

2. Державна служба статистики України. Статистичні дані щодо підприємницької діяльності. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 20.03.2025)

3. Портер М. Конкурентна стратегія: методика аналізу галузей і конкурентів. Київ: Основи, 2019. 390 с.

4. Google Ads. Оцінка ефективності рекламних кампаній. URL:<https://ads.google.com>. (дата звернення 20.03.2025).

УДК 658.8:659.1

АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІЮВАННЯ ТОВАРІВ КОМПАНІЇ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

Михайло Кривуца,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
ОПП «Маркетинг», спеціальність 075 «Маркетинг»,

Ірина Максютенко,

канд. екон. наук, доцент кафедри товарознавства
та комерційної діяльності в будівництві

Київський національний університет будівництва і архітектури, м. Київ

Компанія «Епіцентр» – одна з найбільших торговельних мереж України, яка спеціалізується на продажу товарів для будівництва, ремонту та облаштування дому. Завдяки стратегічному підходу до управління асортиментом, ефективним бізнес-процесам та орієнтації на потреби клієнтів, компанія успішно зміцнює свої позиції на ринку роздрібної торгівлі.

Компанія пропонує покупцям обширний каталог продукції, що включає будівельні матеріали, меблі, сантехніку, освітлення, побутову техніку, електроніку, інструменти та автотовари. Такий підхід дозволяє задовольнити потреби різних категорій клієнтів, надаючи їм можливість комплексного придбання товарів для дому в одному місці. Крім того, компанія активно розширює свій асортимент за рахунок сучасних технологічних рішень, включаючи розумні пристрої для дому, інноваційні будівельні матеріали та енергоефективну техніку. Завдяки глибокому аналізу ринку та споживчих уподобань, ТОВ «Епіцентр К» не лише підтримує широкий вибір товарів, а й адаптує його під актуальні тренди та запити покупців. Регулярне оновлення продукції та впровадження нових категорій дозволяють компанії зберігати конкурентоспроможність та задовольняти навіть найвибагливіших клієнтів [1].

З метою підвищення екологічної відповідальності та задоволення запитів споживачів, компанія розглядає можливість введення до асортименту біорозкладних пакувальних матеріалів та екотоварів для дому. Серед таких товарів можуть бути екопакети для сміття, багаторазові пляшки, ланч-бокси з пшеничного волокна та інші продукти, що сприяють зменшенню використання пластику та підтримці сталого розвитку. Окрім цього, компанія активно співпрацює з виробниками, які дотримуються екологічних стандартів та

використовують екологічно чисті матеріали. Це дозволяє не лише знизити негативний вплив на довкілля, а й популяризувати відповідальне споживання серед українців. Впровадження енергоефективних рішень, таких як світлодіодне освітлення, індукційні плити та економні системи опалення, також є важливою складовою стратегії сталого розвитку ТОВ «Епіцентр К» [1].

Для підвищення ефективності управління асортиментом компанія вдосконалює свої бізнес-процеси, зокрема, шляхом оптимізації логістики, впровадження сучасних інформаційних систем та аналізу споживчих потреб. Це дозволяє компанії швидко реагувати на зміни ринку та забезпечувати наявність актуальних товарів на полицях магазинів. Використання автоматизованих систем аналізу попиту та прогнозування закупівель дає змогу мінімізувати втрати та підвищити ефективність товарообігу. Інтеграція сучасних CRM-систем дозволяє покращити комунікацію з клієнтами, персоналізувати пропозиції та підвищити рівень сервісу. Важливим елементом оптимізації є також впровадження цифрових технологій, таких як онлайн-каталоги, мобільні додатки та системи самостійної оплати, що спрощують процес здійснення покупок.

Окремо в переліку інструментів для підвищення ефективності продажу можна підкреслити методи візитного мерчандайзингу, при якому кожна товарна категорія розглядається як окрема бізнес-одинаця. Це передбачає відповідальність мерчандайзера за весь цикл руху товарів – від закупівлі до продажу, що сприяє зростанню продажів та покращенню маржинальності. Завдяки такому підходу кожен відділ магазину працює як окремий центр прибутку, що стимулює ефективне управління товарними запасами та підвищує якість викладки продукції. Регулярне навчання персоналу та впровадження стандартів мерчандайзингу дозволяють досягти максимальної ефективності у представленні товарів та створенні привабливої атмосфери для покупців [3].

Окрім цього, варто зазначити, що компанія активно впроваджує інноваційні рішення та розширює партнерські зв'язки для покращення клієнтського досвіду та підвищення ефективності бізнес-процесів. У 2024 році ТОВ «Епіцентр К» став головним партнером Міністерства цифрової трансформації України на WebSummit 2024, де презентував перший в Україні ритейл-метавсесвіт. Ця інноваційна платформа демонструє новий рівень розвитку українського ритейлу та підтверджує відданість компанії інноваціям і соціальній відповідальності. Крім того, компанія інвестує в будівництво портового терміналу, що сприятиме розвитку логістичної інфраструктури та покращенню постачання товарів [2].

Також компанія приділяє значну увагу соціальній відповідальності та реалізує низку суспільно важливих проєктів. Компанія підтримує малі й середні підприємства, інвестуючи в тих, хто потребує фінансування для розвитку власного бізнесу. У сфері освіти «Епіцентр» став будівельним партнером проєкту CLUST SPACE – сучасного смарт-укриття для студентів у Дніпрі, що забезпечує комфортні та безпечні умови для навчання [3].

Завдяки комплексному підходу до управління асортиментом, орієнтації на потреби клієнтів та впровадженню інноваційних рішень, «Епіцентр К» утримує лідерські позиції на українському ринку роздрібної торгівлі. Компанія продовжує вдосконалювати свої бізнес-моделі, розширювати асортимент та підвищувати рівень сервісу, щоб відповідати сучасним вимогам покупців і підтримувати високу конкурентоспроможність.

Подальший розвиток компанії передбачає відкриття нових магазинів, збільшення онлайн-присутності та впровадження нових технологічних рішень для покращення взаємодії з клієнтами. Завдяки цьому ТОВ «Епіцентр К» залишається не лише провідним ритейлером, а й важливим учасником економічного розвитку країни.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт ТОВ «Епіцентр К». URL: <https://epicentrk.ua>
2. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: Видавництво «Альпіна Паблішер», 2021. 720 с.
3. Офіційний сайт РІА. «Епіцентр К» презентував перший в Україні ритейл-метавсесвіт на Web Summit 2024 (2024, 5 березня). URL: <https://rau.ua/novyni/novini-partneriv/epicentr-web-summit-2024/>

УДК 330.342

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Роман Чубов,
аспірант,

ПВНЗ «Європейський університет», м. Київ

Сучасна економічна ситуація в Україні, поглиблена глобальною кризою, значно впливає на функціонування вітчизняних підприємств. Ефективне антикризове управління та забезпечення економічної безпеки стали ключовими аспектами для підприємств, які прагнуть захистити свою діяльність від різноманітних загроз.

Основною метою антикризового управління є своєчасне виявлення та реагування на кризові явища, що виникають як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі підприємства. Це включає в себе не лише попередження негативних наслідків, але й активне впровадження заходів щодо їх подолання та мінімізації.

У процесі антикризового управління особливу увагу слід приділяти персоналу підприємства. Залучення фахівців з різних сфер, таких як менеджмент, право, фінанси, економічна безпека, інформаційно-комунікаційні технології та психологія, є необхідним для комплексного підходу до вирішення кризових ситуацій. Формування спеціальних команд, які займаються