

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АВТОМОБІЛЬНО–ДОРОЖНІЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

На правах рукопису

ЛЕГКИЙ СЕРГІЙ АНАТОЛІЙОВИЧ



УДК. 658:656.13.033

**ФОРМУВАННЯ ТАРИФІВ НА ПОСЛУГИ
ПАСАЖИРСЬКОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ**

Спеціальність – 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Науковий керівник
Шинкаренко Володимир
Григорович, д.е.н, проф.

Харків – 2013

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТАРИФІВ НА ПОСЛУГИ ПАСАЖИРСЬКОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ	
10	
1.1. Роль і місце ціни в діяльності АТП.....	
10	
1.2. Сутність маркетингового підходу до визначення ціни автотранспортних послуг.....	
25	
1.3 Обґрунтування процесу ціноутворення на послуги пасажирського автомобільного транспорту.....	
47	
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	
77	
Розділ 2. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ПОСЛУГ ПАСАЖИРСЬКОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ.....	
78	
2.1. Визначення поняття споживчої цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту.....	
78	
2.2. Встановлення основних параметрів споживчої цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту.....	
84	
2.3. Визначення рівня споживчої цінності послуги пасажирського автомобільного транспорту.....	
103	

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	118
Розділ 3. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВСТАНОВЛЕННЯ ТАРИФУ НА ПОСЛУГИ ПАСАЖИРСЬКОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ.....	119
3.1. Визначення поняття економічної цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту.....	119
3.2. Встановлення економічної цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту.....	122
3.3. Встановлення тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту.....	140
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	160
ВИСНОВКИ.....	161
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	164
ДОДАТКИ.....	183
ДОДАТОК А «Огляд дисертацій за напрямками: цінова політика та ціноутворення на послуги пасажирського транспорту».....	184
ДОДАТОК Б «Анкета для проведення маркетингового дослідження, спрямованого на визначення вартісної оцінки параметрів споживчої цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту».....	186
ДОДАТОК В «Анкета для проведення маркетингового дослідження,	

спрямованого на встановлення значущості параметрів споживчої цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту».....	193
ДОДАТОК Г «Склад витрат за статтями собівартості перевезень».....	195
ДОДАТОК Д «Розрахунок економічної цінності послуги з перевезення пасажирів на міському автобусному маршруті № 47 «ХБК – АС Центр» м. Донецька».....	201
ДОДАТОК Е «Довідки, що підтверджують впровадження результатів дисертаційної роботи в практичну діяльність».....	209

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні характеризується нестабільністю, що викликана постійно

змінюваними умовами, посиленням конкуренції між різними перевізниками пасажирів, недосконалістю господарського механізму та законодавства. У цих умовах для кожного підприємства постає проблема визначення ефективної цінової політики та ціноутворення, від яких залежить його ринкове положення, конкурентоспроможність, попит на товари та послуги, фінансовий стан.

Вирішенню цієї проблеми присвячені наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: Е. Бем-Баверк, Р. Бест, Ф. Візер, Роберт Дж. Долан, А.О. Длігач, В.Л. Корінь, А. Маршалл, К. Менгер, К. Маркс, Т. Негл, А.Ф. Павленко, Д. Рікардо, А. Сміт, М.І. Туган-Барановський та інших.

Безпосередньо на транспорті рішення цієї проблеми присвячені роботи А.А. Бачуріна, О.М. Гудкова, О.М. Кібік, Н.М. Колесникової, О.М. Криворучко, Т.Г. Тохтарь, В.Г. Шинкаренка.

Однак задачі вдосконалення цінової політики та ціноутворення на автомобільному транспорті мають певну специфіку, яка недостатньо враховується в дослідженнях і наукових розробках наведених вище вчених. Існуючі моделі ціноутворення не в повній мірі враховують результати маркетингових досліджень ринку, послугово-ринкової стратегії, сприйману споживачами цінність автотранспортних послуг. Унаслідок цього виникає необхідність удосконалення теоретичних основ і методичних розробок з формування тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту з урахуванням різних чинників в умовах розвитку і подальшого удосконалювання ринкових відносин в Україні. Наукова і практична актуальність цих питань зумовили вибір теми, мету, завдання, об'єкт і предмет дисертаційного дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема дисертаційного дослідження відповідає тематиці науково-дослідних робіт Харківського національного автомобільно-дорожнього університету та Донецької академії автомобільного транспорту. Тематика досліджень безпосередньо пов'язана з науково-дослідницькою роботою Донецької

академії автомобільного транспорту «Організація міських пасажирських перевезень», (2008-2011 р. номер державної реєстрації 0107U002151), що виконана на замовлення Донецької міської ради. Особисто автором в цій роботі виконано розділ «Обґрунтування процесу ціноутворення на послуги пасажирського автомобільного транспорту».

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є поглиблення теоретичних основ і розробка методичних та практичних рекомендацій з формування тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту в ринкових умовах.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- обґрунтувати маркетинговий підхід до визначення ціни на послуги пасажирського автомобільного транспорту;
- удосконалити процес ціноутворення на послуги пасажирського автомобільного транспорту, його етапи, послідовність і зміст;
- встановити основні параметри споживчої цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту;
- розробити метод визначення вартісної оцінки параметрів споживчої цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту;
- обґрунтувати методичний підхід до визначення економічної цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту;
- удосконалити методичні основи визначення тарифів на пасажирські автотранспортні послуги.

Об'єктом дослідження є процес формування тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту.

Предметом дослідження – теоретичні основи й методичні рекомендації з формування тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту.

Методи дослідження. Теоретичною й методологічною основою дисертаційної роботи постають фундаментальні та прикладні наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів у сфері ціноутворення.

Для реалізації поставленої мети дослідження використано такі методи теоретичних досліджень – *метод індукції та дедукції* для визначення сутності ціни, маркетингового підходу до визначення ціни автотранспортних послуг, вивчення підходів до ціноутворення, складання анкети для проведення маркетингового дослідження, вибору цінової стратегії щодо послуги залежно від типу ринку, сутності понять економічної та споживчої цінностей; *метод системного аналізу* – для обґрунтування маркетингового підходу до визначення ціни на послуги пасажирського автомобільного транспорту, вивчення процесу ціноутворення, обґрунтування змісту і послідовності етапів формування ціни, для визначення характерних ознак ринкової структури ринку послуг з перевезення пасажирів автомобільним транспортом; методи емпіричних досліджень – *графічний метод* – для наочного зображення й схематичного подання теоретичного матеріалу, для визначення тарифу з урахуванням економічної та споживчої цінності, тарифу на послуги пасажирського автомобільного транспорту; *опитування* – для визначення складу параметрів споживчої цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту та їх вартісної оцінки, для оцінки рівня задоволеності споживачів параметрами послуги; *шкалювання* – для переведення якісних суджень щодо задоволеності споживачів послугою в кількісні оцінки; *метод інтерполяції* – для визначення рівня споживчої цінності окремих параметрів послуги в залежності від рівня задоволеності ними споживачів; *метод регресійного аналізу* – для встановлення залежності тарифу на послуги від коефіцієнта їх якості.

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчо-нормативні акти України, статистичні матеріали автотранспортних підприємств м. Донецьк і Донецькій області.

Наукова новизна отриманих результатів дослідження полягає в поглибленні теоретичних основ і розробці методичних рекомендацій з формування тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту в ринкових умовах, а саме:

удосконалено:

- процес ціноутворення на послуги пасажирського автомобільного транспорту, який, на відміну від існуючих, інтегрує ціноутворення у процес розробки послуги та її загальну ринкову стратегію, що надасть можливість покращити тарифну політику підприємств;
- склад основних параметрів, що визначають споживчу цінність послуг пасажирського автомобільного транспорту, при цьому в якості критерію поділу параметрів на основні та другорядні використовується їх вартісна оцінка;
- методичні основи визначення тарифу на пасажирські автотранспортні послуги, які, на відміну від існуючих, базуються на цінній стратегії, яка визначається рівнем споживчої цінності та тарифами конкурентів;

отримало подальший розвиток:

- маркетинговий підхід до визначення ціни на послуги пасажирського автомобільного транспорту на підставі створеної моделі ринкового механізму, яка надає можливість правильно організувати та покращити ефективність діяльності підприємств;
- метод визначення вартісної оцінки параметрів споживчої цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту, який, на відміну від існуючих, дозволяє встановлювати вартісні оцінки за кожним параметром і послугою залежно від коефіцієнта задоволеності споживачів цими параметрами;
- методичний підхід до визначення економічної цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту на підставі врахування можливості задоволення вимог споживачів до послуги, зниження її собівартості та покращення якості обслуговування пасажирів.

Практичне значення отриманих результатів. Теоретичні положення й методичні розробки з формування тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту на основі визначення сприйманої споживачами цінності, типу ринку й завдань позиціонування використовуються у

діяльності ТОВ «Донбасавтотранс» (акт впровадження № 16 від 03.09.2012 р.), ТОВ «Транспорт-Логістика» (акт впровадження № 24 від 01.10.2012 р.), а також в автотранспортних підприємствах м. Донецьк (довідка про впровадження Донецької міської ради № 01-10/1362 від 27.11.2012 р.).

Окремі положення дисертаційного дослідження використовуються в навчальному процесі Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (довідка № 3033/48 від 19.10.2012 р.) під час викладання дисциплін «Маркетинг», «Маркетингова діяльність АТП» та «Логістика», а також в процесі курсового та дипломного проектування для студентів спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» та Донецької академії автомобільного транспорту (довідка № 10/10-01 від 10.10.2012 р.) під час викладання дисциплін «Маркетинг», «Маркетингові дослідження в логістиці», «Економіка міжнародних перевезень» та в процесі курсового і дипломного проектування для студентів спеціальностей «Менеджмент» («Логістика»), «Логістика».

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійно виконаною, завершеною роботою. Опубліковані одноосібно наукові праці містять ті положення, висновки й пропозиції, які сформульовані автором і відображають його внесок у дослідження проблеми. Особистий внесок автора у статтях, що опубліковані у співавторстві: [82] – розроблено модель процесу формування й встановлення ціни у відповідності з маркетинговим підходом; [80] – обґрунтовано маркетинговий підхід до визначення ціни на послуги пасажирського автомобільного транспорту на підставі врахування основних ринкових чинників ціноутворення; [143] – обґрунтовано споживчу цінність послуги пасажирського автомобільного транспорту.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дисертаційного дослідження підтверджуються експериментальною перевіркою на таких науково-практичних конференціях: IV Міжнародному форуму молодих вчених «Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми,

перспективи» (м. Харків, 2010 р.); на IX Міжнародній науковій конференції «Проблеми економіки транспорту» (м. Дніпропетровськ, 2010 р.); на III Міжнародній науково-практичній конференції «Логістика промислових регіонів» (м. Донецьк – Святогірськ, 2011 р.); на IX Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми підготовки професійних кадрів з логістики в умовах глобального конкурентного середовища» (м. Київ, 2011 р.); на Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих учених та студентів «Проблеми і перспективи розвитку автомобільної галузі» (м. Донецьк, 2011 р.); III Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих учених та студентів «Транспорт і логістика» (м. Донецьк, 2012 р.).

Публікації. Основні положення дисертаційної роботи представлено в 13 наукових працях загальним обсягом 6,21 ум.-друк. арк. (зокрема, в 6 статтях у фахових виданнях, 1 препринті, 6 тезах доповідей на науково-практичних конференціях).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Статистична інформація щодо пасажирських перевезень в Україні [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. Інформаційний портал. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Статистична інформація щодо пасажирських перевезень в Донецькій області [Електронний ресурс] // Головне управління статистики у Донецькій області. Інформаційний портал. – Режим доступу: <http://www.donetskstat.gov.ua/statinform/transport2.php?dn=0612>
3. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: навчальний посібник. / [Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А. та ін.]. – К.: Кондор, 2007. – 252 с.
4. Ерухимович И.Л. Ценообразование: учеб.-метод. пособие. – 3-е изд., стереотип. / И.Л. Ерухимович. – К.: МАУП, 2003. – 108 с.
5. Шкварчук Л.О. Ціноутворення: підручник / Л.О. Шкварчук. – К.: Кондор, 2006. – 460 с.
6. Беседина В.Н. Ценообразование: учеб. пособие / В.Н. Беседина, Е.Е. Волкова. – М.: Экономистъ, 2006. – 141 с.
7. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учебное пособие для вузов / А.С. Баздникин. – М.: Юрайт, 2008. – 332 с.
8. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навчальний посібник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М.І. Туган-Барановського, 2003. – 156 с.
9. Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / Л.Г. Мельник, Л.В. Старченко, О.І. Карінцева. – Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2007. – 240 с.

10. Литвиненко Я.В. Сучасна політика ціноутворення: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – 2-ге вид., випр. і допов. / Я.В. Литвиненко. – К.: МАУП, 2003. – 240 с.
11. Маренков Н.Л. Ценообразование: учебное пособие для вузов / Н.Л. Маренков. – М.: Национальный институт бизнеса; Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 288 с.
12. Васюхин О.В. Основы ценообразования: учебное пособие / О.В. Васюхин. – СПб.: СПбГУ ИТМО, 2010. – 110 с.
13. Голощапов Н.А. Организация ценообразования на предприятии: учебно-практическое пособие / Н.А. Голощапов. – М.: Издательство ГЕЛАН, 2000. – 360 с.
14. Данілова Л.Л. Ціноутворення та маркетингова цінова політика: навч. посіб. / Л.Л. Данілова, С.В. Петровська. – К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 130 с.
15. Деева А.И. Цены и ценообразование: учебное пособие / А.И. Деева. – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 288 с.
16. Уткин Э.А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика / Э.А. Уткин. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем»; Издательство ЭКМОС, 1999. – 224 с.
17. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия: учебник для вузов. – 2-е изд. / В.М. Тарасевич. – СПб.: Питер, 2003. – 288 с.
18. Черняховская Т.Н. Маркетинговая деятельность предприятия: теория и практика / Т.Н. Черняховская. – М.: Высшее образование, 2008. – 533 с.
19. Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник для студ. вузов, обучающихся по экон. спец. – 3-е изд., перераб. и доп. / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; Под ред. Г.Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2007. – 736 с.
20. Павленко А.Ф. Маркетингова політика ціноутворення: Монографія / А.Ф. Павленко, В.Л. Коріньєв. – К.: КНЕУ, 2004. – 332 с.

21. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: навчальний посібник / А.О. Длігач. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 304 с.
22. Салимжанов И.К. Ценообразование: учебник. – 2-е изд., стер. / И.К. Салимжанов. – М.: КНОРУС, 2008. – 304 с.
23. Большая экономическая энциклопедия / [Варламова Т.П., Васильева Н.А., Неганова Л.М. и др.]. – М.: Эксмо, 2007. – 816 с.
24. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская А.Н.; Российский фонд культуры; – 2-е изд., испр. и доп. – М.: АЗЪ, 1994. – 928 с.
25. Белявцев М.І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / М.І. Белявцев, І.В. Петенко, І.В. Прозорова. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 332 с.
26. Цахаев Р.К. Основы маркетинга: учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева, С.А. Алиев. – М.: Издательство «Экзамен», 2005. – 448 с.
27. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. – Київ: Нац. екон. ун-т. / С.І. Дугіна. – К.: КНЕУ, 2005. – 393 с.
28. Данченко Л.А. Маркетинговое ценообразование: политика, методы, практика / Л.А. Данченко, А.Г. Иванова. – М.: Эксмо, 2006. – 464 с.
29. Шевчук Д.А. Ценообразование: учеб. пособие / Д.А. Шевчук. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. – 240 с.
30. Комарова В.В. Ценообразование на транспорте: учеб. пособие / В.В. Комарова, О. Б. Кадурова. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2006. – 133 с.
31. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. / А.Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 2003. – 895 с.
32. Шуляк П.Н. Ценообразование: учебно-практическое пособие. – 12-е изд., перераб. и доп. / П.Н. Шуляк. – М.: Издательский дом «Дашков и К°», 2010. – 196 с.

- 33.Тохтар Т.Г. Формування тарифів на автотранспортні вантажні перевезення. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Спеціальність 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності). / Т.Г. Тохтар. – Харків: ХНАДУ, 2008. – 18 с.
- 34.Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: навчальний посібник / В.С. Пінішко. – Львів: «Інтелект-Захід», 2006. – 488 с.
- 35.Бачурин А.А. Маркетинг на автомобильном транспорте: учебное пособие / А.А. Бачурин. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 208 с.
- 36.Господарський кодекс України [Електронний ресурс] / Закон України № 436–IV від 16.01.2003 року (Із змінами, внесеними згідно з Законом України № 4868–VI від 05.06.2012 року) // Законодавство України. Інформаційний портал. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
- 37.Про ціни і ціноутворення / Закон України: офіц. текст: за станом на 27 березня 2007 року // Закони України. Інформаційно-правовий портал. – Режим доступу: <http://www.uazakon.com/document/tpart17/isx17241.htm>
- 38.Липсиц И.В. Ценообразование: учеб.–практич. пособие / И.В. Липсиц. – М.: Издательство Юрайт, 2011. – 399 с.
- 39.Ламбен Жак-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Жак-Жак Ламбен; перев. с англ. – СПб.: Питер, 2007. – 800 с.
- 40.Корінев В.Л. Цінова політика підприємства: монографія / В.Л. Корінев. – К.: КНЕУ, 2001. – 257 с.
- 41.Герасименко В.В. Ценообразование: учебное пособие для вузов / В.В. Герасименко. – М.: Инфра-М, 2005. – 422 с.
- 42.Трацевский И.П. Ценообразование: учеб. пособие / И.П Трацевский, И.Н. Грекова. – Минск: Новое знание, 2000. – 160 с.
- 43.Маховикова Г.А. Ценообразование: практикум / Г.А. Маховикова, И.А. Желтякова, Н.Ю. Пузыня. – М.: Эксмо, 2008. – 304 с.

44. Шиповских И.Ю. Основы маркетинга. Краткий курс: учебное пособие / И.Ю. Шиповских. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – 176 с.
45. Третьяк О.А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления: учебник / О.А. Третьяк. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 403 с.
46. Эванс Дж.Р. Маркетинг / Дж.Р. Эванс, Б. Берман; [пер. с англ.]. – М.: Сирин, 2002. – 308 с.
47. Армстронг Г. Введение в маркетинг. – 8-е изд. / Г. Армстронг, Ф. Котлер; [пер. с англ.]. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 832 с.
48. Уэбстер Ф. Основы промышленного маркетинга / Ф. Уэбстер; [пер. с англ. В.Г. Быстрова и М.В. Ткаченко]. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2005. – 416 с.
49. Маркетинг: учебное пособие / Коллектив авторов; Под общ. ред. проф. А.П. Мищенко. – Казань: узд-во КГФЭИ, 2005. – 387 с.
50. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение / И.С. Березин. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Вершина, 2008. – 480 с.
51. Королькова Е.М. Организация маркетинга на предприятии: учеб. пособие / Е.М. Королькова. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2001. – 148 с.
52. Яковлев Н.А. Цены и ценообразование: учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. / Н.А. Яковлев. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. – 106 с.
53. Кібік О.М. Особливості формування цін на комплексні послуги транспортно-експедиторських компаній / О.М. Кібік, К.М. Романенко // Зб. наук. праць. Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – Одеса, 2011. – С. 19-24.
54. Петти В. Экономические и статистические работы / В. Петти. – М.: Соцэкгиз, 1940. – 324 с.
55. Буагильбер П. Рассуждения о природе богатства, денег и налогов / П. Буагильбер. – Горький: ГГУ им. Н.И. Лобачевского, 1973. – 392 с.

56. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Соцэкгиз, 1962. – 684 с.
57. Рикардо Д. Принципы политической экономии. / Д. Рикардо. – Л.: Прибой, 1924. – 198 с.
58. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – Т.32. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М: Госполитиздат, 1964. – 804 с.
59. Менгер К. Основания политической экономии / К. Менгер // Австрийская школа в политической экономии: К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер: пер. с нем. – М.: Экономика, 1992. – 495 с.
60. Бем-Баверк Е. Основы теории ценности хозяйственных ценностей / Е. Бем-Баверк // Австрийская школа в политической экономии: К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер: пер. с нем. – М.: Экономика, 1992. – 495 с.
61. Визер Ф. Теория общественного хозяйства / Ф. Визер // Австрийская школа в политической экономии: К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер: пер. с нем. – М.: Экономика, 1992. – 495 с.
62. Маршалл А. Принципы экономической науки: В 3 т. – Т2 / А. Маршалл; [пер. с англ.]. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1993. – 312 с.
63. Туган-Барановский М.И. Учение о предельной полезности хозяйственных благ как причина их ценности / М.И. Туган-Барановский // Юридический вестник. – 1890. – № 10. – Т.2. – С.192-230.
64. Долан Роберт Дж. Эффективное ценообразование. / Роберт Дж. Долан, Герман Саймон; [пер. с англ.]. – М.: Экзамен, 2005. – 414 с.
65. Корінев В.Л. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / В.Л. Корінев, М.Х. Корецький, О.І. Дацій. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 200 с.
66. Колесніков О.В. Ціноутворення. – 3-е вид. вип. і доп.: навч. посіб. / О.В. Колесніков. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 144 с.

67. Маркетинг: учебник для вузов / [Эриашвили Н.Д., Ховард К., Цыпкин Ю.А. и др.]; Под ред. Н.Д. Эриашвили. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 631 с.
68. Щербань В.М. Маркетинг: навчальний посібник / В.М. Щербань. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 208 с.
69. Маркетинговий менеджмент: підручник / [Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін.]. – К.: Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
70. Моисеева Н.К. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: учеб. пособие / Н.К. Моисеева, М.В. Конышева; Под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 304 с.
71. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2003. – 712 с.
72. Цены и ценообразование: учебник для вузов / [Васильева Е.К., Ведерникова Н.И., Дмитриев А.Л. и др.]; под ред. Есипова В.Е. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 560 с.
73. Ценообразование: учебное пособие / [Тактаров Г.А., Асейнов С.А., Григорьева Е.М. и др.]; под ред. Тактарова Г.А. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
74. Павленко А.Ф. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
75. Ценообразование: учебное пособие / [Сальников В.П., Чибишев В.М., Очередько В.П., Чибишев А.М.]; под ред. Сальникова В.П. – 2-е изд. – СПб.: Лексикон, 2002. – 176 с.
76. Маркетинг: підручник / [В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін.]; ред.-упор. О.І. Сидоренко, П.С. Редько. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. – 422 с.
77. Бутакова М.М. Практикум по ценообразованию: учебное пособие / М.М. Бутакова. – М.: КНОРУС, 2006. – 224 с.

- 78.Кібік О.М. Теорія та методологія ціноутворення в морських торговельних портах: монографія /О.М. Кібік. – Одеса: ОНМУ, 2005. – 282 с.
- 79.Негл Т. Стратегия и тактика ценообразования / Т. Негл. – СПб.: Питер, 2004. – 544 с.
- 80.Шинкаренко В.Г. Маркетинговий підхід до визначення ціни на послуги пасажирського автомобільного транспорту / В.Г. Шинкаренко, С.А. Легкий // Економіка транспортного комплексу: збірник наукових праць. – Харків: ХНАДУ. – 2011. – Вип. 17. – С. 84-91.
- 81.Легкий С.А. Врахування ринкових факторів ціноутворення при визначенні тарифів пасажирського автомобільного транспорту // Матеріали третьої Міжнародної науково-практичної конференції «Логістика промислових регіонів», 6-9 квітня 2011 р., Донецьк – Святогірськ. – Донецьк: ЛАН–ДОН–XXI. – 2011. – С. 115-118.
- 82.Шинкаренко В.Г. Обоснование этапов процесса ценообразования на автотранспортные услуги / В.Г. Шинкаренко, С.А. Легкий // Економіка транспортного комплексу: збірник наукових праць. – Харків: ХНАДУ. – 2009. – Вип. 14. – С. 93-101.
- 83.Легкий С.А. Основные этапы процесса ценообразования на автотранспортные услуги // Тези доповідей на IX-й Міжнародній науковій конференції «Проблеми економіки транспорту», 22-23 квітня 2010 р., Дніпропетровськ. – Д.: ДНУЗТ, 2010. – С. 68-69.
- 84.Економічна енциклопедія: У 3т. – Т3 / [Редкол.:...С.В.Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
- 85.Синяева И.М. Маркетинг в малом бизнесе: учеб. пособие / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 287 с.
- 86.Экономическая теория / Под. ред. А.И. Добрынина, Л.С. Тарасевича, 4-е изд. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ; Изд-во «Питер», 2010. – 560 с.

- 87.Белявцев М.І. Маркетинг: навчальний посібник. / М.І. Белявцев, Л.М. Іваненко. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.
- 88.Маркетинг: общий курс: учеб. пособие / [под. ред. Н.Я. Колюжновой, А.Я. Якобсона]. – М.: Омега-Л, 2006. – 467 с.
- 89.Годин А.М. Маркетинг: учебник. – 7-е изд., перераб. и доп. / А.М. Годин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2009. – 652 с.
- 90.Вечканов Г.С. Современная экономическая энциклопедия / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. – СПб.: Издательство «Лань», 2002. – 880 с.
- 91.Бест Р. Маркетинг от потребителя / Роджер Бест; [под. ред. П. Миронова]; [пер. с англ. С. Памфилова и Н. Брагиной]; Стокгольмская школа экономики. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 760 с.
- 92.Шинкаренко В.Г. Визначення вимог споживачів до автотранспортних послуг / В.Г. Шинкаренко, І.М. Ананко // Економіка транспортного комплексу: збірник наукових праць. – Харків: ХНАДУ. – 2009. – Вип. 14. – С. 129-134.
- 93.Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – М.: КНОРУС, 2005. – 672 с.
- 94.Кларк Г. Маркетинг сервиса, приносящего прибыль / Г. Кларк; [пер. с англ.]. – К.: Знання, 2006. – 302 с.
- 95.Разумовская А.Л. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика / А.Л. Разумовская, В.М. Янченко. – М.: Вершина, 2006. – 496 с.
- 96.Управление розничным маркетингом / Под ред. Д. Гилберта; [пер. с англ.] – М.: ИНФРА-М, 2005. – 571 с.
- 97.Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка / Д.Н. Ушаков; [под. ред. д-ра филол. наук Татьянченко Н.Ф.]. – М.: Альфа-Пресс, 2005. – 1216 с.
- 98.Блайт Дж. Основы маркетинга / Дж. Блайт; [пер. со 2-го англ. изд.]. – К.: Знання-Прес, 2003. – 493 с.

99. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг: учебно-методический комплекс / Т.А. Тультаев. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 176 с.
100. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский учебник, 2007. – 272 с.
101. Лаврок К. Маркетинг услуг: персонал, технологи, стратегии / К. Лаврок; [пер. с англ.]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 1008 с.
102. Ландреви Ж. Меркатор. Теория и практика маркетинга: В 2т. / Ж. Ландреви, Ж. Леви, Д. Линдон; [пер. с франц.]. –Т.2 – М.: МЦФЭР, 2006. – 512 с.
103. Словарь современных экономических и правовых терминов / [Шимов В.Н., Тур А.Н., Стах Н.В. и др.]; Под ред. В.Н. Шимова и В.С. Каменкова. – Мн.: Амалфея, 2002. – 816 с.
104. Якименко О.М. Вдосконалення інформаційних систем фінансово-економічного управління підприємствами залізничного транспорту / О.М. Якименко, О.М. Гудков // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету. Сер. Економіка і управління. – К.: ДЕТУТ, 2012. – Вип. 19. – С. 102-106.
105. Мальченко В.М. Маркетинг послуг: навч. посібник / В.М. Мальченко. – К.: КНЕУ, 2006. – 360 с.
106. Управление и организация в сфере услуг / [К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик]; [2-е изд.]; пер. с англ. под ред. В.В. Кулибановой. – СПб.: Питер, 2002. – 752 с.
107. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг / О. Решетняк. – Х.: Фактор, 2008. – 544 с.
108. Самсонкін В.М. Основи реорганізації пасажирського комплексу залізничного транспорту / В.М. Самсонкін, О.М. Гудков // Економіка транспорту і промисловості. – Харків: УкрДАЗТ, 2009. – Вип. 25. – С. 78-81.

109. Криворучко О.Н. Управление качеством услуг предприятий пассажирского автомобильного транспорта: монография / О.Н. Криворучко, Т.Е. Василенко. – Харьков: Издательство ХНАДУ, 2006. – 154 с.
110. Касаткин Ф.П. Организация перевозочных услуг и безопасность транспортного процесса: учеб. пособие для высшей школы / Ф.П. Касаткин, С.И. Коновалов, Э.Ф. Касаткина. – М.: Академический проект, 2004. – 352 с.
111. Пассажи́рские автомоби́льные перево́зки: учебник для вузов / [В.А. Гудков, Л.Б. Миротин, А.В. Вельможин, С.А. Ширяев]; Под ред. В.А. Гудкова. – М.: Горячая линия – Телеком, 2006. – 448 с.
112. Спирин И.В. Организация и управление пассажирскими автомобильными перевозками: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / И.В. Спирин. – 5-е изд., перераб. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 400 с.
113. Логистика: общественный пассажирский транспорт: учебник для студентов экономических вузов / [Под общ. ред. Л.Б. Миротина]. – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 224 с.
114. Шабанов А.В. Региональные логистические системы общественного транспорта: методология формирования и механизм управления / А.В. Шабанов. – Ростов н/Д.: Изд-во СКНЦ ВШ, 2001. – 205 с.
115. Орлов А.И. Организационно-экономическое моделирование: учебник: В 3 ч. / А.И. Орлов. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана. – 2009. – Ч. 2: Экспертные оценки. – 2011. – 486 с.
116. Голубков Е.П. Технология принятия управленческих решений / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2005. – 544 с.
117. Портер Майкл Э. Конкуренция / Майкл Э. Портер; [пер. с англ.]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.

118. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум по курсу, учебная программа / И.К. Беляевский. – М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2004. – 414 с.
119. Данченко Л.А. Маркетинг: учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум, учебная программа / Л.А. Данченко. – М., Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. 2005. – 300 с.
120. Березин И.С. Маркетинговые исследования. Как это делают в России / И.С. Березин. – М.: Вершина, 2005. – 432 с.
121. Примак Т.О. Маркетинг: навч. посіб. / Т.О. Примак. – К.: МАУП, 2004. – 228 с.
122. Акулич И.Л. Маркетинг: учебник. – 6-е изд. испр. / И.Л. Акулич. – Мн.: Выш. шк., 2009. – 511 с.
123. Ванчикова Е.Н. Маркетинговые исследования. Учебное пособие / Е.Н. Ванчикова. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2005. – 160 с.
124. Дейан Арман. Изучение рынка / Арман Дейан; [под. ред. С.Г. Божук]; [пер. с франц.]. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2003. – 128 с.
125. Суркова Е.В. Основы маркетинга: учебное пособие / Е.В. Суркова. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 152 с.
126. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник. – 2-е изд. перераб. и доп. / Б.Е. Токарев. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. – 512 с.
127. Управление маркетингом: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 463 с.
128. Иванов Л.А. Книга директора по маркетингу / Л.А. Иванов. – СПб.: Питер, 2006. – 208 с.

129. Павлов Н.В. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Н.В. Павлов, О.А. Пономарева. – СПб.: Изд-во СПбГТУ, 2006. – 316 с.
130. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: учебное пособие. – 7-е изд., испр. и доп. / Ю.В. Морозов. – М.: Издательский дом «Дашков и К^о», 2011. – 148 с.
131. Анурин В. Маркетинговые исследования потребительского рынка / В. Анурин, И. Муромкина, Е. Евтушенко. – СПб.: Питер, 2004. – 270 с.
132. Малхорта Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. – 4-е издание. / Нэреш К. Малхорта; [пер. с англ.]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 1200 с.
133. Алексеев А.А. Маркетинговые исследования рынка услуг: учебное пособие / А.А. Алексеев. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – 42 с.
134. Кулибанова В.В. Прикладной маркетинг / В.В. Кулибанова. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2003. – 272 с.
135. Маркетинг / [под. ред. М. Бейкера]; [пер. с англ.]. – СПб.: Питер, 2002. – 1200 с.
136. Захаров С.В. Маркетинг: учебник. – Изд. 2-е, доп. и перераб. / С.В. Захаров, Б.Ю. Сербиновский, В.И. Павленко. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 361 с.
137. Трусов Г.Л. Сами придут, сами купят. Российский маркетинг из первых рук / Г.Л. Трусов. – М.: Эксмо, 2007. – 256 с.
138. Никитина Н.Ш. Математическая статистика для экономистов: учеб. пособие. – 2-е изд. перераб. и доп. / Н.Ш. Никитина. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 170 с.
139. Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. пособие / А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2005. – 656 с.
140. Семенов Н.А. Маркетинг: учебное пособие. – 1-е изд. / Н.А. Семенов. – Тверь: ТГТУ, 2007. – 100 с.

141. Просветов Г.И. Цены и ценообразование: задачи и решения: учебно-методическое пособие / Г.И. Просветов. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2007. – 188 с.
142. Галицкий Е.Б. Методы маркетинговых исследований / Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 398 с.
143. Шинкаренко В.Г. Обґрунтування споживчої цінності послуги пасажирського автомобільного транспорту / В.Г. Шинкаренко, С.А. Легкий // Економіка транспортного комплексу: збірник наукових праць. – Х.: ХНАДУ. – 2012. – Вип. 19. – С. 68-79.
144. Легкий С.А. Визначення напрямків маркетингових досліджень ринку в ціноутворенні на послуги пасажирського автомобільного транспорту // Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми підготовки професійних кадрів з логістики в умовах глобального конкурентного середовища», 27-28 жовтня 2011 р., Київ. – К: НАУ. – 2011. – С. 231-233.
145. Легкий С.А. Маркетингові дослідження, що спрямовані на вивчення послуг пасажирського автомобільного транспорту та встановлення її споживчої цінності // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів «Проблеми і перспективи розвитку автомобільної галузі», 23-24 листопада 2011 р., Донецьк. – Донецьк: ЛАН–ДОН–ХХІ. – 2011. – С. 207-209.
146. Легкий С.А. Основы определения цены услуги пассажирского транспорта с учетом ее ценности / С.А. Легкий // Економіка транспортного комплексу: збірник наукових праць. – Харків: ХНАДУ. – 2010. – Вип. 16. – С. 164-171.
147. Легкий С.А. Маркетинговый поход к определению цены на услуги пассажирского транспорта // Матеріали ІV Міжнародного Форуму молодих вчених «Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи», 12 травня 2010 р., Харків. У двох томах. Т.2 – Х.: ХНТУСГ. – 2010. – С. 236-237.

148. Сажина М.А. Экономическая теория: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / М.А. Сажина, Г.Г. Чибриков. – М.: Норма, 2007. – 672 с.
149. Экономическая теория: учебник. – Изд. испр. и доп./ [Под. общ. ред. акад. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича]. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 672 с.
150. Мочерний С.В. Економічна теорія для менеджерів: навчальний посібник / С.В. Мочерний, В.М. Фомішина, О.І. Тищенко. – Херсон: «Олді-плюс», 2006. – 625 с.
151. Экономика: учебник для вузов. – 4-е изд., перераб. и доп. / Под. ред. д-ра экон. наук. проф. А.С. Булатова. – М.: Юристъ, 2006. – 831 с.
152. Абрютин М.С. Ценообразование в рыночной экономике: учебник. / М.С. Абрютин. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2002. – 256 с.
153. Дойль П. Маркетинг ориентированный на стоимость / П. Дойль; [Пер. с англ. под. ред. Ю.Н. Каптуревского]. – СПб.: Питер, 2001. – 480 с.
154. Большой толковый словарь русского языка / [Гл. ред. С.А. Кузнецов]. – СПб.: «Норинт», 2006. – 1536 с.
155. Про затвердження Методики розрахунку тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту [Електронний ресурс] / Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України № 1175 від 17.11.2009 року // Законодавство України. Інформаційний портал. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1146-09>
156. Про ліцензування певних видів господарської діяльності [Електронний ресурс] / Закон України: офіц. текст: за станом на 6 грудня 2012 року // Законодавство України. Інформаційний портал. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1775-14>
157. Про затвердження Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту [Електронний ресурс] / Постанова Кабінету Міністрів України № 176 від 18 лютого 1997 року // Законодавство України. Інформаційний портал. – Режим доступу: <http://www.zakon2.rada.gov.ua/laws/show/176-97-п>

158. Про затвердження Порядку проведення конкурсу з перевезення пасажирів на автобусному маршруті загального користування [Електронний ресурс] / Постанова Кабінету Міністрів України від 3 грудня 2008 р. № 1081 // Законодавство України. Інформаційний портал. – Режим доступу: [http:// zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1081-2008-п](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1081-2008-п)
159. Про затвердження Основних вимог щодо забезпечення безпечного перевезення пасажирів під час здійснення нерегулярних пасажирських перевезень» [Електронний ресурс] / Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України та Міністерства внутрішніх справ України від 25.05.2007 № 450/167 // Закони України. Інформаційно-правовий портал. – Режим доступу: [http:// www.uazakon.com/documents/date_bn/pg_gsnbwr.htm](http://www.uazakon.com/documents/date_bn/pg_gsnbwr.htm)
160. Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом відповідно до видів робіт, визначених Законом України «Про автомобільний транспорт» [Електронний ресурс] / Наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва та Міністерства транспорту та зв'язку України від 01.02.2008 № 9/119 // Закони України. Інформаційно-правовий портал. – Режим доступу: [http:// www.uazakon.com/documents/date_cj/pg_gbwtop/index.htm](http://www.uazakon.com/documents/date_cj/pg_gbwtop/index.htm)
161. Про затвердження Методичних рекомендацій з формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті [Електронний ресурс] / Наказ Міністерства транспорту України від 05.02.2001 № 65 // Закони України. Інформаційно-правовий портал. – Режим доступу: [http:// uazakon.com/ document/spart34/inx34634.htm](http://uazakon.com/document/spart34/inx34634.htm)
162. Галузева Угода між Міністерством транспорту та зв'язку України,
Федерацією роботодавців транспорту України і спільним представницьким

органом профспілки працівників автомобільного транспорту та шляхового

господарства України і Всеукраїнської незалежної профспілки працівників

транспорту на 2009-2010 роки [Електронний ресурс] // Міністерство

інфраструктури України. Інформаційний портал. – Режим доступу: <http://>

www.mtu.gov.ua/uk/ugoda_galuz/12060.html

163. Норми витрат на технічне обслуговування і поточний ремонт по базових марках автомобілів. – Офіц. вид. – К.: РВК «Укрінтеравтосервіс»: Міністерство транспорту України та Департамент автомобільного транспорту, 1995. – 22 с. – (Нормативний документ Міністерства транспорту України).

164. Про затвердження Положення про технічне обслуговування і ремонт дорожніх транспортних засобів автомобільного транспорту [Електронний ресурс] / Наказ Міністерства транспорту України від 30.03.98 № 102 // Законодавство України. Інформаційний портал. – Режим доступу: [http:// zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1081-2008-п](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1081-2008-п)

165. Про затвердження Норм витрат палива і мастильних матеріалів на автомобільному транспорті [Електронний ресурс] / Наказ Міністерства транспорту України від 10.02.98 № 43 // Закони України. Інформаційно-правовий портал. – Режим доступу: [http:// www.uazakon.com/documents/date_ci/pg_gbngoe/index.htm](http://www.uazakon.com/documents/date_ci/pg_gbngoe/index.htm)

166. Про затвердження Норм експлуатаційного пробігу автомобільних шин [Електронний ресурс] / Наказ Міністерства транспорту України від 08.12.97 № 420 // Закони України. Інформаційно-правовий портал. – Режим доступу: [http:// www.uazakon.com/documents/date_ar/pg_iegesy.htm](http://www.uazakon.com/documents/date_ar/pg_iegesy.htm)

167. Про затвердження Положення (Стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс] / Наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 № 92 // Законодавство України. Інформаційний портал. – Режим доступу: [http:// zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00)
168. Про затвердження Інструкції про порядок обліку пасажирів, що перевозяться громадським транспортом на маршрутах. [Електронний ресурс] / Наказ Міністерства статистики України від 27.05.96 № 150 // Законодавство України. Інформаційний портал. – Режим доступу: <http:// zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0258-96>
169. Про автомобільний транспорт [Електронний ресурс] / Закон України: офіц. текст: за станом на 13 серпня 2011 року // Законодавство України. Інформаційний портал. – Режим доступу: <http:// www.zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>
170. Про затвердження Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи і послуги монопольних утворень [Електронний ресурс] / Постанова Кабінету Міністрів України № 135 від 22.02.1995 року // Законодавство України. Інформаційний портал. – Режим доступу: <http:// zakon2.rada.gov.ua/laws/show/135-95-п>
171. Донецкий городской пассажирский транспорт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.transport.donetsk.ua>.
172. Шинкаренко В.Г. Определение цены автотранспортной услуги на основе ее ценности / В.Г. Шинкаренко, Т.Г. Тохтарь // Економіка транспортного комплексу: збірник наукових праць. – Харків: ХНАДУ. – 2005. – Вип. 8. – С. 53-58.

173. Шинкаренко В.Г. Совершенствование маркетингового подхода к определению цены / В.Г. Шинкаренко, Т.Г. Тохтарь // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: збірник наукових праць. – Одеса: ОНМУ. – 2005. – Вип. 23. – с. 115-122.
174. Тохтарь Т.Г. Обоснование параметров определения типа рынка автотранспортных услуг / Т.Г. Тохтарь // Економіка транспортного комплексу: збірник наукових праць. – Харків: ХНАДУ. – 2006. – Вип. 10. – С. 140-147.
175. Смирнова Е.В. Методика определения типа структуры товарного рынка [Электронный ресурс] // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2011. – №8. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru>.
176. Журавлев Ю.И. Распознавание. Математические методы. Программная система. Практические применения / Ю.И. Журавлев, В.В. Рязанов, О.В. Сенько. – М.: Фазис, 2006. – 176 с.
177. Легкий С.А. Встановлення економічної цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту / С.А. Легкий // Вісник Донецького національного університету. Науковий журнал. Серія В «Економіка і право». У двох томах. Т.2. – Донецьк: ДНУ. – 2012. – Спецвипуск. – С. 152-155.
178. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика: учебник. – 4-е изд. / П. Дойль, Ф. Штерн; [Пер. с англ. А. Смольского]. – СПб.: Питер, 2007. – 544 с.
179. Ерёмин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации : учебник / В.Н. Ерёмин. – М.: КНОРУС, 2006. – 656 с.
180. Основы маркетинга: учебное пособие. – 1-е изд. / [А.Н. Бобровников, С.Н. Волкова, И.Е. Замятина, В.А. Никольская]. – Тверь: ТГТУ, 2007. – 176 с.
181. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: учебник. – 7-е изд., испр. и доп. / Р.А. Фатхутдинов. – М: Дело, 2005. – 448 с.

182. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 560 с.
183. Старостіна А.О. Маркетинг: навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. / А.О Старостіна, О.В. Зозульов. – К.: Знання-Прес, 2003. – 326 с.
184. Марн Майкл. В. Ценовое преимущество / Майкл В. Марн, Эрик В. Регнер, Крейг К. Завада; [пер. с англ.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 317 с.
185. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. – 2-ге вид., переробл. / О.Л. Каніщенко – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2004. – 152 с.
186. Емельянова Т.В. Ценообразование: учеб. пособие / Т.В. Емельянова. – 2-е изд. – Мн.: Выш. шк., 2005 – 247 с.
187. Голощапов Н.А. Цены и ценообразование: учебно-методическое пособие / Н.А. Голощапов, А.А. Соколов. – М.: Приор-издат, 2004. – 160 с.
188. Горина Г.А. Ценообразование: учебное пособие для вузов / Г.А. Горина. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 127 с.
189. Колесникова Н.М. Адаптивно-гармонізаційний механізм ціноутворення на залізничному транспорті: формування, функціонування та розвиток: монографія / Н.М. Колесникова. – К.: КУЕТТ, 2006. – 564 с.
190. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник. – 2-е изд., испр. и доп. / Р.А. Фатхутдинов. – М: Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.
191. Лысова Н.А. Управление ценами: учебное пособие / Н.А. Лысова, Л.Ф. Чернева. – М.: КНОРУС, 2009. – 240 с.
192. Панина О.В. Ценообразование: учебное пособие. – 3-е изд., испр. и доп. / [О.В. Панина, И.Ю. Беяева, В.В. Головинский и др.]. – М.: КНОРУС, 2007. – 176 с.

193. Легкий С.А. Визначення тарифів на перевезення пасажирів автомобільним транспортом / С.А. Легкий // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових статей. – Харків: УкрДАЗТ. – 2012. – № 39. – С. 128-133.
194. Шинкаренко В.Г. Методичні рекомендації з формування тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту. Препринт доповіді. / Шинкаренко В.Г., Легкий С.А. – Харків: ХНАДУ. – 2012. – 36 с.
195. Легкий С.А. Рекомендації щодо вибору цінової стратегії в залежності від типу ринку перевезення пасажирів автомобільним транспортом // Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів «Транспорт і логістика», 26-27 вересня 2012 р., Донецьк. – Донецьк: Донецька академія автомобільного транспорту. – 2012. – С. 119-121.