

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка

Затверджено
на засіданні приймальної комісії
Львівського національного університету
імені Івана Франка
13.05.2022 р. (протокол № 5)
Ректор

В. Мельник

Володимир МЕЛЬНИК



ПРОГРАМА
фахового вступного випробовування
для здобуття освітнього ступеня магістра

Спеціальність – 051 «Економіка»
(Економічний факультет)
Освітня програма – «Бізнес-економіка»

Львів-2022

Анотація

Прийом абітурієнтів, які мають диплом бакалавра (спеціаліста) для здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 051 «Економіка» (освітня програма «Бізнес-економіка») проводиться за результатами фахових вступних випробувань. Вони відбуватимуться у формі тестування з дисциплін циклу професійної та практичної підготовки: «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Аналіз бізнес-середовища», «Бізнес-економіка», «Економіка галузевих ринків», «Державне регулювання економіки та бізнесу».

Навчальна дисципліна “Бізнес-економіка”

Тема 1. Вступ до бізнес-економіки

Як люди ухвалюють рішення. Десять принципів економічної науки Г.Манківа. Принцип 1: люди роблять вибір. Принцип 2: вартість чого-небудь визначається тим, від чого довелося відмовитися. Приклад: альтернативна вартість рішення щодо здобуття вищої освіти. Принцип 3: раціональні індивіди мислять у термінах граничних змін. Принцип 4: люди реагують на стимули.

Роль інформації та знання під час ухвалення рішень. Інформація і знання. Глумачення ризику та невизначеності за Ф. Найтом. Теорія “чорного лебедя” Н.Талеба. Чинники невизначеності економічних процесів. Асиметрія інформації. Стимули до розкриття та приховування інформації. Інформація та поведінка економічних агентів. Неявне знання. Незнання.

Ринок і фірма. Чому люди створюють фірми? Інформаційний парадокс Ерроу. Ринок як механізм координації. Природа фірми. Р.Коуз про природу фірми.

Тема 2. Чи завжди люди поведуться раціонально?

Повна раціональність. Інші характеристики індивідів та економічного середовища у неокласичній теорії. Жорстке ядро і захисний пояс неокласичної теорії. Повна (необмежена) раціональність. Принцип оптимізації. Аргументи на користь припущення необмеженої раціональності. Е.Лазір про принцип максимізації в економічній науці. Г.Саймон про розуміння раціональності в економічній науці. Індивідуалізм (егоїзм). Екзогенність і стабільність переваг. Припущення щодо середовища: досконала інформація, однорідність товару, повна специфікація прав власності. Концепція невидимої руки.

Обмежена раціональність індивідів. Неоінституційна теорія. Аргументи на користь обмеженої раціональності. Пошук прикладних правил ухвалення рішень. Жорстке ядро неоінституційної теорії. Опортунізм. Концепція рівноваги Неша. Характеристики середовища: недосконалість інформації, неоднорідність товару, неповна специфікація прав власності. Е. де Сото про роль специфікації прав власності. Правила та інститути. Інститути за Д.Нортом. Формальні та неформальні інститути. Трансакційні витрати. Права власності:

англосаксонська та континентальна традиції. Специфікація та розмивання прав власності. Теорія контрактів.

Обмежена раціональність індивідів. Поведінкова економіка. Загальна характеристика поведінкового підходу. Розуміння евристик у поведінковій економіці. Поняття “мисленої бухгалтерії”. Обмеженість сили волі і проблема самоконтролю. Обмежений егоїзм. Ультиматум-гра. Функція доброзичливості М.Рабіна і прагнення індивідів до взаємності у ставленні.

Тема 3. Хто такі підприємці і що вони роблять?

Підприємець у класичній та неокласичній традиції. Французька класична традиція. Підприємець і підприємництво за Р.Кантильоном. Класична англійська школа. Особливості аналізу підприємництва в неокласичній теорії.

Три базові підходи до аналізу ролі підприємця в економічній науці. Ф.Найт: робота в умовах невизначеності; три функції підприємця. Й.Шумпетер: підприємець як новатор. П'ять видів інновацій за Шумпетером. Й.Шумпетер про мотиви поведінки підприємця. І.Кірцнер: пильність до пошуку нової інформації. Поняття “підприємницького відкриття”. Спільні аспекти трьох підходів.

Інші підходи до аналізу ролі підприємця. Г.Лейбенстайн: підприємництво як відгук на X-неефективність. Г.Лейбенстайн: економіка як мережа зв'язків. Дж.Шекл: конструювання можливостей для прибутку. Підприємець та його функції за М.Кесоном. Ухвалення рішень оцінного характеру. Етапи процесу ухвалення рішення. Здібності та вміння, необхідні підприємцям. Роль творчої уяви та дару передбачення.

Процес підприємництва та різновиди підприємництва. Визначення підприємництва. Продуктивне, непродуктивне і деструктивне підприємництво. Інституційне середовище та вибір сфери скерування підприємницьких здібностей. Пошук ренти і його наслідки для суспільства. А.Аслунд про вишукування ренти. Інші критерії класифікації підприємництва. Ентрепреноміка.

Підприємництво в Україні. Особливості розвитку підприємництва в Україні у ретроспективі. Підприємництво в Україні сьогодні. Інституційні пастки. Інвестиції у владу в Україні. Чому Україна не інноваційна держава.

Тема 4. Хто купує товар, скільки і чому?

Крива ринкового попиту: можливі ускладнення. Крива попиту у неокласичній мікроекономіці. Визначники попиту. Вплив змін попиту і пропозиції на рівноважні ціну та кількість. Позитивні мережеві екстерналії. Ефект приєднання до більшості. Негативні мережеві екстерналії. Ефект сноба. Ефект Веблена. Ефекти приєднання до більшості, сноба та Веблена у

споживанні товарів розкоші. Від демонстративного споживання до демонстративної продуктивності.

Теорія поведінки споживача в економічній теорії основного потоку. Порядковий (ординалістський) підхід. Криві байдужості і бюджетна пряма. Критика ординалістського підходу. Кількісний (кардиналістський) підхід. Критика М.Рабіна теорії сподіваної корисності. Функція корисності у теорії перспективи. Попит на характеристики продукту.

Роль контексту вибору у процесі ухвалення споживчих рішень. Відмінності різновидів благ. Важливі запитання споживачів щодо продуктів, які вони хотіли б придбати.

Альтернативні підходи до аналізу поведінки споживачів. Еволюційний підхід. Різні рівні потреб та уподобань споживачів. Набір правил замість набору уподобань. Приклади евристик вибору споживача. Психологія мисливців-збирачів.

Динаміка уподобань споживачів. Зміни попиту на благо. Підвищення рівня прагнень споживачів. Нові продукти: нові характеристики та нові стандарти. Споживачі навчаються. Споживачі імітують. Стиль життя. Бренди. Кращі вітчизняні бренди.

Фірми як покупці.

Тема 5. Як фірма виробляє продукт?

Неокласична теорія виробництва у короткостроковому періоді. Обмеження неокласичної теорії. Базові елементи теорії. Виробнича функція. Короткостроковий та довгостроковий періоди аналізу виробничих рішень фірми. Загальний, граничний і середній продукт. Закон спадної віддачі. Екстенсивна та інтенсивна фази виробництва.

Неокласична теорія виробництва у довгостроковому періоді. Довгострокова виробнича функція. Ізокванти. Властивості ізоквант. Граничний коефіцієнт технологічного заміщення. K -інтенсивні та L -інтенсивні технології. Ізокости. Віддача від масштабу.

Гетеродоксальний підхід до виробництва: роль знання. Знання та його різновиди: “знати, що”, “знати, як”, “знати, хто”.

Гетеродоксальний підхід до виробництва: віддача від масштабу. Поділ праці: ідеї Адама Сміта. Поділ праці та обсяг ринку продукту. Г.Форд про спеціалізацію та поділ праці під час виробництва автомобілів. Частковий і повний поділ праці. Проблема неподільності капіталу. Зростання віддачі від масштабу. Постійна та спадна віддача від масштабу.

Тема 6. Що визначає витрати фірми та їхню динаміку?

Теорія витрат у короткостроковому періоді. Явні та неявні витрати. Постійні і змінні витрати. Незворотні витрати. Різні види середніх витрат. Граничні витрати. Співвідношення між середніми та граничними витратами.

Теорія витрат у довгостроковому періоді. Довгострокова крива середніх загальних витрат. Позитивний та негативний ефекти масштабу. Мінімальний ефективний розмір підприємства. Довгострокові витрати та ізокванти з ізокостами.

Ефект масштабу: інші чинники. Позитивний ефект масштабу. Негативний ефект масштабу. Г.Форд про недоліки організації управління. Економія масштабу.

Час і витрати фірми. Перехід від статичного до динамічного аналізу. Врахування навчання у процесі роботи. Крива досвіду. X-неефективність. Заробітна плата і стимули до праці менеджерів фірм.

Тема 7. Як фірмі встановити “правильну” ціну?

Загальна схема аналізу рішень щодо ціноутворення. Розмаїття ринкових ситуацій. П'ять чинників ціноутворення. Витрати фірми. Поведінка потенційних покупців. Поведінка наявних конкурентів. Практична модифікація визначення поняття галузі. Ймовірність появи нових конкурентів. Бар'єри для входження у галузь. Позиція регулятивних органів.

Неокласична теорія визначення фірмою ціни та обсягу виробництва: досконала конкуренція і чиста монополія. Загальні зауваження. Характерні риси досконалої конкуренції. Еластичність попиту за ціною. Досконало конкурентна фірма у короткостроковому періоді. Досконало конкурентна фірма у довгостроковому періоді. Чиста монополія: характерні риси. Визначення ціни та обсягу виробництва за монополією.

Неокласична теорія визначення фірмою ціни та обсягу виробництва: монополістична конкуренція. Характерні риси монополістичної конкуренції. Цінова дискримінація: визначення та передумови. Індекс Лернера. Цінова дискримінація першого ступеня. Цінова дискримінація другого ступеня. Цінова дискримінація третього ступеня. Інші стратегії ціноутворення (міжчасова цінова дискримінація, ціноутворення у пікові періоди, двокомпонентний тариф).

Неокласична теорія визначення фірмою ціни та обсягу виробництва: олігополія. Характерні риси олігополії. Ціноутворення за стратегічної взаємозалежності. Модель Курно. Криві реакції фірм. Змовницька олігополія. Основні поняття теорії ігор. Модель Бертрана.

Гетеродоксальна теорія визначення ціни продукту. Слабини неокласичних припущень щодо інформації. Ціноутворення за принципом “витрати плюс”. Аналіз нормальних витрат Ф.Ендрюса.

Тема 8. Як фірмі стабільно заробляти прибуток, вищий за нормальний?

Гетеродоксальна теорія пошуку прибутку фірмою. Вищі за нормальні прибутки в неокласичній теорії. Значення відмінностей у якості ресурсів. Рікардівська рента.

Наріжні камені конкурентної переваги фірми: ресурсно-орієнтований підхід. Гетерогенність ресурсів. *Ex ante* обмеження конкуренції. Недосконала мобільність ресурсів. *Ex post* обмеження конкуренції.

Потенціал фірми. Рутини та механізм їх формування. Р.Нельсон та С.Уінтер про рутинне функціонування організації.

Еволюція структури галузі. Теорія еволюції у біології. Еволюційна теорія фірми. Аналогія між генами та рутинами. Еволюція рутин і прибутки фірми. Чотири фази еволюції галузі.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ватаманюк О.З. Бізнес-економіка / О.З.Ватаманюк. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – 324 с.
2. Earl P., Wakeley T. Business Economics: A Contemporary Approach / P.Earl, T.Wakeley. – London: MCGraw-Hill, 2005. – 561 p.
3. Ватаманюк О.З. Мікроекономіка: теорія і практикум / О.З.Ватаманюк. – Львів: Інтелект-Захід, 2007. – 280 с.
4. Ватаманюк О. Біхевіористський підхід у сучасній економічній теорії / О.Ватаманюк // Економічна теорія. – 2006. – №1. – С. 40–51.
5. Ватаманюк О.З. Інститут підприємництва в господарській системі України / О.З.Ватаманюк, І.Я.Сухарська // Економічний часопис–XXI. – 2013. – № 5–6. – С. 14–17.
6. Де Сото Е. Загадка капіталу. Чому капіталізм перемагає лише на Заході і ніде більше / Е. Де Сото; пер. з англ. – Київ: Ніка-Центр, 2012. – 232 с.
7. Дементьєв В.В. Чому Україна не інноваційна держава: інституційний аналіз / В.В. Дементьєв, В.В. Вишневський // Економічна теорія. – 2011. – №3.– С. 5–20.
8. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт; пер. з англ. – Київ: Основи, 2000. – 198 с.
9. Форд Г. Моє життя та робота / Г.Форд; пер. з англ. – Київ: Наш формат, 2015. – 372 с.
10. Baumol W. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive Entrepreneurship / W.Baumol // The Journal of Political Economy. – 1990. – Vol. 98, № 5. – P. 893–921.
11. Browning E.K. Microeconomic Theory & Applications / E.K.Browning, M.A.Zupan. – 6th Edition. – Reading: Addison-Wesley Educational Publishers, 1998. – 588 p.
12. Casson M. The Entrepreneur. An Economic Theory / M.Casson. – 2nd Edition. – Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar, 2003. – 271 p.
13. Conlisk J. Why Bounded Rationality? / J.Conlisk // The Journal of Economic Literature. – 1996. – Vol. XXXIV. – P. 669–700.
14. Kahneman D. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk / D.Kahneman, A.Tversky // Econometrica. – 1979. – Vol. 47, № 2. – P. 263–292.
15. Lazear E.P. Economic Imperialism / E.P.Lazear // The Quarterly Journal of Economics. – 2000. – Vol. 115, № 2. – P. 99–146.

16. Mankiw N.G. Principles of Economics / N.G. Mankiw. – 6th Edition. – Mason: South-Western Cengage Learning, 2011. – 856 p.
17. McConnell C.R. Economics: Principles, Problems, and Policies / C.R.McConnell, S.L.Brue, S.M.Flynn. – 18th Edition. – Boston: McGraw-Hill Irwin, 2009. – 784 p.
18. Nelson R.R. An Evolutionary Theory of Economic Change / R.R.Nelson, S.G.Winter. – Cambridge, MA: Harvard Univ. Press / Belknap Press, 1982. – 437 p.
19. Pindyck R.S. Microeconomics / R.S.Pindyck, D.L.Rubinfeld. – 8th Edition. – Boston: Pearson education, 2013. – 743 p.
20. Peteraf M. The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view / M.Peteraf // Strategic Management Journal. – 1993. – Vol. 14. – P. 179–191.
21. Stiglitz J.E. Information and the Change in the Paradigm in Economics / J.E.Stiglitz // The American Economic Review. – 2002. –Vol. 92, № 3. – P. 460–501.

Навчальна дисципліна “Аналіз бізнес-середовища”

Тема 1. Бізнес-середовище як об’єкт вивчення економічної науки

Класики та неокласики про окремі елементи, ознаки та чинники формування бізнес-середовища. Інституціональна та неінституціональна методологія дослідження бізнес-середовища.

Місце бізнес-середовища в системі споріднених понять. Визначення «Бізнес-середовище». Чинники прямого впливу на процеси функціонування суб’єктів бізнесу. Чинники непрямого впливу на процеси функціонування суб’єктів бізнесу. Основні ознаки бізнес-середовища. Характерні особливості бізнес-середовища.

Типологізація бізнес-середовища. Характерні ознаки віртуального бізнес-середовища. Переваги віртуального підприємства. Труднощі й проблеми віртуального підприємства. Моделі бізнес-середовища за рівнем державного втручання.

Тема 2. Основні напрями аналізу бізнес-середовища

Підприємство як об’єкт аналізу бізнес-середовища. Поняття про підприємство як адміністративну та статистичну одиницю. Адміністративна одиниця. Статистична одиниця. Підприємство. Група підприємств. Одиниця за видом економічної діяльності. Місцева одиниця. Місцева одиниця за видом економічної діяльності.

Характеристика системи показників бізнес-середовища. Комплекс показників у національних статистичних службах європейських країн для

оцінки статистики і динаміки розвитку сукупності підприємств. Основні групи показників статистики підприємств. Статистичні показники діяльності підприємств. Кількісні показники діяльності підприємств. Кон'юнктурні обстеження. Структурні обстеження.

Основні показники аналізу бізнес-середовища. Глобальний інноваційний індекс. Індекс економічної свободи. Індекс конкурентоспроможності. Індекс логістичної ефективності. Міжнародний індекс прав власності. Рейтинг конкурентоспроможності. Рейтинг найпривабливіших для ведення підприємницької діяльності країн. Індекс сприйняття корупції. Рейтинг інвестиційної привабливості. Рейтинг простоти ведення бізнесу.

Тема 3. Основи досліджень бізнес-середовища

Система досліджень бізнес-середовища. Сутність дослідження бізнес-середовища. Характерні риси досліджень бізнес-середовища. Мета та предмет досліджень бізнес-середовища. Основні завдання досліджень бізнес-середовища. Основні принципи досліджень бізнес-середовища. Основні об'єкти досліджень бізнес-середовища. Навколишнє бізнес-середовище. Мікросередовище підприємства. Класифікація досліджень бізнес-середовища. Дослідження для визначення проблеми і для розв'язання проблеми. Кабінетні і польові дослідження. Кількісні та якісні дослідження. Маркетингова розвідка та бенчмаркінг. Інші критерії класифікації досліджень бізнес-середовища. Пропозиція послуг досліджень бізнес-середовища. Суб'єкти досліджень бізнес-середовища. Класифікація послуг у сфері досліджень бізнес-середовища.

Значення інформації в аналізі бізнес-середовища та її захист. Інформація в аналізі бізнес-середовища. Вимоги до інформації. Оцінка цінності інформації. Захист інформації.

Види інформації в аналізі бізнес-середовища.

Джерела інформації в аналізі бізнес-середовища. Загальна характеристика джерел інформації.

Адміністративні реєстри підприємств. Види реєстрів у статистиці підприємств (РСО). Статистичні реєстри. Реєстр статистичних одиниць та його складові: статистичний реєстр підприємств і реєстр фізичних осіб – підприємців. Джерела формування інформаційного фонду РСО. Структура статистичного реєстру підприємств за типами одиниць. Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України. Статистична складова реєстру підприємств (СРП). Групи ознак і показників СРП. Статистичний реєстр фізичних осіб-підприємців (СРФОП). Категорії показників СРФОП. Електронні інформаційні ресурси. Бізнес-портали, каталоги підприємств в Україні. Бізнес

реєстри в країнах ЄС: Європейський бізнес реєстр. Статистична звітність підприємств.

Тема 4. Організація дослідження бізнес-середовища

Основні етапи процесу досліджень бізнес-середовища. Визначення проблеми дослідження бізнес-середовища. З'ясування завдання дослідження. Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників. Формулювання проблеми дослідження бізнес-середовища. Визначення підходу до проведення дослідження бізнес-середовища. Компоненти підходу.

План дослідження бізнес-середовища. Складові плану дослідження. Різновиди дослідження. Порівняння пошукового та остаточного досліджень. Завдання пошукового дослідження. Методи пошукового дослідження. Deskриптивне дослідження. Профільне дослідження. Когортний аналіз. Повторне дослідження. Панель. Причинно-наслідкове (каузальне) дослідження.

Потенційні джерела помилок дослідження. Загальна помилка. Помилка вибірки. Систематична помилка. Помилка неспостереження. Помилка спостереження.

Пропозиція про проведення дослідження. Основні елементи пропозиції.

Тема 5. Пошукові дослідження бізнес-середовища

Пошукові дослідження: вторинна інформація. Переваги, недоліки та критерії оцінювання вторинної інформації. Внутрішня і зовнішня вторинна інформація. Класифікація вторинної інформації. Синдиковані джерела вторинної інформації

Пошукові дослідження: якісні дослідження. Якісні дослідження та їх класифікація. Методи якісного дослідження. Фокус-групи. Планування і проведення фокус-групи. Різновиди фокус-групи. Переваги та недоліки фокус-групи. Застосування фокус-груп. Глибинні інтерв'ю. Методи глибинного інтерв'ю. Переваги та недоліки глибинного інтерв'ю. Застосування глибинного інтерв'ю. Проекційні методи. Асоціативні методи. Методи завершення ситуації. Методи конструювання ситуації. Експресивні методи. Переваги та недоліки проекційних методів.

Тема 6. Deskриптивні та причинно-наслідкові дослідження

Deskриптивні дослідження. Опитування як метод дослідження. Переваги та недоліки опитування. Методи опитування. Порівняльна характеристика та

вибір методів опитування. Критерії порівняння різних методів опитування. Спостереження як метод дослідження. Види спостереження. Методи спостереження. Критерії порівняння різних методів спостереження. Переваги та недоліки спостереження.

Причинно-наслідкові дослідження: експеримент. Причинно-наслідкові зв'язки. Необхідні умови для існування причинно-наслідкового зв'язку. Експеримент як метод дослідження. План проведення експерименту. Достовірність експерименту. Сторонні чинники експерименту. Контроль сторонніх чинників. Класифікація моделей експерименту. Моделі попереднього експерименту. Моделі справжнього експерименту. Моделі псевдоексперименту. Статистичні моделі. Експеримент у польових та лабораторних умовах. Пробний маркетинг. Пробний (тестовий) ринок. Стандартний пробний ринок. Контрольований пробний ринок. Модельований пробний ринок.

Тема 7. Основні види шкал.

Розробка анкети і форм запису результатів спостереження

Основні види шкал. Процес шкалювання. Види шкал. Методи шкалювання. Методи порівнювального шкалювання. Методи непорівнювального шкалювання. Проблеми розробки непорівнювальних деталізованих рейтингових шкал. Вибір основних складових у процесі побудови шкали.

Розробка анкети і форм запису результатів спостереження. Процес розробки анкети. Анкета. Основні завдання анкети. Етапи процесу розробки анкети. Формулювання запитань та їх впорядкування. Структура запитань. Словесне формулювання запитань. Порядок розміщення запитань. Технічні етапи розробки анкети.

Тема 8. Вибірка, методи вибірки і визначення обсягу вибірки

Вибірка, методи вибірки. Генеральна сукупність і вибірка. Планування вибіркового спостереження. Етапи складання плану вибіркового дослідження. Методи вибірки. Детерміновані методи вибірки. Ймовірнісні методи вибірки.

Вибірка: визначення обсягу. Розподіл вибірки. Параметр. Статистика. Ступінь точності. Довірчий інтервал. Рівень достовірності. Вибірковий розподіл. Статистично визначений обсяг вибірки. Нормальний розподіл.

Корегування статистично визначеного обсягу вибірки. Коефіцієнт охоплення і коефіцієнт завершення. Проблема неспостереження. Способи збільшення коефіцієнтів відгуку. Корегування на недоотримані дані. Методи корегування на помилку неспостереження.

Тема 9. Польові дослідження і первинна обробка даних

Польові дослідження. Структура процесу польових досліджень.

Підготовка даних для аналізу. Перевірка анкет. Редагування даних. Кодування даних. Перетворення даних. Очищення даних. Статистичне корегування даних.

Вибір стратегії аналізу даних та класифікація статистичних методів. Процес вибору стратегії. Аналіз характеристик даних. Одномірні методи. Метричні дані. Неметричні дані. Багатомірні методи. Методи залежності.

Тема 10. Аналіз даних і звіт про дослідження бізнес-середовища

Варіаційний ряд, таблиці спряженості ознак і перевірка гіпотез. Розподіл частот та їх аналіз. Варіаційний ряд. Статистики розподілу частот. Основи теорії перевірки гіпотез. Загальна схема перевірки гіпотез. Формулювання гіпотез. Вибір методу статистичної перевірки. Вибір рівня значущості. Збір даних. Визначення критичного значення z-критерію. Порівняння вибіркового значення z-статистики з критичним значенням і прийняття рішення. Висновок з точки зору дослідження бізнес-середовища. Побудова таблиць спряженості ознак. Переваги таблиць спряженості ознак. Статистики таблиць спряженості ознак. Статистики таблиць спряженості ознак.

Підготовка звіту про результати дослідження бізнес-середовища та його презентація. Підготовка звіту та презентації. Важливість звіту та презентації. Послідовність. Форма та написання звіту. Елементи звіту. Особливості написання звіту. Складання таблиць. Використання графіків у звітах. Усна презентація. Читання звіту про дослідження бізнес-середовища. Підтримка клієнта та оцінка ефективності проекту.

Етика економічних досліджень. Роль етики у економічних дослідженнях. Порушення етичних норм стосовно респондентів та громадськості загалом. Етичні аспекти взаємовідносин “дослідник–респондент”. Етика взаємовідносин “дослідник–клієнт”. Порушення етики взаємовідносин “дослідник–клієнт” з боку дослідника. Порушення етики взаємовідносин “дослідник–клієнт” з боку клієнта.

Список рекомендованих джерел

1. Брич В. Я., Охота В. І. Б 87 Міжнародна конкурентоспроможність країн в умовах глобалізації: моногр. – Тернопіль : ТНЕУ, 2019. – 212 с.

2. Ватаманюк О.З. Маркетингові дослідження. Навчальний посібник: конспект лекцій і дещо більше. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. – 106 с.
3. Войчак А.В., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: підручник / За наук. ред. А.В.Войчака. – К.: КНЕУ, 2007. – 408 с.
4. Деякі питання щодо визначення адміністратора Єдиних та Державних реєстрів, держателем яких є Міністерство юстиції України. Документ z0754-15, чинний, поточна редакція — Редакція від 04.08.2017, підстава z0935-17
5. Загорна Т.О. Економічна діагностика: [навчальний посібник] / Т.О.Загорна. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 400 с.
6. Історія економічних учень : підручник : у 2 ч. / [за ред. В. Д. Базилевича]. – [3-тє вид.]. – К. : Знання, 2006. - 1157 с.
7. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проектів. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 243 с.
8. Конкуренентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / [Я. А. Жаліло, Я. Б. Базилюк, Я. В. Белінська та ін.] ; за ред. Я. А. Жаліло. – К. : НІС, 2005. – 388 с.
9. Крикавський Є.В., Косар Н.С., Мних О.Б., Сорока О.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник. – Львів, НУ “Львівська політехніка” – “Інтелект-Захід”, 2004. – 288 с.
10. Мельник М. І. Класифікація бізнес-середовища: системний підхід / М. І. Мельник // Регіональна економіка. - 2008. - № 2. - С. 251-260. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2008_2_29
11. Мельник М. І. Формування бізнес-середовища України в умовах інституційних трансформацій : монографія / Мар'яна Іванівна Мельник. – Львів : ІРД НАН України, 2012. – 568 с.
12. Мних Є.В. Економічний аналіз: [Підручник]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 412 с.
13. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань. Документ 755-IV, чинний, поточна редакція — Редакція від 28.08.2018, підстава 2475-VIII
14. Україна в 2006 році: внутрішнє і зовнішнє становище та перспективи розвитку : експертна доповідь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua>.
15. Швиданенко Г.О. Бізнес-діагностика підприємства: [навчальний посібник] / Г.О. Швиданенко, А.І. Дмитренко, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2008. – 344 с.
16. Створення власного бізнесу [Електронний ресурс]: навч. посібник / А. М. Колот, Г. О. Швиданенко, та ін. — К. : КНЕУ, 2017. – 311 с
17. Вміння бачити бізнес-процеси: створення цінності та зменшення втрат/ Майк Ротер, Джон Шук; перекл. з англ. Катерина Гуменюк. – Бібліотека Лін Інституту. – Київ : Пабулум, Lean Institute Ukraine, 2017. – 132 с.

18. Попова В.Д. Стратегічний аналіз: навчальний посібник / В.Д. Попова, Л.Ф. Маценко. – Чернівці: ЧНУ, 2018. – 157 с.
19. Фроленко О. М. Бізнес-середовище підприємства: методичні підходи до стратегічного аналізу // Формування ринкових відносин в Україні. 2012. № 9. С. 145-150.
20. Гіл Ч. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку. – Київ: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2017 – 856с.

Навчальна дисципліна “Економіка галузевих ринків”

Тема 1. Предмет та об’єкт аналізу галузевої організації ринків

Предмет та об’єкт аналізу теорії галузевих ринків. Фундаментальні проблеми та питання економіки галузевих ринків. Зв’язок економіки галузевих ринків з іншими економічними дисциплінами.

Методологія дослідження економіки галузевих ринків (ЕГР). Гарвардська парадигма як методологічна основа аналізу ЕГР. Схематичне представлення ранньої та пізньої версії гарвардської парадигми. Мікроекономічний підхід до аналізу організації галузевих ринків.

Еволюційні етапи аналізу галузевої організації ринків. Ранній етап аналізу галузевої організації ринків. Період розквіту популярності аналізу галузевих ринків. „Золоте століття” в теоретичних дослідженнях з економіки галузевих ринків.

Тема 2. Основні характеристики структури галузевого ринку

Проблема визначення меж галузевого ринку. Співвідношення понять „галузь”, „ринок”, „галузевий ринок”. Показники визначення меж галузевого ринку. Види галузевих ринків та критерії їх класифікації.

Рівень концентрації на галузевих ринках. Ринкова концентрація та її параметри. Відносні показники розміру фірми. Побудова кривих концентрації виробників. Оцінка концентрації на галузевих ринках покупців і продавців.

Ефективність індексу концентрації при вимірюванні рівня монополізації ринку. Індекс Герфіндаля-Гіршмана (ННІ). Визначення величини збільшення ННІ при злитті двох фір. Дисперсія ринкових часток та коефіцієнт варіації. Їх взаємозв’язок з індексом Герфіндаля-Гіршмана. Застосування інструментарію кривої Лоренца та коефіцієнта Джині для визначення рівня концентрації ринку. Методологія обчислення індексів Гола-Тайдмана та Ремо Лінда

Тема 3. Бар’єри входу-виходу фірм на галузевий ринок

Бар’єри входу на галузевий ринок у системі визначників його структури. Підходи до визначення бар’єрів входу. Класифікація ринків за рівнем вхідних бар’єрів. Ознаки галузевих ринків з легким входом. Графічна модель довгострокової рівноваги на ринках з легким входом. Галузеві ринки з неефективно ускладненим входом. Поведінка діючої фірми на ринку з

стримуваним або входом, що ефективно ускладнений. Характеристика галузевих ринків із блокованим входом.

Види нестратегічних бар'єрів входу фірм на ринок. Взаємозв'язок позитивного ефекту масштабу та ринкового попиту галузі як бар'єр входу фірм на ринок та його графічна інтерпретація. Визначення кількості фірм, що діють у галузі в стані довгострокової рівноваги. Роль вертикальної інтеграції, диверсифікованості діяльності фірми, диференціації товару, маркетингової політики розподілу у зведенні бар'єрів входу на ринок. Бар'єр капітальних витрат та його чинники. Абсолютні та відносні переваги у витратах як бар'єри входу. Адміністративні та цивільні бар'єри входу фірм на ринок.

Бар'єри виходу фірм із ринку. Суть та види бар'єрів виходу з ринку. Взаємозв'язок бар'єрів входу та виходу фірм з ринку. Показники входу-виходу фірм на ринок. Розрахунок норми входу фірм на галузевий ринок та норми проникнення нових фірм на діючий ринок. Норма виходу та показник виживання фірм на галузевому ринку

Тема 4. Галузевий ринок та диференціація продукту

Феномен диференціації товару та основні її види. Реальна та фантомна диференціація. Показники виміру ступеня диференціації товару на галузевому ринку. Диференціація товару і градація галузевих ринків. Бренд як вияв диференціації товару. Природа та еволюція брендів. Структура та атрибути бренда. Бренд і товарна марка.

Диференціація товару в умовах монополістичної конкуренції. Основні постулати моделі монополістичної конкуренції Е. Чемберліна. Взаємозв'язок ринкового попиту та попиту на продукцію індивідуальної фірми на монополістично конкурентному ринку. Індекс Ротшильда як вимірник ступеня ринкової влади монополістично конкурентної фірми. Процес формування рівноваги в короткостроковому періоді в умовах диференційованого товару та його графічна модель. Суспільна ефективність монополістично конкурентної галузі. Вибір суспільства між обсягом випуску й різноманітністю. Крива трансформації.

Вертикальна та горизонтальна диференціація товару. Суть та ознаки вертикальної та горизонтальної диференціації товару. Модель горизонтальної диференціації товару К. Ланкастера. Ефективна межа характеристик. Вплив на поведінку споживача в моделі К. Ланкастера входу на ринок нової фірми з новим товаром. Просторова модель диференціації товару – модель „лінійного міста” Хотеллінга. Вплив підвищення транспортних тарифів на економічне становище фірм та „мертва зона” в моделі Хотеллінга. Рівновага за Нешем. Модель вертикальної диференціації товару Джона Саттона

Тема 5. Активна (домінуюча) фірма на галузевому ринку

Ознаки фірми як суб'єкта ринку. Концентрація виробників та ефект масштабу. Основні постулати концепції економічно обґрунтованого масштабу виробництва. Економічно ефективний та економічно неефективний масштаби виробництва фірми. Джерела ефектів масштабу виробництва.

Сучасні підходи до характеристики природи фірм. Альтернативні цілі фірми. Стратегічний підхід до аналізу природи фірми. Класична та неокласична теорії фірм про розмір фірм. Інституційна теорія про розмір фірм та їх кількість на ринку. Стратегічні концепції фірми.

Домінуюча (активна) фірма на галузевому ринку та причини її виникнення. Показники ринкової влади фірми. Коефіцієнти Дж.Бейна та Дж.Тобіна. Методологія розрахунку індекса Лернера. Особливості обчислення індекса Лернера на олігополістичному ринку. Сильний бренд як показник ринкової влади фірми.

Роль домінуючої фірми у зведенні стратегічних бар'єрів входу. Нецінові стратегічні бар'єри. Суть та моделі цінового лідерства домінуючої фірми. Модель домінуючої фірми Форхаймера. Самогубна цінова політика домінуючої фірми. Статичні моделі ціноутворення, що обмежує вхід. Моделі абсолютної переваги у витратах Дж.Бейна та відносної переваги у витратах Ф.Модіальяні. Динамічна модель ціноутворення, що обмежує вхід. „Хижацьке” ціноутворення на ринку домінуючої фірми.

Тема 6. Стратегія розширення масштабів бізнесу

Загальна характеристика процесів поглинання і злиття фірм. Види злиттів та поглинань фірм. Мотиви і вигоди від злиття фірм.

Види угод зі злиття та поглинання фірм. Алокативне поглинання. Управлінське поглинання. Умови, що обмежують злиття та поглинання. Наслідки злиття компаній. Основні передумови успіху угод про злиття чи поглинання компаній.

Вертикальна інтеграція та вертикальні обмеження. Ефект «подвійної маржиналізації». Переваги та недоліки процесів вертикальної інтеграції. Вертикальні обмеження як особливий тип угод між фірмами: лінійне та нелінійне ціноутворення; контроль рівня роздрібних цін та нормування обсягу збуту; право виняткової території; виняткові контракти, обмеження кількості торгівців. Франчайзингові контракти.

Особливості злиттів та поглинань на сучасному ринку. Види глобальних корпорацій та їх стратегічні рішення у сфері злиттів та поглинань. Методи захисту від поглинання. Політика уряду щодо процесів злиття і поглинання.

Тема 7. Рекламна стратегія фірми за різних типів ринкових структур

Суть, мета та види рекламних звернень. Реклама в системі вимірників якості товару. Інтенсивність реклами та її визначники. Граничний прибуток та чуттєвість попиту до витрат на рекламу. Визначення оптимального рівня витрат на рекламні оголошення. Модель Дорфман-Штайнера.

Ефективність реклами за різного рівня концентрації ринку. Емпірична практика інтенсивності рекламної діяльності на висококонцентрованих та слабоконцентрованих ринках. Функції віддачі від реклами для великих та дрібних фірм. Поріг ефективності рекламних звернень.

Реклама як бар'єр входу-виходу на галузевий ринок.

Тема 8. Дискримінаційне ціноутворення на галузевих ринках

Феномен цінової дискримінації та її економічна суть. Умови проведення ефективної політики цінової дискримінації. Дискримінаційне ціноутворення в практиці продажів. Характеристика ступеней цінової дискримінації за А.Пігу.

Цінова дискримінація першого ступеня та її практична реалізація. Цінова дискримінація другого ступеня: суть, графічна інтерпретація, умови максимізації прибутку фірми. Цінова дискримінація за умов простого та блокового тарифів. Дискримінаційне ціноутворення за двочастинного тарифу та його графічна модель. Стратегії формування двочастинного тарифу. Цінова дискримінація третього ступеня: умови виникнення, алгебраїчний та графічний аналіз.

Класифікація методів цінової дискримінації за Ф.Махлупом. Гасла індивідуальної, групової та товарної цінової дискримінації.

Вплив цінової дискримінації на економічні процеси. Позитивні та негативні наслідки цінової дискримінації. Підходи до визначення економічної та соціальної ефективності цінової дискримінації. Законодавче обмеження цінової дискримінації

Тема 9. Особливості поведінки фірм на галузевих ринках економіки України

Інституційні та економічні чинники монополізаційних процесів в економіці України. Оцінка рівня монополізації галузевих ринків економіки України.

Особливості реалізації цінової та нецінової конкуренції у вітчизняній економіці. Недобросовісна конкуренція.

Соціально-економічні наслідки поведінки недосконало конкурентних фірм в Україні

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ігнатюк А.І. Економіка галузевих ринків: навчальний посібник - К.: ВПЦ «Київський університет, 2015
2. Ігнатюк А.І. Галузеві ринки: теорія, практика, напрями регулювання: монографія. Київ: ННЦ ІАЕ, 2010.- 465 с.
3. Островерх П.І., Моряк Т.П., Рудковська Н.А. Методологічні аспекти оцінки рівня монополізації економіки /П.І.Островерх, Т.П. Моряк, Н.А.Рудковська // Ефективна економіка. – №8. – 2020.- Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/58.pdf
4. Кабраль Луис М.Б. Организация отраслевых рынков. Вводный курс.– Минск: Новое знание, 2003.
5. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организация промышленности.- СПб.: Экономическая школа, 2000.- 745с/
6. Вехи экономической мысли. – Т.5. Теория отраслевых рынков. – СПб.: Экономическая школа, 2003.– 670с.
7. Tremblay V., Tremblay C. New Perspectives on Industrial Organization with contributions from behavioral economics and game theory. Springer-Verlag

- New York, 2012. 820 p. – URL: <https://1lib.eu/book/2166435/1bab1b?regionChanged=&redirect=1429950>
8. Boccard N. Industrial organization a contract based approach , 2010. – URL: <http://dugi-doc.udg.edu/>
9. Liston-Heyes C. International Business Economics. University of London, 2016. 321p.
10. Church J. Industrial organization: A strategic approach. University of Calgary, 2000. 926p. – URL: https://works.bepress.com/jeffrey_church/23/download/
11. Tirole J. The Theory of Industrial Organization, 2006. – URL: <https://library.fa.ru/files/Tirole-Theory.pdf>
12. Suman Lata Dr. Industrial Economics. Alagappa University. Directorate of Distance Education, 2018. 286p.

Навчальна дисципліна “Державне регулювання економіки та бізнесу”

Тема 1. Суть та необхідність державного регулювання економіки та бізнесу

Необхідність та передумови втручання держави в економічні процеси. Неспроможність ринкового механізму.

Концепції макроекономічної рівноваги як основа економічної політики держави. Погляди економістів на роль держави та практичне втілення державної економічної політики.

Функції економічної політики держави та вади державного регулювання в змішаній економічній системі.

Особливості державної економічної політики в умовах перехідних економічних систем.

Тема 2 Інструменти державного регулювання економіки та бізнесу

Основні методи та інструменти державного впливу на ринкову економіку. Методи прямого і непрямого впливу та їх характеристика.

Правові інструменти державного регулювання економічних процесів.

Адміністративні інструменти економічної політики, їх характеристика та особливості застосування. Державні замовлення та контракти в системі державного регулювання економіки.

Застосування економічних інструментів як основний спосіб непрямого впливу на процеси. Суть державного програмування і види програм.

Тема 3 Структурна економічна політика

Суть та види структур економіки: галузева, секторальна, територіальна, інституційна, зовнішньоекономічна. Структурна політика, її цілі та види. Пасивна державна структурна політика та її особливості проведення. Основні риси активної державної структурної політики.

Особливості структурної політики в розвинутих країнах світу. Досвід США, Японії. Умови та чинники, що впливають на структурну перебудову перехідної економіки України. Інверсійний характер ринкових трансформацій вітчизняної економіки.

Основні напрямки проведення структурної політики в Україні. Стратегічні завдання структурної політики та пріоритетні напрямки розвитку окремих галузей. Конкурентні переваги української економіки

Тема 4 Регіональна економічна політика

Суть та основні напрямки проведення регіональної політики. Основні тенденції регіонального розвитку України: економічний вимір регіонального розвитку; особливості суспільно-політичного виміру; регіональний аспект людського розвитку.

Стимулювання розвитку регіонів. Депресивні території. Основні ознаки віднесення регіону до числа депресивних. Застосування системи економічних показників при визначенні рівня розвитку територій. Європейський досвід регіонального розвитку.

Стратегічні напрямки державної регіональної політики. Забезпечення єдності економічного простору. Збалансування міжбюджетних відносин між центром та регіонами.

Тема 5. Державне регулювання інвестиційної та інноваційної діяльності

Суть інвестицій та передумови проведення державної інвестиційної політики. Підходи до класифікації інвестицій за різними ознаками. Чинники впливу на інвестиційний процес у країні. Активна та пасивна інвестиційна політика.

Проблеми проведення та напрямки активізації інвестиційної політики в Україні. Причини низької активності в інвестиційній сфері. Орієнтири стратегії стимулювання інвестиційної діяльності.

Державна політика стимулювання інвестицій в інновації. Форми інвестування інноваційної діяльності. Основні конкурентні переваги України в інноваційній галузі. Чинники, які стримують інноваційну діяльність в Україні:

Тема 6. Державне регулювання підприємництва

Необхідність та передумови державного регулювання підприємницької діяльності. Підприємницьке середовище. Механізм впливу держави на підприємництво. Державна підтримка малого підприємництва. Класифікаційні ознаки малого підприємництва. Форми фінансово – економічної підтримки малого підприємництва. Суб'єкти державного регулювання підприємництва в Україні. Суб'єкти державного впливу на підприємництво. Інститут банкрутства і санації підприємств.

Суть та основні принципи державної регуляторної політики: доцільність, адекватність, ефективність, збалансованість, передбачуваність, прозорість. Передумови та історія появи регуляторної політики. Регуляторні органи у вітчизняній економіці.

Основні проблеми, пов'язані з отриманням дозволів в Україні. Запровадження європейських принципів видачі документів дозвільного характеру: принципу організаційної єдності та принципу декларування. Функції адміністратора в дозвільній системі України. Реформування дозвільної системи в Україні.

Тема 7. Соціальна політика

Ідея соціальної справедливості. Основні підходи до проблеми соціальної справедливості з точки зору розподілу благ: егалітарний, утилітарний, роулсіанський, ринковий. Поняття соціальної справедливості.

Пасивні та активні заходи підтримки доходів. Основні поняття соціальної сфери: державні соціальні стандарти, державні соціальні гарантії, прожитковий мінімум, соціальні норми і нормативи.

Форми соціальної допомоги. Соціально-орієнтована економіка. Моделі соціальної політики держави.

Соціальна політика в Україні. Специфіка проблем бідності в Україні. Вітчизняна система пільг. Характерні ознаки універсальних та адресних допомог.

Тема 8. Державне регулювання аграрного сектору

Особливості сільського господарства як галузі економіки та специфіка аграрних відносин. Короткострокова та довгострокова проблеми сільського господарства.

Сучасні соціально-економічні проблеми аграрного сектору України: неврегульованість земельних відносин; низький рівень інвестиційної привабливості; соціальний занепад села; депопуляція сільського населення; моральне і фізичне зношення матеріально-технічної бази; низький рівень оплати праці працівників.

Світовий досвід проведення аграрної політики. Розширення сектору селянських господарств. Зменшення розміру підприємницьких структур

спільної підприємницької діяльності та їх частки у загальному сільськогосподарському землекористуванні.

Реформування АПК в економіці України. Закон України “Про державну підтримку сільського господарства України”.

Тема 9 Державне регулювання природоохоронної діяльності

Необхідність охорони навколишнього природного середовища. Сутність поняття «екологія». Класифікація природних ресурсів. Стійкість природного середовища до техногенного навантаження. Сутність природно-антропогенних процесів. Техногенний і сталий типи економічного розвитку. Пасивна та активна екологічна політика. Принципи та об'єкти охорони навколишнього природного середовища. Сутність екологічної політики в Україні. Державне екологічне регулювання. Сутність екологічного регулювання. Екологічне законодавство. Управління в сфері охорони навколишнього природного середовища. Інструменти екологічного регулювання: екологічна експертиза, моніторинг стану довкілля, екологічні стандарти і нормативи, екологічні програми, кадастри природних ресурсів, зонування територій, санкції за порушення норм екологічного законодавства.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Лисак В.Ю. Державне регулювання економіки [Текст] : навч.- посіб. для студентів ден. форми навчання напряму підгот. 6.030504 "Економіка підприємства" / [В. Ю. Лисак] ; Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. Івана Огієнка, Екон. ф-т, Каф. економіки підприємства. - Кам'янець-Подільський : Сисин Я. І. : Абетка, 2015. - 132 с.
2. Національна економіка: Підручник. / За ред. П.В. Круша. - К. : Каравела. - 2018. - 533 с.
3. Сенишин О.С. Державне регулювання економіки [Текст] : підруч. для студентів ВНЗ / О. С. Сенишин, М. О. Горинь, О. О. Кундицький ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. - Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2014. - 334 с.
4. Чернявська О. В. Національна економіка. Навч. посіб. / О. В. Чернявська. – К.: Алерта, 2018. – 502 с.
5. Ковтун О.І. Державне регулювання економіки. / Навч. посібник. – Львів: "Новий Світ 2000", 2006. – 432 с.
6. Державне регулювання економіки та економічна політика : навч. посіб. / Г. С. Третяк, К. М. Бліщук; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2011. – 125 с.
7. Михасюк І. Р. Державне регулювання економіки : підручник / І. Р. Михасюк. – К. : Ліра-М, 2011. – 216 с.
8. Стеченко Д.М. Державне регулювання економіки: Навч. посіб. – 3-те вид. – К.: МАУП, 2007. – 176 с.
9. Дідківська Л.І., Головка Л.С. Державне регулювання економіки: Навч. посіб. – К.: Знання, 2007. – 214 с.

10. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22.03.2012 (у редакції закону від 30.03.2020) [Електронний ресурс] – Електронні дані [Київ: Верховна Рада України, 1994–2020] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>
11. Звіт за результатами реалізації державної регіональної політики в Україні у 2019 році [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.minregion.gov.ua>
12. Ходжаян А. О.,. Концептуальні засади державної структурної політики національної економіки / А.О. Ходжаян, А. Р Ходжаян //Проблеми економіки № 2 (40), 2019 – С. 73-80.
13. Дергалюк Б.В. Світові моделі державного регулювання структурних зрушень в економіці // Б.В. Дергалюк // Економіка та держава № 10. – 2019 , С. 65-68.
14. Бодров В. Г. Державне регулювання економіки та економічна політика : навч. посіб. / В. Г.Бодров, О. М. Сафронова, Н. І. Балдич. - К. : Академвидав, 2018. - 520 с.
15. Економіка України: інноваційна стратегія українських реформ : монографія / відп. ред. В. Ф. Бесєдін, А. С. Музиченко. - К. : НДЕІ, 2017. - 523 с.
16. Підтримка малого і середнього підприємництва [Електронний ресурс] // Урядовий портал. – 2020 – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostannya/pidtrimka-malogo-i-serednogo-pidpriyemnictva> - (дата звернення 02.12.2020р) - Назва з екрану.
17. Моніторинг реалізації Стратегії розвитку МСП України на 2017-2020 роки, OECD [Електронний ресурс] Publishing, Paris, Режим доступу: www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Monitoringthe-Implementation-of-Ukraine's-SME-Development-Strategy-2017-2020-UKR.pdf