

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Природничо-економічний факультет
Кафедра економіки підприємства

Кваліфікаційна праця
на правах рукопису

ДИПЛОМНА РОБОТА
здобувача другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему:

Оцінка конкурентоспроможності послуг

Виконала: Кріль Оксана Василівна
(прізвище, ім'я і по батькові)

студент денної форми навчання
спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
(шифр і назва спеціальності)

Науковий керівник:
к.е.н, доцент кафедри економіки підприємства Кушнір О. К.
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Роботу допущено до захисту перед ЕК рішенням кафедри,
протокол № від « » 20 р.

м. Кам'янець-Подільський, 2021 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОСЛУГ.....	6
1.1. Основні види послуг та їх характеристика.....	6
1.2. Суть конкурентоспроможності послуг	12
1.3. Методи оцінки якості послуг.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОСЛУГ ТА ЇЇ	
ОЦІНКА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «НОВА ПОШТА».....	27
2.1. Загальноекономічна характеристика діяльності ТОВ «Нова Пошта»....	27
2.2. Аналіз організації надання послуг на підприємстві.....	38
2.3. Оцінка конкурентоспроможності послуг підприємства на ринку.....	44
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ З НАДАННЯ	
ПОСЛУГ НА ТОВ «НОВА ПОШТА»	61
3.1. Основні напрями розвитку, щодо покращення наявних послуг ТОВ «Нова Пошта».....	61
3.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів.....	66
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	86

ВСТУП

Актуальність теми. Конкуентоспроможність підприємства є важливою складовою ринкової економіки, в якій поєднується ефективність та можливість адаптації в ринкових умовах. Адаптація підприємств до конкурентного середовища проходить у процесі комплексного аналізу діяльності конкурентів та власного ринкового потенціалу. Дослідження конкурентного середовища дозволить підприємству чітко оцінити свої перспективи на ринку та захистити себе від конкурентної боротьби. Оцінка конкурентоспроможності послуг має свої особливості, оскільки послуга є невідчутною, виробляється та споживається в процесі її створення. Проте, послуги завойовують все більшу частку Українського ринку та являються таким же предметом торгівлі як і товар.

Ключове положення в економіці України у наш час займає галузь поштово-логістичних послуг. Це обумовлено тим значенням, яке має сфера послуг у структурі національної економіки. Попит на послуги операторів поштового зв'язку зростає і через розвиток інновацій, поширення Інтернет-торгівлі, а також через карантинні обмеження впродовж 2019-2020 років. Тому дослідження конкурентного середовища фірми, що надає поштово-логістичні послуги є важливими як у сучасних умовах, так і в майбутньому.

Світовий досвід дослідження особливостей послуг та еволюція методик, щодо їх обрахунку конкурентоспроможності свідчать про глобальний характер дослідження питання. Виникає необхідність дослідження на вітчизняному ринку.

Проблеми оцінки конкурентоспроможності послуг знайшли своє відображення в роботах таких вітчизняних вчених, як Ткачук С.В., Моргулець О.Б., Прищипенко А.А., Гаврилишин С.В., Іванов М.М., Миронова Н.В та багатьох інших. Серед іноземних вчених питання аналізу та оцінки конкурентоспроможності послуг займались Малері Р., Коул. Д., Норман Р., Гронроус К., Лавлок К.

Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів оцінки конкурентоспроможності послуг.

Для досягнення даної мети в дипломній роботі необхідно вирішити наступні **завдання**:

- розглянути основні види послуг та їх характеристику;
- дослідити суть конкурентоспроможності послуг;
- описати методи оцінки якості послуг;
- провести загальноекономічну характеристику діяльності ТОВ «Нова Пошта»;
- проаналізувати організацію надання послуг на підприємстві;
- провести оцінку конкурентоспроможності послуг підприємства на ринку;
- визначити основні напрями розвитку, щодо покращення наявних послуг ТОВ «Нова Пошта»;
- обґрунтувати ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження виступають послуги ТОВ «Нова Пошта».

Предметом дослідження дипломної роботи є процес оцінки конкурентоспроможності послуг на підприємстві.

Теоретичною основою дослідження стали загальнонаукові **методи** пізнання (діалектика, аналіз, синтез, системність, комплексність, аналогія, історизм), методологічні засади системного аналізу. Проведення оцінки конкурентоспроможності надання послуг проводилось матричними (SWOT-аналіз, ADL-аналіз), графічними (багатокутник конкурентоспроможності), індексними (інтегральні) та аналітичними (метод балів) методами. Використовувались табличні методи аналізу та представлення інформації.

Інформаційною базою дослідження дипломної роботи виступали закони та нормативні акти України, які регулюють порядок організації надання послуг, методичні рекомендації міжнародних фінансово-кредитних установ, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні теоретичних положень та методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності послуг.

Практична цінність роботи полягає в тому, що використання результатів роботи впливає на кінцеві результати господарської діяльності, оскільки підвищує фінансові результати діяльності ТОВ «Нова Пошта».

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були апробовані на всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Розвиток фінансово-економічних відносин в суспільстві в умовах прояву фінансових ризиків», 19 березня, м. Кам'янець-Подільський.

Публікації. Опубліковано 2 праці «Дослідження конкурентного середовища операторів поштового зв'язку» та «Використання інформаційних технологій в управлінні підприємством».

Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 77 найменувань та додатків. У першому розділі розглянуто основні види послуг та їх характеристику. Досліджено суть конкурентоспроможності послуг. Наведено методи оцінки конкурентоспроможності послуг. У другому розділі подана організаційна характеристика ТОВ «Нова Пошта». Проведено аналіз організації надання послуг на підприємстві. Оцінено конкурентоспроможність надання послуг підприємства на ринку. У третьому розділі оцінено основні напрями розвитку щодо покращення послуг та обґрунтовано ефективність запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ

Особливість послуги полягає в її переважно нематеріальному характері, хоч вона завжди тісно пов'язана з матеріальними елементами, які забезпечують її створення, реалізацію та споживання. За суттю являє собою благо, дія якого спрямована на підвищення споживчої корисності об'єкта, на який спрямована ця дія. Класифікація послуг допомагає визначити особливості певного виду послуги, що сприяє ефективному її використанню. Вона являє собою процес розподілу видів та різновидів послуг на окремі класи і категорії. Найпоширенішою вважається класифікація Ф. Ловелока, яка вказує на кого направлені послуги, чи є вони відчутними чи ні. Проте виділяється безліч інших класифікацій: за складом, місцем, масовістю, матеріаломісткістю, характером витрат, комплексністю, призначенням, періодичністю, рівнем комерціалізації та статусом клієнтури. Як результат, класифікація сприяє детальному дослідженню послуги, що підвищує її конкурентоспроможність.

Конкуренція спонукає учасників ринку вдосконалювати свої послуги, розширяться та розвивати власну клієнтоорієнтованість. За своєю суттю являє собою властивість виступати на ринку поруч з присутніми там аналогічними послугами конкуруючих суб'єктів ринкових відносин. Детальніше дослідити конкурентоспроможність послуг допомагають параметри конкурентоспроможності (технічні, економічні, нормативні) та показники, які на них базуються. Функції конкуренції допомагають оцінити в якому напрямку слід рухатись, щоб залишатись конкурентоспроможним. Форми конкуренції дають можливість виділити основних конкурентів, що допоможе підприємству зберегти свою конкурентоспроможність.

Проте, оцінка якості послуг ускладнюється особливостями її вияву у сфері обміну. Послуги, в тому числі і торговельні, описуються такими внутрішньо притаманними характеристиками, як невідчутність (непомітність), невіддільність, непостійність і неможливість накопичення (зберігання). При оцінці конкурентоспроможності послуг використовують матричні, графічні, індексні,

аналітичні та комплексні методи. Найпоширенішим матричним методом вважається SWOT-аналіз, полягає у виявленні сильних та слабких сторін, а також можливостей та загроз. ADL-аналіз проводиться методом визначення життєвого циклу галузі(послуги) та її позиції на ринку, завдяки чому можна визначити вектор розвитку компанії. Найактуальнішим серед графічних методів є багатокутник конкурентоспроможності. При оцінці конкурентоспроможності послуг важливим є саме експертний метод, який забезпечує формування єдиної спільної думки в результаті взаємодії залучених фахівців-експертів. Полягає у виробленні експертами кращого варіанта досягнення поставленої мети з урахуванням усіх висловлених пропозицій, ідей. Оцінка конкурентоспроможності бальним методом включає в себе певну методику: вибір показників оцінки, встановлення параметрів оцінки, нарахування балів за кожним з показників та підсумування балів окремо за послугою. Не менш ефективним вважається бальний метод з врахуванням вагових індексів. Доречним є використання і методу інженерного прогнозування, який зводиться до обрахунку інтегрального індексу конкурентоспроможності за кожною конкуруючою послугою. Застосування системи методів, на відміну від одиничного показника, надає комплексну оцінку конкурентоспроможності послуг.

При аналізі ТОВ «Нова Пошта» виявлено, що підприємство працює з високою рентабельністю. При цьому показники прибутку і рентабельності мають позитивну динаміку, що характеризує діяльність підприємства, як успішну. Організація є фінансово стійкою і не має труднощів з погашенням заборгованості. Показники абсолютної та поточної ліквідності компанії ростуть станом на 2020 рік, що говорить про те, що компанія має можливість не тільки погашати свої строкові зобов'язання, а й володіє значно вищими ресурсами, що можуть перекрити зобов'язання компанії перед кредиторами. Рівень ризику рентабельності активів компанії низький, компанія має високий прибуток з достатнім запасом міцності.

При аналізі організації надання послуг слід зауважити, що ТОВ «Нова Пошта» використовує інновації, має сучасно обладнані відділення нового

формату та покращує методи роботи, що забезпечують впевненість в збереженні та точність доставки. Виокремлюють ряд основних послуг, серед яких технології доставки: адреса-адреса; відділення-відділення; адреса-відділення; відділення-адреса. Кожна з технологій доставки включає в себе сервіси зберігання, інформування, відправлення та пакування. ТОВ «Нова Пошта» надає додаткові послуги, які задовольняють неосновні клієнтські потреби. Підприємство дотримується «Стандарту якісного пакування», який містить правила пакування відправлень. Організаційна структура управління ТОВ «Нова Пошта» є розгалуженою. Результати роботи будь-якого підрозділу апарату управління оцінюються показниками, що характеризують реалізацію ними своїх цілей і завдань. ТОВ «Нова Пошта» проводить постійну політику в сфері якості та дотримується норм на стандартів. Має базу магазинів-партнерів та надає їм послуги, які дозволяють партнерам конкурувати на ринку. Показник NPS становить 70%, що свідчить про задоволеність клієнта організацією послуг на ТОВ «Нова пошта».

При оцінці ТОВ «Нова пошта» виявлено, що компанія займає 60,1% частки ринку, слідом за нею зі значним відривом слідує АТ «Укрпошта» та ТОВ Торговий дім «Міст Експрес». Слід зауважити, що ТОВ «Нова пошта» та АТ «Укрпошта» мають найбільшу кількість відділень та поштоматів, але суттєвою перевагою ТОВ «Нова пошта» є швидкість доставки. ТОВ Торговий дім «Міст Експрес» має лише 3350 відділень, проте, завдяки швидким термінам доставки складає конкуренцію АТ «Укрпошта». У кожного з операторів поштового зв'язку доступні мобільні додатки, програми лояльності, міжнародна доставка та перевезення крупногабаритних вантажів, але фулфілмент наявний лише в ТОВ «Нова пошта».

Оцінка конкурентоспроможності послуг методом SWOT-аналізу виявила сильні та слабкі сторони операторів поштового зв'язку. Проведено ADL-аналіз, з допомогою якого оцінено рівень зрілості послуги та її конкурентну позицію, відповідно до яких були надані рекомендації, щодо подальшого розвитку. Оцінку експертних даних проведено бальним методом, сутність якого зводиться до

обчислення загального показника для кожної бальної оцінки. Найвищий середній бал отримало ТОВ «Нова Пошта». Середній показник в ТОВ Торговий дім «Міст Експрес», найнижчий – АТ «Укрпошта». Проведено аналіз з застосуванням значущості показників, для кожного з операторів поштового зв'язку. Найвищий показник в ТОВ «Нова Пошта» – 4,1, найнижчий в АТ «Укрпошта» – 3,36, ТОВ Торговий дім «Міст Експрес» – 3,83, що є нижче ніж у ТОВ «Нова Пошта», проте вище ніж в АТ «Укрпошта». Застосовано метод інженерного прогнозування, який включає в себе шість етапів, в результаті чого досліджено, що інтегральний показник для АТ «Укрпошта» – 4,55, для ТОВ Торговий дім «Міст Експрес» – 4,95. Найбільший індекс відповідає найбільш конкурентоспроможному об'єкту, ТОВ Торговий дім «Міст Експрес» є більш конкурентоспроможним ніж АТ «Укрпошта». Для більш точної оцінки конкурентоспроможності послуг операторів поштового зв'язку проведено оцінку графічним способом. На радарі конкурентоспроможності чітко виокремлюється площа, що відповідає кожному з операторів. Найменшою є площа багатокутника побудованого за оцінками АТ «Укрпошта», саме вона має найменшу конкурентоспроможність, чинниками які на це негативно повпливали є технологія та сервіс. Фігура з більшою площею належить ТОВ Торговий дім «Міст Експрес». Лідером за площею на радарі конкурентоспроможності є багатокутник, який характеризує показники ТОВ «Нова Пошта». Як результат, саме ТОВ «Нова Пошта» являється лідером на ринку операторів поштового зв'язку.

Кількість можливих напрямів удосконалення діяльності підприємства ТОВ «Нова Пошта» є досить широкою. Підприємству необхідно серед усіх можливих варіантів розвитку обрати саме ті, які є більш реальними та досяжними. Таким варіантом являється запровадження системи GPS стеження і контролю палива – система FMS-T (виробництво ТОВ «Омніком Технології»), яка є ефективним засобом зниження цін на послуги підприємства. Цілі, які будуть досягнуті завдяки встановленню системи FMS-T: контроль водіїв, що підвищить рівень їх дисципліни, оскільки буде вестися контроль витрат палива; економія витрат, завдяки підвищенню ефективності використання транспортних засобів;

можливість подальшого ефективного планування логістичної діяльності підприємства; підвищення безпеки транспортного засобу, водія та вантажу. Таке впровадження інноваційної технології дасть змогу вдосконалити транспортні операції підприємства ТОВ «Нова Пошта». Не менш ефективними будуть маркетингові заходи, направлені на пошук нових партнерів та модернізацію терміналів.

Економічно обґрунтовано, що такі заходи як впровадження систем FMS-T та закупка власного автопарку є вигідним рішенням. Чистий прибуток від впровадження FMS-T системи становить 161 тис. грн. Розширення власного автопарку дозволить не залучати додаткові автомобілі, таким чином скоротивши витрати на довгостроковий період. Така інвестиція потребує значних вкладень, проте вже за декілька років повністю окупиться.

Отже, оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Нова Пошта» різними методами показала, що підприємство займає лідируючі позиції на ринку операторів поштового зв'язку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Заблоцька Р.О. Світовий ринок послуг: навч. пос. Київ: КНУ ім. Т.Шевченка. 2005. 280 с.
2. Норман Р. Стратегія та лідерство в сфері обслуговування: ВІЛЕЙ, 2001. 256 с.
3. Котлер Ф. Основи маркетинга. Москва: Прогрес. 1990. 736 с.
4. Уколов В.Ф. Державні послуги в системі взаємодії влади, бізнесу та суспільства. Москва: ЗАТ Економіка. 2008. 624 с.
5. Гронрус К. Управління послугами та маркетинг: підхід до управління відносинами з клієнтами. Великобританія: ВІЛЕЙ. 2000. 340 с.
6. Маркова В.Д. Маркетинг послуг. Москва: фінанси та статистика. 1966. 126 с.
7. Лавлок К. Маркетинг послуг: персонал, технології, стратегії. Москва: Вільямс. 2005. 1008 с.
8. Іванов Н.Н. Управління сферою послуг: інфраструктурний підхід. Санкт-Петербург: СПбГУЭФ. 2001. 143 с.
9. Романов А.Н. Маркетинг. Москва: Юніті. 1966. 468 с.
10. Беррі Л. Особливості маркетингу послуг. *Збірник наукових праць «Е-Бізнес»*. №30. 2011. С. 24-29.
11. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Київ: Альтарс. 2002. 436 с.
12. Липчук В.В., Дудяк Р.П., Бугіль С.Я., Янишин Я.С. Маркетинг: навч. пос. Львів: Магнолія, 2006. 126 с.
13. Руделіус В. Маркетинг. навч. пос. Київ: Навчально-методичний центр Консорціум із удосконалення менеджмент освіти в Україні, 2009. 648 с.
14. Апопій В.В., Олексин І.І., Шутовська О.Н., Футало Т.В. Організація і технологія надання послуг: навч. пос. Київ: ВЦ «Академія», 2006. 312 с.
15. Траченко Л.А. Експертиза послуг. навч. пос. Одеса: ОНЕУ ротапринт, 2017. 243 с.
16. Миронова Н.В. Маркетинг різних типів послуг. *Економічний науковий електронний журнал*. 2003. №4. С. 18-23. URL:

http://www.antema.ru/library/marketing_obwie_voprosy/marketing_uslug/mironova_nv_marketing_razlichnyh_tipov_uslug/ (дата звернення 29.11.2021).

17. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг. навч. пос. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.

18. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: навч. пос. Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.

19. Дема Д. І., Віленчук О.М., Дем'янок І. В. Страхові послуги: навч. пос. Київ: Алерта Київ, 2009. 526 с.

20. Клименко С.М., Барабась Д.О., Омеляненко Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. пос. Київ: КНЕУ, 2006. 527 с.

21. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Методи оцінки конкурентоспроможності сервісної послуги. *Ефективна економіка*. 2012. №5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1133> (дата звернення 14.10.21).

22. Сааті Т.Л. Прийняття рішень при залежності в зворотніх зв'язках. навч. пос. Москва: ЛКИ, 2008. 360 с.

23. Дослідження ринку поштової логістики України: українська асоціація директ маркетингу. URL: <http://www.uadm.com.ua/research/> (дата звернення 14.10.21).

24. Тардаскіна Т.М., Станкевич І.В., Івасілевич С.І. Маркетинговий інструментарій визначення конкурентних переваг операторів поштового зв'язку. *Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. 2018. №15. С. 73-83.

25. Сервіс як технологія. URL: <http://www.sbr.in.ua/?p=3985> (дата звернення 28.11.21).

26. Болотніков А.О. Стандартизація і сертифікація товарів і послуг: навч. посіб. Київ: МАУП, 2005. 144 с.

27. Алолій В.В., Олексин І.І., Шуговська Н.О., Футало Т.В. Організація і технологія надання послуг: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2006. 312 с.

28. Хміль Ф.І. Основи менеджменту. навч. пос. Київ: Академія ВЦ, 2003. 608с.
29. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту. навч. пос. Київ: Кондор, 2005. 408 с.
30. Димитрієв І.А., Кирчата О.М., Шершенюк В.І. Конкурентоспроможність підприємства: навч. пос. Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
31. Брижань І.А. Порівняння методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Технологічний аудит і резерви виробництва*. №4. 2015. С. 45-48.
32. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства. навч. пос. Київ: Алерта Київ. 2006. 211 с.
33. Пацула О.І., Гончаук А.Я., Яремко І.Й., Бардаш С.В., Аналіз господарської діяльності. навч. пос. Львів: Львівська Політехніка. 2014. 337 с.
34. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. пос. Київ: Знання, 2005. 301 с.
35. Сита Є.М. Дослідження існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2019. №12. С. 36-42.
36. Ляліна Н.С., Олійник В.В., Рудь Л.П., Філімонов Ю.Л. Інвестування: навч. пос. Харків: ХНАУ. 2014. 44 с.
37. ADL-матриця для визначення напрямів розвитку компанії. URL: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/adl-matrica> (дата звернення 12.10.21).
38. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу. навч. пос. Київ: Знання, 2008. 639 с.
39. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення навч. пос. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 480 с.
40. Батченко Л.В. Мойсеєнко К.Є. Механізм управління зовнішньоекономічними операціями на підприємстві. навч. пос. Харків: НТМТ. 2015. 282 с.

41. Вакульчик О.М., Книшек О.О. Діагностика зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Вісник Академії митної служби України*. 2014. № 2. С. 91-98.
42. Марченко В.М., Шутюк В.В., Логістика: навч. пос. Київ: Видавничий дім «Артек», 2018. 312 с.
43. Тошина Н.М. Концептуальний підхід до формування стратегії підприємства. URL: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=iv0mWEMAAAJ&hl=ru> (дата звернення 02.11.21).
44. Юхменко П.І., Гацька Л.П., Півторак М.В. Міжнародний менеджмент: навч. пос. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 488 с.
45. Мізюк Б.М. Основи стратегічного управління: навч. пос. Львів: Магнолія 2006, 2009. 544 с.
46. Звіт зі сталого розвитку 2020. ТОВ «Нова пошта». URL: https://novaposhta.ua/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2020/ (дата звернення 05.10.21).
47. Белеська-Спасова Є. Детермінанти та показники експортної діяльності-комплексний огляд літератури. *Журнал сучасної економіки та бізнесу*. 2014. №1. С. 63-74.
48. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз діяльності промислових підприємств. навч. пос. Львів: ЛБІ НБУ, 2000. 81 с.
49. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту. навч. пос. Львів: Львівська Політехніка, 2003. 352 с.
50. Зав'ялов П.С., Демидов В.Е., Формула успіху. Маркетинг. навч. пос. Москва: Міжнародні відносини. 1991. 416 с.
51. Бондаренко А.К. Порівняння методів оцінки конкурентоспроможності продукції. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/306> (дата звернення 02.11.21).
52. Грабовецький Б.Є. Методи експертних оцінок: теорія, методи, напрямки використання: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2010. 171 с.

53. Левицька А.О. Методика оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та зарубіжні підходи до класифікації. URL: https://www.researchgate.net/publication/338196311_RESEARCH_OF_EXISTING_ASSESSMENT_METHODS_OF_COMPETITIVENESS_OF_ENTERPRISE (дата звернення 02.11.21).

54. Кавтиш О.П., Мельникова О.О. Комплексний метод оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2014. №5. С. 34-39.

55. Міністерство юстиції України. URL: <https://usr.minjust.gov.ua/content/free-search/person-result> (дата звернення 29.09.21).

56. Звіт зі сталого розвитку 2019. ТОВ «Нова Пошта». URL: https://novaposhta.ua/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2019 (дата звернення 18.10.21).

57. Софіна Т.Н. Ринок Послуг. Методологічні основи формування і функціонування: дис. д-ра. екон. наук. 08.00.01. Санкт-Петербург. 2009. 304 с.

58. Кокарев І.В. Основи економічної теорії: навч. пос. Дніпро: Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2020. 100 с.

59. Товариство з обмеженою відповідальністю «Нова Пошта». URL: <https://ring.org.ua/edr/uk/company/31316718> (дата звернення 29.09.21).

60. Історія компанії ТОВ «Нова Пошта» https://novaposhta.ua/istoriya_kompanii (дата звернення 18.11.21)

61. Новини ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://novaposhta.ua/news/rubric/2/id/1627> (дата звернення 19.11.21).

62. Кодекс корпоративної етики ТОВ «Нова Пошта». URL: https://novaposhta.ua/o_kompanii/corporate_ethics (дата звернення 29.09.21).

63. Офіційний сайт ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://novaposhta.ua/>. (дата звернення 20.11.21).

64. Річна звітність емітента ТОВ «Нова Пошта». URL: https://stockmarket.gov.ua/cabinet/xml/show/fin_general/34659 (дата звернення 25.11.21).

65. Звіт зі сталого розвитку 2018. ТОВ «Нова Пошта». URL: https://novaposhta.ua/uploads/misc/doc/NOVA_POSHTA_CSR_report_2018.pdf (дата звернення 25.11.21).
66. Партнери ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://novaposhta.ua/ecompromo/> (дата звернення 29.09.21).
67. Дослідження міжнародного маркетингового бюро iVOX. URL: <https://novaposhta.ua/news/rubric/2/id/2068> (дата звернення 20.11.21).
68. Тарифи Укрпошта Стандарт. URL: <https://www.ukrposhta.ua/ua/taryfy-ukrposhta-standart> (дата звернення 01.10.21).
69. Тарифи ТОВ Торговий дім «Міст Експрес». URL: <https://meest.com/uploads/files/ae538192518aaa37ebb7264c2fb1374f.pdf> (дата звернення 13.09.21).
70. Тарифи ТОВ «Нова Пошта». URL: https://novaposhta.ua/basic_tariffs (дата звернення 13.09.21).
71. Чудновський А.Д. Туризм та готельне господарство. навч. пос. Москва: Юркнига, 2005. 448 с.
72. Офіційний дилер DAF в Україні. URL: <https://daf.ua/>. (дата звернення 23.10.21).
73. Офіційний дилер MAN в Україні. URL: <https://manservice.com.ua/technique-on-stock/> (дата звернення 23.10.2021).
74. Офіційний дилер Mercedes в Україні. URL: <http://www.mercedes.dp.ua/> (дата звернення 23.10.2021).
75. Офіційний дилер вантажної техніки в Україні. URL: <https://avtek.ua/> (дата звернення 24.10.2021).
76. Регіональний сервісний центр МВС в м. Києві. URL: <http://kyiv.hsc.gov.ua/> (дата звернення 24.10.21).
77. Про збір на обов'язкове державне пенсійне страхування: Закон України 400/97-ВР від 01.01.2018 – підстава 2148-VIII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/400/97-%D0%B2%D1%80>(дата звернення 27.10.2021).