

рення умов для забезпечення незалежності учасників рекламного ринку та впливу на них з боку органів державної влади.

Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / голов. ред. В.Т. Бусел, ред.-лексикографи: В.Т. Бусел, М.Д. Василюк-Дерибас, О.В. Дмитрієв, Г.В. Латник, Г.В. Степенко. – К.-Ірпінь : ВТФ "Перун", 2005. – 1728 с.
2. Круглов М.М. Стратегическое управление компанией : учебн. [для студ. ВУЗов] / М.М. Круглов. – М. : Изд-во "Рус. деловая лит-ра", 1998. – 356 с.
3. Коротич О.Б. Методологічні засади державного управління регіональним розвитком / О.Б. Коротич // Теорія та практика державного управління. – Харків : Вид-во ХарПІ НАДУ "Магістр", 2005. – Вип. 3 (12). – 316 с.
4. Одінцева Г.С. Теорія і історія державного управління : опорний конспект лекцій і методичні вказівки до проведення практичних занять / Г.С. Одінцева, Н.М. Мельтюхова. – Харків : Вид-во УАДУ (ХФ), 2001. – 136 с.

Остапичин П.Ф. Значение органов государственной власти и управления в обеспечении информационных отношений в области рекламы

Рассмотрена роль государственного управления в обеспечении информационных отношений в области рекламы как механизма управления государственных органов, направленного на обеспечение информационной сферы общества в целом, совокупности производства и отношений, связанных с созданием, хранением, обработкой, демонстрацией, передачей информации и регулирования рекламной деятельности в частности.

Ключевые слова: реклама, информационные отношения, государственные органы, правовые отношения, государственное регулирование.

Ostapishyn P.F. The role of public authorities and providing information management relations in the field of advertising

Examined the role of government in providing information relations in the field of advertising as a mechanism for control of public authorities, aimed at providing the information sphere of society as a whole, aggregate production and the relations connected with the creation, storage, processing, display, information transfer and settlement of advertising in particular.

Keywords: advertising, informational relations, government agencies, legal relations, government regulation.

УДК 004.4

*Аспір. В.С. Парненко –
НТУУ "Київський політехнічний інститут"*

ВЕБ-ДИЗАЙН ЯК ФУНДАМЕНТ СУЧАСНОГО ВІРТУАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

Основною сучасного віртуального середовища виступає веб-дизайн. Розглянуто поняття, функції та мету веб-дизайну. Досліджено історію виникнення веб-дизайну, яку виділено за етапами становлення. Визначено та охарактеризовано основні стадії веб-дизайну на шляху до створення сучасного інформаційного середовища. Запропоновано процес визначення дизайн-макету.

Ключові слова: веб-дизайн, віртуальне середовище, етапи становлення, стадії, дизайн-макет, комп'ютерна віртуальна реальність, візуалізація, технічна сторона, проект.

Актуальність дослідження. На сьогодні сучасні інформаційні технології створили штучне середовище, яке, своєю чергою, має просторово-тимчасові переваги перед тими інформаційними системами, які заповнили віртуальний простір значно раніше. Аналізуючи цю середовище, на перший план висувається

її масштабність та віртуальна сутність, які неабияким чином порушують звичне цілісне буття людини. Однак, окрім технічної сторони, в комп'ютерній віртуальній реальності просвічується і культурний аспект, який невіддільно пов'язаний з виникненням нового культурного простору, що володіє новими формами взаємодії і прояву творчої суті людей. В умовах сьогодення будь-яка форма культури містить у собі віртуальний образ, що є провідником у її середовище. Водночас, віртуальна культура спирається на дії, що абсорбуються для більш глибокого залучення людини в свій простір, що, своєю чергою, призводить до витіснення віртуальністю реальності і втрати почуття об'єктивності світу. Задля того, щоб повною мірою зробити цей віртуальний простір доступним, тобто оприлюднити його, необхідна сполучна ланка, щоб забезпечувала його взаємодію з масовим користувачем. Цією ланкою в сучасному світі є веб-дизайн.

Зі станом проникнення в динамічне веб-середовище сотень мільярдів людей і трансформації її в частину повсякденного життя веб-дизайн здобув нові особливості. Він допомагає у створенні ефективної інформаційної платформи, що відповідає завданням веб-ресурсу, а також зумовлює виявлення та розвиток комерційного, комунікативного, соціокультурного потенціалу цього віртуального середовища. На основі цього можна стверджувати, що веб-дизайн виступає в ролі інструменту культурних трансформацій сучасного суспільства.

Отож, дослідження функцій, механізмів та інструментів веб-дизайну, його ролі у формуванні сучасного віртуального середовища є актуальним для наукового пошуку.

Постановка проблеми. Теперішній стан інтенсифікації впровадження комп'ютерних технологій в усі сфери життєдіяльності сучасного суспільства спричиняє проблеми, однією з головних є проблема віртуалізації. Ця проблема насамперед включає в себе поняття "віртуальність" і його прояви в сучасному світі, дослідження явища веб-дизайну, як основи сучасного віртуального середовища, проблему встановлення взаємозв'язку технологій і людини в контексті сучасного веб-простору за допомогою веб-дизайну, відображення аспектів інформаційного, ігрового і комунікаційного характеру веб-дизайну в процесі взаємодії з користувачем.

Аналіз досліджень і публікацій. У наукових працях за темою дослідження висвітлюються різні аспекти проблематики. Зокрема зарубіжна філософська література акцентує увагу переважно на проблемі комунікації людини з технікою, моделювання нового типу реальності за допомогою комп'ютерної техніки й ін. Традиційна українська школа віртуального простору особливу увагу надає виробленню концепції розуміння, аналізу та оцінювання феномену віртуальної реальності. Сучасний віртуальний простір розкривається у працях зарубіжних вчених, таких як: П. Макнейл [1], Дж. Берд [2], Якоб Нільсен, Кара Перніче [3] та ін.

У роботах вітчизняних вчених, зокрема таких, як: А.Ю. Гончарова [4], Д.В. Бородаєва [5], В.А. Лукова, А.А. Останіна [6], розглядається поняття дизайну в просторі сучасної культури, що, своєю чергою, дає змогу на основі їх досліджень провести первинне осмислення сутності веб-дизайну як різновиду дизайну. Пориноючи у величезну кількість літератури з веб-дизайну, варто від-

значити теоретичні роботи професійних веб-дизайнерів Дмитра Кірсанова [7] і Артемія Лебедева [8], які розглядають веб-дизайн як інструмент сучасних інформаційних технологій. Звернувшись до зарубіжних робіт із цієї тематики, найбільш значущими є праці Якоба Нильсена [9], Д. Клонінгера [10].

Однак майже всі із зазначених вище авторів у різних аспектах лише торкаються окремих сторін віртуального веб-простору, а єдині дослідження з цієї тематики допоки відсутні.

Мета роботи. Основою сучасного віртуального середовища виступає веб-дизайн. Розкрити поняття, функції та мету веб-дизайну. Дослідити історію виникнення веб-дизайну, яку виділити за етапами становлення. Визначити та охарактеризувати основні стадії веб-дизайну на шляху до створення сучасного інформаційного середовища. Запропонувати процес визначення дизайн-макету.

Виклад основного матеріалу. Поняття веб-дизайну з'явилося не так давно. На сьогодні під веб-дизайном багато користувачів розуміють візуальне оформлення сторінок сайту, яке впливає на його зовнішнє сприйняття. Однак, насправді, це насамперед робота над оптимальною структурою, юзабіліті і найбільш зручним розташуванням контенту. Відповідно до цього зрозуміло, що веб-дизайн – це багато в чому логіка подачі інформації, що впливає на ефективність сайту за багатьма параметрами.

Веб-дизайн виступає елементом "олюднення" технічного віртуального простору. У його становленні Н.С. Кузнецова виділяє кілька стадій:

- 1) "... наприкінці 1950-х рр. стають доступними для публічного використання результати військових технологій; "обживание" штучного інформаційного середовища відбувається на рівні допитливого дослідження можливостей нового простору;
- 2) з початку 1990-х рр. розроблення технологій гіпертексту і мови розмітки, поява браузерів відкрили можливість створення перших продуктів для масового використання, представлених у звичній для читання формі;
- 3) на рубежі XX-XXI ст. відбулося виділення веб-дизайну як самостійної технології зі своїми методами впливу і формами подання інформації;
- 4) сьогодні веб-дизайн придбав додатковий статус емоційного провідника користувача у веб-середовищі у зв'язку з комерціалізацією штучного веб-простору..." [11].

Сучасний віртуальний простір вбирає в себе величезну кількість інформації, саме на сторінках Internet публікуються журнали і книги, збираються бібліотеки і проводяться виставки і конференції. Встановлені в різних містах світу відеокамери дають змогу транслювати події і передавати фотозображення різних об'єктів. Будь-хто, перебуваючи в будь-якій країні світу, що має доступ до Інтернету, може звертатися до інформаційних ресурсів рідною мовою, переглядати журнали, читати книги і слухати новини улюбленої радіостанції.

Щоб зазначені Інтернет-ресурси виглядали цікаво та зрозуміло, звертаються до веб-дизайну. Розглянемо основні моменти веб-дизайну створення сучасного інформаційного середовища. На початку варто зазначити, що, на відміну від графічного дизайну, тут на перший план виходить композиція, робота з розташуванням окремих текстових і графічних блоків, шрифти. Також необхідно добре уявляти можливості CMS стосовно надання тих чи інших елементів. Загалом, це наголошує на значенні обмеження стандартів html-коду або flash.

Отож, основною метою веб-дизайну є те, як саме той чи інший ресурс буде сприймати користувач. Як легко і швидко він знайде необхідну інформацію, розбереться в навігації сайту, розгадає вміст сторінок і трансформує ту або іншу дію. Як приклад, варто навести онлайн-магазин товарів або послуг, поринувши на сторінки такого сайту, користувач повинен скористатися формою онлайн-запиту, натиснути на той чи інший товар, зображення, відео, текстовий матеріал, у своїй роботі йому повинно бути зручно. Відповідні елементи, посилання і кнопки повинні бути чітко і добре представлені, наведені на видному місці і доступні. На сьогодні у сфері дизайну закріпилася тенденція до максимально "легкої", мінімалістичної структури, без об'ємних текстових блоків і зображень.

Однак не варто забувати про веб-ресурси категорії промо, тобто такі, в яких основною метою є залучення максимального трафіку за рахунок контенту. До переліку таких веб-ресурсів відносимо онлайн-ігри, фото, музику, відео, статті та ін. У них роль графіки помітно зростає, задіюються flash анімація, відеоролики і мальовані персонажі. Однак такі елементи потребують залучення більших ресурсів та методів, тоді як основним завданням веб-дизайну залишається найбільш оптимальна структура представлення.

Створення сучасного віртуального середовища починається з виготовлення дизайн-макету, який, своєю чергою, створюється в графічному редакторі і представляє собою "лишкову" композицію з окремих елементів, кожен з них згодом буде вноситися також окремо [7].

Розроблення бере початок з макету головної сторінки, в якому опрацьовується загальна стилістика, колірне і композиційне рішення. Основна увага приділяється верхній частині головної сторінки, де присутній логотип, назва організації (або ресурсу), контакти. Далі під нею зазвичай розміщуються основні елементи навігації, щоб користувач відразу міг перейти в найбільш важливі розділи і знайти потрібну інформацію. Верхня частина головної сторінки формує загальний стиль оформлення сайту і є одним з головних елементів, на які відвідувач звертає увагу передусім.

Переходячи до наступного кроку – навігації, необхідно відзначити, що загалом на момент створення макету вже відома загальна структура сайту, назва і вміст основних сторінок. Структуру того чи іншого сайту потрібно розмістити у вигляді списку кнопок/посилань, які б легко сприймалися, могли добре читатися і були помітні. Однак список не повинен бути дуже великим, а назви розділів – довгими та ірраціональними. У граничному випадку можна користуватися підкатегоріями, коли під посиланням на розділ, під час натискання або наведення, розкривається список підрозділів. Навігаційний блок виступає важливим елементом, наприклад у каталозі інтернет-магазину або тематичному рубрикуаторі для порталів новин і розважальних порталів. Проте цю задачу варто віднести до роботи над юзабіліті сайту або веб-аналітиці. Що ж стосується візуального подання, то тут навігація переважно розміщується в лівій частині та дублюється у вигляді посилань зверху і/або знизу сторінки.

Провідну частину сторінки займає контент, який застосовується для візуального представлення компанії, матеріалу або ресурсу в очах користувача.

Під час створення корпоративних сайтів цей ресурс, швидше за все, буде мати вигляд короткого інформативного тексту і/або фотопродукції або послуги чи матеріалу. Коли йдеться про розважальні портали або ж портали новин, на головній сторінці часто поміщають найпопулярніші або найактуальніші фото, матеріали, статті, пости та інше. Під час оформлення головної сторінки основним завданням веб-дизайнера виступає питання щодо розробки цієї області оптимальною за розміром і розташуванням, щоб вона опинилася в центрі уваги і допомогла донести найголовнішу інформацію до споживача.

Ще одним актуальним аспектом є кнопки, за допомогою яких можна відправити запит, зробити розрахунок, оформити замовлення або залишити коментар. Їх потрібно мати на увазі, спонукати до дії, однак, в жодному разі, вони не повинні ратувати і порушувати загальну композицію.

До основних етапів веб-дизайну [10] на шляху до створення сучасного інформаційного середовища варто виділити, по-перше, проектування графічного інтерфейсу. На цьому етапі у графічному пакеті створюється проект майбутньої веб-сторінки. При цьому необхідно враховувати індивідуальні особливості проекту. Наприкінці першого етапу картинка повинні виглядати ідентично майбутнім сторінкам.

По-друге, створення HTML-шаблонів. Цей етап передбачає підготовку шаблонів для майбутнього веб-сайту, тобто в одному з HTML-редакторів необхідно розробити вже безпосередньо веб-сторінки, які включають у себе оптимізовану графіку з ескізів і місце для тексту, яке передбачається розмістити. Кількість таких шаблонів відповідає кількості розділів сайту, виходячи з першого етапу.

По-третє, програмування I (клієнтська частина). Як правило, веб-сторінки повинні бути інтерактивними, тобто містити елементи інтерфейсу, що реагують на дії відвідувача, які не зводяться до клацання на посиланнях. Найчастіше використовуються так звані *roll-overs*, тобто зміни зовнішнього вигляду елементів сторінки, над якими проходить курсор миші (приклад: кнопка, після наведення на яку курсор змінить колір). Це можливо завдяки використанню скриптових мов.

По-четверте, внесення контенту (змісту). Це відбувається за рахунок внесення тексту у готові шаблони, після чого шаблони зберігаються з різними іменами, відповідними назвами розділів сайту. Далі розставляються посилання на інші ресурси, за необхідності прописуються метадані, що ідентифікують документ. Також є необхідним, до внесення тексту, підготовка таблиці стилів, що описує зовнішній вигляд заголовків різного рівня та інших типових видів контенту. Це не завадить відкоригувати текст сайту хоча б однієї з програм перевірки орфографії та граматики.

По-п'яте, програмування II (серверна частина). Цей етап розкриває серверне програмування (*server-side scripting*), тобто підключення до сторінки серверних скриптів.

Шостим пунктом є тестування сайту. Передбачається перевірка працездатності, правильності посилань, коректної роботи скриптів та інше.

Останнім з етапів варто зазначити завантаження файлів на сервер провайдера. Цей етап проходить коли робота над сайтом закінчена та готові файли

необхідно завантажити на сервер провайдера. Це робиться за допомогою одного з так званих FTP-клієнтів, тобто програм, які призначені для передавання файлів по FTP-протоколу. Головним нюансом цього етапу є те, що якщо під час розроблення використовували спеціалізовані засоби, то необхідно заздалегідь переконатися, що сервер провайдера підтримує всі потрібні сервіси; в цьому випадку завантаження файлів повинно здійснюватися за допомогою спеціальних програм.

Висновки. Створення сучасного інформаційного середовища потребує величезних зусиль, для виконання цього завдання необхідна галузь веб-розробки і різновид дизайну, в завдання якого входить проектування користувацьких веб-інтерфейсів для сайтів або веб-додатків, який має назву веб-дизайну. Веб-дизайн використовує легко інтерпретовані символи. Для створення емоційної оболонки інформаційного веб-ресурсу, він імітує чуттєві відчуття сприйманих образів. У його просторі застосовують ігрові прийоми для налагодження та підтримки зв'язку зі споживачем. Істинна і результативна інформаційна комунікація у цьому просторі можлива тільки через прояв поваги до аудиторії, а отже, необхідний професійний, ясний, доступний, вільний від "шумів" і маніпулятивних технологій, що відповідає вимогам сучасної естетики веб-дизайн, який досягається внаслідок виконання основних етапів розробки сучасного інформаційного середовища.

Література

1. Макнейл П. Веб-дизайн. Идеи, секреты, советы = The Web Designer's Idea Book / П. Макнейл. – Vol. 2: More of the Best Themes, Trends and Styles in Website Design. – СПб. : Изд-во "Питер", 2011. – 677 с.
2. Берд Дж. Веб-дизайн. Руководство разработчика = The Principles of Beautiful Web Design, 2nd Edition. – СПб. : Изд-во "Питер", 2012. – 526 с.
3. Нильсен Якоб Веб-дизайн: анализ удобства использования веб-сайтов по движению глаз = Eyetracking Web Usability / Якоб Нильсен, Кара Перниче. – М. : Изд-во "Вильямс", 2010. – 620 с.
4. Гончаров А.Ю. Веб-дизайн: HTML, JavaScript и CSS : карманный справочник / А.Ю. Гончаров. – М. : Изд-во "Кудиц-пресс", 2007. – 540 с.
5. Бородаев Д.В. Веб-сайт как объект графического дизайна : монография / Д.В. Бородаев. – Харьков : Изд-во "Септима ЛТД", 2006. – 588 с.
6. Луков Вл.А. Дизайн: тезаурусный анализ : монография / Вл.А. Луко, А.А. Останин. – М. : Published in "Just", 2007. – 342 с.
7. Кирсанов Д. Веб-дизайн / Д. Кирсанов. [Электронный ресурс]. – Доступный с http://www.kirsanov.com/web_design/main.html.
8. Лебедев А. Ководство / А. Лебедев. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections/>
9. Нильсен Я. Веб-дизайн: книга Якоба Нильсена : пер. с англ. / Я. Нильсен. – СПб. : Изд-во "Символ-Плюс", 2003. – 512 с.
10. Клоннинггер К. Веб-дизайн – Cloninger C. / К. Клоннинггер // Fresh Styles for Web Designers / Свежие стили Веб-дизайна. – М. : Изд-во ДМК пресс, 2002. – 192 с.
11. Кузнецова Н.С. Веб-дизайн как инструмент моделирования виртуального пространства современной культуры : дисс ... канд. культурологии: спец. 24.00.01 / Кузнецова Нина Сергеевна; Морд. гос. ун-т им. Н.П. Огарева. – Саранск, 2010. – 171 с.

Парненко В.С. Веб-дизайн как фундамент современной виртуальной среды

Основой современной виртуальной среды выступает веб-дизайн. Раскрыто понятие, функции и цель веб-дизайна. Исследована история возникновения веб-дизайна, которую выделено по этапам становления. Определены и охарактеризованы основные

стадії веб-дизайна на пути к созданию современной информационной среды. Предложен процесс определения дизайн-макета.

Ключевые слова: веб-дизайн, виртуальная среда, этапы становления, стадии, дизайн-макет, компьютерная виртуальная реальность, визуализация, техническая сторона, проект.

Parnenko V.S. Web-design as foundation of modern virtual environment

The foundation of the modern virtual environment is web design. Disclosed concept, function and purpose of the web-design. Studied the history of web design, which is allocated by the stages of formation. Identifies and characterizes the main stages of web design on a way to creation of the modern information environment. Invited to the process of determining the design layout.

Keywords: web design, virtual environment, stages of development, the stage of the design-layout, computer virtual reality, visualization, the technical part of the project.

УДК 338.246:339.137.2

*Доц. А.В. Сохецька, канд. екон. наук;
магістрант О.Я. Сухарська – Львівський НУ ім. Івана Франка*

**ЕКОНОМІКО-ІНСТИТУЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ
КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ**

Розглянуто основні риси та напрями конкурентної політики. Обґрунтовано необхідність її проведення через аналіз позитивного та негативного впливу конкуренції та монополізації на економіку. Окреслено суть механізму реалізації конкурентної політики. Описано основні структурні елементи реалізації конкурентної політики.

Ключові слова: конкурентна політика, конкуренція, монополізація, демонополізація, антимонопольне регулювання, механізм реалізації конкурентної політики, інституційні чинники.

Постановка наукової проблеми та її завдання. На сучасному етапі розвитку економічної науки одним з пріоритетних напрямів аналізу державного регулювання країни є дослідження та розгляд конкурентної політики. Конкуренція є основою ефективного функціонування ринкової економіки та подальшого її розвитку. Створення сприятливих умов для процвітання конкурентних відносин забезпечує конкурентна політика. Конкурентна політика держави має за мету розроблення заходів, що стосуються створення конкурентного середовища, підтримки та захисту сумлінної конкуренції, боротьби з монополізмом в економіці тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми та окремі аспекти функціонування економіко-інституційного механізму конкурентної політики є предметом дослідження у багатьох науковців, зокрема над зазначеною темою працювали Г.О. Андросчук, Ю.М. Бажал, А.В. Грицай, І.І. Дахно, Б.Є. Кваснюк, О.І. Кілієвич, Н.М. Корчак, О.О. Костусєв, Р.І. Кузьмін, В.К. Мамутов, С. Мельник, С.В. Мочерний. Незважаючи на значний інтерес науковців до проблеми реалізації конкурентної політики, залишається невирішеним питання щодо визначення та аналізу цілісного механізму здійснення конкурентної політики, а тому воно потребує теоретичного осмислення та узагальнення сутності економічного та інституційного аспектів цього процесу.

Мета роботи. Визначити суть економіко-інституційного механізму реалізації конкурентної політики, окреслити структуру цього механізму та описати кожен з її елементів.

Виклад основного матеріалу. Інтенсивний розвиток світової економіки і поглиблення економічних відносин посилює конкуренцію між суб'єктами господарювання. Забезпечення конкурентної основи функціонування ринкової економіки передбачає формування ефективних механізмів її регулювання та управління. Однією з форм регулювання конкуренції є реалізація конкурентної політики. Конкуренція є рушійною силою ринкової економіки і її визначають як боротьбу між товаровиробниками за найвигідніші умови виробництва, збуту товарів і послуг, за привласнення найбільших прибутків [5].

Як будь-яке економічне явище, конкуренція має як позитивні, так негативні наслідки. Внаслідок постійного характеру конкуренції за ринкової економіки вона набула рис економічного закону, дія якого для товаровиробників є зовнішньою примусовою силою для підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, поліпшення якості товарів і послуг, збільшення масштабів виробництва, прискорення науково-технічного прогресу, впровадження нових форм організації виробництва [5]. Водночас, конкуренція створює умови для банкрутства значної кількості підприємств та виникнення криз надвиробництва. Відбувається диференціювання товаровиробників та виділення з-поміж них незначної кількості наймогутніших, що є матеріальною основою появи й розвитку монополій. За конкуренції відбувається посилення несправедливого розподілу доходів внаслідок того, що сильніші фірми з часом стають ще сильнішими, намагаються послабити могутність конкурентів.

Конкуренція в реальній економіці завжди функціонує на межі із монополізацією. В економічній науці монополізацією вважають об'єднання великих виробників і фінансових структур з метою одержання панівного становища на ринку чи інших сферах діяльності, проведення єдиної збутової, фінансової, цінової чи іншої політики, яка відповідає спільним інтересам монополістів у боротьбі з конкурентами. Процес монополізації має як негативний, так і позитивний вплив на економіку. Як можемо спостерігати, великі підприємства та їх об'єднання мають більше можливостей і володіють надійним забезпеченням ресурсами для модернізації виробництва, проведення науково-дослідних робіт і використання їх результатів на практиці, впровадження новітньої техніки та технологій, підвищення рівня професіоналізму працівників, а також адаптації до змін та розвитку економіки.

Поряд із позитивними рисами монополізації економіки виділяють також негативні, зокрема монополісти часто зловживають своїм становищем шляхом встановлення монополічних цін. Існування монополій спричиняє економічні втрати суспільства, які пов'язані із негативним ефектом масштабу та видатками на збереження ринкової влади, тобто лобіюванням інтересів монополій, спробами уникнути державного регулювання [2, с. 413]. Під негативним ефектом масштабу розуміють спад віддачі від приросту факторів виробництва. Його прояви пов'язані із проблемами управління, координації діяльності та обміну інформацією [2, с. 382]. Ще одним негативним аспектом існування монополій є послаблення стимулів до впровадження інновацій за відсутності конкуренції та зниження прагнення до повнішого використання капітальних благ [2, с. 413].