УДК 339.137.2:004
DOI:10.32782/2415-8240-2026-109-2-379-392

ЕВОЛЮЦІЯ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ НА КОНКУРЕНЦІЮ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

EVOLUTION OF SCIENTIFIC VIEWS ON COMPETITION THROUGH THE PRISM OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

Костюк Ярослав Юрійович,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії)
Уманський національний університет
ORCID: https://orcid.org/0009-0004-0931-744X

Yaroslav Kostiuk,
Uman National University

Стаття присвячена теоретичному обґрунтуванню еволюції наукових поглядів на конкуренцію від ранньої класичної школи до наукових поглядів на конкуренцію у доцифрову епоху, проаналізовані передумови початку цифрової трансформації конкурентних відносин, запропоновано авторський підхід до їх періодизації. У статті використано історико-логічний і порівняльний аналіз та узагальнення, аналітичне групування, факторний аналіз, а також методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції. Акцентовано увагу на ключових проблемах формулювання теоретичного підходу до визначення конкуренції як економічної категорії в епоху цифрової економіки. Автором обґрунтовані особливості конкуренції в умовах цифровізації та визначено чинники, які їх визначають. Проаналізовані напрями удосконалення конкурентної політики Європейського Союзу в умовах цифрової економіки та необхідність обґрунтування концепції національної конкурентної політики в Україні.

Ключові слова: конкуренція, етапи еволюції теорії конкуренції, цифрова економіка, коопетиція, гейткіпери, антимонопольна політика.

The evolution of competition theory is rooted in the historical development of society's productive forces and in the very nature of market relations. Economic thought has undergone a long evolution in its interpretation of competition: from classical political economy, which viewed competition as an "invisible hand" that turns the self-interest of individual producers into public good, to the recognition that rivalry must be combined with the capacity for collaboration. Today, competition is no longer limited to the struggle for efficiency and market position; it is increasingly aimed at controlling the conditions of development, access to critical technologies, and participation in global value chains. The following methods are employed in this article: historical-logical and comparative analysis and generalisation, analytical

grouping, factor analysis, as well as methods of analysis and synthesis, induction and deduction.

The key features of competition in the context of digitalization include: competition between platforms and ecosystems; coopetition; the activities of digital gatekeepers; the transience of competitive advantages; data-driven competition; the "winner-takes-most" principle; information asymmetry and digital inequality; interdependence and globality; competition for attention (the attention economy), among others. In the European Union, the large-scale use of online platforms has been observed since the second half of the 2010s. In recent years, the evolution of competition driven by the digital transformation of the global economy has been reflected in EU policy.

With the introduction of the Digital Markets Act (DMA), the European Commission has changed the very philosophy of competition regulation. Instead of punishing past infringements, which requires lengthy investigations, it addresses risks to competition in digital ecosystems before they materialize by opening up closed ecosystems and imposing ex ante obligations on large digital platforms.

Ukraine needs to substantiate a concept of national competition policy for the era of the digital economy, based on the experience of European countries, as required by the EU acquis.

Key words: competition, stages of the evolution of competition theory, digital economy, coopetition, gatekeepers, antimonopoly policy.

Вступ. Глобальні виклики сучасного світу, серед яких особливо виділяється посилення тиску на ринки, вимагають переосмислення певних економічних категорій, пошуку їх нового місця в сучасній науці та визначення особливого значення для досягнення розвитку кожного національного господарства та світової економіки в цілому. Тому важливо звернутись до категорії конкуренція, однієї з найважливіших складових механізму саморегулювання ринкової економіки, яка, з одного боку, є достатньо опрацьована, зважаючи на довгий історичний період осмислення і переосмислення функціонування ринку. З іншого боку, на еволюційному шляху розвитку конкуренції до складних сучасних форм відбуваються постійні зміни, обумовлені технологічними, інституційно-соціальними, міжнародними, інтеграційними факторами, які вимагають наукового опрацювання, нагромадження достатньої кількості результативних досліджень для теоретичного обґрунтування державної політики у сфері розвитку та захисту економічної конкуренції.

Традиційні методи конкуренції, орієнтовані на ціну та якість, поступилися більш інноваційним, боротьбі за інтелектуальне лідерство. Сучасний період охарактеризувався такими важливими напрямками еволюції теорії конкуренції, як поява коопетиції, категорії, що пояснює конкурентну взаємодію суб'єктів господарювання, тобто які одночасно конкурують і співпрацюють на ринку; становлення цифрової економіки сприяло подальшій трансформації конкуренції та появі її різновиду – цифровій конкуренції. Ці процеси викликали формування

економічного і правового механізму регулювання економічної конкуренції в Європейському Союзі як порівняно нового феномену суспільного розвитку, дослідження якого є особливо актуальним на євроінтеграційному шляху України.

Огляд літератури. У наукових колах проблема цифрової конкуренції викликає дедалі більший інтерес і важливо констатувати, що до великої кількості публікацій з цієї тематики зарубіжних авторів, серед яких лауреати Нобелівської премії з економіки Ж. Тіроль [1], Ф. Агіон, П. Говітт, приєдналися і українські науковці, які досліджують проблематику цифрової економіки. Ж. Тіроль досліджував, як регулювати олігополії, щоб ринкова конкуренція не шкодила споживачам і не давала гігантам зловживати ринковою владою. Головним досягненням Ф. Агіона та П. Говітта є теорія сталого економічного зростання через «творче руйнування». Відомий дослідник конкуренції професор Гарвардської школи бізнесу Портер М. [2] вказує на те, що цифрові ринки принципово інші, тому через старі моделі все важче пояснити природу сучасної конкуренції. А. Бранденбургер та Б. Налебафф [3] проаналізували принципи та практичне використання коопетиції.

Серед українських доробок на особливу увагу заслуговують праці Н. Резнікової, В. Вовк, Л. Птащенко, В. Гановського, А. Жибак, О. Лиштви, Т. Щербакової, Я. Аврамич, В. Радько, С. Мацюри, К. Голікової, А. Кикиної, О. Заяць та інш. Гановський В. [4] досліджує трансформацію конкурентних відносин у цифровому суспільстві, наголошуючи, що суб'єкти ринку одержують більшу висоту бар'єрів для входу та мобільності. Щербакова Т. та Аврамич Я. [5] узагальнюють теоретичні засади коопетиції та наводять приклади взаємної вигоди успішного застосування конкуренції та співробітництва. На необхідність оновлення регуляторних підходів через обмежений доступ до цифрової інфраструктури, що поглиблює нерівність між учасниками ринку, вказують Н. Резнікова, В. Вовк, Л. Птащенко [6]. Шевченко Л. [7]. зазначає, що цифрова економіка суттєво вплинула та докорінно змінила природу конкуренції, і в цих умовах бізнес може вижити за рахунок безперервно впровадження інноваційних моделей та стратегій управління (бліцмасштабування, стратегічне мислення керівників, асиметрична конкуренція). Радько В., Мацюра С., Голікова К. [8] доводять, що Цілі сталого розвитку не можуть бути досягнуті в режимі чистого суперництва і пропонують авторське визначення «конкурентоспроможності сталого розвитку». В умовах пошуку інструментів подолання ресурсних обмежень і підвищення інноваційного потенціалу важливою стратегічною парадигмою є коопетиція, прояв якої на різних рівнях – від мікрорівня окремих фірм до макрорівня міжнародних інтеграційних об'єднань досліджують А. Кикина та О. Заяць [9].

Найбільш дискусійними залишаються питання щодо трансформації природи конкуренції та релевантності традиційних наукових підходів у новому цифровому середовищі: чи можна старі стратегічні моделі адаптувати до сучасних реалій цифрової економіки, чи цифрові ринки принципово інші, а, відповідно, інша природа конкуренції. Дискусія охоплює і проблему високої

концентрації цифрових ринків та її впливу на інновації, чи стимулює їх, чи, навпаки, стримує.

Метою статті є дослідження еволюції наукових поглядів на конкуренцію через призму цифровізації економіки у контексті трансформації антимонопольної політики в Європейському Союзі.

Завдання дослідження полягають в необхідності теоретичного обґрунтування еволюції наукових поглядів на конкуренцію та її особливостей в епоху цифрової економіки, аналізі напрямів удосконалення конкурентної політики при зміні філософії регулювання конкуренції.

Методика досліджень. Основними методами, що були використані в ході дослідження є: історико-логічний і порівняльний аналіз та узагальнення, аналітичне групування для періодизації еволюції наукових поглядів на конкуренцію, факторний аналіз дає змогу з'ясувати ключові детермінанти, що визначають трансформацію конкурентних відносин та особливості під впливом цифровізації економіки. Метод аналізу та синтезу використовувався для виявлення особливостей конкуренції в умовах цифровізації, а індукції та дедукції для визначення векторів розвитку антимонопольного регулювання. За допомогою порівняльного аналізу здійснено зіставлення традиційних підходів до характеристики конкуренції з її особливостями у цифровій економіці.

Під час підготовки рукопису технології штучного інтелекту не використовувалися.

Результати досліджень. Відповідно до Закону України «Про захист економічної конкуренції» економічною конкуренцією є змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [10]. Проте, таке визначення не враховує тих змін, які прослідковуються від ранніх досліджень до сучасних підходів, особливо з переходом до цифрової економіки. Цифрова епоха формує нові підходи до створення та підтримки конкурентних переваг, де на перший план виходять інноваційність, швидкість адаптації, гнучкість управління даними, здатність до цифрової трансформації та інтеграції в глобальні інформаційно-комунікаційні потоки [6].

Еволюція теорії конкуренції закладена в історичному розвитку продуктивних сил суспільства та в самій природі ринкових відносин.

Світова економічна думка пройшла тривалу еволюцію в трактуванні конкуренції – від класичної політекономії з поглядами на конкуренцію як «невидиму руку», що перетворює егоїзм окремих виробників на суспільне благо до усвідомлення необхідності поєднувати змагальність із здатністю до колаборації. А. Сміт сформулював основні умови виникнення та існування конкуренції, розглядав її як природний регулятор ринку, що впливає на зниження цін, забезпечує зростання якості та ефективний розподіл ресурсів без втручання держави. Д. Рікардо доповнив аналіз конкуренції теорією порівняльних переваг,

обґрунтувавши вигоди міжнародної конкуренції, довівши, що навіть країни з абсолютно нижчою продуктивністю можуть вигравати у міжнародній торгівлі завдяки спеціалізації.

Концентрація виробництва та розвиток монополістичного капіталу дали поштовх для дослідження мікроекономічних проблем, а буржуазна держава, на думку науковців, мала гарантувати дотримання «правил конкуренції». Концентрація виробництва і капіталу призвели до скорочення кількості виробників на окремих ринках, що послабило цінову конкуренцію. Це вимагало значної трансформації конкурентних відносин між суб'єктами тогочасних ринків. У наукових дослідженнях це знайшло відображення у формуванні теорії недосконалої конкуренції, насамперед Дж.Робінсон. Значні зміни на товарних ринках та нові умови конкуренції актуалізували нецінову конкуренцію, яка проявлялась у підвищенні якості товарів, кращому сервісі, рекламі, репутації виробника тощо. Модель монополістичної конкуренції охарактеризував Е. Чемберлін у своїй книзі «Теорія монополістичної конкуренції», визначивши її як природний стан ринку, де завдяки диференціації продукту кожна фірма має певну міру монопольної влади над своїм товаром, що дозволяє виробнику посісти частково монопольне становище на ринку.

Друга половина XX століття ознаменувалась значними науковими відкриттями, що започаткувало етап конкуренції інновацій. Головною зброєю в конкурентній боротьбі стає створення та впровадження нових унікальних продуктів, технологій та послуг. Відбувається формування теорії управління конкурентоспроможністю фірми, використання інновацій як основи для створення стійких унікальних важкокопійованих конкурентних переваг, які конкуренти не можуть відтворити через технологічну складність, юридичні бар'єри, високу вартість чи інші умови. Суттєвий науковий доробок цього часу за Й. Шумпетером, який ввів концепцію «творчого руйнування», конкуренцію він розглядає не як цінову війну, а боротьбу новаторів, де перемагає той, хто впроваджує кардинально нові технології, руйнуючи старі галузі.

Загострення конкурентної боротьби в кінці XX ст. спонукало бізнес до пошуку нових можливостей для утвердження своїх позицій на ринку. Традиційні методи конкуренції, орієнтовані на ціну та якість, поступилися більш інноваційним, боротьбі за інтелектуальне лідерство. Цей період охарактеризувався ще одним напрямком еволюції теорії конкуренції, а саме, поява коопетиції, як категорії, що пояснює конкурентну взаємодію суб'єктів господарювання, тобто які одночасно конкурують і співпрацюють на ринку. У 1996 році викладачі бізнесу в Нью-Йоркському та Єльському університетах Адам М. Бранденбургер та Баррі Дж. Налебафф у своїй книзі «Coopetition» [3] проаналізували принципи та практичне використання коопетиції на прикладі співпраці достатньо відомих та успішних компаній міжнародного бізнесу таких як Pepsi, Coca-Cola. В умовах пошуку інструментів подолання ресурсних обмежень і підвищення інноваційного потенціалу, коопетиція є важливою стратегічною парадигмою, яка проявляється на різних рівнях – від мікрорівня окремих фірм до макрорівня міжнародних інтеграційних об'єднань [9].

Парадокс коопетиції полягає в тому, що поєднуючи два суперечливих процеси - конкуренцію та співробітництво, компанії підтверджують той факт, що залишаючись конкурентами, можна досягти взаємної вигоди, працюючи спільно над певними аспектами свого бізнесу [11].

Узагальнюючою особливістю сучасного п'ятого етапу формування економічної думки щодо конкурентних відносин є комплексний підхід до поняття конкуренції – це є продукт синтезу наукових поглядів на усіх чотирьох етапах еволюції, з обгрунтуванням стратегічного впливу цифровізації економіки(табл.1).

Таблиця 1. Етапи еволюції наукових поглядів на конкуренцію

№	Назва та період	Економічні характеристики етапу	Теоретичні обгрунтування економічної конкуренції
1.	Класичний етап (XVIII ст. – друга половина XIX ст.)	Розвиток ринкових відносин сприяв охопленню конкуренцією не тільки товарів, але всіх факторів суспільного виробництва: робочої сили, землі, капіталу.	А. Сміт, Д. Рікардо, А. Курно, Дж.С. Мілль розглядали конкурентні відносини як об'єктивний результат дії ринкового механізму, обмеженого структурними параметрами ринку
2.	Етап монополістичної конкуренції (70-ті роки XIX ст. -до Другої світової війни.	Розвиток продуктивних сил на цьому етапі спричинив концентрацію виробництва і капіталу, утворення монополістичних структур.	У. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас, В. Парето, А. Маршалл, Е. Чемберлін, Д. Робінсон та ін. економісти висували на перший план дослідження мікроекономічних проблем. Науковці вважали, що буржуазна держава має гарантувати дотримання «правил конкуренції».
3.	Етап конкуренції інновацій (друга половина XX століття)	Головною зброєю в боротьбі за покупця стає створення та впровадження нових унікальних продуктів, технологій чи послуг	М. Портер, Д.Тапскотт, Е. Вільямс, В. Чан Кім, Й. Шумпетер Р. Моборн, Г. Чесбро сформували теорії управління конкурентоспроможністю фірми, використання інновацій як основи для створення унікальних конкурентних переваг
4.	Етап коопетиції (кінець XX ст.-початок XXI ст.)	Використання переваг конкурентної боротьби та активного співробітництва	А. Бранденбургер, Б. Налебафф, М. Бенгстон, Д.Б. Даніно, Д.Р. Гняваллі, С. Кок, Л. Ядонг та інші проаналізували принципи та практичне використання коопетиції як конкурентну взаємодію суб'єктів господарювання
5.	Етап цифрової конкуренції (останні 20 років)	Наявність єдиного інформаційного простору для безперервного обміну даними між різними сферами діяльності та структурними підрозділами	Ж. Тіроль, Ф. Агіон, П. Говітт, М.Портер, Ф.Мортон розробили концепції мережевої інтелектуально інформаційної конкуренції, яка може слугувати теоретико-методологічною основою для практичної діяльності суб'єктів та інститутів ринкових відносин.

Джерело: сформовано з урахуванням джерел [4–9].

В сучасних умовах конкуренція перестає обмежуватися боротьбою за ефективність і ринкові позиції та дедалі більше спрямовується на контроль умов

розвитку, доступу до критичних технологій і участі у глобальних ланцюгах створення вартості [12].

Останні два десятиліття вплив цифрових технологій на конкуренцію зростає, а її результати стають набагато більш фундаментальними, що проявляється в зміні ринкових структур, одержуючи натомість більшу висоту бар'єрів для входу та мобільності. [4] Хоч з іншого боку відбувається розмивання галузевих бар'єрів. Технологічні компанії легко заходять на суміжні ринки, диверсифікуючи виробництво. Для прикладу, фінтех-стартапи конкурують із традиційними банками, а Uber чи Bolt – із класичними службами таксі та логістичними компаніями.

Серед сутнісних характеристик конкуренції в умовах цифровізації можна виділити такі деталі, представлені в таблиці 2.

В умовах цифровізації трансформується сама структура ринкових відносин, що вимагає зміни методів та інструментів конкурентної боротьби. Цифрова конкуренція стає змаганням насамперед за сам ринок, а не лише за його частку за ціною. Нобелівський лауреат Ж. Тіроль вказує, що якщо на ринку присутня постійна можливість появи інноваційних гравців, то навіть за наявності монополіста ринок залишається конкурентним, адже це змушує лідерів тримати низькі ціни та інвестувати в розвиток [1].

Разом з тим, наукові дослідження виявили ряд проблеми: зважаючи на економічні особливості цифрових ринків, існує відсутність природного змагального процесу для досягнення конкурентних результатів; використання позицій гейткіперів для збереження ринкової влади та посилення власного домінування, що включає контроль доступу на ринки нових учасників; збір та використання персональної інформації користувачів; обмеження споживачів у виборі та інші [16].

Тому традиційні підходи до захисту економічної конкуренції, що їх використовували компетентні державні органи та міжнародні організації, на цифрових ринках виявилися неефективними щодо великих онлайн-платформ, які мають значну ринкову владу і у відносинах із споживачами, і у відносинах із суб'єктами господарювання, які пропонують свої товари та послуги на цих онлайн-платформах [17].

У Євросоюзі тенденція до масштабного використання онлайн-платформ спостерігається з другої половини 2010-х рр. Еволюція конкуренції під впливом цифрової трансформації сучасної світової економіки проявилася і в політиці ЄС протягом останніх років. Конкретні зміни відображаються у переорієнтації логіки, пріоритетів, інструментів та методів у сфері конкурентної політики. Європейський Союз постійно працює над системним розвитком та удосконаленням насамперед механізмів правового регулювання цифрових послуг. Як результат - ухвалення Європейським парламентом і Радою ЄС Закону про цифрові ринки (англ. Digital Markets Act (DMA) [18], що набув чинності 1 листопада 2022 року, (а більшість його норм почали реально застосовуватися з 02.05.2023) та запроваджує обов'язкові правила для онлайн-платформ, яким надано статус гейткіперів (англ. gatekeepers). Зобов'язання для гейткіперів діють

з 7 березня 2024 р. Необхідність їх прийняття викликана тим, що гейткіпери суттєво впливають на конкурентне середовище, маючи економічну владу на ринку: нав'язують власні правила контрагентам, контролюють цифрові дані та доступ користувачів до певних товарів, послуг чи інших груп суб'єктів ринку.

Таблиця 2. Особливості конкуренції в умовах цифровізації

Особливість	Характеристика
Конкуренція платформ та екосистем	Бізнес-моделі переходять до платформного типу, де конкуренція відбувається не лише між товарами чи послугами, а між цілими цифровими екосистемами
Співконкуренція (Coopetition)	У цифровому світі компанії часто змушені одночасно співпрацювати та конкурувати. Наприклад, технологічні гіганти можуть конкурувати у сфері хмарних технологій, але співпрацювати у розробці стандартів штучного інтелекту чи розміщувати додатки в магазинах один одного.
Діяльність цифрових гейткіперів	Гейткіпери фактично стали монополістами у своїх сферах, і через можливість використання свого панівного економічного становища, існують певні загрози обмеження конкуренції.
Конкуренція за дані (Data-driven competition)	Головним інструментом отримання переваги стають дані, алгоритми, інтелектуальна власність, бренд і довіра. Хто володіє більшим обсягом даних про поведінку клієнтів, той може точніше налаштувати алгоритми, покращити продукт і запропонувати персоналізований сервіс.
Швидкоплинність переваг	Цифрова конкуренція характеризується надзвичайною інтенсивність розвитку: швидкий темп змін сприяє тому, що інновації швидко застарівають, і тимчасова перевага швидко втрачається і переходить до нового суб'єкта.
Дія принципу «Переможець отримує більше» (Winner-Takes-Most)	Через мережеві ефекти лідери ринку (як-от Google, Apple, Amazon) швидко масштабуються і стають майже недосяжними для малих конкурентів, створюючи природні цифрові монополії.
Інформаційна асиметрія та цифрова нерівність	Конкурентне середовище спотворюється під впливом технологічної відсталості та обмеженого доступу до цифрової інфраструктури, що потребує оновлення регуляторної політики для усунення суттєвої нерівності між учасниками ринку
Взаємозалежність та глобальність	Цифрові компанії функціонують у транскордонному середовищі, де конкуренція виходить за межі національних ринків і потребує нових форм міжнародного регулювання
Стратегічні альянси та економічна інтеграція	Участь у міжнародних альянсах та інтеграційних угрупуваннях підвищує доступ до нових ринків і технологій, що сприяє зближенню індивідуальних інтересів, коли потенційні конкуренти можуть стати партнерами, уникаючи конфліктів.
Підвищення репутації та соціальної відповідальності	Конкурентоспроможність у цифровій економіці все більше проявляється через індикатори онлайн-довіри, рейтинги, відгуки.
Конкуренція за увагу (Attention Economy)	Основним обмеженим ресурсом споживача став його час та увага. Компанії з різних сфер конкурують за одні й ті самі хвилини користувача.

Джерело: сформовано з урахуванням джерел [6]; [13–15].

Знаковою особливістю змін, що впливають на підвищення рівня конкуренції на цифрових ринках DMA, є трансформація регуляторного підходу – від традиційного антимонопольного втручання ex post після встановлення факту порушення, до превентивного регулювання ex ante. Традиційне антимонопольне втручання використовують виключно для захисту конкуренції через одноразові втручання з конкретно визначеною метою, використовуючи обмежений набір інструментів.

Превентивне регулювання спрямоване на запобігання антиконкурентної поведінки. Саме накладання зобов'язань ex ante не тільки захищає внутрішньо- та міжплатформенну конкуренцію, а й розвиває її, сприяючи активізації інноваційної діяльності на цифрових ринках. Ex ante попереджає небажану поведінку гейткіперів.

Європейська комісія запровадженням DMA змінила саму філософію регулювання конкуренції: заходи не спрямовуються на покарання за скоєне у минулому, що вимагає тривалих розслідувань за статтею 102 Договору про функціонування Європейського Союзу (ДФЄС), а ризики для конкуренції в цифрових екосистемах усуваються ще до їх актуалізації відкриттям закритих екосистем та запровадженням попередніх зобов'язань для великих цифрових платформ, таких як Apple, Meta та Alphabet.

В Україні відсутній окремий інструмент, подібний до Закону про цифрові ринки у ЄС. Проте, це не означає, що при регулюванні антиконкурентної поведінки суб'єктів господарювання сучасна система конкуренції не має бути здатною ефективно реагувати на діяльність платформ і цифрових екосистем. Тому постає необхідність обґрунтування концепції національної конкурентної політики в Україні в епоху цифрової економіки, яка повинна грунтуватись на досвіді розвинених країн, які вже мають значні напрацювання в цьому питанні, і в першу чергу ЄС, як того вимагає узгодження підзаконних актів та правозастосовчої практики з вимогами acquis ЄС. В основу цієї концепції повинна бути покладена ідея, що національна конкурентна політика не може обмежуватись лише антимонопольним регулюванням, а має базуватися на ролі держави як координатора відносин з глобальними інститутами регулювання конкуренції. Ця політика повинна виступати балансиром амбівалентності функцій конкуренції, тобто враховувати подвійну природу конкуренції: і як потужний стимул для економічного розвитку, і як джерело деструктивних явищ та соціальних ризиків. Сучасна тенденція в антимонопольній політиці характеризується переходом від моноцентричної моделі регулювання конкуренції до поліцентричної моделі, тобто, від єдиного центру прийняття рішень до системи взаємодії різних інститутів та суспільних інтересів. Головним регулятором виступає не єдиний державний орган (наприклад, Антимонопольний комітет), а мережа інститутів (національні органи, суди, секторальні регулятори, міжнародні інституції). Поліцентрична модель має багатоаспектний підхід до аналізу, враховуючи інновації, захист даних, екологію, соціальні фактори, що характерно для цифрових екосистем, платформ, транснаціональних гігантів. Перехід до поліцентризму обумовлений

глобалізацією та транскордонністю ринків. Сучасні цифрові гіганти (Apple, Google, Amazon) діють поза межами однієї юрисдикції, і тому один національний регулятор не здатний ефективно контролювати їхню діяльність. Тим більше, що межі між ринками розмиваються і це вимагає одночасної експертизи як антимонопольних органів, так і банківських чи телекомунікаційних регуляторів.

Цифровізація економіки вимагає переходу від статичної протидії монополіям до динамічного стимулювання чесної, добросовісної та сумлінної конкуренції, використовуючи превентивні інструменти та сучасні поведінкові підходи.

Висновки. В епоху цифровізації економіки традиційне розуміння конкуренції як суперництва між компаніями однієї галузі за частку ринку зазнало докорінних змін і трансформувалося в концепцію екосистемної та технологічної боротьби.

Етапи еволюції наукових поглядів на конкуренцію обумовлені історичним розвитком продуктивних сил суспільства, на кожному з яких теоретичні обґрунтування економічної конкуренції виходять з економічних характеристик певного періоду. П'ятий етап вирізняється комплексним підходом до поняття конкуренції – це є продукт синтезу наукових поглядів на усіх попередніх чотирьох етапах еволюції, з обґрунтуванням стратегічного впливу цифрової економіки, що базується на цифрових комп'ютерних та інтернет-технологіях.

Цифрову конкуренцію можна визначити як систему відносин між компаніями, що проявляється як у змаганні між суб'єктами господарювання з метою здобуття переваг у здатності збирати, аналізувати та монетизувати великі масиви даних про поведінку споживачів, у контролі над даними з метою володіти увагою користувачів, мережевими ефектами та цифровими платформами, які часто виходять за межі однієї конкретної галузі, так і складною динамічною взаємодією і співпрацею в умовах високої технологічної турбулентності, коли інновації швидко застарівають, а тимчасова перевага недовговічна та стрімко втрачається.

Від компетентних державних органів та міжнародних організацій головною вимогою є опрацювання загальних напрямів удосконалення конкурентної політики в умовах цифрової економіки, насамперед це співставлення ex-post та ex-ante регулювання, узгодженість регуляторних підходів та міжнародного співробітництва шляхом переходу від моноцентричної моделі регулювання конкуренції до поліцентричної моделі.

Подальші дослідження конкурентних відносин потребуватимуть аналізу ефективності моделей конкурентної політики в умовах цифрової економіки.

Внесок авторів. *Автор повністю провів дослідження, написав і відредагував текст.*

Фінансування. *Автор заявляє, що дослідження виконано без зовнішнього фінансування.*

Конфлікт інтересів. *Автор заявляє про відсутність конфлікту інтересів.*

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Tirole J. Competition and the Industrial Challenge for the Digital Age. *Annual Review of Economics*. 2023. Vol. 15. Pp. 573–605. DOI: https://doi.org/10.1146/annurev-economics-090622-024222 (дата звернення: 16.09.2026).

2. Porter M. E., Heppelmann J. E. How Smart, Connected Products Are Transforming Companies. *Harvard Business Review 93*. 2015. Vol. 10. Pp. 97–114. URL: https://hbr.org/2015/10/how-smart-connected-products-aretransforming-companies (дата звернення: 16.09.2026).

3. Brandenburger A. M. Nalebuff B. J. Coopetition. New York, Currency Doubleday, 1996. 288 p.

4. Гановський В. Трансформація конкурентних відносин у цифровому суспільстві. *Scientia fructuosa*: *Економічні науки.* 2023. Том 150, № 4. С. 67–84. DOI: https://doi.org/10.31617/1.2023(150)05 (дата звернення: 16.09.2026).

5. Щербакова Т. А. Аврамич Я. В. Конкуренція та співробітництво: нові реалії *Економічний простір*. 2024. № 190. С. 300–304. DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-54 (дата звернення: 16.09.2026).

6. Резнікова Н. В., Вовк В. А., Птащенко Л. В. Конкуренція в цифрову епоху: стратегічні детермінанти конкурентоспроможності. *European scientific journal of Economic and Financial innovation.* 2025. № 2 (16). С. 421–429. DOI: http://doi.org/10.32750/2025-0239 (дата звернення: 16.09.2026).

7. Шевченко Л. С. Нова конкуренція: від індустріальних суспільств XIX століття до цифрової доби. *Економічна теорія та право*. 2025. № 2 (61). С. 6–24. DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2025-61-2-6 (дата звернення: 16.09.2026).

8. Радько В. М., Мацюра С. І., Голікова К. П. Конкуренція та конкурентоспроможність: еволюція понять від суперництва до партнерства задля сталого розвитку. *Економічний простір.* 2026. № 213, С. 53–60 DOI: https://doi.org/10.30838/EP.213.53-60 (дата звернення: 16.09.2026).

9. Кикина А., Заяць О. Коопетиція як стратегічна парадигма в умовах глобальної економічної взаємозалежності. *Економіка та суспільство*. 2025. № 80. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-28 (дата звернення: 16.09.2026).

10. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 р. №2210-III. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text. (дата звернення: 10.09.2026).

11. Каличева Н. Є., Чорнобровка І. В. Конкуренція: сучасне розуміння, сутність та вплив на ринкову економіку. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2024. № 85. С. 30–36 DOI: https://doi.org/10.18664/btie.85.306327 (дата звернення: 16.09.2026).

12. Панченко В., Резнікова Н., Грод М. Глобальна конкуренція і політика стримування розвитку: нормативно-інституційні виміри стратегічного суперництва. *Міжнародна економічна політика*. 2025. № 2 (43). С. 7–41. DOI: 10.33111/iep.2025.43.01 (дата звернення: 16.09.2026).

13. Лиштва О. В. Фактори цифрової економіки як основа модернізації конкурентного аналізу в стратегічному управлінні. *Соціальна економіка*, 2026. №74, С.177–190. DOI: https://doi.org/10.26565/2524-2547-2026-74-15 (дата звернення: 16.09.2026).

14. Пташенко, О., Резнікова, Н., Іващенко, О. Міжнародні стратегічні альянси в умовах цифрових трансформацій і розвитку ринку даних. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*, 2023. № 2(12), С. 214–227. DOI: https://doi.org/10.32750/2023-0218 (дата звернення: 16.09.2026).

15. Жибак А. А. Цифрові гейткіпери як виклик європейській моделі правового регулювання онлайн-платформ. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського.* 2025. Том 36 (75). № 3. С. 152–159. DOI: https://doi.org/10.32782/TNU-2707-0581/2025.3/24 (дата звернення: 16.09.2026).

16. Ex ante regulation of digital markets. OECD Competition Committee Discussion Paper. 2021. 71 p. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2021/12/ex-ante-regulation-and-competition-in-digital-markets_834e11f8/c83e178d-en.pdf (дата звернення: 16.09.2026).

17. Crémer J., Montjoye Y-A., Schweitzer H. Competition Policy for the digital era. Final report. *Publications Office of the European Union*. 2019. URL: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1/language-en (дата звернення: 16.09.2026).

18. Regulation 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act). URL: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj/eng (дата звернення: 16.09.2026).

REFERENCES

1. Tirole J. (2023). Competition and the industrial challenge for the digital age. *Annual Review of Economics*, vol. 15, pp. 573–605. DOI: https://doi.org/10.1146/annurev-economics-090622-024222 (accessed September 16, 2026).

2. Porter M. E., & Heppelmann J. E. (2015). How smart, connected products are transforming companies. *Harvard Business Review*, vol. 93, no. 10, pp. 97–114. Available at: https://hbr.org/2015/10/how-smart-connected-products-aretransforming-companies (accessed September 16, 2026).

3. Brandenburger A. M., & Nalebuff B. J. (1996). Co-opetition. New York: Currency Doubleday, 288 p.

4. Hanovskyi V. (2023). Transformatsiia konkurentnykh vidnosyn u tsyfrovomu suspilstvi [Transformation of competitive relations in the digital society]. Scientia fructuosa: *Ekonomichni nauky*, vol. 150, no. 4, pp. 67–84. DOI: https://doi.org/10.31617/1.2023(150)05 (accessed September 16, 2026) [in Ukrainian].

5. Shcherbakova T. A., & Avramych Ya. V. (2024). Konkurentsiia ta spivrobitnytstvo: novi realii [Competition and cooperation: New realities].

Ekonomichnyi prostir, no. 190, pp. 300–304. DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-54 (accessed September 16, 2026) [in Ukrainian].

6. Reznikova N. V., Vovk V. A., & Ptashchenko L. B. (2025). Konkurentsiia v tsyfrovu epokhu: stratehichni determinanty konkurentospromozhnosti [Competition in the digital age: Strategic determinants of competitiveness]. *European Scientific Journal of Economic and Financial Innovation*, no. 2(16), pp. 421–429. DOI: https://doi.org/10.32750/2025-0239 (accessed September 16, 2026) [in Ukrainian].

7. Shevchenko L. S. (2025). Nova konkurentsiia: vid industrialnykh suspilstv XIX stolittia do tsyfrovoi doby [New competition: From the industrial societies of the 19th century to the digital age]. *Ekonomichna teoriia ta pravo*, no. 2(61), pp. 6–24. DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2025-61-2-6 (accessed September 16, 2026) [in Ukrainian].

8. Radko V. M., Matsiura S. I., & Holikova K. P. (2026). Konkurentsiia ta konkurentospromozhnist: evoliutsiia poniat vid supernytstva do partnerstva zadlia staloho rozvytku [Competition and competitiveness: Evolution of concepts from rivalry to partnership for sustainable development]. *Ekonomichnyi prostir*, no. 213, pp. 53–60. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.213.53-60 (accessed September 16, 2026) [in Ukrainian].

9. Kykyna A., & Zaiats O. (2025). Koopetytsiia yak stratehichna paradyhma v umovakh hlobalnoi ekonomichnoi vzaiemozalezhnosti [Coopetition as a strategic paradigm in the context of global economic interdependence]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 80. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-28 (accessed September 16, 2026) [in Ukrainian].

10. Law of Ukraine No. 2210-III of January 11, 2001 "Pro zakhyst ekonomichnoi konkurentsii" [On Protection of Economic Competition]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text (accessed September 10, 2026) [in Ukrainian].

11. Kalycheva N. Ye., & Chornobrovka I. V. (2024). Konkurentsiia: suchasne rozuminnia, sutnist ta vplyv na rynkovu ekonomiku [Competition: Modern understanding, essence and impact on the market economy]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 85, pp. 30–36. DOI: https://doi.org/10.18664/btie.85.306327 (accessed September 16, 2026) [in Ukrainian].

12. Panchenko V., Reznikova N., & Hrod M. (2025). Hlobalna konkurentsiia i polityka strymuvannia rozvytku: normatyvno-instytutsiini vymiry stratehichnoho supernytstva [Global competition and the policy of containing development: Normative and institutional dimensions of strategic rivalry]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka*, no. 2(43), pp. 7–41. DOI: https://doi.org/10.33111/iep.2025.43.01 (accessed September 16, 2026) [in Ukrainian].

13. Lyshtva O. V. (2026). Faktory tsyfrovoi ekonomiky yak osnova modernizatsii konkurentnoho analizu v stratehichnomu upravlinni [Digital economy factors as a basis for modernizing competitive analysis in strategic management].

Sotsialna ekonomika, no. 74, pp. 177–190. DOI: https://doi.org/10.26565/2524-2547-2026-74-15 (accessed September 16, 2026) [in Ukrainian].

14. Ptashchenko O., Reznikova N., & Ivashchenko O. (2023). Mizhnarodni stratehichni aliansy v umovakh tsyfrovykh transformatsii i rozvytku rynku danykh [International strategic alliances in the context of digital transformations and the development of the data market]. *European Scientific Journal of Economic and Financial Innovation*, no. 2(12), pp. 214–227. DOI: https://doi.org/10.32750/2023-0218 (accessed September 16, 2026) [in Ukrainian].

15. Zhybak A. A. (2025). Tsyfrovi heitkipery yak vyklyk yevropeiskii modeli pravovoho rehuliuvannia onlain-platform [Digital gatekeepers as a challenge to the European model of legal regulation of online platforms]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho*, vol. 36(75), no. 3, pp. 152–159. DOI: https://doi.org/10.32782/TNU-2707-0581/2025.3/24 (accessed September 16, 2026) [in Ukrainian].

16. OECD. (2021). *Ex ante regulation of digital markets* (OECD Competition Committee Discussion Paper), 71 p. Available at: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2021/12/ex-ante-regulation-and-competition-in-digital-markets_834e11f8/c83e178d-en.pdf (accessed September 16, 2026).

17. Crémer J., de Montjoye Y.-A., & Schweitzer H. (2019). Competition policy for the digital era: Final report. *Publications Office of the European Union*. Available at: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1/language-en (accessed September 16, 2026).

18. European Parliament and Council. (2022). *Regulation (EU) 2022/1925 of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act)*. Available at: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj/eng (accessed September 16, 2026).