

УДК 338.51

М.В. Матвієнко

Одеський національний морський університет

**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЦІН
В РАМКАХ ПОРТОВОГО КОМПЛЕКСУ**

M.V. Matvienko

Odessa national maritime university

**METHODOLOGICAL APPROACHES
TO PRICING WITHIN THE PORT COMPLEX**

Розглядається політика ціноутворення, що являє собою один із ключових факторів, який визначає можливість виживання підприємства портового комплексу на ринку, ефективність активного та пасивного ціноутворення, методичні підходи до визначення ціни на продукцію підприємств портової діяльності. Порти розглядаються в якості економічних катализаторів для регіонів, які вони обслуговують, де агрегація послуг і результати діяльності породжують вигоди і соціально-економічний добробут. В статті проаналізовано проблеми сучасного ціноутворення і шляхи підвищення ефективності цінової політики. Проведений аналіз сприятиме підвищенню ефективності сучасних методів та підходів до формування ціни на продукцію портового комплексу.

Ключові слова: ціна портової продукції, методи ціноутворення, шляхи підвищення ефективності ціноутворення, політика ціноутворення.

Рассматривается политика ценообразования, представляет собой один из ключевых факторов, который определяет возможность выживания предприятия портового комплекса на рынке, эффективность активного и пассивного ценообразования, методические подходы к определению цены на продукцию предприятий портовой деятельности.

© Матвієнко М.В., 2016

Порты рассматриваются в качестве экономических катализаторов для регионов, они обслуживают, где агрегация услуг и результаты деятельности порождают выгоды и социально-экономическое. В статье проанализированы проблемы современного ценообразования и пути повышения эффективности ценовой политики. Проведенный анализ будет способствовать повышению эффективности современных методов и подходов к формированию цены на продукцию портового комплекса.

Ключевые слова: цена портовой продукции, методы ценообразования, пути повышения эффективности ценообразования, политика ценообразования.

Pricing in market conditions focuses the company of port complex on innovative services and increases its effectiveness, reduces costs, accelerates turnover of productive capital, improves quality and increases the demand for services in the port area. The article deals with the problems of modern enterprises pricing for port activities, analyzed ways to improve performance. The analysis allows to define areas of efficiency of modern methods and pricing strategies – factors inherent effective mechanism of economic activities of the modern enterprise.

This article analyzes the pricing tool for the success of the enterprise in the market. The aim of the study methodology and specific pricing on port complex enterprises. It was noted that the process of price formation and the development of pricing policy is an important factor in competitiveness. The basis of pricing policies should be the interest of consumer and producer. We know that there is a price range within which the manufacturer can operate. Its lower limit is determined by the cost of production, the upper limit is determined by effective demand. This balancing mechanism does not allow dumping either price or inflate it. It has been found that port activities should talk about price system that is influenced by the specific port activity.

It has been found that the level and price transparency are the basis for choosing a shipper supply chain and transport mode, ensuring that the basic principles of pricing has not only theoretical but real practical value.

Keywords: *cost of port production, methods of pricing, ways to improve pricing, the pricing policy.*

Постановка проблеми. Транспорт забезпечує зв'язок у ланцюжку «Виробництво – розподіл – споживання», тобто стає пов'язуючою ланкою та важливим інструментом досягнення соціальних, економічних, зовнішньополітичних та інших цілей.

В умовах ринкової економіки ціна набуває першочергового значення для всіх галузей та підприємств економічної системи. Вона стає основним носієм інформації, на основі якої приймаються господарські рішення. Коливання цін спричиняють соціальні, економічні, політичні наслідки та суттєво впливають на результативність діяльності підприємств портового комплексу та їх конкурентоздатність.

Отже, основною умовою ефективної організації діяльності є активна політика ціноутворення на транспортні послуги з боку підприємств портової діяльності та проведення виваженої економічної політики з боку держави.

Огляд останніх досліджень і публікацій. Питання ціноутворення, формування цін на транспортному ринку як похідний процес, ефективності системи цін на транспорті широко висвітлюються в економічній літературі і так само широко дискутуються, оскільки ці процеси складні, багаторівневі і потребують глибокого аналізу та системного підходу.

Аналіз робіт вітчизняних та іноземних вчених показує, що проблема ціноутворення є предметом численних наукових досліджень, які відображають різні її аспекти.

Проблеми розвитку теорії ціноутворення історично знайшли відображення у працях класиків економічної науки А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, А. Маршалла, Дж. М. Кейнса, Дж. К. Гелбрейта.

Висвітленню проблем теорії та практики ціноутворення присвячені дослідження В. М. Гальперіна, В. Є. Єсіпова, І. А. Єрухимовича, І. В. Ліпсіца, А. Д. Чудакова, Л. О. Шкварчук. Ефективність управління цінами та ціновою політикою висвітлюється в роботах Т. Г. Євдокимової, Г. А. Маховикової, І. А. Желтякової, С. В. Переверзевої, Я. В. Литвиненка, В. Л. Корінева. Питанням розробки стратегії і тактики ефективного ціноутворення присвячені роботи Т. Т. Негла, Р. Дж. Долана, Г. Саймона. Практичний досвід дослідження конкурентних цінових переваг підприємства висвітлено в роботах М. В. Марна, Е. В. Регнера, К. К. Завади. Дослідження проблем сучасного державного регулювання цін у зарубіжних країнах подано в роботах М. Ю. Лева, Є. Д. Чувиліна, В. Г. Дмитрієвої [1; 2].

Проблематика та специфіка ціноутворення на підприємствах транспорту окреслюється в роботах Аболоніна С. М., Бичкова В. П., Петрова А. В. та інші [5; 6; 7].

Невирішеність проблем ціноутворення на транспортному ринку в Україні, що посилюють залежність підприємств від державної підтримки та обмежують їх цінову конкурентоспроможність, зумовлює необхідність подальших досліджень щодо процесу формування цін на продукцію морських перевізників, підприємств портової діяльності, визначення його особливостей та розробки практичних рекомендацій щодо напрямків урахування цих особливостей у практичній діяльності суб'єктів господарювання.

Таким чином, ефективне ціноутворення сприяє підпорядкуванню виробництва суспільним потребам. А адекватний рівень цін сприяє економічному зростанню, забезпечує ефективне конкурентне середовище, орієнтує виробництво на інноваційний зміст, скорочує витрати виробництва та прискорює обіг виробничого капіталу, підвищує якість товарів і послуг та їх споживчий попит [8].

Завдання дослідження. Метою статті є окреслення специфіки портової діяльності, яка впливає на процес ціноутворення, підходів щодо побудови політики ціноутворення, визначення основних методів формування ціни, придатних для використання підприємствами портової діяльності.

Основний матеріал дослідження. Транспортні тарифи можна сприймати як плату за послуги з переміщення вантажу [2], що відображає мікроекономічний підхід до сприймання ціни. Також транспортні тарифи визначають як систему ставок плати за провезення і зборів, одержуваних усіма видами транспорту від клієнта, що відображає системний макроекономічний підхід до розуміння ціни на транспорті [3; 9]. Як економічна категорія транспортні тарифи є формою ціни на транспортні послуги. Їх встановлення повинно забезпечувати:

- для транспортного підприємства – відшкодування витрат на здійснення перевезень і отримання прибутку;
- для споживача транспортних послуг – доцільність використання транспортних послуг [6].

Основою ціни на підприємстві морського транспорту є суспільно необхідні витрати праці по доставці вантажу або його перевалці, що визначають вартість перевезення або перевантаження, грошовим показником якої є транспортний тариф. Витрати на перевезення вантажу складаються з витрат на початково-кінцеві операції та витрат на його транспортування. Витрати на початково-кінцеві операції включають витрати, пов'язані з формуванням складів, навантаженням і розвантаженням їх на пунктах відправлення і прибуття вантажу. Руховими операції включають витрати по пересуванню вантажу, по утриманню шляхів сполучення, зв'язку та інші.

Витрати на початково-кінцеві операції не пов'язані з дальністю перевезення і залежать тільки від об'єму вантажу, тому в розрахунку на 1 т вони залишаються постійними.

Витрати, пов'язані з рухом вантажу, залежать від дальності перевезення. У розрахунку на 1 т вантажу вони зростають прямо пропорційно відстані перевезення. Таким чином, витрати

з перевезення складаються з витрат початково-кінцевих операцій та витрат руху.

Розподіл витрат на початково-кінцеві та рухові операції дозволяє встановлювати двоставкові тарифи. Такі тарифи точніше відображають реальний процес формування суспільно необхідних витрат праці, забезпечують приблизно рівну рентабельність на всіх відстанях перевезення, дозволяють спростити преїскуранти на перевезення вантажів. На окремих видах транспорту тарифи формуються особливим чином. На морському транспорті ставки на початково-кінцеві операції найбільш високі, мінімальна ставка на початково-кінцеві операції – на автомобільному транспорті [9].

Рішення про визначення ціни на послуги підприємств портової діяльності має прийматися з урахуванням аналізу основних ціноутворюючих факторів, у тому числі:

- обсягів обслуговування та їх особливостей;
- витрат підприємств у сфері портових послуг, у тому числі витрат на виплату заробітної плати, оплати сировини та матеріалів, накладних витрат;
- амортизаційних відрахувань;
- кон'юнктури товарних ринків та ринку транспортних послуг;
- потреб в коштах на обслуговування залученого капіталу, розвиток виробництва і фінансування за рахунок прибутку інших обґрунтованих витрат;
- податків та інших платежів.

Всі ціноутворюючі фактори можна розділити на дві основні групи [10].

Загальноекономічні:

- зміни в податковій та амортизаційній політиці, в тому числі розміри обов'язкових відрахувань і платежів до бюджету;
- зміна загальної кон'юнктури фінансового ринку;
- забезпечення більш сприятливих умов конкурентоспроможності експорту на світовому ринку;

– зміни нормативних правових актів, що регулюють величину витрат на послуги транспорту, оплату праці і ціни на споживану транспортом продукцію;

– загальний рівень інфляції.

Галузеві:

– зміни в обсягах і в структурі перевезень та інших видах робіт транспорту;

– резерви зниження власних витрат транспорту;

– зміни в номенклатурі витрат і розподіл витрат за видами послуг;

– результати структурного реформування в транспортних галузях, в управлінні та в інших формах власності.

Також важливим фактором ціноутворення на підприємствах портової діяльності є специфіка самої діяльності, яка визначає структуру ціни з точки зору елементів послуг.

Все це разом формує методологію ціноутворення як сукупність найбільш загальних правил, принципів і концептуальних засад формування ціни, які пов'язані в основному з макроекономічними особливостями господарської системи або з різними сферами ціноутворення. Методологія єдина для всіх рівнів встановлення цін в рамках певної економічної системи або груп споріднених галузей та виробництв, тобто основні положення і правила формування цін не змінюються залежно від того, хто і на який термін встановлює ціни. Це дає змогу створити єдину систему цін в межах економіки країни.

При визначенні методологічних засад ціноутворення зазвичай розглядають методи, принципи, етапи, моделі ціноутворення та найпоширеніші типи цінової політики. Двома найважливішими елементами методології є методика і принципи ціноутворення.

Методика ціноутворення – це складовий елемент методології, що включає сукупність більш конкретних правил (методів) формування ціни, які відображають специфіку галузей, виробництв, товарів. Відмінність між методологією і методикою полягає в тому, що методологія є підставою для розроблення

стратегії ціноутворення, а методика містить конкретні рекомендації і засоби (інструментарій) для реалізації цієї стратегії у практиці. Наприклад, відомі такі методики: методика визначення цін на нові товари, методика ціноутворення на основі географічного чинника, методика ціноутворення в рамках певного спектра послуг та ін. Незважаючи на те, що кожна методика має свої особливості, вона не повинна виходити за рамки вимог єдиної методології.

Принципи ціноутворення – це основні положення (правила, закони), що постійно діють, характерні для усієї системи цін і містяться в її основі. Принципи ціноутворення можуть бути реалізовані тільки при розробленні і реалізації відповідних методів (методик). Можна виділити наступні принципи ціноутворення, на яких має будуватися політика ціноутворення на стивідорних підприємствах (рис. 1).



Рис 1. Сукупність принципів ціноутворення

Розроблення цінової політики і розрахунок ціни на продукцію потребують послідовного проходження ряду етапів (рис. 2).

Складником методології ціноутворення є модель ціни. Модель ціни – це принципова форма вираження ціни як економічної категорії, що втілює особливості тієї чи іншої методології ціноутворення. Як і методологія, модель ціни зумовлюється, в першу чергу, типом господарської системи.

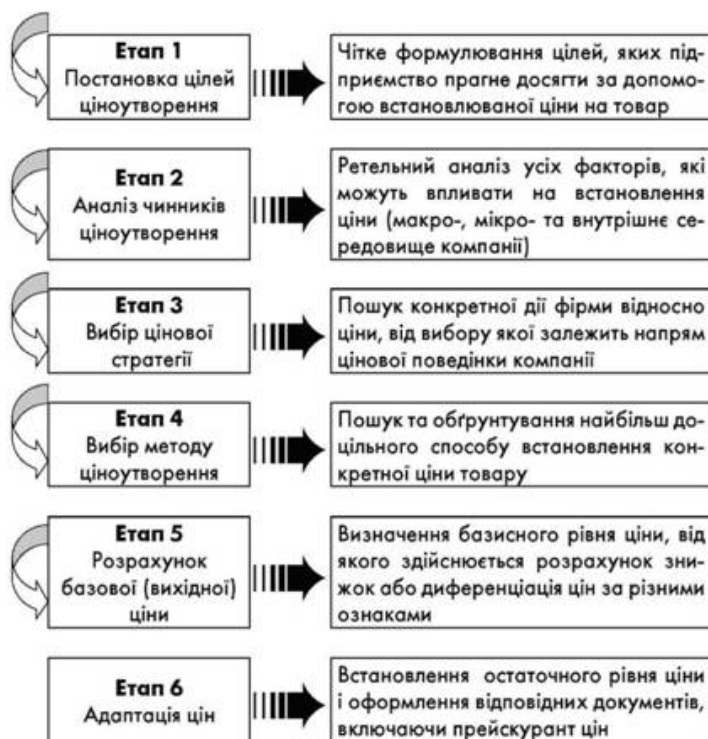


Рис. 2. Етапи процесу ціноутворення

Отже, можна стверджувати, що економічна система та пов'язані з нею методологія і модель ціни є вихідними умовами, що визначають цінову поведінку учасників процесу господарської діяльності.

В ринковій економіці існує широке різноманіття моделей ціни, які відрізняються складниками і порядком формування ціни. Найбільш поширеними серед них є моделі витратної та ціннісної ціни, які відповідають двом основним підходам (концепціям) до визначення й обґрунтування ціни – витратному та ціннісному (рис. 3).



Рис. 3. Підходи до встановлення ціни

Наявність лише двох ключових концепцій ринкового ціноутворення пояснюється переважно тим, що в товарі міститься основна суперечність товарного виробництва: між виробництвом і споживанням, пропозицією і попитом, виробником і споживачем та ін. Домінуючою концепцією ціноутворення в ринковій економіці є ціннісна, якій у відповідність є модель ціннісної ціни.

Витратний погляд на ціноутворення бере до уваги як відправну точку середні витрати на виробництво і реалізацію одиниці товару, додаючи до них величину бажаного (найчастіше, нормативного) прибутку.

Витратна концепція ґрунтується на висновках школи класичної політекономії і марксизму та пов'язана з трудовою теорією вартості. В сучасній практиці витратний підхід об'єднує методи ціноутворення під загальною назвою «витрати плюс прибуток», або «витрати плюс».

При встановленні ціни витратним способом послідовність залучення фахівців є такою, як це відображено на рис. 4.

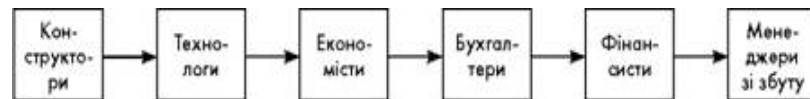


Рис. 4. Черговість залучення фахівців за витратним підходом

Згідно з цією послідовністю, рух ціноутворення починається від виробничих підрозділів, які забезпечують перевантаження вантажу із додержанням певних умов, норм, забезпеченням певних додаткових послуг, що відповідають сучасному технічному рівню. Потім – до економічного підрозділу і бухгалтерії. Далі до роботи долучаються фінансисти, які розраховують загальну суму необхідних витрат та інші складові. На цьому ж етапі визначається і ціна, яка повинна забезпечити відшкодування витрат й окупність інвестицій. Насамкінець, маркетологи (або співробітники відділу збуту) замикають ланцюжок ціноутворення, виконуючи завдання організації продажів і переконуючи вантажовласників, що запропонована ціна виправдовує якість послуг.

Найістотніша з вад витратного підходу полягає у тому, що в багатьох випадках величину питомих витрат (витрат на одиницю продукції), яка власне і повинна бути основою ціни за цим підходом, неможливо визначити до того, як ціна буде вста-

новлена. Адже зважаючи на еластичність попиту і конкурентні пропозиції, саме від ціни залежить можливий обсяг продажу, а відтак обсяг виробництва і як наслідок – величина середніх витрат і бажана ціна (з урахуванням цільового прибутку). Інакше кажучи, середні витрати можуть змінюватися залежно від ефекту масштабу та/ або ефекту досвіду, що діють у виробництві. Ця логіка показана на рис. 5.

Попри вказану ваду витратного підходу, нині в практиці ціноутворення українських підприємств він залишається найпоширенішим.



Рис. 5. Реальна залежність між ціною портової продукції і витратами

Головна ознака ціннісного підходу полягає в тому, що процес формування ціни переноситься зі сфери виробництва до сфери обігу, тобто в ціні відбиваються потреби, запити, переваги споживача. Це визначає сам процес розрахунку ціни (рис. 6) і відповідну послідовність залучення фахівців при її встановленні

(рис. 7). Як видно з наведених схем, вони протилежні витратному підходу.



Рис. 6. Принципова схема ціннісного підходу до ціноутворення



Рис. 7. Черговість залучення фахівців при ціннісному підході

Ціннісний підхід базується на такому неоднозначному понятті, як економічна цінність товару – корисність у вигляді задоволення або економії, яку приносить товар споживачеві. Вона проявляється при обміні, коли споживач дає оцінку бажаності певного блага і через це визначає його максимально прийнятну ціну.

Потрібно наголосити, що ціннісний підхід не означає, що слід:

- встановлювати мінімальні ціни або знижки і за рахунок цього домагатися прихильності клієнтів. Такий шлях не вважають вдалою маркетинговою стратегією;
- встановлювати ціну точно на рівні економічної цінності, особливо якщо є змога переконати клієнта в тому, що послуги стивідора варті більшої ціни, оскільки їх корисність набагато перевищує очікування клієнта;
- встановлювати будь-яку ціну, що її готовий заплатити клієнт. З одного боку, про неї дуже складно дізнатися, оскільки в соціологічних опитуваннях клієнти схильні занижувати прийнятну для них ціну. З іншого боку, мистецтво ціноутворення – домогтися від клієнтів більшої готовності заплатити ту ціну, яка краще відображає реальну цінність продукції.

Отже, ціноутворення – це процес розроблення, ухвалення і практичної реалізації цінових рішень. Цінова політика (політика ціноутворення) підприємства портової діяльності – це комплекс заходів щодо встановлення цін для досягнення мети підприємства. Цінова політика охоплює розроблення стратегії, вибір методу ціноутворення та ухвалення управлінських рішень щодо цін. Вона полягає у визначенні та підтриманні оптимальних рівнів і структури цін в рамках видів послуг підприємства, у своєчасній зміні цін з метою досягнення максимально можливого успіху в конкретній ринковій ситуації. Цінова політика є чи не найважливішою частиною загальної господарської політики підприємства, бо сприяє кращій адаптації компанії до економічних умов.

Вихідним пунктом для розроблення цінової політики є так званий стратегічний трикутник цінової політики. Його зміст полягає в тому, що при встановленні цін підприємство має усвідомлювати тісний зв'язок зі споживачами й конкурентами і, спираючись на ці чинники, вибудовувати власні цінові рішення. Інакше кажучи, для успішного функціонування в конкурентному середовищі треба добре знати всі сторони стратегічного трикутника і можливі взаємозв'язки між ними.

Будь-яке підприємство, приступаючи до питання встановлення ціни, повинне визначити, наскільки інтенсивно воно використовуватиме ціну як стратегічний маркетинговий інструмент. Отже, політика ціноутворення може бути активною або пасивною. Порівняльну характеристику активного і пасивного ціноутворення представлено в таблиці.

Активне і пасивне ціноутворення не виключають одне інше. Вони стають взаємодоповнювальними, виступаючи різними аспектами загальної поведінки підприємства сфери портових послуг. Це означає, що за одних умов можна віддати перевагу активній ціновій політиці, а за інших – пасивній політиці цін. Наприклад, в періоди галузевого спаду, коли зростає конкурентний тиск і скорочується прибуток, звужується можливість здійс-

нювати активну цінову політику. Пожвавлення й підйом діють в протилежному напрямі.

Таблиця

*Порівняльна характеристика
активного і пасивного ціноутворення*

Параметр	Активне ціноутворення	Пасивне ціноутворення
Мета ціноутворення	Оптимізація результатів господарської діяльності	Реалізація продукції, відшкодування витрат, отримання (якщо можливо) прибутку
Роль ціни	Ціна - одночасно і інструмент, і об'єкт управління	Використання ціни для оцінки результатів діяльності господарюючого суб'єкта
Використовувані підходи до ціноутворення	Оптимальне поєднання витратного і ціннісного підходів	Використання або тільки витратного, або тільки ціннісного підходу
Періодичність розрахунку цін	Постійний процес коригування цін з урахуванням ціноутворюючих чинників, що змінюються	Встановлення ціни на тривалий термін

Активне ціноутворення в умовах вільного ринку має різні моделі, і загальна характеристика галузевого ціноутворення того чи іншого часового відтинку визначається саме особливостями активної політики цін. Але при цьому надзвичайно важливо розуміти, що пасивне ціноутворення завжди підсилює активне, оскільки перше полягає або в наслідуванні лідера, або в орієнтації на чинні ринкові ціни, які зрештою визначені активними учасниками ринку. Пасивне ціноутворення, по суті, свідчить про визнання тієї чи іншої моделі активної політики цін. Таким чином, поєднання активного і пасивного ціноутворення створює ефект солідарності ринкових суб'єктів. Для конкурентного ринку це означає, що ціни утримуються на певному рівні спільними зусиллями всіх учасників.

Отже, переважаючими в ринковій економіці моделями встановлення ціни є витратне і ціннісне ціноутворення, які існують паралельно і спираються на глибокий і повний облік витрат, з метою їх зниження. При цьому ціннісний підхід зазвичай властивий лідерам того чи іншого товарного ринку. Вони широко застосовують наукові досягнення маркетингу, добре обізнані про ринкові ціни, власні та конкурентні витрати, поведінку і переваги споживача. Саме такі підприємства беруть активну участь в ціновій конкуренції.

У господарському механізмі всі економічні процеси взаємопов'язані і представлені єдиним процесом відтворення. Ціни повною мірою відображають всі його особливості і, своєю чергою, також утворюють єдину систему, яка складається з окремих підсистем, взаємозв'язаних і взаємодіючих.

На основі всього вищезазначеного на підприємствах портового комплексу формується так звана система цін. Система цін – це види цін, їхній взаємний зв'язок і співвідношення. Поняття «система цін» вживають у двох значеннях:

- як повний перелік усіх видів цін;
- як стійкі співвідношення між середніми цінами на різні групи послуг.

Витрати, що являються базою ціноутворення на портові послуги, слід поділити на три категорії:

- витрати, пов'язані із суднозаходом – витрати на всі послуги, що пропонуються судну, починаючи від доступу до причалу або терміналу, лоцманських послуг, подачі води і бункерування, тобто вони охоплюють всі судові витрати на обробку;
- витрати, пов'язані з обробкою – включають в себе витрати на навантажувальні та розвантажувальні роботи, зберігання, митне оформлення, перепакування та переадресація, тобто вони охоплюють всі необхідні послуги для переміщення вантажів через порт і далі по ланцюжку поставок;
- специфічні витрати, пов'язані з використанням спеціалізованих терміналів.

В результаті побудови ефективної політики ціноутворення підприємство портового комплексу отримує систему цін на свою продукцію та систему управлінських рішень, реалізація яких дозволяє досягнути основної мети підприємства.

Висновки. Складність існуючих схем ціноутворення у портовій діяльності ускладнює процес ціноутворення і потребує виваженого та сбалансованого підходу. При заході в порт оператори суден, як правило, ознайомлені з переліком послуг. Але ціни відображають різноманітність послуг, яка існує з точки зору виду і стандартів обслуговування, набору операторів. Результатом того, що на території порту може оперувати велика кількість різноманітних підприємств, є непрозорість структури цін, що ускладнює для суднових операторів і вантажовласників вибір порту і, отже, пом'якшує портову конкуренцію (і конкуренцію серед контейнерних ліній).

Такі мульти-структури ціноутворення відображають той факт, що порти є комплексними сервісними центрами, які пропонують значний спектр сервісних продуктів.

Акцент на портових операціях, функціонуванні та конкурентоспроможності зростає останнім часом в результаті жорсткої конкуренції між альтернативними ланцюгами поставок в торгівлі і транспорті, високих альтернативних витрат приморських районів та високої вартості інфраструктури і, нарешті, але не в останню чергу, невдалої політики переміщення вантажного транспорту з перевантажених доріг на морські та залізничні шляхи. Рівень і прозорість цін стають основою для вибору вантажовідправником ланцюга поставок і транспортного режиму, тобто забезпечення основних принципів ціноутворення має не лише теоретичну, але і реальну практичну цінність.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. *Беляєва І.Ю. Ціноутворення: Навч. посібник. – 2-е вид. / І.Ю. Беляєва, О.В. Паніна, В.В. Головінський, О.Б. Авдієнко. – М.: КНОРУС, 2005. – 326 с.*

2. *Ціноутворення: Підручник / За ред. д-ра економ. наук, проф. В.А. Слепова. – М.: Економіст, 2005. – 442 с.*
3. *Ціни і ціноутворення: Підручник / І.К. Салімжанов, О.В. Португалова, В.Є. Новиков та ін; Під ред. І.К. Салімжанова. – М.: ТК Велбі, Вид-во Проспект, 2003. – 256 с.*
4. *Абакумова О.Г. Ціни й ціноутворення: Навч.-метод. посібник. – М.: Пріор-издат, 2007. – 192 с.*
5. *Аболонін С.М. Ціноутворення – сучасні підходи: цінові фактори в діяльності автотранспортних підприємств. – М.: Транспорт, 2001. – 282 с.*
6. *Бичков В.П. Економіка автотранспортного підприємства. – М.: Инфра-М, 2008. – 344 с.*
7. *Петрова А.В. Роль сфери транспортних послуг на державному і муніципальному рівнях / А.В. Петрова // Державне та муніципальне управління. – 2009. – № 18. – С. 3-9.*
8. *Салімжанов І.К. Ціноутворення: Підручник / І.К. Салімжанов. – М.: КНОРУС, 2007. – 304 с.*
9. *Слепов В.А. Ціноутворення / В.А. Слепов. – М.: Економіст, 2007. – 574 с.*
10. *Ціни і ціноутворення: Підручн. для вузів. – 3-є вид. / Під ред. В.Є. Єсипова. – СПб.: Вид-во «Пітер», 2000. – 464 с.*

Стаття надійшла до редакції 25.10.2016

Рецензенти:

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри «Національна економіка» НУ «Одеська юридична академія»
Ю.В. Хаймінова

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри «Економіка підприємства та підприємництво на морському транспорті» Одеського національного морського університету
Ю.О. Наврозова