персоналізовані ціни, для товарів широкого

вжитку актуальним залишається питання збереження сталості ціноутворення та забезпечення однакових цін у різних точках контакту з клієнтом. Це, зокрема, змінює давній тренд, за якого вважалося прийнятним встановлювати різні ціни в залежності від локації. Якщо магазин розташований поблизу місць скупчення людей, де попит буде достатньо високим, аби гарантувати оплату навіть за завищеними цінами, а вартість оренди буде вищою, ніж у спальному районі, вважалося нормальним встановлювати вищі ціни в таких точках. Нині ж прозорість цін та можливість перевірити їх прямо зі смартфона змінює таку ситуацію.

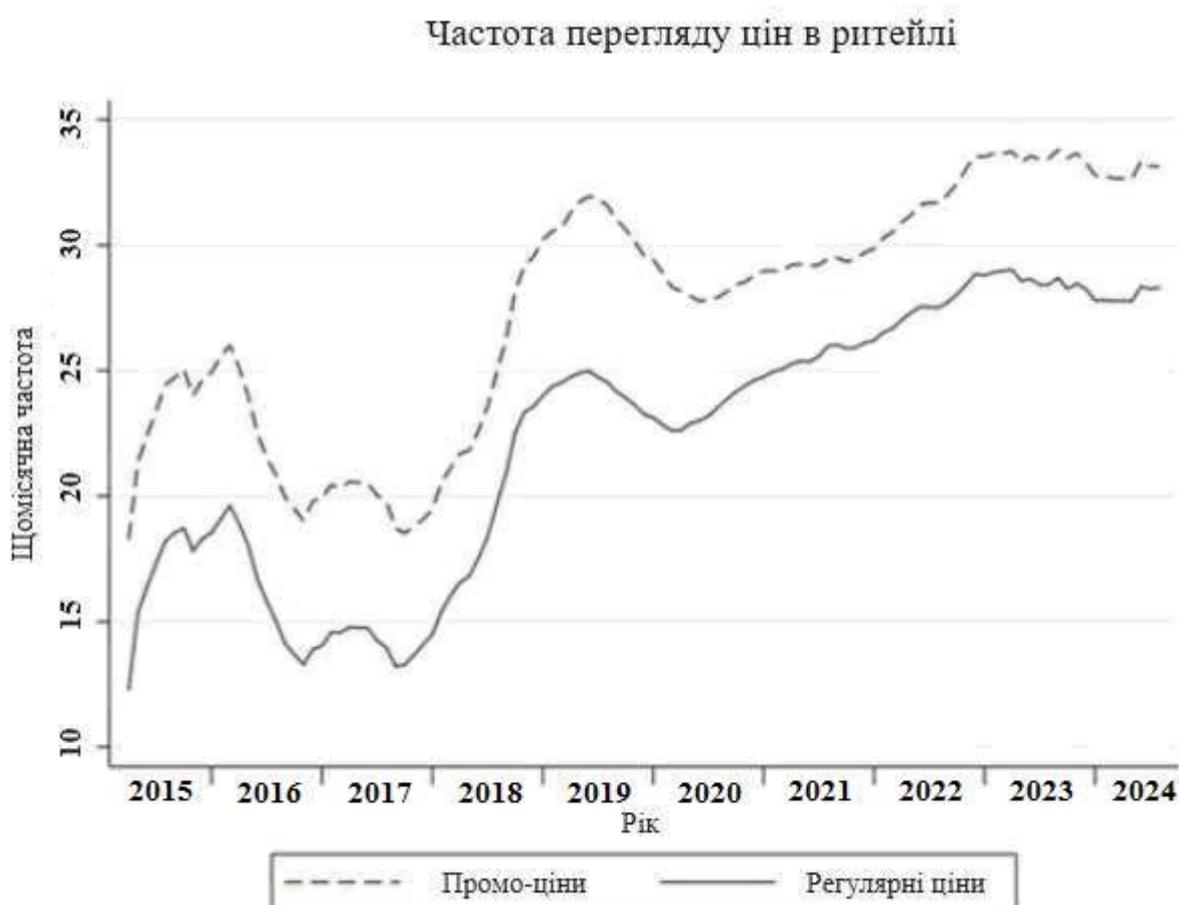


Рис. 2.1. Динаміка перегляду цін торговими мережами, 2017-2024 рр.

Джерело: складено автором

Подібний тренд має і макроекономічний ефект. Підвищення прозорості цін та здатність швидше реагувати на зміни має стримуючий ефект на динаміку інфляції. Такий ефект пояснюється зниженням цінової інерції, що стримує

учасників ринку від надмірних різких підйомів цін в умовах впливу факторів середовища на ціни. Таким чином, тренд до цифровізації торгівлі чинить вплив у тому числі на макроекономічну динаміку свого ринку.

Поширення онлайн-магазинів змінює ринкове середовище. Оскільки уподобання клієнтів зміщаються в сторону дешевших та швидших варіантів отримання бажаного товару, традиційні формати фізичних магазинів поволі занепадають. Так, за даними Федерального банку США, обсяг виторгу у популярному в країні форматі фізичних магазинів «department store», що є приблизним відповідником терміну «універмаг» в українській мові, з 2000 по 2024 р. скоротився на 43% [28]. Динаміка виручки від реалізації наведена на рис. 2.2.

Така динаміка відображається і на тенденціях до закриття магазинів у традиційних форматах. Згідно аналізу агентства eMarketer, найпопулярнішими серед покупців в США, які купують через онлайн-канали, є категорії одягу, електроніки і меблів та інших товарів для дому.

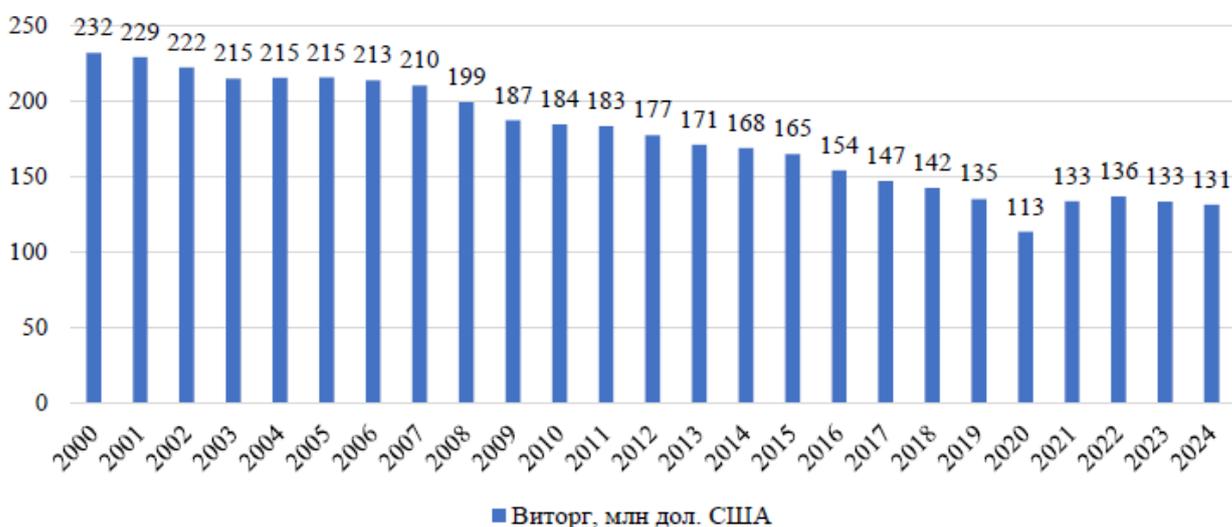


Рис. 2.2. Динаміка виручки від реалізації універмагами США протягом 2000-2024 рр., млрд дол

Джерело: складено автором на основі [28]

Повний перелік з оглядом десяти найпоширеніших категорій та прогноз їх розвитку наведено на рис. 2.3. Важливо зазначити, що категорія «Книги, музика,

відео» включає продаж фізичних товарів цієї категорії те не охоплює продаж електронних версій цих продуктів.

Такий розподіл впливає на динаміку менш конкурентних з позиції фіксованих витрат продавців – традиційного ритейлу. У 2024 р. в США було закрито близько 4,6 тисяч торгових точок (близько 13 точок щодня), що показало зростання показника закриттів на 80% порівняно з 2023 р. Існує зв'язок між сегментами, в яких ці магазини працювали, та динамікою продажів в електронній комерції (рис. 2.3). Найбільшу динаміку закриттів мають мережі, профільні товарні групи яких є найпопулярнішими серед покупців онлайн-магазинів.

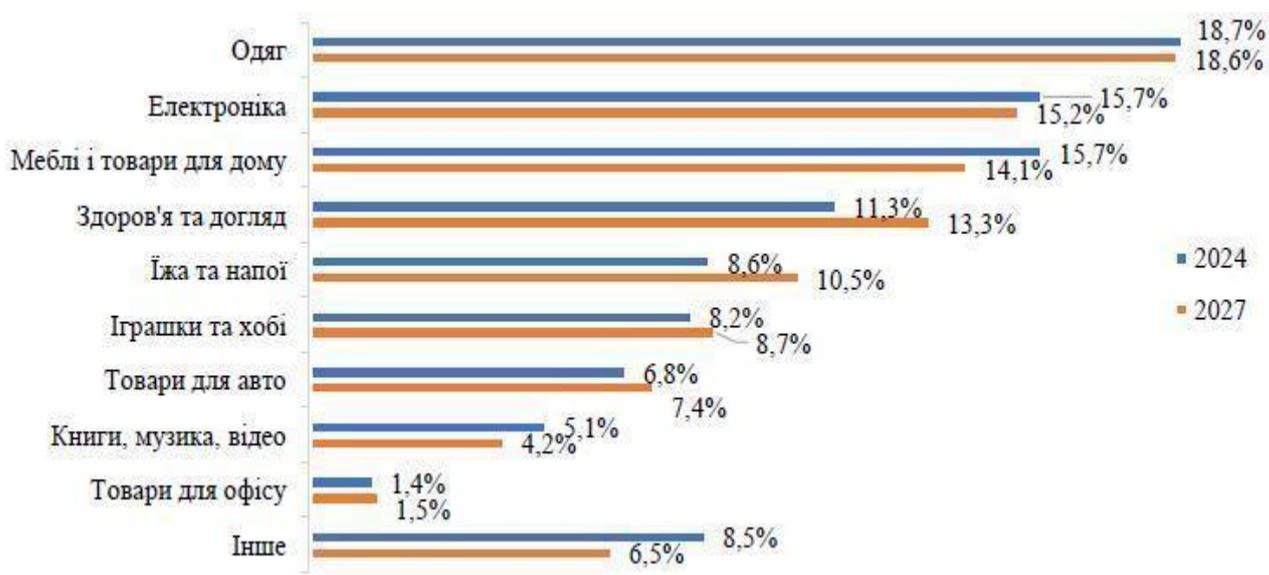


Рис. 2.3. Розподіл продажів в ключових категоріях електронної комерції США у 2024 р.

Джерело: складено автором

Динаміка закриттів таких магазинів згідно розподілу за профільними товарними групами зображена на рис. 2.4. До закриття торгових точок ритейлерів підштовхував ряд факторів, усі з яких мають зв'язок з конкуренцією у відповідних сегментах із опонентами з електронної комерції. У 2021 р. у США було введено пом'якшення покарань за крадіжки товарів вартістю до 950 дол США. Як наслідок, зросли крадіжки з фізичних магазинів. Особливо увагу крадіїв привертала леза для гоління – легкий та мініатюрний товар, який можна

зручно сховати та у подальшому продавати через канали електронної комерції.

Розслідування The Wall Street Journal виявило, що завдяки новому закону виникли нові злочинні бізнеси, які організовано займались крадіжками, збираючи награване на складах, з яких у подальшому відбувались відправки замовлених на електронних платформах крадених товарів. Таким чином, електронна комерція отримала поштовх до розвитку на тлі законодавчих змін, які не мали точкового характеру і мали вплинути на усіх торгових операторів країни.

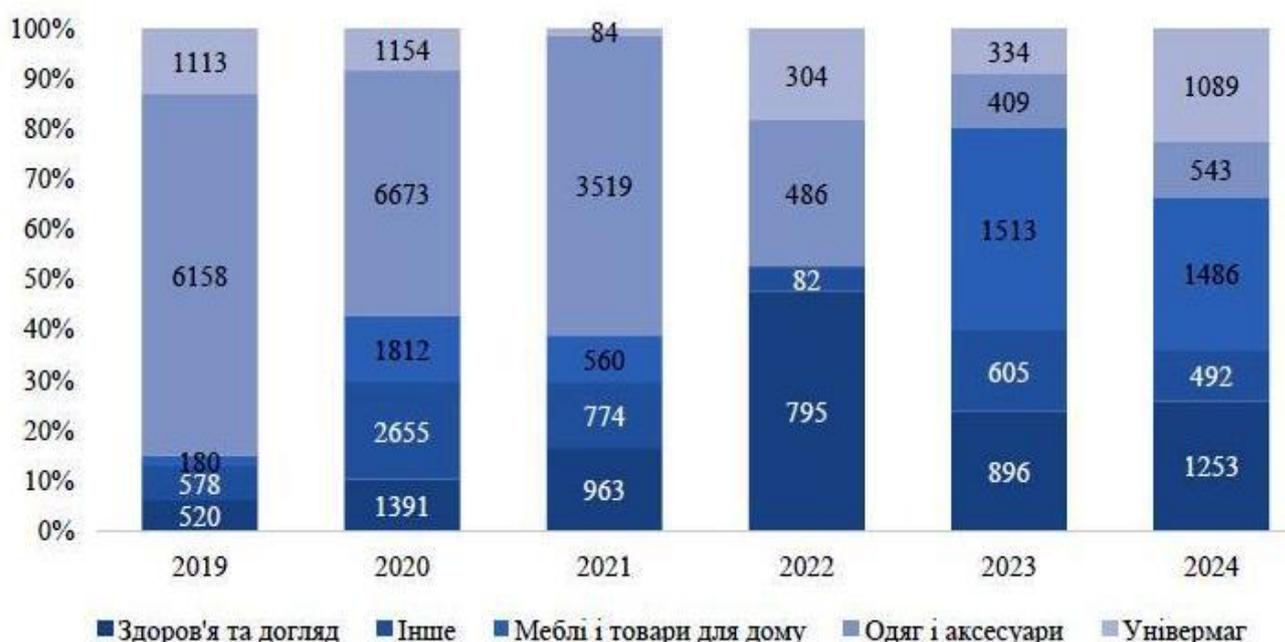


Рис. 2.4. Динаміка закриттів фізичних магазинів у США за профільними групами товарів протягом 2019-2024 рр.

Джерело: складено автором на основі [20; 44]

До закриття магазинів цей закон також має прямий стосунок: фізичні магазини ризикують бути пограбованими, при чому – на системній основі. Через це зростає збитковість та магазини змушені зачинятись. Натомість, клієнти мають змогу замовити потрібний товар або у великих продавців, або у згаданих раніше крадіїв.

Висновки до розділу 2

У результаті проведеного дослідження було розроблено новий підхід для оцінки ступеню цифровізації ринків, що охоплює оцінку внутрішніх процесів підприємств на ринку, а також трьох інших факторів ринкового конкурентного середовища, а саме відносини з державою, споживачами та ринковими опонентами.

Згідно розробленого авторського підходу було проведено анкетування представників українського бізнесу. Для інтерпретації результатів анкетування було розроблено нову методику оцінки ступеню цифровізації – Індекс симетрії факторів цифровізації (ІСФЦ). Згідно запропонованої методики було виявлено диспропорції в ступені розвитку факторів цифровізації. Ці диспропорції відображають два діаметрально протилежні стани розвитку: гіпертрофія факторів цифровізації, що відображає значний розвиток окремих факторів та формує конкурентні переваги; та атрофія, що відображає недостатній розвиток та простір для реалізації пов'язаних з цими факторами ризиків.

За результатами дослідження виявлено, що для українського бізнесу до факторів гіпертрофії належать ті фактори цифровізації, що пов'язані з плануванням впровадження стратегій цифровізації на управлінському рівні, а також фактори, пов'язані з використанням цифрових технологій задля покращення взаємодії з клієнтами та збору відомостей про можливості покращення цифрових сервісів. До факторів атрофії належать ті, що стосуються впровадження стандартів роботи з даними, протоколів безпеки та цифрової грамотності серед співробітників. Виявлено зв'язок з описаними факторами атрофії та випадками масштабних втручань в інфраструктуру українських компаній як-от при атаці вірусу Petya чи порушення роботи одного з найбільших телеком провайдерів України «Київстар», що формує приблизну оцінку збитків від подібної диспропорції в розвитку факторів цифровізації.

Вдосконалено бачення ключових трендів розвитку конкурентних відносин в умовах цифровізації економіки шляхом їх систематизації та виявлення

залежностей та ланцюгових реакцій, що дозволяє розширити бачення впливу трендів з позиції аналізу подальших поштовхів до формування інших трендів, спрямованих на відмінні елементи ринкового середовища. Приведено емпіричний аналіз проявів реалізації таких трендів на прикладах реальних економічних агентів.

Поглиблено підходи до систематизації різновидів мережевих ефектів з огляду на множинні сценарії їх реалізації, запропоновано систему класифікації таких ефектів. Проведений аналіз впливу мережевих ефектів на формування конкурентних переваг показав, що мережеві ефекти є одним з потенційних каталізаторів посилення ринкової влади, однак не є вирішальним фактором. Дослідження конкурентного протистояння на ринку соціальних мереж початку XXI ст. дозволило виявити, що мережеві ефекти є однією зі складових структури корисності від користування благами, але не є основою цієї корисності.

Запропонована пірамідальна модель цінності цифрових благ демонструє важливість таких факторів як відповідність запиту користувачів та стабільність роботи сервісів. Емпіричний аналіз продемонстрував, як слідування подібному порядку пріоритетності формування цінності для користувача дозволило компанії зі значно меншими мережевими ефектами, ніж у конкурентів, стати глобальним лідером. Разом з тим, дослідження демонструє, що мережеві ефекти хоч і не є самі по собі фактором здобуття надмірної ринкової влади, але є явищем, яке значною мірою ускладнює конкурентну динаміку на ринках шляхом недопущення нових учасників таких ринків.

РОЗДІЛ 3

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН ЗА УМОВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

3.1. Зниження ринкових бар'єрів як дієвий інструмент вдосконалення конкурентних відносин

З огляду на природу конкурентних відносин та постійні намагання руху учасників ринкової боротьби у сторону набуття більшої ринкової частки, передбачуваною поведінкою є створення перешкод діючими чільними учасниками ринку новим гравцям. Подібна поведінка здатна призвести до монополізації ринкової влади, що у свою чергу матиме негативні наслідки на кшталт зниження якості товару, здатності виробника встановлювати несправедливі ціни та потенційних проблем із постачанням, що викликані відсутністю диверсифікованих джерел.

Реакцією суспільства в особі держави стало антимонопольне регулювання. До сфер відповідальності компетентних органів належать як контроль ринкової ситуації та попередження надмірних укрупнень, що можуть поставити безпеку свободи конкурентних відносин під загрозу, так і розробка тих чи інших ефективних засобів та прийомів, що забезпечуватимуть відповідне законодавче поле, в межах якого шкідливий вплив на ринкові конкурентні відносини буде мінімізовано.

Попри те, що ризики укрупнення та монополізації ринкової влади були притаманні ринковим відносинам різних епох, в еру цифровізації ці виклики постали в дещо іншому світлі. Одним із ключових чинників такого розвитку подій стала система захисту прав інтелектуальної власності. Ця система, що покликана забезпечувати права авторства та можливість комерціалізації результатів творчої діяльності людини, забезпечила виняткові умови для технологічних компаній, для яких ключовим інструментом конкурентного протистояння є власне ексклюзивна доступність окремих технологій.

Ринок за своїм змістом є багатограним терміном та може аналізуватись у різних розрізах. По-перше, ринок можна розглядати як сукупність організацій та індивідів, що конкурують в певній галузі. В такому випадку, бар'єри стосуватимуться входження на ринок того чи іншого виду послуг або товарів. Це ж стосується бар'єрів розширення. Ці перешкоди набувають особливої актуальності з огляду на розповсюдження мережевих ефектів та їх роль у формуванні ринкової влади технологічними гігантами. Через це ринки, які є умовно відкритими для входу, не є де-факто такими, оскільки подальший розвиток є штучно обмеженим.

Цей же галузевий ринок можна у подальшому сегментувати на внутрішні та зовнішні: в умовах глобалізації та за допомогою технологій, які виникли та будуть виникати завдяки подальшому проникненню цифровізації та розвитку міжнародної логістики, часто економічні агенти не обмежені кордонами держави, резидентами якої вони є. В результаті цього, потенційні бар'єри входження розширюються за рахунок адміністративних перешкод та можливостей лобізму зі сторони крупних локальних гравців. Систематизований перелік бар'єрів розвитку конкурентних відносин наведено на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Систематизація бар'єрів розвитку конкурентних відносин

Джерело: складено автором самостійно

Окрім бар'єрів що є специфічними для тих чи інших ринків, бар'єри, притаманні сучасним ринкам в умовах цифровізації, можна поділити на дві

історико-хронологічні групи: загальні бар'єри, що виникли задовго до масштабних процесів цифрової трансформації, а також нові бар'єри, що виникли вже у результаті цифровізації.

Серед умовно класичних бар'єрів можна привести наступні. Найочевиднішим є ринкова влада крупних гравців. Сама по собі вона не є бар'єром, однак за рахунок своїх масштабів діючі лідери ринку здатні перешкоджати входженню нових учасників ринку. Попри те, що технології дозволяють здобувати перевагу над традиційними бізнес-моделями, як це було раніше описано на прикладі сервісів Airbnb чи Uber, витіснити технологічних гравців без достатньої капіталоозброєності та диверсифікації продукту дуже складно. Однак цифровізація значним чином вплинула на ці бар'єри. Так, поширення мережевих ефектів, про які йшлося в минулому розділі, створює ефект прискорення зростання для діючих компаній. Як наслідок, інтенсивність конкурентних відносин страждає, оскільки навіть за умов наявності доступного капіталу новоприбулий гравець на ринку з великою імовірністю не зможе скласти повноцінну конкуренцію діючому лідеру [33-36]. .

Яскравим прикладом цього є згаданий вище Google+. Попри доступ до значних фінансових ресурсів, а також доступ до вже наявної мережі користувачів, цій ініціативі не вдалось ні скласти конкуренцію діючому лідеру на ринку, ні зайняти свою нішу шляхом диференціації від діючого лідера. Відповідно, з позиції бар'єрів входження, що виражають у значному впливі через масштаб діючих гравців, цифровізація негативно позначилась на умовах конкуренції, посилюючи традиційний бар'єр [33-35].

Іншими умовно традиційними бар'єрами є адміністративні перешкоди. Труднощі у отриманні ліцензій, невизначеність юридично-правового статусу, наявність пільг у діючих учасників ринку – всі ці заходи є бар'єрами, що підвищують поріг входження на ринки нових гравців. Утім, цифровізація мала позитивний вплив на це обмеження. Беручи до уваги досвід Uber, можна стверджувати, що в окремих випадках цифровізація дозволяє прискорити адаптацію державного регулювання та вимог, шляхом демонстрації їх

рудиментарності. Так, цей сервіс на початках перебував у «сірій зоні», оскільки авто класу Uber Black в обов'язковому порядку мали всі необхідні ліцензії та договори, тоді як більш поширений та дешевший Uber X фактично не мав жодних прав на здійснення прибуткової діяльності. Але, зрештою, законодавства країн, де оператори на кшталт Uber оперують адаптувались або здійснюють адаптацію з огляду на значний попит на такі послуги, а також з огляду на позитивний ефект від більшого залучення виконавців. Для розвитку конкурентних відносин подібна тенденція є позитивною, оскільки фактично відбувається зниження бар'єрів та інтенсифікація таких відносин у відповідних нішах [33-38].

Також традиційним бар'єром є протекціонізм зі сторони держави. Цей бар'єр слугує інструментом державного регулювання, що не обмежується своїм характером та впливом лише на економічний вимір. Яскравим прикладом такого бар'єру є мита, впроваджені адміністрацією президента Трампа у 2025 р. Згідно цих змін, порядок ввозу закордонних відправлень для товарів з Китаю більше не підлягав умовам розмитнення "deminimis", згідно якого приватні відправлення з фактурною вартістю до 800 доларів ввозились без сплати мита чи ПДВ. Отже усі відправлення з китайських маркетплейсів на кшталт Shein чи раніше згаданого Temu з 4 по 8 лютого 2025 р. підлягали розмитненню згідно чинних умов комерційного ввозу, доки рішення про впровадження мит не було відкладене до уточнень. Однак зміна норм встигла суттєво вплинути на виторг китайських продавців. Згідно даних Bloomberg, спад продажів магазину Shein склав 41% порівняно з продажами тижнем раніше. Більш повна динаміка відображена на рис. 3.2.

Як пише видання, попри відкладення такого рішення державними органами США, тепер клієнти відмовляються від покупок, оскільки невідомо, коли знову почне діяти новий митний режим для дрібних відправлень з Китаю, а отже замовлення за час доставки може потрапити під новий режим розмитнення відправлень.

Ця подія є важливою з позиції аналізу стимулювання конкурентного

середовища. Китайські маркетплейси склали суттєву конкуренцію локальному ринку електронної комерції у США. Почавши активну експансію у 2022 р., вона зуміли всього за 3 роки зайняти частку ринку у 3% від усього обсягу продажів через електронні канали у США. Динаміка спаду зображена на рис. 3.2.

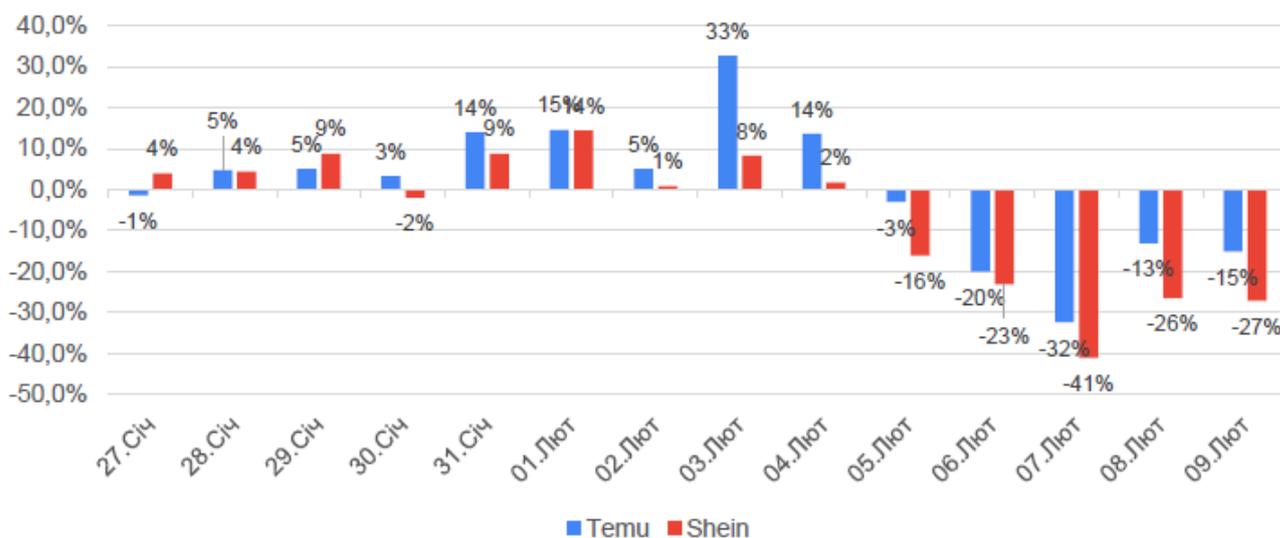


Рис. 3.2. Динаміка продажів китайських маркетплейсів у США при введенні мит

Джерело: складено автором

Однак доцільнішим буде аналіз частки ринку китайських продавців в конкретних сегментах. Так, до прикладу, в онлайн-продажі одягу китайський продавець Shein станом на 2023 р. зайняв перше місце за обсягом виручки та продемонструвавши зростання у 42% відносно попереднього року згідно оцінок консалтингового агентства ECDB [30].

Успіх китайських компаній полягав у їх гнучкій бізнес-моделі, яка ґрунтується на припущеннях про високу чутливість до ціни у відповідних сегментах (на кшталт одягу та взуття), потребу у швидкій реакції на зміну моди та байдужість споживачів до проблем екології попри заяви таких споживачів у рамках проведення досліджень. Так, до прикладу, за даними агентства Euromonitor середня ціна проданої одиниці товару через Shein склала 8 дол. Порівнюючи ціни, один і той же товар на Temu та Amazon коштує 23 та 35 дол відповідно, тобто різниця становить приблизно 50%.

3.2. Напрями забезпечення ефективного розвитку конкуренції у системі економічних відносин

Система економічних відносин за своїм змістом завжди була складним та багатокомпонентним явищем. Поширення же процесів цифровізації цю тенденцію лише посилила, додавши не просто нових гравців та нові ринки, а кристалізувавши цілий окремий вимір – цифровий, який забезпечує оперування даними та перетворення їх в нові блага. Попри різні визначення та ступінь охоплення елементів, зв'язків між ними та процесів, що протікають в рамках системи, всі ці визначення приводять до ключових характеристик економічної системи як і будь-якої іншої системи:

- наявність сукупності елементів;
- наявність сталих та різнонаправлених зв'язків, що формують систему з набору різних елементів.

Окрім активних сторін економічної системи та зв'язків між ними критично важливу роль відіграє ринкова інфраструктура, як дозволяє всім учасникам процесу взаємодіяти, а також правовий режим, який диктує державний устрій. Додатково виділяють наддержавні утворення та організації, які мають свій вплив на процеси, що відбуваються в рамках економічної системи. Виходячи із термінів, які приведено вище, можна виокремити тріаду ключових компонент, які фігурують у більшості визначень та дають чітке розуміння взаємодії на ринку: домогосподарства, підприємства та держава.

Остання у свою чергу відіграє специфічну роль в межах економічних систем. Держава у науковій думці має різні ролі, серед яких варто виокремити дві: кейнсіанський замовник, що стимулює виробництво, та смітіанська держава у ролі «нічного сторожа». Цей розподіл дозволяє взяти початок двох векторів діяльності держави: позитивна стимулююча діяльність та роль інгібітора-контролера, який запобігає превалюванню приватного інтересу над суспільним. Ця роль, зокрема, реалізується через функціонування в державі органів, що

здійснюють контроль за ринком.

Аналізуючи напрями трансформації ринкового середовища в Україні задля підвищення ефективності процесів конкуренції, В. Лагутін визначає три напрями такої трансформації. Перший передбачає стимулювання малого та середнього бізнесу, що, утім, неможливе з огляду на вкрай обмежений ресурс держави для такого стимулювання. Зрештою, навіть наявність ресурсу не гарантує ефективне його використання при розподілі такого ресурсу серед бізнесів-бенефіціарів. Другий сценарій передбачає нарощення міжнародної конкурентоспроможності через крупних суб'єктів господарювання [12].

Такий підхід свого часу успішно було використано в повоєнній Південній Кореї. Підприємства, які залишили по собі японці, після завершення війни було передано в розпорядження чеболям – фінансово-промисловим групам, які, попри свої характеристики конгломерату та розгалужену мережу юридичних осіб належали конкретним родинам та кланам. За підтримки держави (в цьому випадку – активні державні замовлення) частина таких підприємств спромоглися встояти та розвинути отримані активи. Нині ми їх знаємо як транснаціональні корпорації Samsung, LG, Daewoo, Hyundai та інші [47, с. 227].

Досвід Південної Кореї є прикладом успішного входження крупних національних виробників на глобальний ринок. Розвиток приведених компаній та подібність їх моделей поведінки до поведінки західних технологічних гігантів, що проявляється в активній горизонтальній експансії, стали запорукою розвитку країни, забезпечуючи сталий потік експортних доходів. Саме така політика призвела до того, що компанія, яка виросла таким чином, наразі конкурує з однією з найбільших у світі за розміром ринкової капіталізації корпорацій.

Однак орієнтація на зовнішню конкуренцію сприяє укрупненню всередині країни. За даними Всесвітнього банку, у 2021 р. показник концентрації на ринку ННІ становив 1200, тоді як для США він становив близько 600, що свідчить про удвічі нижчий рівень концентрації. Відповідно, така модель може слугувати успішним прикладом для експортно орієнтованих економік, але несе в собі значні загрози не лише економічного характеру, а і ризики впливу на політичну

та соціальну сфери держав.

Як зазначає В. Лагутін, в умовах України подібний сценарій не виглядає найбільш оптимальним та таким, що здатен принести швидкі результати. Схожий акцент було вже реалізовано на початку 2000-х років, унаслідок чого відбулась значна олігархізація, а контрольовані пострадянські партійні групи впливу замінили вже контрольовані групи олігархічних структур. В цьому контексті варто доповнити картину ще одним чинником – за умов відсутності конкуренції локальні лідери галузей, які отримали виробничі потужності від колишніх радянських формувань, мають низьку мотивацію до оновлення та модернізації виробництв [14].

Без активного інвестування у виробництво та зберігаючи технології минулого століття в строю конкурувати без значних асигнувань зі сторони держави буде складно, а додана вартість такої продукції залишатиметься нижчою, ніж в конкурентів, які регулярно впроваджують новації у своїх процесах. В цілому, цей сценарій розвитку характеризується як регресивний, а серед негативних наслідків його реалізації відзначаються підвищення рівня монополізації економіки, зниження ефективності та інтенсивності конкуренції, розширення тінізації та корупції [14]. Фактично, Україна продемонструвала реалізацію негативного сценарію корейського вектору розвитку, коли з одного боку не вдалось досягнути бажаних експортних позицій (для України вони перекидалися в основному сировинним експортом), а з іншого було досягнуто надмірної концентрації влади. Це, зокрема, відобразилось в оцінці Світового банку рівня концентрації ринкової влади в Україні – якщо до Революції Гідності показник ННІ коливався між значеннями 600-800, після неї значення показника для країни знизилось удвічі – до коливань в районі 300-400 одиниць. Це своєю чергою свідчить про підвищення рівня конкуренції в економіці країни і є позитивним індикатором того, що «корейська» модель зростання історично мала негативні наслідки для конкурентного середовища України.

Оптимальним рішенням виглядає третя опція, запропонована дослідником, яка полягає в послідовному та різнонаправленому розвитку як малих і середніх

суб'єктів господарювання, так і крупних утворень. Подібний сценарій є найбільш збалансованим та позбавленим поляризації будь-якого окремого сегменту продуктивних сил. Для реалізації цього сценарію пропонується посилити дерегуляцію економіки, підвищення доступу до кредитних ресурсів, а також стимулювання інноваційності, яке перегукується з положеннями, що описані в попередньому параграфі. Також наголошується на необхідності гармонізувати антимонопольне законодавство та державну політику з розвитку виробництва, сприяти зниженню бар'єрів входу та виходу.

Маршал Стейнбаум та Моріс Штуке аналізуючи проблеми забезпечення достатнього рівня ринкової конкуренції зачіпають питання причин у режимі регулювання, через які надмірна концентрація ринкової влади зрештою реалізувалась. Причин, на думку дослідників, було дві. Перша – підвищення фокусу державної політики на заходах із захисту споживачів. Антимонопольна політика замість кількох ключових векторів діяльності звелась до одного – забезпечити захист кінцевого споживача. При цьому, специфічним є метод виміру цього добробуту – здебільшого, він зводиться до оцінки зміни ціни та обсягу благ, які кінцеві споживачі здатні дозволити собі за тих чи інших ринкових умов.

В окремих випадках навіть таке звуження фокусу не стало максимумом атрофії антимонопольного законодавства. Другою причиною називають недосконалість застосування судової гілки. Найбільш наочними прикладами автори наводять судові справи, зокрема справу штату Огайо проти компанії AmEx, а також дозвіл на злиття AT&T та Time Warner. У цих випадках доведення неправомірності було покладено на державу як позивача. У результаті, в межах позовних справ не вдалось застосувати акти Шермана та Клейтона, а проти обвинувачених не було застосовано жодних санкцій.

У підсумку, приводиться бачення потенційного шляху вирішення поточних проблем ринкового нагляду через призму розробленого Стейнбаумом та Штуке Стандарту ефективної конкуренції. Дослідники в межах цього стандарту виділяють одразу п'ять основних напрямів, в яких має вестись робота

для забезпечення позитивної динаміки розвитку конкуренції на ринку.

Першим напрямом є збереження наявних конкурентних структур на ринку. Згідно бачення, яке пропонується, ринкова конкуренція не є природним станом сама по собі. Зрештою, конкуренція – це результат іншого природного бажання, яке полягає в отриманні максимальної вигоди при здійсненні тої чи іншої продуктивної діяльності. Однак вона можлива лише тоді, коли є достатня кількість гравців на ринку, аби стан конкуренції існував. У випадку, коли результатом конкурентної боротьби є узурпація ринкової влади одним агентом, можна говорити про досягнення цілі конкуренції цим агентом. Однак при цьому конкуренція як така зникає. Отже – конкурентне середовище не є природним станом як таке. Воно може бути перехідним режимом на шляху окремих агентів до досягнення монополістичного становища на ринку.

Таким чином, під збереженням конкурентних структур мається на увазі саме уникнення надмірної концентрації на ринку, яка здатна привести у кінцевому результаті до неможливості протистояння на ринку через надмірну владу окремого гравця. Також зазначається, що цей пункт не має стосунку до захисту споживача та не має бути якимось пов'язаним з цим процесом. Основний акцент – забезпечити достатню дистрибуцію ринкової влади між учасниками такого ринку, навіть якщо потенційне укрупнення обґрунтовується позитивним ефектом для споживача.

Вказаний пункт прямо впливає на ступінь конкуренції та її стимулювання, оскільки спрямований на збереження певної кількості учасників ринку та попереджає процеси укрупнення та концентрації, які можуть в подальшому призводити до використання лідерами ринку своїх позицій для формування бар'єрів, про які йшлося в минулому параграфі. Контроль за процесами укрупнення є одним з ключових напрямів роботи усіх антимонопольних органів світу.

Про важливість контролю за укрупненням говорить і статистика. Згідно звіту агенства CARTA, динаміка поглинань стартапів є постійною та в середньому зростає на 8%. Поглинання саме стартапів є важливим аспектом,

який вказує на хижацьку поведінку зі сторони більших гравців.

Певне послаблення після 2022 р. не спричинено послабленням процесів поглинання, а викликане зменшенням кількості стартапів з огляду на проблеми з фінансуванням, яка виникала через ряд викликів, спричинених російською агресією проти України. Детальніше динаміка поглинань відображена на рис. 3.3.

Другим напрямом є захист споживачів, покупців, робітників, постачальників та виробників. Увага акцентується на тому, що нинішнє бачення антимонопольного законодавства сфокусоване на забезпеченні добробуту кінцевого споживача. Втім, виробничий процес в реальності є складним та потребує багатовекторності в питаннях ринкового контролю. Так, загрозованим станом є не лише монополія, а і монопсонія – наявність домінуючого покупця благ чи ресурсів, який диктує свої умови виробникам та постачальникам. Цей стан може відобразитись як на постачальниках сировини чи напівфабрикатів, так і на працівниках, особливо вузькопрофільних, для яких вибір місця роботи є обмеженим через специфіку спеціальності.

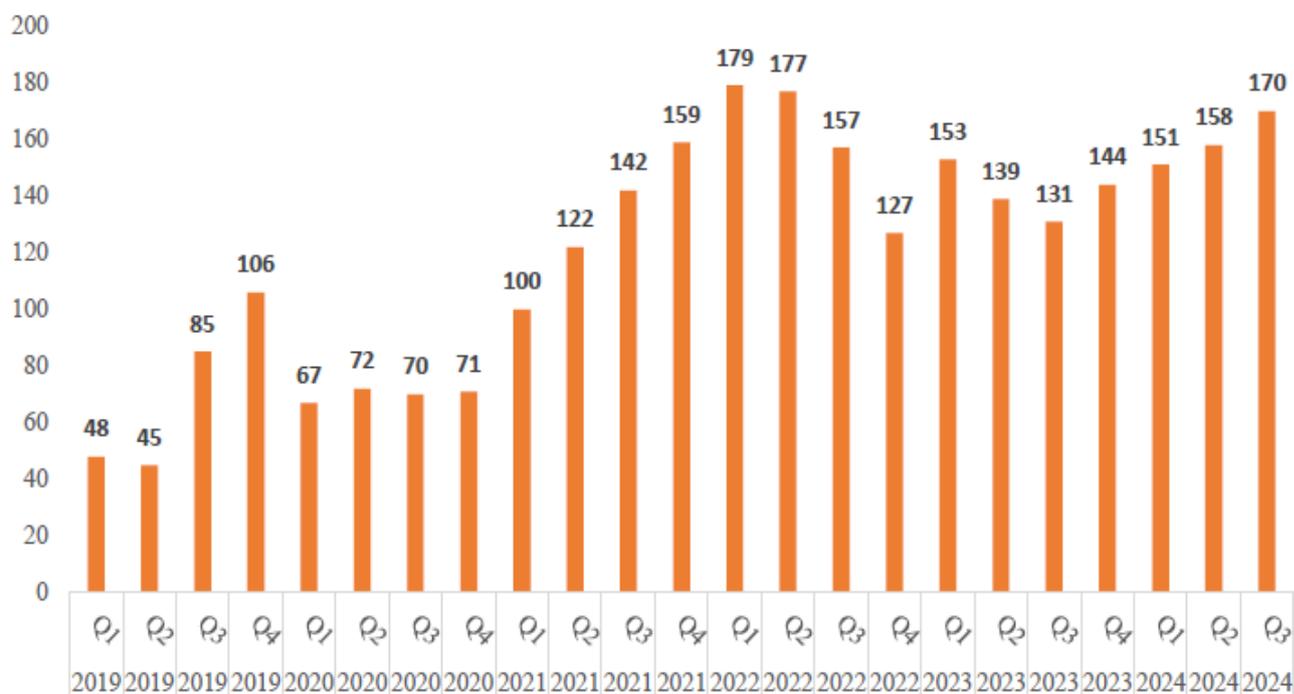


Рис. 3.3. Динаміка поглинань стартапів протягом 2019-2024 р.

Джерело: складено автором

Разом з тим, вважаємо, що подібний захист потрібен у тих випадках, коли концентрація ринкової влади вже відбулась. Наявність достатньої кількості економічних агентів на ринку, які мають схожий рівень ринкової влади, та контроль над процесами злиття і поглинання забезпечать достатню маневреність ресурсів та здатність до їх переливання.

Третім напрямом, який підтримує запропонований Стандарт, є захист можливостей для конкурування. Це положення звертає увагу на той факт, що виробництво – складний процес, який передбачає залучення великої кількості ресурсів та являє собою сукупність великої кількості етапів організації. Відповідно, в інтересах підтримки конкуренції важливо забезпечити свободу дій та рівний доступ для всіх зацікавлених економічних агентів. Отже, в обов'язки держави-сторожа має входити контроль за виникненням «вузького горла», тобто якогось проміжного учасника, який може впливати на виробничий процес «за течією», будучи монопсонією для одним та монополією для інших. З іншого боку, цей стоп означає усунення бар'єрів входу та виходу на ринки – оскільки саме їх відкриттів формує можливості для конкурування.

Висновки до розділу 3

На основі проведеного дослідження виявлено шляхи зниження традиційних бар'єрів входження на ринки та можливості їх подолання, які виникли з поширенням процесів цифровізації. Виокремлено нові специфічні бар'єри, що виникають з огляду на цифровізацію, серед яких зростання влади цифрових платформ, зростання ролі даних та виникнення «ренти», яку отримують цифрові гіганти, що акумулюють ці дані, бар'єри переключення, що активно впроваджуються цифровими гігантами, бар'єри мережевих ефектів, а також тренд до зростання ролі ресурсу електроенергії в умовах динамічного розвитку рішень штучного інтелекту.

За результатами дослідження виявлено нові виклики, що постають перед антимонопольними органами на кшталт екстериторіальності діяльності

цифрових сервісів та технологічного лагу між державою та інноваційними компаніями. Водночас, проаналізовано ефективність окремих традиційних інструментів втручання на прикладі ринку електронної комерції в США шляхом впровадження імпорتنих мит на товари з Китаю.

Запропоновано заходи зі зниження описаних бар'єрів шляхом підвищення доступності даних, формування інноваційних віз для полегшення входу іноземних інноваційних ініціатив, що потребують підтримки, а також традиційних методів підтримки на кшталт податкових пільг чи прямого грантового фінансування компаній інноваторів. Окремо аналізується позитивний досвід України в контексті підтримки технологічних ініціатив безпекового спрямування в умовах воєнної агресії.

Завдяки проведеному аналізу пропонується змішана модель підтримки конкуренції, що базується на гармонізованому поєднанні корейської моделі підтримки діючих крупних гравців та моделі стимулювання входження нових учасників ринку завдяки програмам державної підтримки. Для потреб ринкового контролю з метою зниження технологічного лагу запропоновано модель ситуативних союзів між державою та технологічними компаніями з метою збору та аналізу даних про ринкову активність задля підвищення конкурентних процесів у цифровому вимірі. Описано моделі зниження невизначеності, спричиненої роботою алгоритмів збору та обробки даних шляхом публікації відкритої документації з метою підвищення прозорості роботи з даними як для людей, чії дані збираються, так і для державних регуляторів.

Акцентується увага на характері поглинань в умовах цифровізації, що виражається в одночасному слідуванні вертикальному та горизонтальному векторам укрупнення. З огляду на це рекомендується використання комплексного аналізу відстеження подібних поглинань з метою попередження антиконкурентної поведінки на суміжних ринках та нішах. Запропоновано використання підходу, схожого до того, що діє у фінансовому секторі та полягає в примусовому розділенні крупних компаній згідно ринкової специфіки ведення діяльності тих чи інших підрозділів такої компанії.

Запропоновано підходи щодо забезпечення безпеки особистих даних шляхом поєднання передових регуляторних та технологічних практик, що виражається в передачі контролю за даними користувачам, де ті можуть впливати не лише на спектр даних, що збираються, а і на рівень їх агрегації. Також пропонується впровадження стандартів переключення, що дозволить знизити наявні бар'єри за аналогією з впровадженням стандарту переключення між операторами стільникового зв'язку.

Описано модель реагування на динаміку укрупнень, що включає реакцію учасників ринку та сценарії розвитку конкурентного середовища, а також моделі втручання державних органів з метою недопущення надмірної концентрації з метою збереження конкурентності ринкового середовища.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі магістра було проведено теоретичне узагальнення еволюції конкурентних відносин в історичній перспективі, а також метаморфози цих відносин під впливом інновацій, які несе в собі цифровізація. З урахуванням нових технологічних можливостей, які виникли в процесі цифровізації, було запропоновано напрями державної політики у сфері ринкового контролю та стимулювання, а також запропоновано перспективні напрями подальшого розвитку як і ринкової політики держави, так і засобів та інструментів, які можуть підвищити ефективність реалізації цієї політики. У підсумку, можемо зробити наступні узагальнення:

1. Дослідження етимології та еволюції поняття конкуренції демонструє багатогранність цього поняття та варіативність його визначення в залежності від контексту дискусії. За результатами проведеного аналізу було запропоновано узагальнене визначення економічної конкуренції. Значення конкуренції та ставлення мислителів різних епох значно відрізнялось, однак розуміння саме економічної конкуренції кристалізувалось відносно недавно. На підставі проведеного історичного аналізу та ретроспективного огляду підходів було запропоновано етапізацію в історії розвитку терміну економічної конкуренції та закладеної в таке визначення конотації, а також було запропоновано підхід до етапізації наповнення терміну, який відображає динаміку поглиблення розуміння сутності цього явища в науковій думці.

2. За результатами дослідження встановлено, що конкурентні відносини з огляду на свою сутність супроводжували людей з початку існування суспільства та з моменту виникнення мінових відносин зокрема, відіграючи критичну роль в стимулювання подальшого розвитку бізнес-моделей та технологій. Виявлено, що завдяки розвитку людської цивілізації конкурентні економічні відносини мали свій специфічний трек еволюції. Від конкуренції за локальні ресурси із сусідніми племенами до конкуренції на глобальних ринках в умовах доступності цифрового виміру змінювались обставини, зміщувались акценти на бажаних ресурсах, однак мотивація забезпечення максимальної здатності

забезпечити власні потреби залишалась. Описано динаміку, з якою змінювались обмеження та бар'єри, недоступні колись ресурси з іншого континенту стали доступні в пішій доступності, а обсяги виробництва динамічно зростали. Разом з ними зростала і ринкова влада окремих економічних агентів, що поставило під загрозу суспільний добробут. Реакцією на це стало втручання держави, яка паралельно розвивалась протягом всього часу та все більше фокусувала увагу на досягнення суспільного добробуту. Новим викликом розвитку конкурентних відносин стала цифровізація, під впливом якої можливість опрацювати більший обсяг даних стала новою конкурентною перевагою.

3. Аналіз впливу цифровізації на розвиток конкурентних відносин показав, що цифровізація стала одним з найбільших проривів та одним з найсерйозніших викликів. Широке впровадження цифрових технологій дозволило реалізовувати недоступні раніше бізнес-моделі, впроваджувати нову для ринків практику шеринг-економіки. Було виявлено двосторонній вплив нового явища – цифрових платформ-посередників, що одночасно підвищують можливості для виходу на нові ринках для учасників цих платформ, але у той же час негативно впливають на розвиток конкурентних відносин шляхом значного ускладнення виходу конкурентів самих платформ. Розвиток платформ мав значний вплив на більш традиційні бізнес-моделі та значним чином вплинув на них, формуючи нові гібридні утворення, що продовжують наслідувати операційні моделі своїх попередників, вдосконалюючи їх шляхом використання технологій передачі даних, що дозволяє оптимізувати витрати та провадити більш поінформовану діяльність. Виявлено, що зростання ролі даних та мережевих ефектів, що стимулюють монополізацію збору цих даних ставить конкурентну політику держави перед новими викликами, реакція на які потребує негайних дій на нововведень.

4. Дослідження показало, що цифровізаційні процеси в Україні мають свої яскраві особливості, серед яких глибока орієнтованість на потреби свого клієнта, що супроводжується доволі низьким рівнем уваги до питань цифрової безпеки і управління ризиками, що пов'язані з цифровізацією. Наслідком такої

специфіки розвитку стали потужні хакерські атаки, які мали значний вплив на економіку та ведення щоденної діяльності підприємств. Крім того, розвиток цифрової економіки в Україні характеризувався швидкістю реакцій на зміни в ринковому середовищі та доволі швидким проникненням основних інфраструктурних рішень як-от поширення персональних гаджетів та доступу до інтернету. Виявлено, що попри високу інноваційність, активний розвиток технологічних ініціатив ознаменувався і проблемами на кшталт надмірної концентрації ринкової влади, зокрема на ринку райдхелінгу в Україні. Особливим викликом для української економіки стали пандемія коронавірусу та повномасштабне вторгнення РФ у 2022 році. Ці події показали важливу роль цифрової економіки України, що полягає у вищій стійкості до таких ситуацій. Зокрема, було описано вплив воєнної агресії на такі ключові галузі економіки як металургія та агропромисловий комплекс, які з огляду на свою обмежену мобільність та залежність від морського сполучення значною мірою постраждали від бойових дій, тоді як більш цифровізовані компанії мали змогу скористатись своєю здатністю до швидкої релокації та зберегти рівень свого внеску до економіки країни.

Аналіз основних трендів цифровізації показав, що широке впровадження цифрових технологій може сприяти інтенсифікації конкурентних відносин, стимулюючи гіперконкуренцію. Разом з тим, поширення нових бізнес-моделей значною мірою впливає на ринкове середовище. Було описано зв'язок впливу електронної комерції на традиційну торгівлю, що виражається в стійкій динаміці останніх років до закриття фізичних точок здебільшого в тих товарних категоріях, що користуються найбільшим попитом в покупців онлайн-магазинів. Описано, що значним викликом стала тенденція до інтенсивних укрупнень з боку найбільших технологічних гігантів, які за останні роки поглинули сотні конкурентів та стартапів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академічна міграція в Україні: причини, наслідки, перспективи. Аналітичний звіт Центру дослідження суспільства (CEDOS). 2014. URL: https://cedos.org.ua/system/attachments/files/000/000/050/original/AcademicMigration_CSR.pdf?1404815631
2. Андрощук Г. Патентна система у світовій економіці: сценарії розвитку. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2010. № 4. С. 36-53.
3. Биковець В. Лобізм у системі представництва інтересів. *Політичний менеджмент*. 2006. № 5. С. 44-52.
4. Біблія. Від Матвія. 19:30. Bible.com. URL: <https://www.bible.com/uk/bible/204/MAT.19.30.UMT>
5. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі. Київ: Основи, 2001. 670 с.
6. Від карбованця до cashless: як розвивалася історія платежів в Україні. New Voice. URL: <https://nv.ua/ukr/project/istoriya-rozvitku-platezhiv-v-ukrajini-za-roki-nezalezhnosti-50107381.html>.
7. Гевко В. Л. Основні аспекти організації підприємств мережевого типу. *Економіка та держава*. 2018. № 7. С. 67-69.
8. Динаміка використання Інтернет в Україні: лютий-березень 2016. Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=621>
9. Інтернет-корпорація з присвоєння імен і номерів (ICANN). Домен верхнього рівня .UA. URL: <https://www.iana.org/domains/root/db/ua.html>
10. Камбек у 90-ті: як виглядали перші українські сайти Komanchi. URL: <https://komanchi.com.ua/uk/kambek-u-90-ti-yak-vyglyadaly-pershi-ukrayinski-sajty/>
11. Келічавий А. В. Еволюція конкуренції: від зародження поняття до сучасних особливостей. *Економічна теорія та історія економічної думки*. 2009. № 5. С. 58-63.
12. Кравцова І. Економічна конкуренція як об'єкт адміністративно-

правового регулювання. *Підприємництво, господарство і право*. 2022. № 6. С. 149-155.

13. Лагутін В. Д. Ефекти конкурентної політики за умов європейської інтеграції України. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції: *Проблеми формування та реалізації конкурентної політики*. 2017. С. 66-69.

14. Лагутін В.Д., Уманців Ю.М., Герасименко А.Г., Гриценко О.Г., Боровик Ю.І., Кірієнко Ю.А., Ясько Ю.І. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституціональна трансформація: монографія / за ред. В.Д. Лагутіна. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 432 с.

15. Михальчишин Н. Л. Еволюція антимонопольного регулювання цифрових платформ: досвід ЄС, США та Китаю. *Наукові перспективи*. 2024. № 12. С. 749-760. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/18292/18341>.

16. Навчальний дистанційний курс «Стратегічне планування». E-Learning (Портал Верховної Ради України). URL: <https://e-learning.rada.gov.ua/storage/119/Програма-курсу.pdf>

17. Новицька М. В. Порівняльний аналіз визначень терміну «цифрова економіка». *Економіка і організація управління*. 2022. № 2. С. 183-189.

18. ПРАТ «Київстар». Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань. 2025. URL: <https://opendatabot.ua/c/21673832>, вільний. – Назва з екрана.

19. Пуцентейло П.Р., Гуменюк О.О. Цифрова економіка як новітній вектор реконструкції традиційної економіки. *Інноваційна економіка*. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/32028/1/InnEko_5-6%202018_%d0%9f%d1%83%d1%86%d0%b5%d0%bd%d1%82%d0%b5%d0%b9%d0%bb%d0%be%20%d0%9f.%d0%a0.-%d0%93%d1%83%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%8e%d0%ba%20%d0%9e.%d0%9e..pdf.

20. Ритейл-апокаліпсис у США: закривають 10 000 магазинів. RAU.

URL: <https://rau.ua/novyni/ritejl-apokalipsys-ssha-10-000/>

21. У 2022 році Україна експортувала майже 100 млн тонн продукції.

Дія. Бізнес. 2023. URL:

<https://export.gov.ua/news/4389->

[u_2022_rotsi_ukraina_eksportovala_maizhe_100_mln_tonn.](#)

22. Угода Adobe з придбання Figma за \$20 млрд може стати предметом розслідування у ЄС. *Forbes*. 2023. URL: <https://forbes.ua/news/ugoda-adobe-z-pridbannya-figma-za-20-mlrd-mozhe-stati-predmetom-rozsliduvannya-u-es-20062023-14285>.

23. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html#6-2-1>.

24. Український ринок e-commerce. RAU. URL:

https://rau.ua/novyni/ukrainskij-rinok-e-commerce/#google_vignette.

25. Уманців Ю. М., Білявська Ю. В. Цифрові детермінанти технологічного розвитку економіки. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2024. № 2. С. 9–20.

26. Уманців Ю. М., Ємець В. В., Трамана В. С. Світовий досвід реалізації конкурентної політики. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2024. № 4. С. 9–25.

27. Що відомо і що невідомо про перші українські сайти. *Детектор медіа*. 2008. 16 квітня. URL: <https://detector.media/rinok/article/37855/2008-04-16-shcho-vidomo-i-shcho-nevidomo-pro-pershi-ukrainski-sayty/>.

28. Advance Retail Sales: Department Stores(Real State and Local). Federal Reserve Bank of St. Louis. URL: <https://fred.stlouisfed.org/series/RSDSELD#>

29. Amazon effect on retail margins not over. Bloomberg. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-11-21/-amazon-effect-on-retail-margins-not-over-morgan-stanley-says>

30. Amazon launches Shein competitor 'Haul' — everything will cost less than \$20. Mashable. 2025. URL: <https://mashable.com/article/amazon-haul->

shein- competitor.

31. Andriychuk O. The evolution of the economic concept of competition. (n.d.). The Normative Foundations of European Competition Law. 2017. P. 10–34.

32. Antitrust: Commission fines Google €4.34 billion for illegal practices regarding Android mobile devices to strengthen dominance of Google's search engine. European Commission. 2018. URL:

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_4581

33. Betamax vs. VHS: the video tape format war. TransferMagic. URL: <https://transfermagic.co.uk/blog/betamax-vs-vhs-the-video-tape-format-war/>

34. Brave1 Офіційний сайт проекту. URL: <https://brave1.gov.ua/>

35. Can Big Tech Be Regulated? SIPA Forum Ponders Lessons Around the World. Columbia SIPA. URL: <https://www.sipa.columbia.edu/news/can-big-tech-be-regulated-sipa-forum-ponders-lessons-around-world>.

36. CEO Liki24 про вплив карантину на попит. AIN. 2020. URL: <https://ain.ua/ru/2020/04/13/liki24-v-karantin>

37. Chris Wickham. How did the Feudal Economy Work? The Economic Logic of Medieval Societies. Past & Present. 2021. № 251. P. 3-40.

38. Computer Era. LIGA.net. URL: https://project.liga.net/projects/computer_era/

39. Digital Economy. Bureau of Economic Analysis. 2022. URL: <https://www.bea.gov/data/special-topics/digital-economy>.

40. Digital economy. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. 2018. URL: <https://www.eurofound.europa.eu/observatories/eurwork/industrial-relations-dictionary/digital-economy>

41. Digital Markets Act: rules for digital gatekeepers to ensure open markets enter into force. European Commission. 2022. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_6423

42. Digital Services Act. European Commission. URL: <https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit>

digital-age/digital-services-act_en.

43. Fisher N., Wees H. *Competition in the Ancient World*. Swansea: Classical Press of Wales, 2011. XI. 308 p.

44. Full list: major retailers shut stores in 2024. *Newsweek*. URL: <https://www.newsweek.com/full-list-major-retailers-shut-stores-2024-2005661>.

45. Gary Richardson. A tale of two theories: monopolies and craft guilds in medieval England and modern imagination. *Journal of the History of Economic Thought*. 2001. № 23. P. 217-242.

46. Joe Biden. Republicans and Democrats, Unite Against Big Tech Abuses. *The Wall Street Journal*. 2023. URL: <https://www.wsj.com/articles/unite-against-big-tech-abuses-social-media-privacy-competition-antitrust-children-algorithm-11673439411>.

47. Kim, Eun Mee. The Origins of Korean Chaebols and their Roots in the Korean War. *The Korean Journal of International Studies*. 2005. Vol. 3. №. 1. December. P. 203–230. URL: http://www.kjis.org/journal/download_pdf.php?spage=203&volume=3&number=1

48. Knox B. *Always To Be Best: The Competitive Spirit in Ancient Greek Culture*. The Professor John C. Rouman Classical Lecture Series, 2010.

49. Mark Cartwright. Trade in the Ancient World. *World History Encyclopedia*. URL: <https://www.worldhistory.org/collection/39/trade-in-the-ancient-world>.

50. Microsoft Antitrust Case. Corporate Finance Institute. 2020. URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/microsoft-antitrust-case>.

51. Microsoft set to face EU antitrust probe over video calls. *Politico*. 2023. URL: <https://www.politico.eu/article/microsoft-european-union-antitrust-video-calls-software-giant>.

ДОДАТКИ

Час охоплення 50 мільйонів користувачів новими технологіями

Технологія	Належність до цифрових	Рік початку поширення	Час охоплення 50 млн користувачів, років
Авіаперевезення	Нецифрова	1914	64
Автомобілі	Нецифрова	1908	62
Домашні телефони	Нецифрова	1890	50
Електроенергія	Нецифрова	1882	46
Банківські картки	Нецифрова	1958	28
Телебачення	Нецифрова	1939	22
Банкомати	Цифрова	1967	18
Комп'ютери	Цифрова	1981	14
Мобільні телефони	Цифрова	1983	12
Інтернет	Цифрова	1993	7
Facebook	Цифрова	2004	4
WeChat	Цифрова	2011	1
PokemonGo	Цифрова	2016	0,05

Джерело сформовано на основі: [4; 7].

Порядок розрахунку індикаторів Індексу симетрії факторів цифровізації

	Слабкий розвиток		Сильний розвиток		Бал цифрових можливостей	Бал цифрових результатів	Індекс цифрової підготованості
Цифрова стратегія	39	61	96	140	100	237	136
Організаційні можливості	78	138	92	117	216	209	-7
Розвиток експертизи	117	107	100	82	224	182	-42
Інноваційна культура	176	123	89	82	298	171	-128
Технологічна основа	78	92	112	117	170	229	59
Екосистеми та партнерства	98	215	73	98	312	171	-142
Поінформованість про конкурентне середовище	104	82	92	109	186	202	16
Вплив на конкуренцію на ринку	117	51	95	91	168	186	18
Готовність до змін	143	164	116	81	307	196	-111
Впровадження норм і стандартів роботи з даними	117	92	72	112	209	184	-25
Управління цифровими ризиками	78	102	92	68	180	160	-20
Підтримка культури відповідності стандартам роботи з даними	117	143	90	99	260	189	-72
Ефективність цифрових сервісів	65	51	103	117	116	220	104
Простота використання цифрових сервісів	91	72	134	94	163	227	65
Задоволеність клієнтів цифровими сервісами	78	51	131	107	129	238	108

Джерело сформовано на основі: [13].