

корпоративного сотрудничества, взаимоподдержки и совместного финансирования проектов государственного и международного значения.

В условиях кризиса, когда в украинской экономике наблюдается спад производства и рост безработицы эффективное взаимодействие крупных корпоративных структур наиболее актуально.

В этой связи направлениями дальнейших исследований в данной области должна стать разработка стратегии партнерских отношений между государством и корпорациями, сбалансированности распределения государственной и корпоративной власти, создание программ экономического развития на долгосрочную перспективу.

Литература

1. Гэлбрэйт Дж. К. Новое индустриальное общество. – М.: Прогресс, 1969. – 478 с.
2. Dugger W. M. Corporate Hegemony. – New York, 1989, p.13.
3. Фливерберг Б. Рациональность и власть: еще раз о кейс-стади. // Социологические исследования. – 2007. – №1. – С. 62-70.
4. Ted Nace. Gangs of America. The rise of corporate power and the disabling of democracy. September 1, 2003, parts 1&2, pp. 19-39.
5. Дементьев В. В. Экономика как система власти. Монография. – Донецк: «Друк-Инфо»,

2006, с. 224-225.

6. Зятковський І. В. Вплив економічної влади на розвиток і становлення сучасних бізнес-структур. // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №12. – С. 41-47.

7. Павлишенко М. Про відокремлення влади ввд бізнесу. // Економіка України. – 2007. – №2. – С. 53-61.

8. Драчёва Е. Л., Либман А. М. Проблемы определения и классификации интегрированных корпоративных структур. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – №4.

9. Господарський кодекс України // <http://zakon.rada.gov.ua>

10. Ведущие транснациональные корпорации мира (статистическое приложение). // Экономист. – 2006. – №1. – С. 80-84.

11. Корпорации: Новый мировой порядок. // <http://www.podrobnosti.ua>.

12. Страной управляет кризис. // <http://news.bigmir.net/business>.

13. Дементьев В.В. Проблема контроля над распределением власти в трансформационной экономике // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Выпуск 70.– Донецк, ДонНТУ, 2004. – С.5-13.

Статья поступила в редакцию 10.06.2009

Н.Б. МАЛАХОВА, д.э.н, профессор,
А.В. ЛИТВИНЕНКО, к.э.н,
Харьковский национальный экономический университет

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МАРЖИНАЛЬНОЙ ПАРАДИГМЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Созданная в XIX веке маргинальная парадигма в экономике сегодня больше известна как совокупность микроэкономических категорий, которыми пытаются трактовать ценность товара как результат сознательного отношения субъекта хозяйствования к экономическим благам. В исследовании рыночных процессов маржинализмы в отличие от классической политэкономии применили подход, для которого характерен акцент на спрос и потребление, а не производство и затраты труда. Изначально исторический маржинализм апеллировал к методам количественной оценки результатов хозяйствования на основе таких ин-

струментов дифференциального исчисления, как частные производные на отдельные факторы производства. Это методы позволяли рассматривать влияние одного из факторов производства при неизменности всех остальных, то есть при соблюдении принципа "ceteris paribus". В использовании частных производных как инструментов измерения движения и динамики экономисты вдохновлялись серьезными успехами соединения математики и физики, математики и химии, биологии [1]

Однако противоречивость и ограничен-

© Н.Б. Малахова, А.В. Литвиненко, 2009

ность канонического маржинального подхода, разрыв математического и экономического смысла во многих математических моделях, методологический субъективизм – все это сдерживало практическое применение маржинализма в реальной хозяйственной практике. Традиционные модели микро теории не поддаются эмпирической проверке на реальных данных. Способность методов дифференциальной математики соединить потоковые и фиксированные экономические процессы между собой, выявить взаимопереходы от динамики к статике и назад остались в тени, оказались невостребованными и недооцененными. Многим известным экономистам-теоретикам до сих пор кажется сомнительным количественная оценка предельных величин. Так, нобелевский лауреат Ф.Махлуп по поводу неприменимости маржинализма прямо ставит вопрос: "Не является ли маржинальный анализ несостоятельной теорией и не стоит ли от него отказаться, особенно в теории цен?" [3, с. 74]. Б. Ланкастер в книге "Математическая экономика" подчеркивает трудности в применении маржинального анализа: "На протяжении многих лет экономистов-теоретиков беспокоит то, что администрация фирм не мыслит маржинальными терминами. Такое положение связано с путаницей между условиями оптимизации и эффективными методами расчетов непосредственных решений" [4, с. 29].

При работе с учебниками по микроэкономике, где предложены многочисленные графики и расчеты, возникает вопрос, действительно ли реальные цены на товары рыночной экономики устанавливаются на уровне маржинальных издержек [2, с.461-463]? Вызывают сомнения математический вид формул, привлекаемых в разделах по микроэкономике, когда размерности правой и левой частей уравнений явно не совпадают [5, с. 272; 6; 7].

Противоречивость канонической маржинальной парадигмы и ее многочисленные оговорки, ограничения и упрощения не позволяя распространить ее массово на реальных субъектов хозяйствования.

Логическая противоречивость скрывается не в подходе, предложенном классиками маржинализма, а в способе толкования маржинальных величин и методах их измерения. Традиционное пояснение маржинальных издержек как дополнительных затрат на дополнительную единицу выпуска $MC = \Delta C / \Delta Q$ нередко расшифровывают как $MC = (C_2 - C_1) / (Q_2 - Q_1)$, где C_2 – затраты (затраты – это еще не из-

держки!) отчетного периода, C_1 – затраты предыдущего периода, соответственно Q_2 и Q_1 – объемы выпуска товары тех же периодов.

Применение такого подхода к расчету маржинальных издержек требует многочисленных упрощений или же приводит к существенным неразрешимым трудностям. Во-первых, при расчетах МС по кварталам, по месяцам, по годам для одного и того же предприятия результаты не совпадают и не сочетаются, во-вторых, появляются отрицательные значения, которые не могут соответствовать природе первой производной в экономических процессах, в-третьих, по законам математики приращения должны уменьшаться, а они скорее растут.

Вот почему возникло первое предложение в теорию маржинализма: величины, с которыми практические экономисты работают в калькуляции реальных данных, уже являются приростными, а удельные приросты – маржинальными величинами. Тогда весь инструмент маржинализма можно применить не к условным объектам и фирмам, а к любому реальному субъекту хозяйствования, используя данные его реального функционирования, опираясь на реальные изменения функции в зависимости от малого изменения аргумента. Когда с целью калькуляции себестоимости и формирования цен производителя делят затраты конкретного периода на количество выпуска того же периода, то получают дополнительные затраты на дополнительную единицу продукции, то есть маржинальную величину.

То, что прежде обычно называли средними для данного периода затратами, на самом деле является скоростью изменения общих затрат – первой производной. Тогда что же такое средние издержки? Средние бывают разнообразными, скажут математики. И это верно. Маржиналисты использовали различные средние величины. В отличие от арифметических средних, удельные приросты связаны со средними издержками АС аналитическим путем. АС можно вывести из значений функции издержек МС, изменяющихся во времени и являющихся первой производной. Поскольку маржинальные издержки есть удельные, то они по-своему арифметически средние, например, за 1 день, за 1 месяц, за 1 год, т.д. Главное, чтобы прирост издержек и выпуска соответствовал одному и тому же периоду, а периоды наблюдений были непрерывными во времени. Поскольку из официальной статистики предприятия больше всего доступны годо-

вые данные, то мы строим модели кривых МС и АС по годовым значениям. Хотя при доступе к информации предприятий можно брать и другие периоды – принципиальных ограничений в системной модели (SMPF) нет. Наша системная модель представлена графиком пересечения кривых МС и АС или системой из трех уравнений и имеет все признаки производственной функции [8].

Интегральные средние издержки АС не очень-то интересуют конкретного товаропроизводителя, потому что выражают интересы общества, требующие минимизировать у этого товаропроизводителя потребление всех ресурсов, так как все ресурсы в сущности являются общественными и все ограничены для существования человечества. Средние издержки отражают общественно необходимые затраты на производство данного товара у данного производителя. Они существенно ограничивали бы, сдерживали бы, сковывали, затрудняли бы повседневные действия любого производителя, побуждая его постоянно искать наилучшие способы замещения ресурсов. Такие заботы о минимальном уровне затрат очень хлопотны, затруднительны, а в состоянии монопольного положения без них можно и вовсе обойтись, ведь монополист может включить в цену своего товара любое количество затраченных ресурсов, а потребителю от безвыходности придется все это оплатить. Монополисту знать свой противозатратный уровень общественно необходимых минимальных издержек совсем не интересно! Наше общество до понимания необходимости осуществления этих расчетов еще не созрело, тем более, когда государственные органы не всегда стремятся действовать в интересах общества.

Не слишком ли много идеализма, если сводят маржинализм к связи экономики с психологией, а реального субъекта хозяйствования – к отдельно взятому рядовому человеку? В таком понимании реальный субъект экономики никогда не будет соответствовать основной парадигме математического анализа и законам дифференциального вычисления. Упрощением в толковании маржинальных методов является представление о том, что маржиналисты связали экономику и психологию.

На деле нераспознанную (неидентифицированную) с тех пор многомерность и многофакторность процессов экономического поведения просто назвали психологией, вместо выяснения сути реальных субъектов экономики и реальных процессов экономического об-

мена. В основе мотивации любого человека и любого субъекта хозяйствования лежат не столько законы психологии, сколько экономические законы выгоды и полезности. Но гораздо важнее, как трактовать понятия предельности, что брать в эмпирическое основание измерения процессов либо при оценке поведения.

Понятия "предел" и "предельный" в русском языке имеет два значения: 1) обыденное и 2) математическое. Обычно "предел" понимают как границу, которую не желательно преодолевать, барьер, который нельзя пересекать. Математический предел – это функция, в которой приращение аргумента стремится к определенному значению. Экономический прирост выпуска товаров имеет минимум в виде одной единицы товара, а дополнительные издержки на нее правильнее называть не предельными, а маржинальными.

Реальным субъектом экономических процессов (производителем или потребителем, или одновременно тем и другим) является чаще всего не отдельный человек, а организационная единица – фирма (предприятие), хотя все решения в любом предприятии принимают конкретные люди. Если эти люди соединяют функции собственника и менеджера (распорядителя, директора, управляющего), то можно отождествлять человека с субъектом хозяйствования. Но так бывает гораздо реже, чем иное состояние – физическое разграничение, пространственное размежевание субъектов и, соответственно, полномочий собственника и распорядителя, пользователя, потребителя. Экономическое поведение в рыночных процессах оценивается не по физическим персонам, а по их ролям. Поэтому и возникает многомерность экономических процессов.

В практике рыночных отношений спрос и предложение не может рассматриваться только на уровне субъективного восприятия отдельным экономическим человеком. Человека мы представляем как непосредственного потребителя. Создателем товара выступает фирма, коллектив, организация. Конечного потребления у производственного субъекта нет. Потребление фирмы заключается в использовании ресурсов для дальнейших товарных преобразований в качестве средства производства.

Отсутствие у товаропроизводителя конечного потребления существенно меняет его отношение к товару, к его цене, к мотивации использования, к качественным характеристикам. Отношение выражается категорией эластичности. Эластичность спроса по цене зна-

чительно уменьшается. Разное отношение к цене выражается в различной величине трансакционных издержек, которые согласен покрыть производственный потребитель. Эластичность затем отражается на согласии оплаты более высоких цен, в затратах на ведение переговоров, в способности оппортунистические издержки принять на себя, что связано с принятием рисков страхования, согласием оплачивать штрафные санкции, а вместе с ними "подарки", представительские расходы.

Конечный потребитель от подобных расходов стремится воздержаться, эластичность спроса по цене у него гораздо выше. Когда товары являются товарами массового спроса и первой необходимости, а производство их чаще всего осуществляется монополистами, то у конечных потребителей нет возможности отказаться от товара. Рентабельность таких товаров для населения и для производственного назначения не может быть одинаковой в принципе из-за различной величины трансакционных издержек, которые формируются в процессе покупки товара (заметим, не в процессе потребления!). Могут быть одинаковыми трансформационные издержки, но никак не трансакционные! В реальной рентабельности продаж следовало бы учитывать и те, и другие. Здесь интересна и неотложно актуальна проблема перекрестного субсидирования, которая в научном плане еще даже не поставлена, хотя на бытовом уровне обросла мифами и искаженными толкованиями.

Человек-потребитель и производственный потребитель товаров сильно отличаются характеристиками правомочий. У них разное отношение к издержкам и соответственно разное положение точки равновесия спроса-предложения. Товар конечного потребления и товар производственного назначения имеют различные величины трансакционных издержек. Это следует учесть в ценообразовании на товары двойного назначения, то есть товары, используемые и в конечном потреблении населением, и в производственном потреблении как средства производства. Цены таких товаров изначально не могут быть одинаковыми для населения и для предпринимательства – газ, вода, электроэнергия, теплоносители, бензин, товары инфраструктурных монополий.

Реальный субъект экономических процессов может распадаться на несколько институциональных ролей – производитель, продавец, покупатель, потребитель. Каждая роль в товарном обмене может быть персонафициро-

вана разными лицами, отчего получается многообразие товарных процедур и форм товаров. Все они могут существовать параллельно, последовательно и в прочих вариациях. Эту реальность поведения можно зафиксировать через выяснение трансакционных связей в процессе реализации товаров. Трансакционные затраты в совокупные расходы прибавляют свою часть, а в стоимость – нет, на цены товаров существенно влияют, а на общественно необходимые издержки – иногда, и то лишь в части затрат от транспортировки, упаковки, хранения. Но ведь именно эти операции есть логическое продолжение производственных операций и действий.

Реальный субъект хозяйствования всегда действует в разных координатах и в разных вложенных (сопряженных) системах. Например, конкретный человек (директор) принимает решения в интересах конкретной фирмы, а отдельная фирма как субъект хозяйствования получается как интеграл, а не простая сумма интересов иных участников фирмы.

Далее, реальное взаимодействие нескольких фирм на одном рынке приводит к интегральному возникновению рыночной цены на товар, которую воспринимает конкретный покупатель. Сопряженность интересов интегрального продавца и интегрального (не конкретного) покупателя, пользователя, посредника, дистрибьютора, оператора, наконец, потребителя, подчиняется законам предельных приращений, предельной полезности, которую открыли маржиналисты XIX века. Здесь шаг приращений действительно уменьшается всегда – либо спрос насыщается, либо удовлетворенность отдельного субъекта, конкретного человека реализуется. Стремление к пределу всегда связано с уменьшением величины шага, причем таких уменьшений должно быть много, а размеры шагов должны стремиться к нулю – гласит математика.

Многомерность субъекта хозяйствования распадается на множество ролей, да еще и связанных между собой многомерными связями. Вот где основание для математического анализа, предельных величин, закономерностей интегрального и дифференциального исчисления. Предельные (лучше – маргинальные) величины помогают связывать сопряженные системы, осуществлять переход от одной к другой. В одной системе изучаемое явление описывается маргинальными величинами, но в другой, сопряженной системе это же явление описывается средними величинами, которые могут

быть одновременно маржинальными для системы более сложного порядка.

Маржиналисты увидели предельность по отношению к статическим, изменчивым, но не текущим процессам. Можно ли изменяться без движения? Изменяться, но не двигаться? Да, смотря в какой системе измерения. Если одна из сопряженных систем не изменяется, а другая подвержена изменениям. Для таких изменений в любой экономической системе есть очень серьезные причины – это существование ресурсов двух видов (постоянных и переменных). Маржиналистами обоснована предельность издержек и доходов для ситуации перенесения всей стоимости первоначального постоянного капитала, то есть для системы производства в целом, рассмотренной как запас. На самом деле постоянный капитал переносится постепенно, не всем запасом сразу, а по частям, образуя одну систему измерения постоянных затрат, не совпадающую с системой измерения переменных затрат, зависящих от нарастания объема выпуска товара. В реальной хозяйственной деятельности идет поток затрат двух типов, имеющих разные системы координат и способы отчета. Ведь складываются они интегрально, что и выражается в существовании средних издержек АС на единицу товарного объема. Такие средние издержки не совпадают со средними затратами, рассчитанными обычным способом по отношению к текущим удельным расходам на единицу выпуска в текущем периоде. Не могут совпасть именно по природе интегрирования совокупных издержек двух разных способов измерения.

Группировка понятий в указанном соотношении не является надуманной. Все бухгалтеры сталкиваются с проблемами учета затрат и превращения их в расходы. Например, не все закупленные ресурсы и активы, на которые потрачены деньги, затем используются в процессе производства, а если используются, то в различных периодах. Поэтому затраты необходимо увеличивать на 1) величину потерь, 2) многочисленных возможных рисков, 3) вероятных штрафных санкций, 4) невозвратных (безнадежных) дебиторских обязательств.

Кроме того, всегда происходят затраты внутренних ресурсов в виде роста квалификации, уровня менеджерского мастерства, умения угадать конъюнктуру рынка, качества прогнозирования и эффективности рекламы – эти ресурсы всегда неявны, неделимы и невещественны. На их величину затраты отличаются от расходов. Расходы в полном виде, с уче-

том различных видов вмененных расходов, образуют издержки, которые включают как операционные, так и трансакционные элементы.

К разграничению понятий затрат и расходов очень близко подошли авторы Т.Нэгл, Р.Холден, Г.Фандель, Д.Хонгрэн, Друри, С.Ф.Голов в работах по управленческому учету. Однако политэкономическое толкование с позиций институционального выражения интересов различных участников обмена в соотношении указанных понятий еще никто не применял.

Политэкономическое разграничение затрат от расходов и от издержек ведет к новому толкованию явлений и категорий рыночной стоимости. Рынок – взаимодействие между людьми по поводу обмена товарами на основе эквивалентного соизмерения их стоимости. Стоимость – это такая совокупность всех явных и неявных общественно необходимых издержек на создание и реализацию товара, которая соответствует интересам социума и рациональной аллокации общественных ресурсов.

Обмен на основе стоимости предполагает равновесие между продавцом и покупателем при условии, что не нарушается общественная рациональность в распределении всех ресурсов. Экономическое равновесие заключается в эквивалентности, совпадении интересов всех участников каждого акта обмена.

Рыночный обмен в идеале предполагает равенство и равновесие интересов трех сторон любого обменного акта, что отражают графики и модели совершенной конкуренции. Однако фактически рыночный обмен осуществляется не в условиях совершенной конкуренции, а при господстве закономерностей несовершенной конкуренции, определяющей чертой которой выступает сочетание конкурентных и монополистических элементов власти в большей или меньшей степени.

Экономическая теория пока что не уделяет внимание закономерностям несовершенной конкуренции, хотя прикладные экономические направления активно поддерживают стремление к эффективности на основе максимизации "экономической прибыли", то есть избытка сверх нормальной прибыли в виде монопольной ренты. Все современные теории конкуренции и взгляды по поводу конкурентоспособности основаны на максимизации выгоды субъектами хозяйствования, без учета интересов других сторон обмена. Теорий эффективности в интересах социума или совокупно-

го покупателя пока не предложено. Хотя проблемы экологии о нарушении общественных интересов в распределении общественных ресурсов уже настойчиво напоминают о себе.

С позиций маржинализма, цена, стоимость и ценность не выступают синонимами, одно-порядковыми взаимозаменяемыми сущностями, так как каждое из этих слов имеет свой строгий смысл, а соответствующие им явления – свои границы, свое наполнение, своеобразное имманентное содержание.

Стоимость – ключевая проблема рыночных отношений. Только в связи со стоимостным измерением (явным или неявным) рыночные отношения собственно и возникают. Генезис явления стоимости сопровождается развитием не только форм обмена (от натурального к денежному, далее – к виртуальному), но и по форме участников, по форме соблюдения главного своего принципа связи – эквивалентности. По изменению форм участвующих сторон К.Маркс обосновал формационный подход, с разделением в истории 5 социально-экономических формаций. Критерием развития у Маркса выступал принцип превращения формы прибавочного труда в прибавочную стоимость. Логически движение прибавочного труда должно было завершиться его общественной формой по созданию (при помощи всеобщего труда, то есть общественного во всех своих элементах, на всех стадиях проявления) и по присвоению (соблюдение принципа эквивалентности без необходимости его соизмерения).

Выходит, что рынок в несовершенной форме может игнорировать стоимость, не замечать её, спрятать стоимость далеко вглубь явления, подалеке от видимости, видимого проявления, от реальной практики хозяйствования. Игнорировать явление стоимости еще не означает отказ от нее. Продавцу не выгодно выводить стоимость наружу, так как она ограничивает монопольную ренту и притязания на максимизацию прибыли. А покупатели и социум не имеют методологических, концептуальных оснований для идентификации и измерения стоимости как явления. Нынешние рассуждения о составе и мотивации участников рыночных отношений, о маргинальном способе выявления стоимости наряду с ценой любого товара дают теоретическую базу для непосредственного расчета стоимости любого вещественного либо не вещественного товара.

Субъективное поведение потребителя, на которое сделали акцент теоретики XIX в.,

обусловлено не факторами случайности потребностей или непредсказуемости желаний и мотивов отдельного человека, а определяется 1) возможностью выбора потребителем того или иного товара или отказа от потребления его вообще, 2) возможностью замещать одну потребность на другую, но самое главное – 3) равновесием спроса и предложения. Именно это равновесие означает принятие решения в акте купли-продажи любого товара.

Что означает равновесие спроса-предложения? Оно отражает пересечение в некоторой точке двух кривых – рыночного спроса D и рыночного предложения MC . Кривая D характеризует функцию зависимости между рыночным объемом (Q) выпуска данного товара и ценой (P) доминирующего на данном рынке производителя. Это означает, что величина спроса может изменяться в соответствии с ценами, которые диктует доминирующая фирма. Но кривая спроса может смещаться вправо-влево, что означало бы изменение не величины спроса (соотношение выпуска и цены), а изменение характера самой функции (f) спроса $D=f(Q,P)$ под давлением товаропроизводителя.

Все же независимо от изменений величины или функции спроса, определяющую роль на рынке играет равновесие $Supply=Demand$, в котором доминирует функция ценности товара, устанавливаемая производителем (продавцом). Вот почему теория рыночных цен и ценности всегда больше внимания уделяла затратам производителя, споря, что важнее – овеществленные затраты рабочего времени и труда, воплощенного в стоимости, или соотношение рыночной конъюнктуры и навязанного монопольным предложением уровня потребления. Производитель диктует цену, а потребитель всего лишь имеет возможность выбирать из узкого круга возможностей – таков результат потребительского субъективизма и психологизма. Особенно явно и очевидно такое состояние на рынках с несовершенной конкурентной организацией, а их у нас подавляющее большинство. Следовательно, рыночное равновесие определяется в первую очередь интересами производителя (продавца) и его возможностями в навязывании цен, трансакционных издержек, условий покупки, т.д. Субъективизм и психологизм в поведении потребителя сводится к выбору варианта, который диктует даже не производитель, а продавец. Теория рыночных цен может быть сведена к возможностям продавца, который ориентируется на уровень MC и заинтересован навяз-

зять цену в соответствии с выгодной для себя функцией спроса.

В таком навязанном, контролируемом равновесии первоначально выступает интерес продавца, особенно во всех вариантах несовершенного конкурентного равновесия. Значит, теорию полезности придется свести к теории монопольных цен, а МС производителя дополнить трансакционными издержками (ТАИ) продавца.

Итак, современное понимание природных величин в системе бухгалтерского учета реальных предприятий позволило увидеть эмпирическую базу построения для любой реальной организации кривых МС и АС, пересечение которых выводит на производственную функцию в системном виде. Выяснилось, что системная модель производственной функции не только позволяет преодолеть разрыв потоковых величин от запасных, но содержит в неявном виде ключевое отношение рыночной экономики – стоимость. Соотношение между стоимостью, ценой, маржинальными издержками и финансовыми коэффициентами (которые являются второй и третьей производной функцией от стоимости) позволит по-новому толковать финансовые отношения, а именно: связь реального сектора экономики с финансовым сектором, товарного рынка – с валютно-денежным, фондовым, ипотечным, долговым рынками. Вероятно, именно разрыв цен от стоимостей и образует источник экономического неравновесия и кризисных явлений в современной экономике.

Литература

1. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. Пер. с англ. – М.: Дело ЛТД, 1994. – 670 с.
2. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Пер. с англ. 111-ого изд. – К.: Хагар-Демос, 1993 – 785 с.
3. Махлуп Ф. Теории фирмы: маргиналистские, бихевиористские и управленческие // Вехи экономической мысли. В 2-х тт. Теория фирмы. / Под ред В.М.Гальперина. – СПб, 2000. – С.73-92.
4. Ланкастер К. Математическая экономика. Пер. с англ. Под ред. Д.Б.Юдина. – М.: Изд-во «Сов. Радио», 1972. – 464 с.
5. Сио К. Управленческая экономика Текст, задачи и примеры. Изд-е 7. – М.ИНФРА-М, 2000. – 668 с.
6. Маленво Э. Лекции по микроэкономическому анализу. Пер. с фр. Х.А.Атакшиева. Под ред. К.Д.Багриновского – М.: Физматлит, 1985. – 390 с.
7. Гальперин В.М., Игнатъев С.И., Моргунов В.И. Микроэкономика: в 2-х тт. / Под ред. В.М.Гальперина. – СПб: Экон. школа, 1994. – Т.1. – 349 с.; Т.2. – 1998. – 503 с.
8. Малахова Н.Б. Мікроекономічна теорія виробництва та витрат.. – Харків, ХНЕУ, 2009. – 157 с.

Статья поступила в редакцию 29.05.2009

А. ОКУЛОВСЬКА,
Институт економіки промисловості НАН України

МОДЕЛЬ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансово-економічна криза значно підвищила вимоги до системи управління підприємством. Керівництво повинне вирішувати не тільки оперативні завдання, але розробляти напрямки для стратегічного розвитку. В умовах значного підвищення вартості енергетичних ресурсів для українських підприємств єдиною можливістю забезпечення конкурентоздатності є впровадження енергозберігаючих технологій та екологізація виробництва. Тому пріоритетним завданням для керівництва вітчизняних підприємств є розробка стратегії еко-

номіко-екологічного розвитку для підвищення ефективності використання ресурсів підприємства. Дослідження Б. Данилишина [1], М. Долішнього [2], М. Чумаченка [3], В. Шевчука [4] та ін. спрямовані на розробку понятійного апарату, механізму функціонування і регіональних особливостей у сфері екологічної економіки. Результати досліджень у галузі кількісної оцінки охорони навколишнього середовища містяться у роботах І. Александрова [5],

© А. Окуловська, 2009