

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ:
В.о. декана ФЕМ
Андрій КОЦУР
“ 31 ” 08 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:
В.о. проректора з науково-педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ
“ 31 ” 08 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Директор ННІНОІ
Святослав ПИТЕЛЬ
“ 31 ” 08 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Галузь знань: **05 «Соціальні та поведінкові науки»**
Спеціальність: **051 «Економіка»**
Освітньо-професійна програма «Економіка і управління бізнесом»

Кафедра економіки та економічної теорії

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практичні (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПЗ (год.)	СРС (год.)	Разом (год.)	Залік (семестр)
Денна	II	III	28	14	3	6	99	150	III
Заочна	II	IV	8	4	-	-	138	150	IV

31.08.2023р.

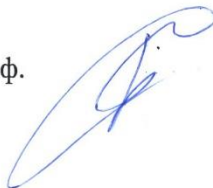
Тернопіль – ЗУНУ
2023

Робочу програму склала доцент кафедри економіки та економічної теорії,
канд. екон. наук, доцент Оксана Ярославівна Лотиш



Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки та
економічної теорії, протокол № 1 від 29.08.2023 р.

Завідувач кафедри, д-р екон. наук, проф.



Віктор КОЗЮК

Розглянуто і схвалено на засіданні групи забезпечення спеціальності
«Економіка», протокол № 1 від 30.08.2023 р.

Голова групи забезпечення спеціальності
д-р екон. наук, проф.



Віктор КОЗЮК

Гарант ОПП «Економіка та управління бізнесом»
канд. екон. наук, доц.



Лариса ЛЯХОВИЧ

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Мікроекономічний аналіз»

1. Опис дисципліни «Мікроекономічний аналіз»

Дисципліна «Мікроекономічний аналіз»	Галузь знань, напрям підготовки, ОКР	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 5	Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки	Статус дисципліни: вибіркова Мова навчання: українська
Кількість залікових модулів – 3	Спеціальність : 051 Економіка Освітньо-професійна програма «Економіка та управління бізнесом»	Рік підготовки: <i>Денна – 2</i> <i>Заочна – 2</i> Семестр: <i>Денна – 3</i> <i>Заочна – 4</i>
Кількість змістових модулів – 2	Освітньо-кваліфікаційний рівень – бакалавр	Лекції: <i>Денна – 28 год.</i> <i>Заочна – 8 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна – 14 год.</i> <i>Заочна – 4 год</i>
Загальна кількість годин – 150		Самостійна робота: <i>Денна – 99 год.</i> <i>Заочна – 138 год.</i> Тренінг, КППЗ: <i>Денна – 6 год</i> Індивідуальна робота: <i>Денна – 3 год.</i>
Тижневих годин:– 10 год., з них аудиторних – 3 год.		Вид підсумкового контролю – залік

2. Мета і завдання дисципліни «Мікроекономічний аналіз»

2.1. Мета вивчення дисципліни. Метою дисципліни «Мікроекономічний аналіз» є поглиблення у студентів уявлень про мікроекономічні умови функціонування підприємств та домогосподарств; закріплення знань про методи сучасних мікроекономічних досліджень; оволодіння інструментарієм мікроекономічного аналізу з метою обґрунтування управлінських рішень в реальній економіці.

2.2. Завдання вивчення дисципліни: поглиблення знань про термінологію та основні принципи, що лежать в основі мікроаналізу поведінки господарюючих суб'єктів; вивчення основних етапів розвитку та становлення сучасного мікроекономічного аналізу; застосування сучасних методів мікроаналізу і прогнозування поведінки підприємств в умовах невизначеності та обмеженості інформації.

Завдання лекційних занять полягає у викладенні студентам відповідно до програми та робочого плану системи мікроекономічного аналізу як науки, її методологічних і теоретичних принципів, формування у них уявлень про суть та механізм функціонування суб'єктів мікросистеми.

Завдання практичних занять полягає у закріпленні теоретичних знань студентів, здобутих ними під час лекцій та вивчення навчальної літератури, опануванні окремих економічних категорій, принципів та законів у процесі їх дискусійного обговорення, колективному знаходженні правильних шляхів розв'язання теоретичних та практичних проблем, виробленні вміння застосовувати одержані знання у практичній і фаховій діяльності. На практичних заняттях студенти розв'язують практичні задачі, виконують письмові та тестові контрольні завдання. Студенти повинні засвоїти методiku та техніку виконання позитивного і нормативного аналізів; методи побудови оптимізаційних і рівноважних моделей. Проведення практичних занять покликане виробити у студентів навички мікроекономічного аналізу з метою їх використання в практичній діяльності.

2.3. В результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати:

- принципи і методи аналізу та прогнозування поведінки мікроекономічних суб'єктів;
- економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач при обґрунтуванні поведінки споживачів та виробників на ринку товарів;
- детермінанти ринкової структури тих чи інших секторів економіки та оптимальні форми організації бізнесу відповідно до рівня конкурентності ринків, ємності ринку, інформаційної прозорості та складності економічних взаємин;
- аналізувати емпіричні дані конкретних фірм із позицій маржинальних величин;
- алгоритм визначення коротко- і довгострокової рівноваги фірми за умов недосконалої конкуренції;
- основні моделі економічних процесів, систем та явищ, моделі управління економічними об'єктами в умовах ризику та невизначеності.

2.4. В результаті вивчення дисципліни студенти повинні вміти:

- вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів;
- вміти використовувати дані, надавати аргументацію, критично оцінювати логіку та формувати висновки з наукових та аналітичних даних на мікрорівні;
- застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади);
- розв'язувати практичні завдання щодо аналізу середовища ведення бізнесу, впливу кон'юнктури на бізнес-процеси, складати та аналізувати фінансову звітність;
- проводити аналіз макроекономічних, мікроекономічних процесів, функціонування ринків та здійснювати індивідуальний економічний вибір.

3. Зміст дисципліни «Мікроекономічний аналіз»

Змістовий модуль 1

Загальні основи сучасного мікроаналізу та практика використання мікроекономічного аналізу поведінки господарюючих суб'єктів

Тема 1. Фундаментальні основи мікроекономічного аналізу: суть, принципи та методи

Розвиток економічної науки на основі мікроаналізу. Основні інструменти мікроаналізу. Принципи дослідження. Обмеженість ресурсів, вибір і завдання мікроекономічного суб'єкта. Ринкова і неринкова діяльність. Використання позитивного та нормативного аналізу при дослідженні мікроекономічних явищ.

Предмет, концептуальні основи і методологія мікроекономічного аналізу. Суб'єкти і об'єкти мікроаналізу (домашні господарства, фірми, посередники) та їх цільові функції. Методи мікроаналізу: логічні, графічні, граничні, динамічні, статичні, рівноважні, оптимізаційні. Мета, завдання і зміст дисципліни. Взаємозв'язок з іншими дисциплінами.

Логіка становлення мікроаналізу. Засновники маржиналізму. Основи маржиналізму, як теорії у вивченні приростів. Два аспекти поняття граничності в маржиналізмі: суть та сфери використання. Гранична корисність факторів виробництва (за Л. Вальрасом). Корисність у виробництві і розподілі благ (за Дж. Б. Кларком). Теорія граничної продуктивності. Граничні витрати та гранична дохідність.

Література: 1-6.

Тема 2. Інструменти аналізу і прогнозування поведінки мікроекономічних суб'єктів

Методологічні принципи вибору засобів і методів мікроекономічного аналізу: принцип цілісності, принцип багатовимірності, принцип невизначеності і стохастичності.

Особливості застосування економіко-математичного моделювання у теоретико-економічних дослідженнях. Класифікація економіко-математичних моделей. Типи змінних та економічних даних. Необхідність та межі застосування кількісних методів у мікроекономічному аналізі.

Використання методів точкового та інтервального оцінювання мікроекономічних показників за обмеженої інформації. Статистичні методи аналізу мікроекономічних закономірностей ринкового середовища.

Методи прогнозування: евристичні, статистичні, прогнозні моделі.

Література: 1-6.

Тема 3. Мікроекономічний аналіз уподобань та вибору споживача

Споживчі уподобання: суть та припущення. Приклади уподобань. Властивості уподобань: випуклість, монотонність, локальна ненасиченість, гомотетичність. Нестандартні уподобання. Взаємозв'язок уподобань та кривих байдужості. Корисність як спосіб опису уподобань. Функції корисності за різних видів уподобань. Функція корисності Кобба-Дугласа. Використання функції корисності для оцінки змін у споживанні.

Крива рівня життя: аналіз та застосування. Модель максимізації корисності при заданому бюджетному обмеженні. Умови першого і другого порядку. Механізм знаходження внутрішньої рівноваги за допомогою методу множників Лагранжа. Функція некомпенсованого попиту споживача (за

Маршаллом). Непряма функція корисності. Властивості функції попиту і непрямої функції корисності. Рівність Роя. Кутова і квазікутова рівновага.

Модель мінімізації витрат при заданому рівні корисності. Функція витрат споживача. Функція компенсованого попиту (за Хіксом). Властивості функції попиту і функції витрат.

Міжчасове порівняння вартості: майбутня і теперішня вартість. Розподіл споживання між поточним і майбутнім періодами: бюджетне обмеження, карта кривих байдужості і оптимум споживача при міжчасовому виборі. Вплив інфляції на вибір споживача. Застосування теперішньої вартості. Заощадження і рівень ставки процента.

Література: 1-6.

Тема 4. Мікроекономічний аналіз попиту на продукцію фірми

Технологія прогнозування попиту на продукцію фірми: зміст, етапи процедур прогнозування. Аналіз і моделювання попиту на продукцію, розробка прогнозу.

Методи прогнозування попиту на продукцію фірми. Якісні методи прогнозування. Кількісні методи прогнозування: методи екстраполяції та методи економіко-математичного моделювання.

Регресійний аналіз попиту на продукцію фірми. Оцінка надійності регресійних моделей попиту.

Значення еластичності попиту в мікроекономічному аналізі.

Література: 1-6.

Тема 5. Мікроекономічний аналіз фірми на ринку товарів

Базові положення мікроекономічного аналізу фірми. Детермінанти структури ринку продукту та показники ринкової влади фірми. Типи продуктів залежно від товарних властивостей (виключність у присвоєнні та конкурентність у споживанні).

Властивості виробничої множини: непустота, замкнутість, відсутність рогу надлишку, можливість бездіяльності, свобода витрачання, незворотність, випуклість, адитивність, віддача від масштабу. Зв'язок виробничої множини та виробничої функції. Види і властивості виробничих функцій. Граничний продукт, його динаміка і виробнича функція у короткотривалому періоді. Ефект масштабу та виробнича функція у довготривалому періоді.

Оптимізаційні моделі поведінки фірми: максимізація випуску (пряма) і мінімізація витрат (двоїста).

Економічна інтерпретація невизначених множників Лагранжа в задачах виробника.

Література: 1-6.

Тема 6. Аналіз показників витрат і вигод виробництва на фірмі

Виробничі витрати фірми, їх зміст. Витрати фірми у короткотривалому періоді: постійні, квазіпостійні, змінні. Мінімізація витрат для технологій з різними факторами виробництва: досконаліми доповнювачами та досконаліми заміниками.

Модель середніх витрат та її взаємозв'язок з граничними витратами. Довгострокові середні та граничні витрати. Трансакційні витрати: суть та вплив на динаміку витрат і оптимальний розмір підприємства.

Мікроекономічна модель «витрати-вигоди» у короткотривалому і довготривалому періодах. Модель максимізації прибутку. Функція пропозиції,

функція прибутку і їх властивості: однорідність за цінами, випуклість, неперервність. Рівність Слуцького в теорії виробника.

Інноваційна активність фірми. Витрати та вигоди від інноваційних продуктів.

Література: 1-6.

Змістовий модуль 2

Аналіз поведінки фірми в умовах недосконалої конкуренції та ризику

Тема 7. Мікроекономічний аналіз ціноутворення фірми в умовах недосконалої конкуренції

Класифікація моделей ціноутворення на ринку товарів. Маржинальне ціноутворення: суть та практика використання в сучасних умовах господарювання. Взаємозв'язок маржинальної ціни та інфляції.

Дискримінаційне ціноутворення фірми на ринку монополії: досконала цінова дискримінація, дискримінація другого і третього ступеня. Розрахунок оптимальних цін та обсягів випуску у випадку цінової дискримінації. Цінова дискримінація в часі і ціноутворення в періоди пікового попиту.

Встановлення ціни за двохступінчастими тарифами (у випадках одного, двох та багатьох споживачів). Ціноутворення на товари в наборі (випадки продажу товарів окремо, в наборі або комбінованих наборів). Трансфертне ціноутворення в інтегрованій фірмі

Вибір ціни на ринку олігополії. Цінова конкуренція при однорідних та диференційованих товарах (модель Бертрана та модель Неша). Цінове лідерство. Аналіз картельного ціноутворення.

Література: 1-6.

Тема 8. Диференціація продукту як форма нецінової конкуренції фірми

Нецінова конкуренція: її суть і методи здійснення.

Диференціація товару і його удосконалення. Просторова модель диференціації продукту.

Якість товару: суть, показники та напрямки покращення. Економічна ефективність заходів, спрямованих на покращення якості товару.

Реклама: суть та необхідність застосування фірмою. Види реклами, її переваги та недоліки. Ефективність і витрати на рекламну кампанію.

Література: 1-6.

Тема 9. Теорія ігор та стратегія конкуренції

Ігри і стратегічне рішення. Визначення гри та основні варіанти рішень гри. Класифікація ігор. Концепції рішень гри. Методи знаходження рішень для гри в нормальній формі.

Гра в динамічній формі. Оптимальне оподаткування. Визначення стратегії поведінки фірми і держави за методом зворотної індукції.

Оптимізація вигоди фірм-учасників ринку за умови координації своїх стратегій. Ігри координації. Ігри співіснування. Ігри на взяття зобов'язань.

Ігри змагання (конкуренції). Максимінна рівновага. Метод вилучення домінуючих стратегій. Рівновага в домінуючих стратегіях. Метод знаходження рівноваги Неша. Метод знаходження оптимуму Парето. Метод знаходження рішення Штакельберга та рівноваги Штакельберга.

Стратегічна торгова політика і міжнародна конкуренція. Оптимальний обсяг мита в міжнародній торгівлі (за рівновагою Неша).

Література: 1-6.

Тема 10. Мікроекономічний аналіз формування попиту та ціни на виробничий фактор в умовах недосконалої конкуренції

Економічний зміст формування попиту на виробничий фактор в умовах недосконалої конкуренції: особливості прояву на ринку праці, земельних ресурсів та капіталу.

Механізм ціноутворення на ринках факторів виробництва з монополістичною владою. Особливості ціноутворення на виробничий фактор на монополістичному ринку. Ефекти заміни, випуску та максимізації прибутку. Ресурсне рішення монополіста у довгостроковому періоді.

Галузевий і ринковий попит на ресурс.

Аналіз ціноутворення на ресурсних ринках.

Література: 1-6.

Тема 11. Мікроекономічні моделі прийняття рішень за умов ризику та невизначеності

Ризик: суть, різновиди та методи вимірювання. Фактори і джерела ризику. Показники вимірювання ризику. Система антиризикових заходів. Відношення суб'єкта до ризику (антипатія, нейтральність до ризику, надання переваги ризику). Підходи до прийняття рішень за умов ризику. Премія за ризик. Безризиковий еквівалент лотерей. Вимірювання антипатії до ризику. Коефіцієнт Ерроу-Пратта. Взаємозв'язок кривих байдужості і коефіцієнта Ерроу-Пратта. Теорема Ерроу-Пратта.

Критерії ефективності в умовах повної невизначеності. Підходи до часткового усунення невизначеності.

Ціна інформації. Теорія очікуваної корисності Неймана-Севіджа та її застосування у мікроекономічному моделюванні. Моделі оптимальності за Нешем і Парето.

Шляхи розосередження та зменшення ризику: страхування, диверсифікація, отримання додаткової інформації. Модель і графічний аналіз страхових послуг. Попит на страхівку. Інвестування в ризикові активи. Теорема Самуельсона про диверсифікацію.

Література: 1-6.

Тема 12. Мікроекономічний аналіз державної політики

Застосування сучасної мікроекономіки в аналізі державної політики. Державне регулювання ринку товарів: вплив податків, дотацій, введення фіксованих цін на ринкову рівновагу. Вплив чинника оподаткування на функціонування фірми. Дотація як форма підтримки виробника. Державна підтримка національного виробника у контексті запровадження митних тарифів і квот. Державне регулювання рівня цін. Проблема максимальних і мінімальних цін. Наслідки державного втручання для споживача і виробника. Формування тіньового ринку, як наслідок недосконалості регуляторної політики держави.

Підстави для антимонопольної політики. Антимонопольне законодавство України та застосування його положень на практиці. Ідентифікація монополістичних ринків. Цілі та інструменти державного регулювання на монополізованих ринках.

Аналіз державної політики під час воєнного стану: загрози і виклики для бізнесу. Адаптація бізнесу до потреб ринку під час війни. Програма лояльності і дотування виробників. Переваги і недоліки податкової реформи «все по 10».

Література: 1-6.

**4. Структура залікового кредиту з дисципліни
«Мікроекономічний аналіз»
(денна форма навчання)**

Теми курсу	Кількість годин					
	Лекції	Практ. заняття	Самост. робота	Тренінг, КПЗ	Індивід. робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль I. Загальні основи сучасного мікроаналізу та практика використання мікроекономічного аналізу поведінки господарюючих суб'єктів						
Тема 1. Фундаментальні основи мікроекономічного аналізу: суть, принципи та методи	2	1	8	3	0,5	Тести, опитування
Тема 2. Інструменти аналізу і прогнозування поведінки мікроекономічних суб'єктів	2	1	8			Тести, опитування
Тема 3. Мікроекономічний аналіз уподобань та вибору споживача	2	1	9		1	Тести, аналітичні завдання, кейси
Тема 4. Мікроекономічний аналіз попиту на продукцію фірми	4	2	8			Тести, аналітичні завдання,
Тема 5. Мікроекономічний аналіз фірми на ринку товарів	2	1	8			Тести, аналітичні завдання, кейси
Тема 6. Аналіз показників витрат і вигод виробництва на фірмі	2	2	9			Тести, аналітичні завдання, кейси
Змістовий модуль II. Аналіз поведінки фірми в умовах недосконалої конкуренції та ризику						
Тема 7. Мікроекономічний аналіз ціноутворення фірми в умовах недосконалої конкуренції	2	1	9	3	1	Тести, аналітичні завдання, кейси
Тема 8. Диференціація продукту як форма нецінової конкуренції фірми	2	1	8			Тести, аналітичні завдання,
Тема 9. Теорія ігор та стратегія конкуренції	2	1	8			Тести, аналітичні завдання, кейси
Тема 10. Мікроекономічний аналіз формування попиту та ціни на виробничий фактор в умовах недосконалої конкуренції	4	1	8		Тести, аналітичні завдання, кейси	
Тема 11. Мікроекономічні моделі прийняття рішень за умов ризику та невизначеності	2	1	8		0,5	Тести, аналітичні завдання, кейси
Тема 12. Мікроекономічний аналіз державної політики	2	1	8			Тести, завдання, кейси
ВСЬОГО	28	14	99	6	3	

**«Мікроекономічний аналіз»
(заочна форма навчання)**

Теми курсу	Кількість годин		
	Лекції	Практ. заняття	Самост. робота
Змістовий модуль I. Загальні основи сучасного мікроаналізу та практика використання мікроекономічного аналізу поведінки господарюючих суб'єктів			
Тема 1. Фундаментальні основи мікроекономічного аналізу: суть, принципи та методи	0,5	1	11
Тема 2. Інструменти аналізу і прогнозування поведінки мікроекономічних суб'єктів	0,5		11
Тема 3. Мікроекономічний аналіз уподобань та вибору споживача	0,5	1	12
Тема 4. Мікроекономічний аналіз попиту на продукцію фірми	1		12
Тема 5. Мікроекономічний аналіз фірми на ринку товарів	0,5		11
Тема 6. Аналіз показників витрат і вигод виробництва на фірмі	1		12
Змістовий модуль II. Аналіз поведінки фірми в умовах недосконалої конкуренції та ризику			
Тема 7. Мікроекономічний аналіз ціноутворення фірми в умовах недосконалої конкуренції	1	1	12
Тема 8. Диференціація продукту як форма нецінової конкуренції фірми	0,5		11
Тема 9. Теорія ігор та стратегія конкуренції	0,5		12
Тема 10. Мікроекономічний аналіз формування попиту та ціни на виробничий фактор в умовах недосконалої конкуренції	1		12
Тема 11. Мікроекономічні моделі прийняття рішень за умов ризику та невизначеності	0,5	1	11
Тема 12. Мікроекономічний аналіз державної політики	0,5		11
ВСЬОГО	8	4	138

5. Тематика практичних завдань з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»

Практичне заняття № 1

Тема: Фундаментальні основи мікроекономічного аналізу: суть, принципи та методи

Мета: виявити основні інструменти мікроекономічного аналізу, принципи дослідження, предмет і суб'єкти мікроаналізу та дослідити цільові функції суб'єктів господарювання, дослідити основні етапи еволюційного розвитку мікроаналізу, основні школи маржиналізму, теоретичні аспекти маржиналізму, розкрити основні підходи розвитку неокласичного мікроекономічного аналізу.

Питання для обговорення:

1. Розвиток економічної науки на основі мікроаналізу.
 2. Предмет, концептуальні основи і методологія мікроекономічного аналізу.
 3. Мета, завдання і зміст дисципліни. Взаємозв'язок з іншими дисциплінами.
 4. Логіка становлення мікроаналізу. Засновники маржиналізму.
- Література: 1-6.

Практичне заняття № 2

Тема: Методи аналізу і прогнозування поведінки мікроекономічних суб'єктів

Мета: визначити основні принципи для вибору методів мікроаналізу, обґрунтувати використання методів моделювання у економічних дослідженнях.

Питання для обговорення:

1. Методологічні принципи вибору засобів і методів мікроекономічного аналізу: принцип цілісності, принцип багатовимірності, принцип невизначеності і стохастичності.
 2. Особливості застосування економіко-математичного моделювання у теоретико-економічних дослідженнях.
 3. Методи прогнозування: евристичні, статистичні, прогнозні моделі.
- Література: 1-6.

Практичне заняття № 3

Тема: Мікроекономічний аналіз уподобань та вибору споживача

Мета: дослідити споживчі переваги, функції корисності та рівня життя за різних уподобань споживача, визначити економічний зміст умови оптимуму споживача, проаналізувати і оцінити вплив різних чинників на вибір споживача.

Питання для обговорення:

1. Споживчі уподобання: суть та припущення. Приклади уподобань.
 2. Функції корисності за різних видів уподобань. Функція корисності Кобба-Дугласа.
 3. Крива рівня життя: аналіз та застосування. Оптимум споживача.
 4. Міжчасове порівняння вартості: майбутня і теперішня вартість. Вплив інфляції на вибір споживача. Застосування теперішньої вартості.
- Література: 1-6.

Практичне заняття № 4

Тема: Мікроекономічний аналіз попиту на продукцію фірми

Мета: обґрунтувати вплив часового фактору на попит і пропозицію, використання еластичності у мікроекономічному аналізі споживача і виробника.

Питання для обговорення:

1. Технологія прогнозування попиту на продукцію фірми: зміст, етапи процедур прогнозування. Аналіз і моделювання попиту на продукцію, розробка прогнозу.

2. Методи прогнозування попиту на продукцію фірми. Якісні методи прогнозування. Кількісні методи прогнозування: методи екстраполяції та методи економіко-математичного моделювання.

3. Регресійний аналіз попиту на продукцію фірми. Оцінка надійності регресійних моделей попиту.

4. Значення еластичності попиту в мікроекономічному аналізі.

Література: 1-6.

Практичне заняття № 5

Тема: Мікроекономічний аналіз фірми на ринку товарів

Мета: дослідити основні положення мікроаналізу фірми на ринку товарів, види виробничих функцій і їх практичне використання, розробити пряму і двоїсту модель поведінки виробника.

Питання для обговорення:

1. Базові положення мікроекономічного аналізу фірми. Детермінанти структури ринку продукту та показники ринкової влади фірми.

2. Виробнича множина та виробнича функція. Види і властивості виробничих функцій.

3. Оптимізаційні моделі поведінки фірми: максимізація випуску (пряма) і мінімізація витрат (двоїста).

Література: 1-6.

Практичне заняття № 6

Тема: Аналіз показників витрат і вигод виробництва на фірмі

Мета: обґрунтувати економічний підхід до проблеми витрат виробництва, показати функціональну залежність між середніми і граничними витратами, проаналізувати модель «витрати-вигоди», вигоди від інноваційної діяльності фірми.

Питання для обговорення:

1. Витрати фірми у короткотривалому періоді: постійні, квазіпостійні, змінні.

2. Модель середніх витрат та її взаємозв'язок з граничними витратами.

3. Трансакційні витрати: суть та вплив на динаміку витрат і оптимальний розмір підприємства.

4. Мікроекономічна модель «витрати-вигоди» у короткотривалому і довготривалому періодах.

5. Інноваційна активність фірми. Витрати та вигоди від інноваційних продуктів.

Література: 1-6.

Практичне заняття № 7

Тема: Мікроекономічний аналіз ціноутворення фірми в умовах недосконалої конкуренції

Мета: дослідити основні моделі ціноутворення на ринку товарів за умов недосконалої конкуренції, проаналізувати практику використання методів ціноутворення: їх переваги та недоліки.

Питання для обговорення:

1. Моделі ціноутворення на ринку товарів.
 2. Маржинальне ціноутворення: суть та практика використання в сучасних умовах господарювання.
 3. Дискримінаційне ціноутворення фірми на ринку монополії.
 4. Вибір ціни на ринку олігополії.
- Література: 1-6.

Практичне заняття № 8

Тема: Диференціація продукту як форма нецінової конкуренції фірми

Мета: проаналізувати основні методи нецінової конкуренції та практичне їх використання в сучасних умовах.

Питання для обговорення:

1. Нецінова конкуренція: її суть і методи здійснення.
 2. Диференціація товару і його удосконалення. Просторова модель диференціації продукту.
 3. Реклама: суть та необхідність застосування фірмою. Ефективність і витрати на рекламну кампанію.
- Література: 1-6.

Практичне заняття № 9

Тема: Теорія ігор та стратегія конкуренції

Мета: дослідити основні види стратегічних ігор у діяльності фірм, використання гри при оподаткуванні і міжнародній торгівлі.

Питання для обговорення:

1. Ігри і стратегічне рішення. Визначення гри та основні варіанти рішень гри. Класифікація ігор.
 2. Ігри координації. Оптимізація вигоди фірм-учасників ринку за умови координації своїх стратегій.
 3. Гра в динамічній формі. Оптимальне оподаткування.
 4. Ігри змагання (конкуренції). Ігри співіснування. Ігри на взяття зобов'язань.
 5. Стратегічна торгова політика і міжнародна конкуренція. Оптимальний обсяг мита в міжнародній торгівлі (за рівновагою Неша).
- Література: 1-6.

Практичне заняття № 10

Тема: Мікроекономічний аналіз формування попиту та ціни на виробничий фактор в умовах недосконалої конкуренції

Мета: проаналізувати особливості попиту на фактори виробництва, ціноутворення на ринках недосконалої конкуренції.

Питання для обговорення:

1. Економічний зміст формування попиту на виробничий фактор в умовах недосконалої конкуренції.
2. Механізм ціноутворення на ринках факторів виробництва з монопсонічною владою.

3. Особливості ціноутворення на виробничий фактор на монопольному ринку.

4. Аналіз ціноутворення на ресурсних ринках

Література: 1-6.

Практичне заняття № 11

Тема: Мікроекономічні моделі прийняття рішень за умов ризику та невизначеності

Мета: виявити основні види ризику у практичній діяльності фірми, обґрунтувати важливість ціни інформації при плануванні ризику, дослідити шляхи зменшення ризику.

Питання для обговорення:

1. Ризик: суть, різновиди та методи вимірювання.

2. Ціна інформації. Теорія очікуваної корисності Неймана-Севіджа та її застосування у мікроекономічному моделюванні.

3. Моделі оптимальності за Нешем і Парето.

4. Шляхи розосередження та зменшення ризику: диверсифікація, страхування.

Література: 1-6.

Практичне заняття № 12

Тема: Мікроекономічний аналіз державної політики

Мета: дослідити часткову і загальну рівновагу на ринку, проаналізувати вплив державної політики на ефективність поведінки споживача і виробника; проаналізувати сучасну антимонопольну політику, її ефективність щодо природних монополій.

Питання для обговорення:

1. Концепція економічної ефективності. Ефективність часткової рівноваги. Загальна рівновага і ефективність конкурентного ринку.

2. Застосування сучасної мікроекономіки в аналізі державної політики: податки, дотації, митні тарифи, квоти, фіксовані ціни.

3. Наслідки державного втручання для споживача і виробника.

4. Підстави для антимонопольної політики. Цілі та інструменти державного регулювання на монополізованих ринках.

Література: 1-6.

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання

На вибір студента пропонують такі теми:

1. Мікроекономічний аналіз підприємства.
2. Мікроекономічний аналіз ринку блага.
3. Державна установа як суб'єкт мікроекономічного аналізу.

В межах однієї з цих тем виконавець обирає конкретний реальний об'єкт дослідження: існуюче підприємство (галузева, національна приналежність, масштаб, форма власності, організаційна форма значення не мають) або ринок певного блага (товару чи послуги), та відображає назву об'єкта аналізу в назві роботи, наприклад: “Мікроекономічний аналіз ТОВ “Промінь”, “Мікроекономічний аналіз світової мережі McDonalds”, “Мікроекономічний аналіз українського ринку автомобілів”, “Мікроекономічний аналіз ринку кондитерських виробів м. Тернополя”. Інформаційною базою для виконання завдання є реальні показники діяльності підприємств, статистична інформація з офіційних джерел, експертні оцінки фахівців, аналітичні матеріали, опубліковані в періодичних бізнес-виданнях, в електронних джерелах, преса, телебачення дослідження, отримані в результаті власних спостережень, тощо.

Індивідуальну роботу пишуть у довільній формі, обсяг роботи 8-12 сторінок друкованого тексту на аркуші А4, включаючи ілюстрації та список використаних джерел. Для викладення змісту дослідження студентам пропонується використовувати орієнтовний перелік питань за кожною з можливих тем, які наведені нижче. При цьому слід зауважити, що не є обов'язковим розкривати всі питання, а лише ті, за якими виконавці мають достатньо інформації, можуть провести самостійний аналіз, та які вони вважають особливо важливими для підприємства чи ринку, що аналізується. Робота має закінчуватися висновками та пропозиціями щодо того, чи знаходиться підприємство чи ринок в стані рівноваги, які зміни доцільно (чи недоцільно) було б здійснити на підприємстві в коротко- чи довгостроковому періоді, якої поведінки слід дотримуватися (чи вже дотримуються) на ринку виробникам і споживачам блага, як використати ринкові тенденції на користь суб'єктів ринку тощо.

Критеріями оцінювання роботи є обсяг зібраної та опрацьованої інформації, грамотність та доцільність застосування інструментів мікроекономічного аналізу, самостійність та обґрунтованість висновків за результатами проведеного аналізу.

Орієнтовний перелік питань для виконання індивідуального завдання за темою «Мікроекономічний аналіз підприємства»

1. Загальна характеристика ринку, на якому працює підприємство:
 - рівень конкурентоздатності, ступінь однорідності продукції, узгодженість ринкової поведінки виробників, ступінь ринкової влади;
 - ринкові сегменти, де реалізується продукція підприємства, обґрунтування їх вибору;
 - кількість споживачів, особливості їх ринкової поведінки;
 - потенціал ринку і можливості збуту продукції підприємства;
 - цінова і нецінова конкуренція на ринку;
2. Асортимент продукції підприємства:
 - групи та види продукції;
 - ступінь диференціації;
 - супутні послуги та інші підтримуючі стратегічні напрями діяльності.
3. Виробничі ресурси підприємства, застосовувані технології.

4. Стан та тенденції ринків ресурсів, що впливають на ринкові позиції підприємства. Можливості та загрози для стратегічного розвитку підприємства, що впливають з тенденцій на ринках застосовуваних ресурсів

5. Варіація факторів виробництва у часі. Ізокванти. Ізокости. Лінія експансії.

6. Виробнича функція. Ефект масштабу та фактори, що його обумовлюють

7. Виробничі затрати. Постійні і змінні витрати, їх склад і структура.

8. Оптимізація обсягів виробництва за критерієм мінімізації затрат.

9. Ціна продукції та чинники її встановлення.

10. Точка беззбитковості

11. Оптимізація обсягів виробництва за критерієм максимізації прибутку (мінімізації збитку)

12. Рівень прибутковості (збитковості) підприємства. Короткострокова і довгострокова стратегія фірми.

Орієнтовний перелік питань для виконання індивідуального завдання за темою «Мікроекономічний аналіз ринку»

1. Продуктові та географічні межі ринку, супутні ринки

2. Особливості ринку – територіальні, національні, історичні та ін.

3. Асортимент товарів

- ступінь диференціації товарів;
- наявність товарів-компліментів та субститутів.

4. Загальна характеристика учасників ринку

• кількість виробників, ступінь однорідності, особливості та узгодженість ринкової поведінки;

• кількість споживачів, ступінь однорідності, особливості та ринкової поведінки та ступінь її узгодженості.

5. Аналіз концентрації та рівня конкурентності

- ступінь концентрації ринку;
- сегментація ринку;
- частка ринку основних гравців;
- аналіз коефіцієнтів (коефіцієнт Лернера, коефіцієнт концентрації, індекс Герфіндаля-Хіршмана).

6. Бар'єри та стимули входження на ринок та виходу з нього.

7. Можливі чинники, які створюють умови для змін у монопольній владі та концентрації в довгостроковому та короткостроковому періоді

8. Державне регулювання – чи існує, для чого, який має вплив на всіх учасників ринку (виробників, споживачів, державу)

9. Антимонопольна політика

10. Ціни на товар

• ступінь їх регулювання (ринком, окремими учасниками ринку, державою)

- ступінь однорідності цін
- наявність / відсутність цінової конкуренції, цінового лідера

7. Еластичність ринкового попиту та пропозиції

8. Види нецінової конкуренції на ринку

9. Фактори, що можуть сприяти досягненню рівноваги на ринку

10. Коротко- та довгострокові стратегії підприємств-учасників ринку.

Орієнтовний перелік питань для виконання індивідуального завдання за темою «Державна установа як суб'єкт мікроекономічного аналізу»

1. Мета діяльності державної установи

2. Продукт діяльності державної установи:
 - визначити користь суспільства від діяльності установи, наслідки в разі її відсутності та чому установа фінансується державою;
 - чи є замітники продукції, яку виробляє державна установа.
3. Чинники, які обмежують досягнення мети діяльності державної установи
4. Як і де визначають ціни на використані установою ресурси
5. Споживачі продукції державної установи
6. Можливість приватизації на ринку продукції, яку виробляє державна установа (відповідь залежить від того чи є продукція суспільним чи приватним благом; чи можливе ринкове ціноутворення; чи існують ситуації неспроможності ринку).

7. Самостійна робота

1. Інституційні аспекти мікроекономічного аналізу.
2. Особливості застосування мікроекономічного аналізу в перехідній економіці.
3. Використання мікроекономічних моделей в аналізі рішень суб'єктів ринку.
4. Теорія і практика використання методів мікроекономічного аналізу в сучасних умовах господарювання.
5. Маржиналізм як основа мікроекономічного аналізу поведінки учасників ринку.
6. Моделі максимізації корисності та мінімізації витрат у поведінці споживача.
7. Обмеження і напрямки розвитку аналізу теорії споживацького вибору.
8. Значення принципу раціональної поведінки в мікроекономічному аналізі і теорії споживацького вибору.
9. «Зміни і новаторство» в теорії споживацького вибору.
10. Математична інтерпретація ефектів доходу та заміщення.
11. Аналіз впливу часового періоду на стійкість ринкової рівноваги.
12. Концепція еластичності попиту як інструмент кількісного аналізу функціонування ринків.
13. Модель “товари-характеристики” К.Ланкастера.
14. Технологія споживання: споживання як виробничий процес.
15. Мікроекономічний аналіз моделі “витрати-вигоди”: доцільність використання в практиці господарювання фірми.
16. Модель оптимізації поведінки фірми (пряма і двоїста): використання в практиці діяльності підприємства.
17. Аналіз інтеграційних процесів на ринках досконалої і недосконалої конкуренції.
18. Сучасні підходи до аналізу бар'єрів входу фірм на ринок.
19. Методика визначення оптимальних цін та обсягів продукції у випадку цінової дискримінації.
20. Стратегії злиття і поглинання фірм на ринку монополії і олігополії.
21. Просторова модель диференціації товару.
22. Диверсифікація компаній: класифікація, мотиви, сучасні тенденції.
23. Використання теорії ігор для пояснення стратегічної поведінки фірм на ринку. Оптимальне оподаткування в теорії ігор.
24. Страхування і диверсифікація як напрямки зменшення ризику при прийнятті рішень.
25. Влада і ринок: мікроекономічний аналіз і державна політика.
26. Державна підтримка національного виробника у контексті запровадження митних тарифів і квот. Використання моделі Неша для визначення оптимального обсягу мита в міжнародній торгівлі.

27. Державне регулювання ринку товарів: вплив чинника оподаткування на функціонування фірми.
28. Формування тіншового ринку, як наслідок недосконалості регуляторної політики держави.
29. Особливості антимонопольного регулювання в кризовий і посткризовий період.

8. Тренінг з дисципліни

1. Вступна частина проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.

2. Організаційна частина полягає у створенні робочого настрою в колективі студентів, визначення правил проведення тренінгу. Можлива наявність інформаційно-цифрового матеріалу у вигляді таблиць, бланків документів.

3. Практична частина шляхом виконання завдань у групах студентів у кількості 3-5 осіб з певних проблемних питань теми тренінгу.

4. Підведення підсумків. Обговорюються результати виконаних завдань у групах, обмін думками, з питань, які виносились на тренінгові заняття.

Тематика тренінгу

Теоретична частина. Запропонований тренінг охоплює ситуаційні завдання, що висвітлюють практичне використання аналізу розподілу обсягу продажу продукції на ринку олігополії, мікроекономічна моделі «витрати-вигоди» у короткотривалому і довготривалому періодах.

Загальна мета аналізу – спрогнозувати можливий вплив на розвиток конкретного товарного ринку і надалі врахувати під час прийняття відповідних управлінських рішень. Проілюструємо сутність цього процесу на прикладі аналізу рівня монополізації ринку.

Практична частина. Запропонований тренінг охоплює ситуаційні завдання, що висвітлюють практичне використання аналізу поведінки фірми на ринку олігополії та аналізу витрат, доходів і прибутку фірми. Загальна мета аналізу – спрогнозувати можливу поведінку фірми і надалі врахувати під час прийняття відповідних управлінських рішень.

Ситуаційне завдання 1. Інтерактивний тренінг «Аналіз розподілу обсягів продажу продукції на ринку олігополії» на основі бізнес-симуляції «Битва титанів».

Версія «Битва титанів» має оригінальний алгоритм розподілу обсягів продажу продукції. Цей алгоритм якісно відрізняється від описаних у мікроекономіці традиційних моделей олігополії. Побудований алгоритм дозволяє вирішити наукову проблему перерозподілу обсягів продажу продукції за умов включення до моделі одночасно як цінових і нецінових параметрів (ціна, обсяг пропозиції, реклама, сервіс), так і обсягів пропозиції продукції.

Ситуаційне завдання 2. Практичне застосування пакету прикладних програм для аналізу мікроекономічної моделі «витрати-вигоди» у короткотривалому і довготривалому періодах.

Підсумком проведеної роботи мають бути:

1. Підготовка презентації за результатами аналітичного звіту.
2. Виконання індивідуальних робіт з елементами наукового дослідження, підготовка роботи на конкурс, доповіді на конференції тощо.
3. Аналітичний звіт за ситуацією тренінгу.

9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Мікроекономічний аналіз» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- аналітичні звіти, реферати;
- розрахункові та розрахунково-графічні роботи;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КППЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- розрахункові роботи;
- ректорська контрольна робота;
- залік;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

10. Критерії, форми поточного і підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Мікроекономічний аналіз» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3
30%	40%	30%
1. Усне опитування під час заняття, розв'язування ситуаційних вправ (<i>теми 1-6</i>) по 5 балів – 30 балів 2. Самостійна робота – 20 балів 3. Письмова контрольна робота – 50 балів	1. Усне опитування під час заняття, розв'язування ситуаційних вправ (<i>теми 7-12</i>) по 5 бали) – 30 балів 2. Самостійна робота – 20 балів 3. Ректорська контрольна робота – 50 балів	1. Виконання завдань під час тренінгу – 10 балів 2. Підготовка змістової частини КППЗ – 60 балів 3. Захист КППЗ – 30 балів

Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90 – 100	Відмінно	A (відмінно)
85 – 89	Добре	B (дуже добре)
75 – 84		C (добре)
65 – 74	задовільно	D (задовільно)
60 – 64		E (достатньо)
35 – 59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю перескладання)
1 – 34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійний проектор	1-12
2.	Прикладне програмне забезпечення загального призначення (засоби Microsoft Office)	1-12
3.	Програма для роботи з електронними таблицями Microsoft Office Excel	1-12

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Азьмук Л.А., Щербатюк О.М. Сфери застосування прикладного інструментарію мікроекономічного аналізу. Ефективна економіка, №2. 2019. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7501>

2. Литвиненко Н.І., Пилипенко Г.М. Мікроекономічний аналіз у професійному навчанні студентів економічних спеціальностей. Економічний вісник, №3. 2021. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/3/EV20213_017-025.pdf

3. Лотиш О.Я. Мікроекономічний аналіз світового ринку зерна. Електронний журнал «Економіка та суспільство», 2020. №24. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/198>

4. Панченко В.А. Проблема вибору методу мікроекономічного дослідження для менеджера. Вісник ЛТЕУ. Економічні науки. №63. 2021. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/959/911>

5. Переверзева А.В., Губарь О.В. Мікроекономічний аналіз поведінки споживачів із погляду теорії поколінь в умовах цифровізації. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління Том 32 (71). № 4, 2021. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/32_71_4/5.pdf

6. Deaton A. The Analysis of Household Surveys: a Microeconomic Approach to Development Policy. IBRD, World Bank, 2018. 497 p.