

МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ У ПРОФЕСІЙНОМУ НАВЧАННІ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

*Н. І. Литвиненко, д. е. н., доцент, natalyt33@ukr.net, orcid.org/0000-0003-3797-8398,
Г. М. Пилипенко, д. е. н., професор, annapulyr@ukr.net, orcid.org/0000-0003-2091-4320,
НТУ «Дніпровська політехніка»*

Методологія дослідження. У процесі розробки навчального продукту, який застосовується при викладанні дисципліни «Мікроекономіка», використано методи аналізу й синтезу, емпіричні методи, прийоми індукції та дедукції, графічний, логічний, табличний та економетричний методи наукового пізнання. Методологічною основою дослідження став педагогічний експеримент, проведений при викладанні студентам бакалаврату економічних спеціальностей. Практичне завдання побудовано на основі ситуаційної методики навчання.

Результати. У статті описано практику застосування ситуаційної методики навчання на прикладі кейс-вправи з вивчення ринкового попиту на хліб. У процесі виконання вправи студенти закріплюють теоретичні знання з теорії споживацького вибору та навчаються їх застосовувати при вирішенні практичних завдань. Опрацювання кейсу дозволяє отримати практичні вміння щодо визначення факторів впливу на ринковий попит, пошуку необхідних статистичних даних, оцінювання попиту на певний товар, а також інтерпретації отриманих результатів. При виконанні завдання студенти знайомляться із статистичною базою даних державної служби статистики України, поглиблюють навички пошуку релевантної економічної інформації та вчаться застосувати її на практиці.

Новизна. Представлено кейс-вправу, спрямовану на відпрацювання практичних навичок оцінки та прогнозування ринкового попиту на продукти харчування з використанням реальних даних державної служби статистики України.

Практична значущість. Обрана стратегія навчання дозволяє студентам подолати розрив між теоретичними знаннями та їх використанням для вирішення практичних проблем. Така тактика дозволяє перевести знання з їх пасивного стану в активний, а також спонукає студентів до використання знань, які вони отримали при вивченні інших дисциплін. Невимушена атмосфера, що встановлюється на таких заняттях, дозволяє студентам краще засвоїти нормативні знання. Практичні навички, засвоєні таким чином, підвищують рівень конкурентоспроможності випускників-економістів на ринку праці.

Ключові слова: мікроекономічний аналіз, кейс-вправа, графічний метод аналізу, аналітична модель ринкового попиту, практичні уміння та навички.

Постановка проблеми. В українському науковому, освітньому та бізнесовому просторі закріпилось уявлення, що економічна теорія та її складові мікроекономіка та макроекономіка є чисто теоретичними дисциплінами та практично не мають прикладної цінності, оскільки спрямовані на формування, передусім, економічного мислення майбутніх спеціалістів. З такою точкою зору навряд чи можна погодитись. На наш погляд, мікроекономіка вивчає дуже багато прикладних аспектів економічної діяльності

суб'єктів, серед яких моделювання попиту і пропозиції на певний товар, дослідження їх на предмет еластичності, вибір обсягу оптимального випуску фірмою, побудова цінових стратегій за різних умов конкурентної боротьби тощо. Однак, як не парадоксально, в нашій країні склалась практика, що такі важливі питання як попит та пропозиція на певному ринку підприємець досліджує, у кращому разі, лише один раз, коли намагається вийти на цей ринок. Далі – то вже справа

управління попитом і тут мікроекономіка ні до чого, оскільки «пальму першості» отримує маркетинг. Взагалі у своїй переважній більшості середній та малий бізнес не робить навіть і цього. Між тим визначення попиту на товар є одним із найважливіших показників для прийняття правильних управлінських рішень і таке неважливе ставлення до вивчення та моніторингу фундаментальних основ ринку є однією із причин втрати підприємствами можливого прибутку та навіть їхнього банкрутства.

Важливість навичок моделювання ринкового попиту можуть засвідчити численні

публікації у виданнях, що індексуються у таких відомих наукометричних базах, як Scopus та Web of Science. Так, пошук за словосполученням «market demand» в цих базах лише за останні три роки (2019–2021 рр.) видав значну кількість статей, що так чи інакше присвячені проблемі дослідження ринкового попиту. Наприклад, Web of Science запропонував у відкритому доступі тільки за цією темою 2066 наукових статей. Аналіз розподілу публікацій за галуззю знань, який представлено на рис. 1, проведено за допомогою вбудованих інструментів візуалізації Web of Science.



Рис. 1. Структура публікацій Web of Science за темою «market demand» за 2019–2021 рр.

Що стосується наукової платформи Scopus, то тут у відкритому доступі за

останні три роки було опубліковано 356 статей. Розподіл публікацій за галуззю знань у базі Scopus представлено на рис. 2.

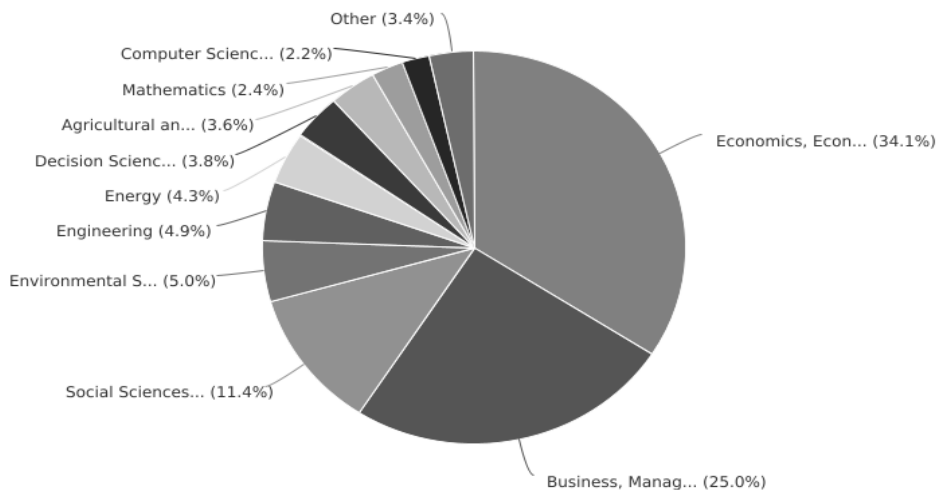


Рис. 2. Розподіл статей за галуззю знань у базі Scopus у 2019–2021 рр., %

Виникає цілком слушне запитання, чому в зарубіжних країнах мікроекономіка має яскраво виражений прикладний аспект, а у нас він практично відсутній? Відповідь можна знайти у тому, що наші підприємства довготривалий період розвивалися у складі адміністративно-планової економіки, де знання про ринковий механізм не були потрібними – всі проблеми задоволення потреб населення у товарах і послугах вирішувались на державному рівні.

Перехід до ринкової економіки також не надто сприяв бажанню засвоювати закономірності мікроекономічного рівня, оскільки трансформаційні процеси відбувалися за домінування у своїй переважній більшості неформальних інститутів та базованих на них практик ведення бізнесу. Якщо існуюче інституціональне середовище дозволяє максимізувати прибуток, то великої потреби в знаннях теорії та формуванні практичних навичок у спеціалістів не виникає. Отож в українських ЗВО закріпилась практика викладання мікроекономіки з огляду лише на теоретичні основи без прикладного аспекту.

Як наслідок, студенти погано розуміють, де взагалі можна використовувати мікроекономічні закономірності і навіть це робити. Зокрема, вони навіть не знають як можна оцінити існуючий на даний момент обсяг ринкового попиту та пропозиції, щоб спрогнозувати можливі результати своєї діяльності.

Зосереджуючись тільки на цій проблемі із широкого спектру мікроекономічних питань, зазначимо, що сьогодні навички оцінки попиту є необхідними у зв'язку із суттєвими змінами у функціонуванні світової економіки, а також наслідками, спричиненими пандемією. Цілком зрозуміло, що будь-які непередбачувані події змінюють поточний попит, а отже, фірма має вміти прогнозувати ці зміни і приймати правильні управлінські рішення за нових умов.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Одним із сучасних методів навчання, який вирішує проблему застосування теоретичних знань на практиці, є метод кейс-стаді. Існує достатньо велика кількість як зарубіжних, так і вітчизняних публікацій, присвячених цій методиці викладання. Зазначимо, що

у сучасній практиці цей метод широко використовується не тільки для викладання економічних дисциплін, а також застосовується при вивченні інших дисциплін та практичній підготовці майбутніх фахівців в інших галузях знань. Про це йдеться, зокрема, у публікаціях Романова І. Р., Ковальнової С. М., Саволук С. І., Лисенко В. М., Крестянова М. Ю. [3–6].

Формулювання мети статті. Метою роботи є розробка кейс-вправи з оцінки та прогнозування ринкового попиту на продукти харчування з використанням статистичних даних державної служби статистики України для студентів економічних спеціальностей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Використовуючи досить добре розроблені методичні рекомендації із створення кейсів, нами розроблено кейс-вправу «Прогноз попиту на хліб» у межах теорії поведінки споживача навчального курсу «Мікроекономіка». Крім того, даний кейс-вправа може бути використаним також і при викладанні навчального курсу «Економетрика», коли вивчаються основи багатфакторного регресійного аналізу.

Кейс призначено для отримання знань з формування ринкового попиту, встановлення залежності між його обсягом та факторами впливу. Застосування кейсу передбачає набуття практичних навичок прийняття бізнес-рішення, що базується на побудові графіка або виведення рівняння для опису попиту саме на той товар, який цікавить фірму в даний момент часу.

Слід мати на увазі, що залежність між попитом і його факторами (детермінантами) може бути лінійною (мати форму прямої лінії з постійним кутовим коефіцієнтом як ступенем зміни одного параметра під впливом іншого), так і нелінійною (мати форму кривої різної конфігурації з різними значеннями кутових коефіцієнтів, що є відображенням різного типу такої залежності).

Графічна інтерпретація попиту на товар є дуже зручним інструментом, оскільки дозволяє наглядно продемонструвати всі можливі зміни у кількості товару, що купується, як від зміни його ціни, так і від зміни інших факторів, що впливають на попит. Таке по-

дання результатів дослідження дозволяє економісту дуже швидко «вловити» закономірність, помітити зміни, побачити їх динаміку ще на візуальному рівні і, відповідно, завчасно прийняти ефективні рішення.

Окрім графічної інтерпретації, попит може бути представлений і в функціональному, або аналітичному вигляді як рівняння, що відображає залежність кількості придбаного товару від його ціни. Цей підхід відкриває можливість кількісної оцінки параметра, який досліджується, включаючи прогнозування. Для цього виявляється достатнім підставити у рівняння значення незалежної змінної і провести розрахунки. Саме тому фірми в ринковій економіці прикладають значні зусилля і витрачають серйозні кошти на виведення реальних формул попиту на свою продукцію.

При виконанні кейс-вправи студентам пропонується:

- у рамках теорії поведінки споживача встановити фактори, які мають найбільший вплив на обсяг попиту на хліб;

- знайти кількісну характеристику означених факторів на сайті державної служби статистики України за десятирічний період;

- побудувати таблицю із статистичними даними;

- провести графічний аналіз попиту на хліб за окремими факторами;

- оцінити та інтерпретувати отримані результати графічного аналізу;

- використовуючи результати графічного аналізу побудувати аналітичну модель попиту на хліб;

- оцінити та інтерпретувати вплив обраних факторів на попит на хліб.

За результатами виконання кейс-вправи здобувач вищої освіти має отримати та (або) закріпити наступні знання:

- основні положення теорії споживачького вибору, а саме: поведінки споживача, механізму вибору товару, факторів споживачького вибору;

- принципи оцінювання та інтерпретації кривої залежності «дохід-споживання» та кривої Енгеля;

- принципи оцінювання та інтерпретації кривої залежності «ціна-споживання»;

- принципи оцінювання та інтерпретації кривих залежності споживання від інших факторів;

- методологію графічного аналізу.

Після виконання кейс-вправи студент повинен набути наступні практичні уміння та навички:

- визначати фактори впливу на попит на певний товар;

- знаходити релевантну економічну інформацію;

- вміти моделювати поведінку споживача та виробника на ринку товарів;

- оцінювати ринковий попит графічним методом;

- оцінювати ринковий попит із застосуванням економетричних моделей;

- вміти користуватись програмою Excel для побудови графічних моделей попиту;

- поглибити навички вирішення кількісних завдань;

- вміти інтерпретувати отримані результати дослідження.

Наприкінці кейс-вправи сформульовано практичні завдання, що потребують вирішення

У відповідності до навчальних цілей, які стоять перед викладачем при викладанні теорії поведінки споживача, нами було створено модель ситуації попиту на хліб в Україні за 2008-2018 роки. Безпосередній зміст кейсу-вправи «Прогноз попиту на хліб» полягає в тому, що фірма, яка у ході реалізації своєї економічної діяльності займається виробництвом хліба, має визначити обсяг попиту на свою продукцію. Для цього вона буде рівняння попиту, визначаючи фактори, що здійснюють на нього найбільш вагомий вплив. Безпосередній процес визначення таких факторів ґрунтується на знаннях основних тенденцій задоволення потреб у даному товарі, а також на розумінні закономірностей його споживання.

Перш за все, згадаємо, що хліб – це товар першої необхідності, тому попит на нього виявляється малочутливим до цін. Разом з тим він має тенденцію скорочуватись за мірою зростання доходів. Більше того, за першим законом Енгеля разом із зростанням доходів люди скорочують споживання хліба, замінюючи його на більш поживні й дорожчі товари, наприклад, м'ясо чи рибу. Отже, ми

констатуємо обернену залежність попиту і від цін, і від доходу.

Смаки і переваги споживачів у даному прикладі ми не будемо враховувати, оскільки хліб тією або іншою мірою входить до споживчого кошика майже для всіх верств населення (хоча при диференціації хлібо-булочної продукції цей фактор буде дуже вагомим чинником зміни попиту на хліб).

Те ж саме робимо й по відношенню до очікувань споживачів – малоймовірно, що в сучасних умовах відносно стабільного розвитку покупці, побоюючись зміни ринкової кон'юнктури, почнуть запасатися хлібом на майбутнє. Хліб – це товар нетривалого зберігання, тому відносно його запасів, на жаль, можемо вести мову тільки про сухарі. А от кількість споживачів на ринку обов'язково необхідно враховувати, так як цей фактор працює завжди, і по відношенню до будь якого товару.

Для нашого прикладу аналітична форма лінійної функції попиту має наступний вигляд:

$$Q = b_0 + b_p P + b_I I + b_K K, \quad (1)$$

Де: Q – продано хліба та виробів хлібо-булочних, нетривалого зберігання, тис. т;

P – розрахункові середні ціни на хліб, грн.;

I – загальні доходи, у розрахунку на одне домогосподарство, грн.;

K – чисельність населення, тис. осіб;

b_p , b_I , b_K , – коефіцієнти при відповідному факторі, які вказують на ступінь його впливу на попит;

b_0 – константа, що відображає максимальний обсяг хліба (попит за ціною, що дорівнює нулю), в якому є потреба на даний період часу.

Оцінку попиту на хліб та хлібобулочні вироби будемо проводити на основі публічної інформації, яку можна отримати на офіційних веб сторінках різних органів влади. Наші дані взяті з веб сторінок Державної служби статистики України. В таблиці 1 представлено фактори, які мають суттєвий вплив на попит.

Таблиця 1

Фактори попиту на хліб за 2008–2018 рр.

Рік	Загальні доходи, у розрахунку на одне домогосподарство, грн.	Чисельність наявного населення, тис. осіб	Розрахункові середні ціни на хліб, грн.	Продано хліба та виробів хлібобулочних, нетривалого зберігання, тис. т
2008	2892,8	46372,7	3,33	678
2009	3015,3	46143,7	3,72	571
2010	3481	45962,9	4,14	546
2011	3853,9	45778,5	4,41	566
2012	4144,5	45633,6	4,53	564
2013	4470,5	45553	4,84	557
2014	4563,3	45426,2	6,41	491
2015	5231,7	42929,3	10,13	458
2016	6238,8	42760,5	10,74	483
2017	8165,2	42584,5	14,64	417
2018	9904,1	42386,4	17,87	423

Джерело: [7, 8].

Попередню оцінку впливу окремих факторів на обсяги попиту на хліб та хлібо-булочні вироби слід виконати за допомогою графічного методу аналізу. Для цього необхідно побудувати криві залежності виробництва хліба та хлібобулочних виробів спочатку від ціни на ці продукти, а потім від дохо-

дів та чисельності населення. Використовуючи розрахункові середні ціни та обсяги продажу продукції, що представлені в таблиці 1, отримуємо першу криву, яка ілюструє динаміку попиту на хліб та хлібобулочні вироби за показником ціна-виробництво (див. рис. 1).

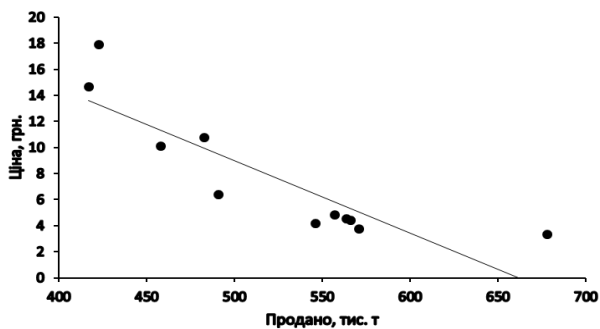


Рис. 1. Динаміка попиту на хліб за показником ціна-виробництво

Як видно із рис. 1, взаємозв'язок між попитом на хліб і його ціною має практично лінійний характер. Тобто, разом із зростанням ціни, попит на хліб зменшується.

Аналогічну оцінку проводимо і для встановлення характеру зв'язку між попитом на хліб та загальними доходами споживачів. Результати такої оцінки представлено на рис. 2.

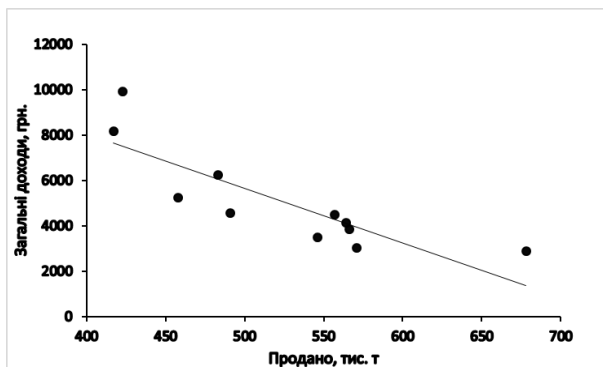


Рис. 2. Динаміка попиту на хліб за показником загальні доходи-виробництво

З огляду на взаємозв'язок із наступним аналізованим фактором, як свідчить рис. 2, маємо також лінійну залежність: разом із зростанням доходів споживачів попит на хліб падає. З огляду на цю обставину, можемо зробити висновок, що хліб відноситься до категорії неякісних товарів. Тобто, чим заможнішими стають споживачі, тим більше вони отримують можливість придбання інших товарів, які були для них недоступними за невисокого рівня доходів. Отже, разом із зростанням своїх доходів вони заміщують хліб на більш якісні, з їхньої точки зору, продукти.

Наступним етапом проводимо дослідження взаємозв'язку між чисельністю населення і попитом на хліб. Результати такої оцінки представлено на рис. 3.

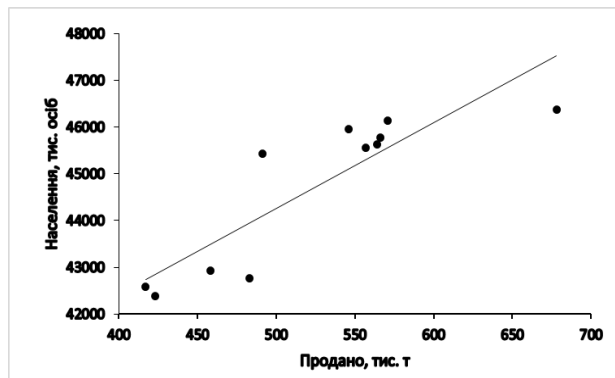


Рис. 3. Динаміка попиту на хліб за показником чисельність населення-виробництво

Як видно із рис. 3 взаємозв'язок між попитом і чисельністю населення також носить лінійний характер. Тут ми спостерігаємо вже не обернену, а пряму залежність: чим більшою є чисельність населення, тим більшим є попит на хліб. Зростання чисельності населення означає, що на ринку знаходиться все більше й більше споживачів товару. Відповідно, нові споживачі будуть також пред'являти попит на хліб, а за рахунок збільшення індивідуальних попитів буде зростати й ринковий попит на цей товар.

Звичайно, проведена нами оцінка впливу кожного окремо взятого фактора на попит є значним спрощенням моделі. Слід мати на увазі, що реальний попит знаходиться під одночасним впливом всіх незалежних факторів. Крім того, означені фактори мають різний ступінь впливу на нього. Тому для побудови реальної кривої попиту застосовується регресійний аналіз, за допомогою якого з'ясовується залежність певного параметра (у нашому випадку попиту) від впливу декількох змінних (регресорів).

Такими змінними факторами у нашому дослідженні є ціна, доходи та кількість споживачів на ринку (чисельність населення). Розрахунок параметрів кореляційного рівняння дуже зручно проводити за допомогою програмного забезпечення Excel. Результати для побудови реальної кривої попиту за

допомогою регресійного аналізу представлено у таблиці 2.

Таблиця 2
Результати кореляційного аналізу

Розрахункові величини	b_1	b_k	b_p	b_0
	-0,08772	0,003528	-0,00245	-27,829

Підставивши значення коефіцієнтів у обране нами рівняння лінійної функції, отримуємо:

$$Q = -0,08772I + 0,003528K - 0,00245P - 27,829 \quad (2)$$

Підставивши у дане рівняння прогнозні значення факторів (загальні доходи, чисельність населення, ціну) можна скласти прогноз попиту на хліб із врахуванням одночасного впливу всіх факторів.

Коли студенти змогли змодельовати й оцінити поточний попит на обраний товар, то слід запропонувати їм завдання для аналізу та перевірки отриманих знань, а також засвоєних навичок. Це можуть бути наступні завдання:

1. Назвіть основні фактори споживачького вибору. Дайте характеристику їх впливу на попит.

2. Сформулюйте основні особливості попиту на хліб.

3. Дослідіть основні тенденції змін факторів, що впливають на попит у таблиці 1.

4. Ознайомтесь із основними джерелами даних, що представлено у таблиці 1. Здійсніть самостійний пошук цих даних.

5. Проведіть графічний аналіз залежності «ціна-споживання». Дайте інтерпретацію отриманих результатів.

6. Проведіть графічний аналіз залежності «дохід-споживання». Дайте інтерпретацію отриманих результатів.

7. Проведіть графічний аналіз залежності «чисельність наявного населення-споживання». Дайте інтерпретацію отриманих результатів.

8. Ознайомтесь з багатофакторною регресійною моделлю ринкового попиту на хліб, що представлена у таблиці 2 та рівнянні

2. Дайте інтерпретацію запропонованої моделі.

9. Використовуючи рівняння 2 розрахуйте прогнозний попит на хліб при збільшенні ціни на 30% при незмінних інших умовах.

10. Оберіть будь-який продукт харчування і проведіть дослідження ринкового попиту на нього за схемою, запропонованою в опрацьованому кейсі.

Кейс-вправу варто закінчити презентацією та подальшим обговоренням студентських досліджень ринкового попиту на певні продукти харчування. Також слід запропонувати студентам представити їхні дослідження у вигляді тез доповідей на студентських конференціях.

Слід зазначити, що при використанні кейс-вправи спостерігалось підвищення рівня засвоєння нормативних знань та збільшувалась зацікавленість дисципліною з боку студентів. За відгуками самих студентів невимушена атмосфера таких занять дозволяє їм краще концентруватись на вирішенні практичного завдання.

Висновки. Застосування кейс-вправи «Прогноз попиту на хліб» при викладанні курсу «Мікроекономіка» дозволила поєднати теоретичні знання з їх практичним застосуванням. Студенти наочно змогли впевнитись, що теоретичні знання мають широке практичне застосування. Крім того, для вирішенні поставлених завдань, нам вдалось перевести «пасивні» знання та навички, які були отримані на інших дисциплінах, у активний стан. Все це створює зацікавленість студентів у вивченні теоретичних дисциплін та отриманні навичок застосовувати їх у своїй майбутній професії.

Література

1. Analyze Results // Web of Science: веб-сайт. URL: <https://www.webofscience.com/wos/woscc/analyze-results/eb8a31e3-bdf9-4502-a9bb-ac267985c792-164e7a9d>.
2. Analyze search results // Scopus: веб-сайт. URL: <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic&zone=header&origin=#basic>
3. Романов І. Р. Метод кейсів: перспективи використання у навчанні майбутніх правознавців англійської мови / І. Р. Романов // Молодий вчений. – 2017. – № 10(50). – С. 529–533. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/10/120.pdf>

4. Ковальова С. М. Технологія застосування кейс-методу в професійній підготовці вчителя в Україні / С. М. Ковальова // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Педагогічні науки. – Випуск 3 (89). – 2017. – С. 100–104. – URL: <http://eprints.zu.edu.ua/25343/1/20.pdf>
5. Саволюк С. І. Сучасні технології підвищення ефективності самостійної роботи при організації та плануванні навчального процесу / С. І. Саволюк, В. М. Лисенко, М. Ю. Крестянов // Art of medicine. – 2018. – № 2. – С. 106–111. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/artmed_2018_2_19.
6. Рідкодубська Г. А. Кейс-метод у процесі підготовки до професійної мобільності майбутніх працівників соціальної сфери / Г. А. Рідкодубська // Збірник наукових праць Херсонського державного університету. Педагогічні науки. – 2017. – Вип. 80(2). – С. 246–250. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znppn_2017_80\(2\)_52](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znppn_2017_80(2)_52).
7. Структура сукупних ресурсів домогосподарств (1999–2020). – URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/virdg.htm (дата звернення: 30.11.2021).
8. Офіційний сайт Держкомстату України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
9. Mendez-Carbajo D., Taylor K., Bayles M. Building a Taylor Rule Using FRED. – Journal of Economics Teaching. 2(1). – 2017. – P. 14–29. – URL: <http://downloads.journalofeconomicsteaching.org/2/1/1-2.pdf>.
1. Analyze Results. Web of Science. (n.d.). Retrieved from <https://www.webof-science.com/wos/woscc/analyze-results/eb8a31e3-bdf9-4502-a9bb-ac267985c792-164e7a9d>
2. Analyze search results. Scopus. (n.d.). Retrieved from <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic&zone=header&origin=#basic>
3. Romanov, I.R. (2017). Metod keysiv: perspektivy vykorystannya u navchanni maybutnikh pravoznavstiv anhliys'koyi movy. Molodyy vchenyy. 10(50), 529-533. Retrieved from <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/10/120.pdf>
4. Kovaliova, S.M. (2017). Tekhnolohiia zastosuvannya keys-metodu v profesiyiniy pidhotovtsi vchytelya v Ukraini. Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka, Pedahohichni nauky, 3(89), 100-104. Retrieved from <http://eprints.zu.edu.ua/25343/1/20.pdf>
5. Savolyuk, S.I., Lysenko, V.M., & Krestianov, M.Yu. (2018). Suchasni tekhnolohiyi pidvyshchennia efektyvnosti samostynoyi roboty pry orhanizatsiyi ta planuvanni navchalnoho protsesu. Art of medicine, (2), 106-111. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/artmed_2018_2_19.
6. Ridkodubska, H.A. (2017). Keys-metod u protsesi pidhotovky do profesiyanoi mobil'nosti maybutnikh pratsivnykiv sotsialnoyi sfery. Zbirnyk naukovykh prats Khersonskoho derzhavnoho universytetu, Pedahohichni nauky, 80(2), 246-250. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znppn_2017_80\(2\)_52](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znppn_2017_80(2)_52).
7. Struktura sukupnykh resursiv domohospodarstv (1999-2020). (n.d.). Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/virdg.htm
8. Ofitsiyyny sayt Derzhkomstatu Ukrainy. Ukraine. (n.d.). Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua>
9. Mendez-Carbajo, D., Taylor, K., Bayles, M. (2017). Building a Taylor Rule Using FRED. Journal of Economics Teaching. 2(1), 14-29. Retrieved from <http://downloads.journalofeconomicsteaching.org/2/1/1-2.pdf>.

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

*Н. И. Литвиненко, д. э. н., доцент, А. Н. Пилипенко, д. э. н., профессор,
НТУ «Днепровская политехника»,*

Методология исследования. В процессе разработки учебного продукта, применяемого при преподавании дисциплины «Микроэкономика» использованы методы анализа и синтеза, эмпирические методы, приемы индукции и дедукции, графический, логический, табличный и эконометрический методы научного познания. Методологической основой исследования стал педагогический эксперимент, проведенный во время преподавания студентам-бакалаврам экономических специальностей. Практическая задача построена на основе ситуационной методики обучения.

Результаты. В статье описана практика применения ситуационной методики обучения на примере кейс-упражнения по изучению рыночного спроса на хлеб. В процессе выполнения упражнения студенты закрепляют теоретические знания по теории потребительского выбора и учатся их применять для решения практических задач.

Проработка кейса позволяет получить практические умения в определении факторов, влияющих на рыночный спрос, поиска необходимых статистических данных, оценки спроса

на определенный товар, а также интерпретации полученных результатов. Во время выполнения задания студенты знакомятся со статистической базой данных государственной службы статистики Украины, углубляют навыки поиска релевантной экономической информации и учатся применять ее на практике.

Новизна. Представленное кейс-упражнение направлено на отработку практических навыков оценки и прогнозирования рыночного спроса на продукты питания с использованием реальных данных государственной службы статистики Украины.

Практическая значимость. Выбранная стратегия обучения позволяет студентам преодолеть разрыв между теоретическими знаниями и их использованием для решения практических проблем. Такая тактика позволяет перевести знания из их пассивного состояния в активное, а также побуждает студентов использовать знания, которые они получили при изучении других дисциплин. Непринужденная атмосфера, устанавливаемая на таких занятиях, позволяет студентам лучше усвоить нормативные знания. Практические навыки, полученные таким образом, повышают уровень конкурентоспособности выпускника-экономиста на рынке труда.

Ключевые слова: Микроэкономический анализ, кейс-упражнение, графический метод анализа, аналитическая модель рыночного спроса, практические умения и навыки.

MICROECONOMIC ANALYSIS FOR PROFESSIONAL TRAINING OF STUDENTS OF ECONOMIC SPECIALTIES

*N. I. Lytvynenko, D.E., Associate Professor, H. M. Pylypenko, D.E., Professor,
Dnipro University of Technology*

Methods. In the process of developing an educational product for teaching «Microeconomics», methods of analysis and synthesis, observation method, methods of induction and deduction, methods of comparative analysis, graphical, logical, tabular and econometric methods of scientific knowledge were used. The methodological basis of the study was the methods of pedagogical experiment conducted during Economics undergraduate students teaching process. The practical task is based on the situational teaching method.

Results. The article describes the practice of applying a situational teaching methodology using the example of a case study to study the market demand for bread. During the exercise, students consolidate theoretical knowledge of consumer choice theory and learn to apply them to solve practical problems.

The study of the case allows one to get practical skills in determining the factors affecting market demand, finding the necessary statistical data, assessing the demand for a particular product, as well as interpreting the results obtained. During the assignment, students get acquainted with the statistical database of the State Statistics Service of Ukraine, deepen their skills in searching for relevant economic information and learn to apply it in practice.

Novelty. The presented case-exercise is aimed at practical skills development in assessing and forecasting market demand for food products using real data from the State Statistics Service of Ukraine.

Practical value. The chosen teaching strategy allows students to bridge the gap between theoretical knowledge and its use to solve practical problems. This tactic allows transferring knowledge from their passive condition to an active one, as well as encouraging students to use the knowledge they have acquired in other disciplines. The relaxed atmosphere that is established in such classes allows students to better assimilate normative knowledge. Practical skills obtained in this way increase the level of competitiveness of the graduate-economist in the labor market.

Keywords: Microeconomic analysis, case study, graphical method of analysis, analytical model of market demand, practical skills.

Надійшла до редакції 03.09.21 р.