

## МЕТОДИ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

**ІВАШКО Марія,**

*здобувач вищої освіти,*

*Державний торговельно-економічний університет*

*Науковий керівник*

**Котова Марина,** канд. екон. наук, доц.,

*Державний торговельно-економічний університет*

**Ключові слова:** *роздрібна торгівля, retail, канали продажу, sales channels.*

**Keywords:** *retail trade, retail, sales channels, sales channels.*

У сучасному ритейлі, де конкуренція досягає небувалого рівня, а споживачі стають все більш вимогливими та обізнаними, ефективні методи продажу перетворюються на ключовий фактор успіху для будь-якої компанії. ТОВ «Епіцентр К» є одним із найбільших операторів роздрібної торгівлі в Україні, що спеціалізується на продажу товарів для дому, будівництва, ремонту, а також товарів для саду та городу. Заснована понад двадцять років тому, компанія змогла не тільки зайняти лідируючі позиції на ринку, але й продовжує активно розвиватися, адаптуючись до змінних умов ринку та вимог споживачів.

Відзначаючись інноваційним підходом до роздрібної торгівлі, компанія успішно реалізує гібридну модель продажу, яка об'єднує в собі переваги як традиційних, так і цифрових каналів продажу. Цей комплексний підхід не лише забезпечує високий рівень сервісу та зручності для споживачів, але й відкриває нові можливості для розвитку бізнесу.

Основою успіху ТОВ «Епіцентр К» є її гібридна модель продажу, яка ефективно інтегрує онлайн та офлайн канали. Омніканальний підхід дозволяє клієнтам здійснювати покупки з будь-якої точки світу через інтернет-магазин чи мобільний додаток, а також особисто відвідувати один з численних гіпермаркетів компанії. Це забезпечує не лише гнучкість та зручність вибору для покупців, але й сприяє підвищенню загальної задоволеності покупок завдяки можливості особисто ознайомитися з товаром перед купівлею або ж замовити доставку до дому.

Традиційні магазини «Епіцентр К» слугують не лише місцем для покупок, але й простором для натхнення та отримання нових ідей

для дому та саду. Просторі торговельні зали, які ретельно організовані за категоріями товарів, спрощують процес вибору. Консультації від досвідчених фахівців допомагають покупцям зробити обізнані вибори, надаючи детальну інформацію про товари та їх характеристики. Система самообслуговування та ефективно організовані касові зони сприяють оптимізації процесу покупки, зменшуючи час очікування та підвищуючи загальний комфорт покупців.

Впровадження інтерактивних технологій у магазинах, таких як віртуальна реальність для демонстрації товарів або додаткова реальність для візуалізації проектів ремонту, відкриває нові горизонти для покупців, перетворюючи звичайний шопінг на захоплюючий досвід. Ці технології не лише допомагають краще уявити кінцевий результат, але й значно спрощують процес вибору серед широкого асортименту.

Маркетплейс та мобільний додаток «Епіцентр К» відіграють ключову роль у цифровій стратегії компанії, забезпечуючи покупцям доступ до широкого асортименту товарів 24/7. Детальні описи, фотографії товарів, відгуки інших покупців, а також можливість порівняння товарів допомагають споживачам зробити обдуманий вибір. Соціальні медіа та електронні розсилки активно використовуються для комунікації з клієнтами, інформування про актуальні акції, знижки та новинки асортименту, залучаючи покупців до активної взаємодії.

«Епіцентр К» активно працює над персоналізацією своїх продажів, використовуючи аналітику даних для створення індивідуальних пропозицій для своїх клієнтів. Програми лояльності та спеціальні пропозиції допомагають зберігати інтерес покупців та зміцнюють їхню відданість бренду. Водночас, компанія не забуває про екологічну відповідальність, реалізуючи ініціативи з енергозбереження, використання екологічно чистих матеріалів у виробництві та пакуванні товарів, а також програми рециклінгу.

На шляху до оптимізації процесів продажу ТОВ «Епіцентр К» стикається з різноманітними викликами, включаючи підвищену конкуренцію та швидкі зміни в споживчих перевагах. Але завдяки неперервному інноваційному розвитку, впровадженню новітніх технологій та розширенню асортименту товарів, компанія успішно подолає ці виклики. Перспективи розвитку ТОВ «Епіцентр К» виглядають оптимістично, з огляду на здатність компанії адаптуватися до змін ринкового середовища та потреб споживачів.

Епіцентр активно розвиває власні виробничі лінії, що дозволяє не лише розширити асортимент ексклюзивних товарів, але й контро-

лювати їх якість та вартість, роблячи пропозиції більш привабливими для покупців. Крім того, компанія інвестує у розвиток логістичної інфраструктури, забезпечуючи швидку та ефективну доставку товарів по всій країні. Така стратегія не лише підвищує лояльність існуючих клієнтів, але й приваблює нових, завдяки гарантії якості та оперативності обслуговування.

Загалом, стратегія ТОВ «Епіцентр К» заснована на постійному вдосконаленні та інноваціях, що дозволяє компанії не лише утримувати лідерські позиції на ринку, але й активно впливати на розвиток роздрібної торгівлі в Україні. Впровадження новітніх технологій, розвиток власних брендів, акцент на екологічність та персоналізація обслуговування є ключовими факторами, що забезпечують високу конкурентоспроможність та задоволеність клієнтів.

### Список використаних джерел

1. Офіційний сайт «Епіцентр К»: <https://epicentrk.ua/>.
2. Річард Геммонд, Мистецтво торгівлі. Передові ідеї та стратегії від найуспішніших торгових компаній світу. – Київ: КМ-БУКС, 2019.

## ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

**ІЛЬЧЕНКО Наталія,**

*д-р екон. наук, проф.,*

*Державний торговельно-економічний університет*

*orcid.org/0000-0003-4052-571X*

**Ключові слова:** ланцюги постачання, цифрова трансформація, діджиталізація, Інтернет речей, Big data.

**Keywords:** supply chain, digital transformation, digitalisation, Internet of Things, Big data.

Цифрова трансформація стала необхідною для багатьох галузей, і логістика не є винятком. Цифрова трансформація ланцюгів постачання – це процес впровадження технологій та цифрових інструментів для оптимізації та удосконалення всіх етапів постачального ланцюга. Це охоплює збільшення ефективності управління запасами,