

Таким чином, впровадження такої стратегії дозволяє не лише зменшити екологічні ризики, а й відкрити нові ринки, залучити екологічно свідомих споживачів та інвесторів, зміцнити репутацію та забезпечити довготривалу ефективність діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

Ковальчук Т. Г., Загарій В. К. Інноваційні стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємств України. Економіка та суспільство. 2024. Випуск №59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-33>

УДК: 658.5:659.2

Василик В.С.,
здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: **Євтушенко О.А.,**
кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
Університет імені Альфреда Нобеля

КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

ТОВ «Епіцентр» є провідною українською компанією, що спеціалізується на роздрібній торгівлі, виробництві та аграрному секторі. Заснована у 2003 році, компанія перетворилася на омніканальну екосистему, яка об'єднує торговельні центри «Епіцентр» і «Нова лінія», інтернет-магазин та маркетплейс epicentrk.ua, мережу мультибрендових спортивних магазинів «Інтерспорт-Україна», агрохолдинг «Епіцентр Агро», заводи з виробництва керамічної плитки Epicentr Ceramic Corporation, деревообробне підприємство ЦБМ «Осмолода» та розгалужену логістичну інфраструктуру [1].

ТОВ «Епіцентр» є багатопрофільною компанією з розвиненою виробничою структурою та широким спектром послуг, що охоплюють роздрібну торгівлю, виробництво будівельних матеріалів, деревообробку, аграрний сектор та логістику, активно впроваджуючи інноваційні та екологічні рішення у своїй діяльності. Група компаній «Епіцентр» продовжує активно розширювати свої виробничі та логістичні потужності, впроваджуючи інноваційні технології та розвиваючи нові напрями діяльності [1].

Комунікаційні процеси відіграють ключову роль у системі менеджменту підприємства, забезпечуючи ефективну взаємодію між різними рівнями управління, підрозділами та співробітниками. Вони сприяють координації дій, обміну інформацією та прийняттю обґрунтованих рішень, що безпосередньо впливає на продуктивність та конкурентоспроможність організації.

ТОВ «Епіцентр К» є однією з найбільших національних мереж будівельно-господарських гіпермаркетів в Україні, що стабільно розвивається [1]. Перший гіпермаркет було відкрито у 2003 році в Києві, і станом на червень 2019 року мережа налічувала 52 торговельні центри по всій країні. Такий масштаб діяльності вимагає налагодженої системи комунікацій для ефективного управління та обслуговування клієнтів.

У сфері комунікаційної політики «Епіцентр К» використовує комплексний підхід, що включає різні елементи маркетингових комунікацій: зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, особистий продаж, прямий маркетинг та рекламу [1]. Зокрема, особисті продажі здійснюються через безпосереднє спілкування продавців-консультантів з клієнтами, телефонні консультації та контакт-центр інтернет-магазину. Це дозволяє оперативно реагувати на запити споживачів та підвищувати рівень обслуговування.

Однак, зважаючи на велику кількість співробітників, які безпосередньо контактують з клієнтами, у компанії можуть виникати проблеми, пов'язані з наданням неактуальної інформації або недостатньою координацією дій. Для вирішення цих питань доцільно впроваджувати сучасні засоби трейд-маркетингових та інтернет-комунікацій, що сприятиме покращенню координації та підвищенню ефективності роботи відділу продажів.

Крім того, «Епіцентр К» активно використовує зовнішню рекламу, друковані видання та інтернет-ресурси для донесення інформації до споживачів. Наприклад, реклама на бігбордах, друкована реклама в газетах та банерна реклама в Інтернеті є складовими медіа-плану компанії [1]. Управління комунікаційними процесами в «Епіцентр К» включає організацію бізнес-івентів та зустрічей з ключовими партнерами, що дозволяє обмінюватися інформацією, обговорювати стратегії розвитку та зміцнювати ділові відносини.

Загалом, ефективна система комунікаційних процесів у ТОВ «Епіцентр К» є невід'ємною складовою успішного менеджменту, що забезпечує злагоджену роботу всіх підрозділів, високий рівень обслуговування клієнтів та стійкі позиції компанії на ринку.

Список використаних джерел:

1. ТОВ «Епіцентр К»: офіційний сайт. URL: <https://epicentrk.ua/>.