

УДК 65.012.4:658.014:339.5

<https://doi.org/10.31713/ve120252>

JEL: F14, L11, M16

Безтелесна Л. І. [1; ORCID ID: 0000-0002-0262-9334],

д.е.н., професор,

Жданюк С. В. [1; ORCID ID: 0009-0004-6320-2627],

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня,

Василів В. Б. [1; ORCID ID: 0000-0003-4152-3345],

к.т.н., доцент

¹Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

ЕКСПОРТНА КОРПОРАТИВНА СТРАТЕГІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВ «НОВА ПОШТА»

Розглянуто питання експортної корпоративної стратегії ТОВ «Нова Пошта» в умовах зростання електронної комерції та глобалізації. Дослідження базується на аналізі наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених, присвячених питанням проєктування корпоративних стратегій, а також проблемам доставки та логістики. Ідентифіковано стратегію діяльності ТОВ «Нова Пошта» як стратегію швидкого зростання та намірів здобуття лідерства. Підкреслено, що компанія успішно реалізує свою експортну стратегію, виходячи на нові європейські ринки та розширюючи спектр послуг. Проаналізовано динаміку розвитку мережі ТОВ «Нова Пошта», структуру Групи «Нова Пошта», а також організаційну структуру компанії. Особливу увагу приділено фінансовим результатам роботи ТОВ «Нова Пошта» за 2023 рік, які свідчать про ефективність обраної стратегії. Доведено, що ТОВ «Нова Пошта» є одним із лідерів галузі транспорту і пошти в Україні та успішно конкурує з державними компаніями, що мають давню історію та монопольне становище на ринку. На основі проведеного аналізу запропоновано рекомендації щодо подальшого розвитку та посилення позицій компанії на міжнародному ринку. Зокрема, пропонується збільшити географію присутності, розширити спектр послуг, продовжити цифрову трансформацію, формувати партнерства та альянси, підвищувати ефективність операцій, посилювати бренд та готувати кадри.

Ключові слова: експортна стратегія; логістика; електронна комерція; глобалізація; ТОВ «Нова Пошта»; міжнародний ринок; конкурентне середовище; фінансові результати; цифрова трансформація.

Зростання електронної комерції та глобалізація створюють нові

можливості для розвитку міжнародної логістики. Підприємства, такі як ТОВ «Нова Пошта», мають унікальну можливість скористатися цими трендами та розширити свою присутність на світових ринках. Ринок логістичних послуг є висококонкурентним. Для збереження лідерства та досягнення нових висот «Нова Пошта» повинна постійно розвиватися та адаптуватися до сучасних умов. У останні роки значна кількість населення мігрувала за межі України, а тому ТОВ «Нова Пошта» зреагувала на такі дії своїх споживачів і розпочала відкривати свої представництва за кордоном з метою й подальшого надання логістичних послуг своїм клієнтам. Це було своєрідним кроком походу бізнесу за споживачем, що обумовило необхідність проєктування і реалізації експортної стратегії. Водночас ефективна експортна діяльність компанії сприяє розвитку української економіки, збільшенню валютних надходжень та створенню нових робочих місць. Успішна експансія «Нової Пошти» на міжнародні ринки сприяє підвищенню міжнародного іміджу України як країни з розвиненою логістичною інфраструктурою. До того ж, розширення географії діяльності дозволяє компанії диверсифікувати ризики, пов'язані зі змінами на внутрішньому ринку.

Дослідженню питань проєктування корпоративних і бізнес-стратегій діяльності компаній присвячені праці зарубіжних науковців, таких як: М. Портер, Ф. Друкер, Ф. Котлер, І. Ансофф, Г. Мінцберг, а також вітчизняних, зокрема: Н. Подольчака, П. Перерви, В. Черепанова, В. Закрижевської, В. Гринчуцького, Л. Безтелесної, Б. Короля та ін.

Проблематиці дослідження доставки та логістики малогабаритних вантажів на вітчизняному і зарубіжному ринках присвячено праці Є. Крикавського, М. Окландера, М. Григорак, Н. Чухрай та багатьох інших.

Виклики та можливості у зовнішньому середовищі обумовили ТОВ «Нова Пошта» проєктувати реалізацію експортної стратегії. До них належать:

1) пандемія COVID-19, яка прискорила розвиток електронної комерції та змінила споживчі звички;

2) розвиток технологій, як-от штучний інтелект, робототехніка та блокчейн, створює нові можливості для оптимізації логістичних процесів;

3) зміни в регуляторному середовищі, а саме в митному законодавстві та інших регуляторних актах, вплинули на умови

ведення бізнесу на міжнародних ринках;

4) зростання зацікавленості клієнтів до екологічно чистих рішень.

З огляду на ці виклики, дослідження проєктування експортної стратегії «Нової Пошти» є актуальним і дозволить компанії розробити ефективний план розвитку на міжнародних ринках, забезпечивши її довгостроковий успіх.

Стратегію діяльності ТОВ «Нова Пошта» можна ідентифікувати як стратегію швидкого зростання та намірів здобуття лідерства. Свідченням цього є її динамічний розвиток за весь період діяльності. Динаміку досягнень і результатів у розвитку компанії за періодами наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка розвитку мережі ТОВ «Нова Пошта» [1]

Період, роки	Етап діяльності	Мережа			Результат
		відділення	поштомот/термінал	персонал	
2001	Заснування	Предмет діяльності – сервіс-експрес доставки документів, вантажів та посилок для фізичних осіб та бізнесу			
2007–2008	Ринкове становлення				Прибуткова діяльність, представництво в усіх регіонах
2009–2011	Лідер ринку експрес-доставки	80–140–500		5000	Робота зі сегментом «e-commerce», B2C
2012–2016	Структурування	2200	1400/37		Покриття 1000 населених пунктів
2017–2020	Стале зростання	Підвищення ефективності внутрішньо корпоративних і логістичних процесів, використання інноваційних рішень, удосконалення існуючих і запуск нових продуктів і сервісів			
2021	Посилення лідерства, логістична компанія № 1	10 000	13 000		Автоматизація та роботизацію сортувальної інфраструктури
2022 – і до тепер	Лідерство за стратегічними векторами	10875	15590		Експансія у реалізації експортної стратегії на європейському ринку, цифровізація та діджиталізація процесів

Швидке зростання та претендування на лідерство обумовлено чітким та ефективним менеджментом.

ТОВ «Нова Пошта» – поштово-вантажна компанія, що забезпечує легку доставку кожному клієнту – до відділення, поштомату, за адресою. Компанія надає логістичні та дистрибуційні послуги, доставляючи як найдрібніші посилки, так і великі вантажі. «Нова Пошта» дозволяє тисячам підприємців створювати і розвивати бізнес не тільки в Україні, а й за кордоном.

Група «Нова Пошта» пропонує своїм клієнтам – як юридичним особам, так і приватним особам – повний спектр логістичних і поштових послуг. У Групу входять українські та закордонні підприємства, які схематично представлені на рис. 1, зокрема «Нова Пошта», «НП Логістик», «ПОСТ ФІНАНС» і «Нова Пошта Ітернешнл».



Рис. 1. Структура Групи «Нова Пошта»

Місія підприємства – спростувати життя своїм клієнтам, зробивши доставку легкою для життя і бізнесу. Для цього команда «Нова Пошта» впроваджує та удосконалює нові продукти і послуги, орієнтуючись на світові стандарти та кращий міжнародний досвід.

Окрім відправки та отримання посилок та вантажів, у відділеннях «Нова Пошта» можна замовити, додаткові послуги, що розроблені з урахуванням побажань клієнтів.

Організаційна структура ТОВ «Нова Пошта» дуже розгалужена, як це видно з рис. 2.

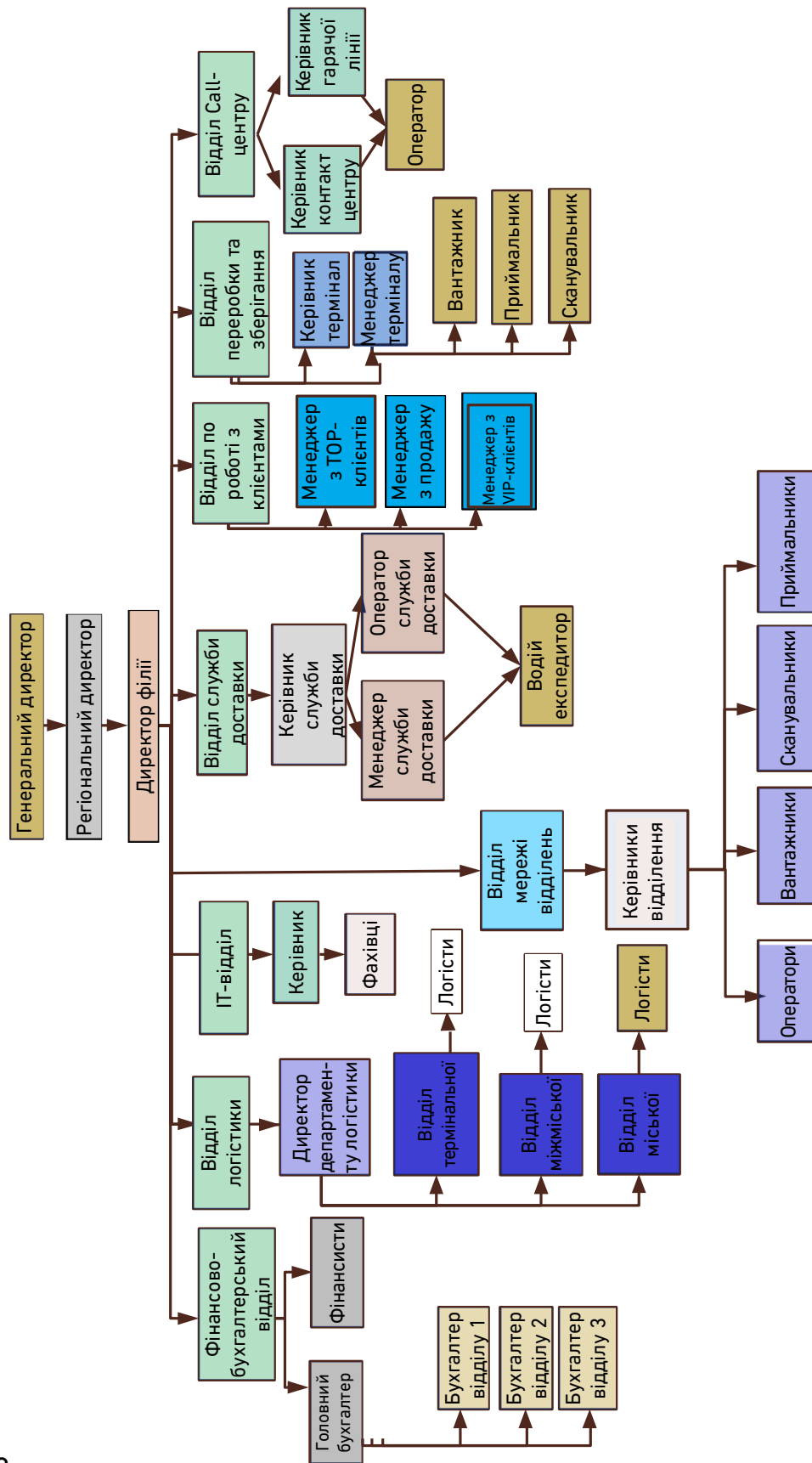


Рис. 2. Організаційна структура компанії ТОВ «Нова Пошта»

Організаційна структура підприємства ТОВ «Нова Пошта», свідчить, що кожен підрозділ самостійний, але безпосередньо взаємно пов'язаний з іншими підрозділами організаційної системи підприємства. Результати роботи будь-якого підрозділу апарату управління оцінюються показниками, що характеризують реалізацію ними своїх цілей і завдань. По кожній підсистемі формуються «ієрархія» послідовності, а також правил роботи, охоплюючи всю організацію від верху до низу.

Загальна кількість працівників підприємства у 2023 р. становила 32944 особи, що на 851 особу менше порівняно з 2022 р. Варто зауважити, що попри незначне зменшення зайнятих осіб, у ТОВ «Нова Пошта» у 2023 р. порівняно з 2022 р. зростає кількість зайнятих жінок на керівних посадах на 379 осіб. У структурі керівників питома вага жінок на керівних посадах становить 1/3 (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка кількості трудового потенціалу та його структури
ТОВ «Нова Пошта» [2]

Показник	2022	2023	Абсолютний приріст
Загальна кількість працівників, осіб	33 795	32 944	-851
з них на керівних посадах:			
жінок, осіб	1 143	1 522	+379
питома вага жінок, %	26,8	29,8	+3,0

Фінансові результати роботи ТОВ «НОВА Пошта» за 2023 р., які наведено у табл. 3, є відображенням використання переваг діяльності в межах конкурентного середовища на ринку, а саме: доступності, простоти використання сервісів; мобільності та мережеве покриття; оперативності; безпеки; ціни сервісів. Комбінація наведених факторів, у поєднанні зі зростаючим попитом на послуги та професійного менеджменту компанії, дозволили їй суттєво збільшити прибуток у 2023 р. порівняно з 2022 р. Так, приріст прибутку становив 1831196 тис. грн, а чистого доходу від операційної діяльності 12781845 тис. грн. Звісно ж, що відбулося зростання усіх витрат та податків. Собівартість наданих послуг збільшилася на 10 млрд грн, адміністративних виплат на 1,3 млрд грн, інші операційні доходи/витрати зросли у п'ять разів, а інші фінансові доходи/витрати

понад 6 разів, сплата податку на прибуток зросла з 254 млн грн до 471 млн грн.

Таблиця 3

Динаміка фінансових результатів ТОВ «Нова Пошта», тис. грн [2]

Показники	2023	2022	Абсолютний приріст
Чистий фінансовий результат (прибуток)	3 967 156	2 135 960	+1831196
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	36 468 879	23 687 034	+12781845
Собівартість	29 481 319	19 715 662	+9765657
Адміністративні витрати	2 985 829	1 673 172	+1312657
Інші операційні доходи/витрати	1 021 853	158 856	+862997
Інші фінансові доходи/витрати	1 458 297	251 008	+1207289
Податок на прибуток	471 019	254 392	+216627

Саме у 2022 році компанією було ухвалено рішення піти за клієнтами, які виїхали за кордон, розпочавши реалізацію експортної корпоративної стратегії, і у жовтні 2022 р. вона вийшла на ринок Польщі. В 2023 р. компанія продовжила експансію та відкрила представництва ще в 9 країнах Європи під брендом Nova Post, а у 2024 р. компанія надавала послуги з доставки у 11 європейських країн (табл. 4).

Таблиця 4

Експортна корпоративна стратегія ТОВ «Нова Пошта»: оцінка європейської мережі надання послуг, 2024 р. [1]

№	Країна	Мережа послуг				Пункти видачі посилок
		відділення	поштомати	PUDO	сортувальні термінали	
1	Молдова	23	260	34		
2	Польща	39	20000		2	
3	Литва		460	220		
4	Чехія		1300			1400
5	Німеччина	34				7700 (пт)
6	Румунія	2				
7	Словаччина		1500	1500		
8	Естонія		148	32		
9	Латвія		199	231		
10	Угорщина	1 (коворкінг)				
11	Італія	3				

У 2014 році лідер українського ринку експрес-доставки «Нова Пошта» розпочала міжнародну експансію та вийшла на ринок Молдови. Сьогодні вона входить до трійки найпопулярніших логістичних компаній у цій країні. Компанія має 20 відділень, 260 поштоматів та 34 точки сервісу на отримання відправлень. Доставляє посилки та вантажі по всій території країни на наступний день. За 2023 рік було доставлено 1,3 млн посилок та вантажів, що вдвічі більше, ніж у 2022 році.

У травні 2022 року «Нова Пошта» ухвалила рішення вийти на ринок найбільших європейських країн під брендом Nova Post. І вже у жовтні 2022 року компанія відкрила перше відділення у Польщі. «Нова Пошта» стала першою українською компанією, яка вийшла на ринок Європи під час повномасштабної війни. Наразі у Польщі працюють 39 відділень Nova Post у 25 польських містах, а також два сортувальні термінали у Варшаві та біля Жешува (м. Глогув Малопольський). Окрім того, клієнти Nova Post мають можливість відправляти та отримувати посилки через 20 000 поштоматів компанії InPost по всій території країни.

У 2023 була створена компанія Nova Post Europe, яка забезпечує швидку та надійну доставку документів, посилок і вантажів між європейськими країнами та Україною. За 2023 рік компанія розширила свою присутність в Європі і вже відкрила свої представництва в 11 країнах: Молдова, Польща, Литва, Чехія, Румунія, Німеччина, Словаччина, Естонія, Латвія, Угорщина, Італія. На початку 2024 року в Європі працює 86 відділень Nova Post, кур'єрська доставка та забір відправлень із будь-якої адреси у цих країнах, а також 35 000 точок сервісу – партнерських поштоматів та PUDO, у яких можна отримати та відправити посилки Nova Post.

У березні 2023 року Nova Post вийшла на ринок Литви. На вантажному відділенні у Вільнюсі можна отримувати та відправляти речі до 1000 кг, а у Каунасі працює поштове відділення до 30 кг. Також разом з місцевими логістичними партнерами компанія забезпечує доставку у 480 поштоматів та 218 PUDO по всій країні.

У червні 2023 року у Празі відкрились перші два 2 відділення, а восени – у Брно. Також Nova Post у Чехії надає послуги з доставки у 1400 пунктів видачі посилок та 1300 поштоматів по всій Чехії.

У середині червня компанія відкрила відділення у Румунії та Німеччині, а саме у Бухаресті, Брашові та у Берліні. До кінця 2023 року

Nova Post у Німеччині відкрила 13 відділень у таких містах: Берлін, Гамбург, Мюнхен, Дрезден, Франкфурт-на-Майні, Кельн, Дюссельдорф, Дортмунд, Бремен, Дрезден, Бютельборн, Магдебург та Ганновер. Також тут працює 7700 партнерських точок сервісу, де клієнти Nova Post можуть відправити або отримати посилки.

У жовтні 2023, через рік після старту міжнародної експансії, «Нова Пошта» відкрила вже сьому країну – відділення Nova Post запрацювало у столиці Словаччини – Братиславі. У Словаччині, окрім відділення, працює також 1500 поштоматів та точок сервісу. Цього ж місяця почали роботу відділення в столицях Естонії та Латвії, у Таллінні та Ризі. Також разом з партнерами компанія забезпечує доставку у 151 поштомат й 32 PUDO в Естонії та 233 поштоматів та 201 PUDO у Латвії.

У листопаді 2023 перше відділення Nova Post запрацювало в Угорщині у місті Будапешт, а у грудні – в Італії у місті Мілан. В Угорщині клієнти мають можливість відправляти та отримували посилки не лише через відділення, а й у 200 поштоматах та 1600 PUDO по всій країні. Також у групу входить компанія Nova Global, яка пропонує фізичним особам та бізнесу логістичні рішення у сфері глобальної доставки. Її мета – допомагати бізнесу та українцям продавати та купувати товари по всьому світу. Один з найпопулярніших продуктів Nova Global – сервіс NP Shopping. Він дозволяє українцям купувати речі, косметику, засоби догляду та будь-які інші товари в інтернет-магазинах Європи та США, де немає прямої доставки в Україну, з доставкою у відділення, поштомат Нової пошти або на свою адресу.

Нова пошта продовжує розширювати перелік послуг як для доставок всередині країни, так і для міжнародних відправлень. Щоб українці за кордоном могли користуватись швидкими сервісами Нової пошти, так само як і в Україні, компанія впроваджує зручні діджитал-інструменти – мобільний застосунок, бізнес-кабінет, API-інтеграцію для міжнародних інтернет-магазинів.

Історія діяльності ТОВ «Нова Пошта» не є тривалою, але компанія претендує на лідерство на вітчизняному ринку і для цього є усі підстави.

Так, за побудованим рейтингом за індексом Опендатабота 2024 компанія «Нова Пошта» є одним із лідерів у сфері транспорту та пошти, адже їй належить 2 місце в рейтингу. До того ж у десятці лідерів галузі половина компаній є державними із давньою історією діяльності, що давно мали монопольне становище на ринку. Компанія

«Нова Пошта» є приватною та історія її діяльності є нетривалою і складає лише 23 роки. У 2023 р. дохід компанія отримала у розмірі 36,47 млрд грн, поступившись лише монополісту Укрзалізниці, що мала дохід в обсязі 92,62 млн грн. Варто зазначити, що впродовж дворічного періоду «Нова Пошта» майже вдвічі збільшила прибуток, а натомість Укрзалізниця у 2022 р. мала збиток у 8,73 млрд грн, а лише у 2023 р. отримала прибуток у розмірі 4,84 млрд грн (табл. 5).

Таблиця 5

Лідери у сфері транспорту та пошти за індексом Опендатабота 2024 [3]

Місце	Назва	2023		2022	
		Дохід, млрд грн	Прибуток, млрд грн	Дохід, млрд грн	Прибуток, млрд грн
1	Укрзалізниця	92.62	4.84	75.03	-8.73
2	Нова пошта	36.47	3.97	23.69	2.13
3	Оператор газотранспортної системи України	36.03	11.11	45.97	-10.7
4	Укрпошта	11.58	-0.8	10.32	-1.26
5	Укртранснафта	10.96	19.67	9	5.06
6	Укртрансгаз	9.7	0.14	6.88	-5.45
7	Лемтранс	7.14		8.62	
8	Логістик юніон	6.51	2.13	5.43	2.62
9	Промвагонтранс	4.49	-0.02	3.42	0.06
10	Берегівське хлібоприймальне підприємство	4.31	-0.17	3.96	0.08

Отже, за порівняльним і фінансовими методами оцінки ефективності корпоративної стратегії компанія «Нова Пошта» є одним із лідерів галузі транспорту і пошти, має ефективну корпоративну стратегію виходу на зовнішні ринки і наздоганяє Укрзалізницю, що тримала першість у 2023 р. в галузі.

Як зазначається у джерелі [5], у веденні сучасного бізнесу важливо компанії правильно сформулювати бізнес-модель та її основні компоненти (Сегменти споживачів, Ціннісна пропозиція, Канали, Відносини з клієнтами, Потoki надходження доходів, Ключові ресурси, Ключові види діяльності, Ключові партнери та Структура витрат). Відзначається, що наявність виділеного клієнтського напрямку у складі трьох компонентів – «Цільові групи споживачів»,

«Канали просування» та «Технології клієнтських відносин» є головною перевагою цієї моделі.

Аналіз в динаміці фінансових результатів діяльності засвідчує, що ТОВ «Нова Пошта» найкраще концентрується на клієнтському напрямі, вивчає споживчі тренди та впроваджує експортну корпоративну стратегію, вибудовуючи успішне європейське партнерство та стратегічно управляючи витратами.

Так, при виході на нові європейські ринки компанія укладає угоди про спільну діяльність з місцевими бізнесами, що дає можливість економити на витратах витрати та швидко масштабувати бізнес. Системна оцінка діяльності ТОВ «Нова Пошта» у реалізації експортної корпоративної стратегії дає право стверджувати, що нею добре практично застосовується теорія обмежень [5].

Отож, «Нова Пошта» успішно розширює свою присутність на міжнародному ринку. Для подальшого розвитку та посилення позицій компанії варто сконцентруватися менеджерам на наступних напрямках реалізації експортної корпоративної стратегії.

1. Збільшити географію присутності.

Продовжувати активний пошук нових перспективних ринків, особливо в регіонах з високим потенціалом зростання e-commerce. Забезпечувати подальше глибоке проникнення. Посилити присутність на вже освоєних ринках шляхом відкриття нових відділень, розширення мережі поштоматів та розробки локалізованих сервісів.

2. Розширювати спектр послуг.

Розвивати послуги з фулфілменту для міжнародних клієнтів, надаючи комплексні рішення для управління складськими запасами та обробки замовлень. Активно розвивати напрямок логістики для e-commerce, пропонуючи інтегровані рішення для онлайн-магазинів, включаючи доставку до клієнта, повернення товарів та управління запасами. Розширювати спектр спеціалізованих послуг, таких як доставка нестандартних вантажів з дотриманням температурного режиму, митного оформлення тощо.

3. Продовжувати цифрову трансформацію.

Продовжувати модернізувати ІТ-інфраструктуру. Інвестувати в розвиток ІТ-інфраструктури для забезпечення високої швидкості обробки даних, масштабованості та безпеки. Розробляти нові цифрові продукти, сервіси, як-от мобільні додатки, онлайн-платформи для відстеження відправлень, персональні кабінети для клієнтів.

Інтегруватися з міжнародними платформами e-commerce та логістичними мережами для забезпечення безперебійної доставки товарів.

4. Формувати партнерства та альянси.

Укладати стратегічні партнерства з міжнародними логістичними компаніями, поштовими операторами та провайдерами платіжних послуг. Співпрацювати з місцевими компаніями на нових ринках для швидкого виходу на них та адаптації до місцевих особливостей.

5. Підвищувати ефективність операцій.

Застосовувати сучасні технології для оптимізації маршрутів доставки та зниження витрат на транспортування. Автоматизувати процеси. Автоматизувати рутинні операції для підвищення продуктивності та зниження кількості помилок. Управляти запасами. Впроваджувати системи управління запасами для мінімізації витрат на зберігання та забезпечення доступності товарів.

6. Маркетинг та брендинг.

Посилювати бренд. Проводити активні маркетингові кампанії для посилення впізнаваності бренду «Нової Пошти» на міжнародному ринку. Локалізувати маркетингові матеріали. Адаптувати маркетингові матеріали до особливостей кожного ринку. Брати участь у міжнародних виставках та конференціях для встановлення нових контактів та презентації послуг компанії.

7. Готувати кадри.

Інвестувати в навчання та розвиток персоналу, особливо менеджерів, які працюють на міжнародних ринках. Адаптувати кадри до культурних особливостей. Забезпечувати адаптацію співробітників до культурних особливостей різних країн.

Реалізація цих напрямків дозволить «Новій Пошті» не тільки утримати свої позиції на ринку, але й стати одним з лідерів міжнародної логістики.

1. URL: <https://novaposhta.ua/>. (дата звернення: 10.02.2025). 2. Консолідований Звіт про управління ТОВ «Нова Пошта» за 2023 рік. URL: <https://site-assets.novapost.com/b76fff10-551e-4dea-b751-6093ef21d7ee.pdf>. (дата звернення: 10.02.2025). 3. На 14% зріс дохід компаній у сфері транспорту та пошти. Які бізнеси потрапили у топ компаній галузі. Оpendatabot. 20 вересня 2024. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/index-transport-mail-2024>. (дата звернення: 10.02.2025). 4. Смерічевський С. Ф., Клімова О. І. Business model canvas як універсальна концепція управління бізнесом компанії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 9. С. 11–14. 5. Семененко Ю. Поєднання інтернету речей та теорії обмежень

для підвищення ефективності діяльності компанії. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2024. N 2. С. 336–343.

REFERENCES:

1. URL: <https://novaposhta.ua/>. (data zvernennia: 10.02.2025). 2. Konsolidovanyi Zvit pro upravlinnia TOV «Nova Poshta» za 2023 rik. URL: <https://site-assets.novapost.com/b76fff10-551e-4dea-b751-6093ef21d7ee.pdf>. (data zvernennia: 10.02.2025). 3. Na 14% zris dokhid kompanii u sferi transportu ta poshty. Yaki biznesy potrapyly u top kompanii haluzi. Opendatabot. 20 veresnia 2024. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/index-transport-mail-2024>. (data zvernennia: 10.02.2025). 4. Smerichevskyi S. F., Klimova O. I. Business model canvas yak universalna kontsepsiia upravlinnia biznesom kompanii. *Investytsii: praktyka ta dosvid*. 2017. № 9. S. 11–14. 5. Semenenko Yu. Poiednannia internetu rechei ta teorii obmezhen dlia pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti kompanii. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*. 2024. N 2. S. 336–343.

Beztelesna L. I. [1; ORCID ID: 0000-0002-0262-9334],

Doctor of Economics, Professor,

Zhdaniuk S. V. [1; ORCID ID: 0009-0004-6320-2627],

Master,

Vasyliv V. B. [1; ORCID ID: 0000-0003-4152-3345],

Candidate of Engineering (Ph.D.), Associate Professor

¹*National University of Water and Environmental Engineering, Rivne*

EXPORT CORPORATE STRATEGY AND FEATURES OF ITS IMPLEMENTATION LLC «NOVA POSHTA»

The article discusses the export corporate strategy of LLC «Nova Poshta» in the context of the growth of e-commerce and globalization. The research is based on the analysis of scientific works of domestic and foreign scientists devoted to the design of corporate strategies, as well as the problems of delivery and logistics. The activity strategy of LLC «Nova Poshta» is identified as a strategy of rapid growth and intentions to gain leadership. It is emphasized that the company successfully implements its export strategy, entering new European markets and expanding the range of services. The dynamics of the development of the Nova Poshta network, the structure of the Nova Poshta Group, as well as the organizational structure of the company are analyzed. Special attention is paid to the financial results of Nova Poshta LLC for 2023, which testify to the effectiveness of the chosen strategy. The

company's financial success in 2023 reflects the use of the advantages of operating within a competitive market environment, namely: accessibility, ease of use of services; mobility and network coverage; efficiency; security; service prices. The combination of these factors, coupled with the growing demand for services and professional management of the company, allowed it to significantly increase profits in 2023 compared to 2022. It is proved that Nova Poshta LLC is one of the leaders in the transport and postal industry in Ukraine and successfully competes with state-owned companies that have a long history and a monopoly position in the market. Based on the analysis, a number of recommendations are proposed for the further development and strengthening of the company's position in the international market. In particular, it is proposed to increase the geography of presence, expand the range of services, continue digital transformation, form partnerships and alliances, increase operational efficiency, strengthen the brand and train personnel.

Keywords: export strategy; logistics; e-commerce; globalization; Nova Poshta LLC; international market; competitive environment; financial results; digital transformation.

Отримано: 22 лютого 2025 року
Прорецензовано: 27 лютого 2025 року
Прийнято до друку: 28 березня 2025 року