

Міністерство освіти і науки України  
Український державний університет залізничного транспорту  
Економічний факультет  
кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

РОБОЧА ПРОГРАМА З ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ  
ПРОГНОЗУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Код та назва спеціальності	072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок
Освітня програма	Управління фінансами, банківська справа та страхування
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Форма навчання	денна, заочна
Курс	2
Семестр	4
Кількість кредитів ЄКТС	3 кредити
Форма підсумкового контролю	залік
Розробник програми	Мкртичян Олена Миколаївна

Харків – 2026

## 2 ОПИС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Обов'язкова / вибіркова	вибіркова
Курс	2
Семестр	4
Обсяг	3 кредити ЄКТС, 90 годин
Аудиторна робота	45 годин
Самостійна робота	60 годин
Форма підсумкового контролю	залік

## 3 ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧІВ

Мкртичян Олена Миколаївна, старший викладач кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії.

## 4 МЕТА І ЗАВДАННЯ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Мета освітньої компоненти - сформувати у здобувачів вищої освіти системне розуміння сутності, принципів, методів та інструментів прогнозування у сфері транспортних послуг, а також практичні навички розроблення прогнозів, оцінювання їх достовірності та використання результатів прогнозування для обґрунтування маркетингових і управлінських рішень на транспортному ринку;

сформувати розуміння особливостей транспортного ринку, видів транспортних послуг та чинників, що визначають їх розвиток;

ознайомити здобувачів із сучасними підходами до планування та прогнозування у сфері транспортних послуг в умовах ринкової економіки;

навчити застосовувати якісні та кількісні методи прогнозування, зокрема експертні методи, метод простої середньої, середніх темпів, змінної середньої та метод найменших квадратів;

розвинути навички аналізу часових рядів, побудови прогнозних оцінок і визначення рівня їх вірогідності;

сформувати здатність використовувати результати прогнозування для підготовки управлінських рішень, маркетингових програм і планів розвитку транспортних підприємств;

поглибити розуміння взаємозв'язку між прогнозуванням розвитку транспортних послуг, реформуванням залізничного транспорту та макроекономічним плануванням;

## 5 КОМПЕТЕНТНОСТІ І РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу і прогнозування транспортних послуг, що передбачає застосування теорій, методів і інструментів аналізу та прогнозування ринкових процесів в умовах невизначеності.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 4 - здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;

ЗК 6 - знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

ЗК 7 - здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

ЗК 9 - навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;

ЗК 11 - здатність працювати в команді;

ЗК 14 - здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК 2 - здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу;

СК 5 - здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу, у тому числі для ринку транспортних послуг;

СК 8 - здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності;

СК 12 - здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу;

СК 13 - здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта у крос-функціональному розрізі;

СК 14 - здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності на основі прогнозно-аналітичних оцінок.

Результати навчання (РН):

РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ прогнозування, планування та розвитку транспортних послуг.

РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу та прогнозування ринку транспортних послуг.

РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні й маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі прогнозних оцінок.

PH7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, табличні процесори та аналітичні інструменти для оброблення статистичних даних і побудови прогнозів.

PH8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

PH10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям.

PH12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення та відкритості до нових знань у процесі прогнозно-аналітичної діяльності.

PH13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

PH16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, та підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

## 6 ПЕРЕДУМОВИ (ПРЕРЕКВІЗИТИ)

Маркетинг, Економічна теорія, Статистика, Економіка підприємства, Менеджмент.

## 7 ПІСЛЯУМОВИ (ПОСТРЕКВІЗИТИ)

Маркетингове планування, Маркетингові дослідження, Маркетинг транспортних послуг та промислового підприємства, Управління проєктами, Стратегічний маркетинг.

## 8 ВІДПОВІДНІСТЬ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ГЛОБАЛЬНИМ ЦІЛЯМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДО 2030 РОКУ

### SDG 8 - Гідна праця та економічне зростання

Дисципліна формує компетентності щодо прогнозування попиту на транспортні послуги, обґрунтування управлінських рішень і підвищення ефективності діяльності транспортних підприємств, що сприяє сталому економічному зростанню.

### SDG 9 - Промисловість, інновації та інфраструктура

Освітня компонента орієнтує здобувачів на використання сучасних аналітичних методів, прогнозних моделей та інформаційних технологій для розвитку транспортної інфраструктури та сервісів.

### SDG 11 - Сталий розвиток міст і громад

Прогнозування транспортних потоків і послуг сприяє підвищенню доступності, якості та безпечності транспортного обслуговування населення.

SDG 12 - Відповідальне споживання та виробництво

Дисципліна розвиває здатність обґрунтовано оцінювати потреби ринку та планувати транспортні послуги з урахуванням ефективного використання ресурсів.

SDG 17 - Партнерство заради сталого розвитку

Розглядаються питання взаємодії держави, бізнесу, науки та освіти у процесах прогнозування і стратегічного планування розвитку транспортної сфери.

## 9 ПРОГРАМА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

### МОДУЛЬ 1. ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ НА РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Тема 1. Поняття транспортного ринку. Види транспортних послуг

Транспортний ринок, взаємодія різних видів транспорту, сутність і особливості транспортних послуг, їх класифікація, напрями підвищення якості транспортних послуг, планування діяльності транспортних підприємств.

Тема 2. Прогнозування розвитку залізничного транспорту України в умовах реформування

Природна монополія залізничного транспорту, стан і проблеми розвитку галузі, основні напрями реформування залізничного транспорту України, принципи прогнозування розвитку транспорту з урахуванням загальноекономічних чинників.

Тема 3. Макроекономічне планування в умовах ринкової економіки

Директивне та індикативне планування, метод системного аналізу, нормативний, балансовий та програмно-цільовий методи у макроекономічному плануванні.

### МОДУЛЬ 2. МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПРОГНОЗУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Тема 4. Поняття, сутність і завдання прогнозування маркетингового та економічного розвитку

Сутність прогнозування, державне прогнозування і програми маркетингового та економічного розвитку, форми наукового передбачення, поняття гіпотези, прогнозу і плану, класифікація прогнозів.

Тема 5. Класифікація методів прогнозування

Класифікація економічних прогнозів, групи методів прогнозування за ступенем формалізації, сфери застосування окремих методів у транспортному маркетингу.

Тема 6. Методи експертної оцінки в прогнозуванні і їх характеристика

Інтуїтивні методи прогнозування, індивідуальні експертні оцінки, метод мозкової атаки, метод Дельфі, можливості їх використання для оцінювання ринку транспортних послуг.

Тема 7. Методи простої середньої і середніх темпів у прогнозуванні

Побудова прогнозу на основі простої середньої, використання середніх темпів зростання, умови доцільного застосування методів.

Тема 8. Метод змінної середньої в прогнозуванні

Сутність згладжування статистичного ряду даних на основі змінної середньої, метод найменших квадратів, визначення тренду та практичні аспекти обчислень.

Тема 9. Визначення вірогідності прогнозової оцінки

Оцінювання рівня вірогідності обраної функції, визначення стандартної помилки прогнозу, інтерпретація результатів і прийняття управлінських рішень.

## 10 ТЕМАТИКА СЕМІНАРСЬКИХ / ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№	Тема практичного заняття	Год.
1	Прогнозування на основі простої середньої	2
2	Прогнозування на основі середніх темпів	2
3	Згладжування статистичного ряду даних на основі змінної середньої	2
4	Розв'язання задач з прогнозування із застосуванням змінної середньої	2
5	Розв'язання задач з прогнозування із застосуванням методу найменших квадратів	4
6	Визначення рівня вірогідності обраної функції	2
7	Визначення стандартної помилки прогнозу	2
Разом		16

## 11 САМОСТІЙНА РОБОТА

№	Тема самостійної роботи	Год.
1	Транспортний ринок. Поняття і особливості транспортної послуги. Підвищення якості транспортних послуг	7
2	Програма реформування залізничного транспорту. Особливості прогнозування та планування розвитку залізничного транспорту	7
3	Методи державного регулювання	6
4	Поняття, сутність і завдання економічного і соціального прогнозування	7

5	Класифікація прогнозів	7
6	Класифікація методів прогнозування	7
7	Структура і основні показники плану маркетингового і економічного розвитку	7
8	Методи експертної оцінки та їх характеристика	6
9	Макроекономічне планування як функція державного регулювання	6
Разом		60

## 12 ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН (ДЕННА / ЗАОЧНА ФОРМА)

№	Тема	Лекції	Практ.	Лаб.	Сам. роб.	Всього
1	Поняття транспортного ринку. Види транспортних послуг	2/1	2/1	-	7/9	11/11
2	Прогнозування розвитку залізничного транспорту України в умовах реформування	2/1	2/1	-	7/9	11/11
3	Макроекономічне планування в умовах ринкової економіки	2/1	2/1	-	6/8	10/10
4	Поняття, сутність і завдання прогнозування маркетингового та економічного розвитку	2/1	2/1	-	7/9	11/11
5	Класифікація методів прогнозування	2/1	2/1	-	7/8	11/10
6	Методи експертної оцінки в прогнозуванні і їх характеристика	2/1	2/1	-	7/8	11/10
7	Методи простої середньої і середніх темпів у прогнозуванні	2/1	2/1	-	7/8	11/10
8	Метод змінної середньої в прогнозуванні	2/1	2/1	-	6/8	10/10
9	Визначення вірогідності прогнозної оцінки	2/1	2/1	-	6/8	10/10
Разом		18/9	16/8	-	60/75	94/92

## 13 ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальні завдання можуть виконуватися у формі аналітичного кейсу, розрахункового завдання або мініпроєкту з прогнозування транспортних послуг. Орієнтовна тематика:

аналіз динаміки попиту на окремий вид транспортних послуг і побудова короткострокового прогнозу;

порівняльна оцінка методів прогнозування для часових рядів транспортних показників;

експертне прогнозування перспектив розвитку транспортної компанії або сервісу;

розроблення рекомендацій щодо використання результатів прогнозування в маркетинговому плануванні транспортного підприємства.

#### 14 МЕТОДИ НАВЧАННЯ

пояснювально-ілюстративний метод;

проблемно-орієнтоване навчання;

розв'язання практичних і розрахункових завдань;

аналіз ситуацій і кейсів із практики транспортних підприємств;

моделювання прогнозних ситуацій;

самостійна робота з аналітичними матеріалами, статистичними даними та цифровими інструментами.

#### 15 ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Порядок оцінювання результатів навчання визначається чинним Положенням про контроль та оцінювання якості знань здобувачів вищої освіти в Українському державному університеті залізничного транспорту.

Вид контролю	Максимальна кількість балів
Поточний контроль (практичні заняття, активність, виконання завдань)	до 60
Модульний / підсумковий контроль	до 40
Разом	100

Орієнтовні критерії поточного контролю:

практичні заняття - до 30 балів;

самостійна робота та індивідуальні завдання - до 30 балів;  
модульний / підсумковий контроль - до 40 балів.

100- бальна шкала	ECTS	Національна шкала
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
75-81	C	Добре
69-74	D	Задовільно
60-68	E	Достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
<35	F	Незадовільно з повторним вивченням

## 16 АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ТА ПОЛІТИКА КУРСУ

здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності, правил цитування та коректного використання джерел;

плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування та інші порушення академічної доброчесності є неприпустимими;

використання цифрових інструментів і сервісів штучного інтелекту допускається лише як допоміжний засіб для пошуку, аналізу, структурування матеріалу та перевірки розрахунків, але не як повна заміна самостійної роботи здобувача;

під час занять необхідно дотримуватися норм професійної етики, взаємоповаги, толерантності та академічної дисципліни.

## 17 ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Сутність транспортного ринку та його основні характеристики.
2. Поняття і види транспортних послуг.
3. Чинники підвищення якості транспортних послуг.
4. Особливості планування діяльності транспортних підприємств.
5. Проблеми та напрями реформування залізничного транспорту України.
6. Принципи прогнозування розвитку залізничного транспорту.
7. Директивне та індикативне планування: сутність і відмінності.

8. Характеристика методів макроекономічного планування.
9. Сутність прогнозування як форми наукового передбачення.
10. Поняття гіпотези, прогнозу і плану.
11. Класифікація прогнозів за різними ознаками.
12. Класифікація методів прогнозування за ступенем формалізації.
13. Інтуїтивні та формалізовані методи прогнозування.
14. Методи індивідуальної та колективної експертної оцінки.
15. Сутність методу мозкової атаки та методу Дельфі.
16. Прогнозування на основі простої середньої.
17. Прогнозування на основі середніх темпів.
18. Метод змінної середньої та його застосування.
19. Сутність методу найменших квадратів.
20. Показники оцінювання точності та вірогідності прогнозу.
21. Стандартна помилка прогнозу та її інтерпретація.
22. Використання прогнозних оцінок у маркетинговому плануванні транспортних підприємств.

## 18 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

Геєць В. М., Клебанова Т. С., Черняк О. І. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування. Київ: ІНЖЕК, 2019.

Прогнозування соціально-економічних процесів: навчальний посібник / за ред. О. В. Раєвської. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020.

Маркетинг транспортних послуг: навчальний посібник / за ред. О. І. Зоріної. Харків: УкрДУЗТ, 2021.

Державна служба статистики України. Офіційний сайт.

Міністерство розвитку громад та територій України. Аналітичні матеріали з розвитку транспортної системи.

Додаткові:

Національна транспортна стратегія України на період до 2030 року.

Закон України «Про транспорт».

Закон України «Про залізничний транспорт».

Публікації фахових видань з питань прогнозування, маркетингу та розвитку транспортних послуг за останні 5-7 років.

#### 19 МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

мультимедійний проєктор, комп'ютер викладача, аудиторія, обладнана для презентацій;  
програмне забезпечення: MS Office / Google Workspace, табличні процесори для розрахунків і побудови прогнозів;

онлайн-платформи: Moodle університету, Zoom / Google Meet, офіційні статистичні бази даних та аналітичні ресурси.