

*Литюга Юлія,*

к.е.н., доцент, доцент кафедри комерційної діяльності і логістики,  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна  
e-mail: [lytiuha.yuliia@kneu.edu.ua](mailto:lytiuha.yuliia@kneu.edu.ua)

*Кубріна Вікторія,*

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти  
освітньо-професійна програма/спеціалізація «Комерційна діяльність і логістика»  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна  
e-mail: [kubrinavika@gmail.com](mailto:kubrinavika@gmail.com)

## УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

## MANAGEMENT OF THE SALES PROCESS AT THE ENTERPRISE

**Анотація.** У роботі розглянуто управління процесом продажу на прикладі ПрАТ "Філіп Морріс Україна". Досліджено основні етапи управління збутом, їх інтеграцію з логістичними процесами та вплив на загальну ефективність підприємства. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення продажів за допомогою впровадження CRM-систем та інноваційних логістичних рішень.

**Annotation.** The work deals with the management of the sales process on the example of PJSC "Philip Morris Ukraine". The main stages of sales management, their integration with logistics processes and the impact on the overall efficiency of the enterprise are studied. Recommendations for improving sales through the implementation of CRM systems and innovative logistics solutions have been developed.

**Ключові слова:** управління продажами, логістика, CRM-системи, збутова політика.

**Keywords:** sales management, logistics, CRM systems, sales policy.

Управління процесом продажу є однією з найбільш критичних функцій підприємства, яка безпосередньо впливає на його фінансові результати та ринкові позиції. З огляду на зростаючу конкуренцію, підприємствам необхідно постійно оптимізувати свої продажі, інтегрувати їх з іншими бізнес-процесами, зокрема логістичними операціями, для досягнення максимальної ефективності.

ПрАТ "Філіп Морріс Україна" є одним із найбільших представників тютюнової промисловості в Україні, тому дослідження його системи управління продажами є особливо актуальним. Ефективність управління продажами на цьому підприємстві залежить від багатьох факторів, включно з організацією збутової діяльності, управлінням взаєминами з клієнтами та інтеграцією логістики у процес продажу.

У дослідженні визначено, що процес продажу на підприємстві складається з кількох основних етапів:

1. Планування продажів, яке включає прогнозування попиту та розробку збутової стратегії.
2. Управління асортиментом продукції.
3. Взаємодія з клієнтами (включно з використанням CRM-систем).
4. Виконання логістичних операцій для забезпечення своєчасності поставок і зниження витрат.

Особливу увагу приділено взаємодії продажів з логістикою. Своєчасність поставок, мінімізація витрат на дистрибуцію та управління складськими запасами – це важливі чинники, які впливають на загальну ефективність продажів.

CRM-системи дозволяють підприємствам краще розуміти потреби клієнтів, ефективніше управляти замовленнями та формувати стратегії для утримання клієнтів. У ПрАТ "Філіп Морріс Україна" впровадження CRM-системи такої як SAP (System Applications and Products) дозволило покращити взаємодію з клієнтами та підвищити ефективність комунікацій. Це сприяло збільшенню обсягів продажу, зниженню витрат на маркетинг та покращенню задоволеності клієнтів.

Логістичні процеси мають вирішальне значення для успішної реалізації продукції. Вони включають управління запасами, транспортування, складування та оптимізацію поставок. Для підприємств тютюнової галузі важливо забезпечувати стабільне постачання продукції до споживачів у різних регіонах, що вимагає оптимізації логістичних процесів.

Рекомендації щодо покращення процесу продажу. На основі дослідження було запропоновано кілька шляхів удосконалення управління процесом продажу на ПрАТ "Філіп Морріс Україна":

1. Оптимізація логістичних витрат. Запровадження автоматизованих систем управління запасами дозволить знизити витрати на складування і транспортування.
2. Вдосконалення взаємодії з клієнтами через розширення функціоналу CRM-системи, що дозволить краще розуміти потреби клієнтів і персоналізувати пропозиції.
3. Впровадження сучасних інформаційних технологій для покращення прозорості ланцюга поставок, що дозволить більш ефективно управляти процесами продажу та зменшити ризики, пов'язані з затримками поставок.

Ефективне управління процесом продажу на підприємстві є ключовим фактором для забезпечення стабільного розвитку компанії та її успіху на ринку. Для ПрАТ "Філіп Морріс Україна" інтеграція логістичних процесів та вдосконалення взаємодії з клієнтами через CRM-системи дозволяє оптимізувати продажі та підвищити загальну ефективність підприємства. Запропоновані заходи з оптимізації процесу продажу сприятимуть зниженню витрат та покращенню фінансових результатів підприємства.

## Література

1. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою: навчальний посібник. – Харків: ХНЕУ, 2010. – 192 с.
2. Porter, M. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – New York: Free Press, 1985. – 557 p.
3. Azar, G., Cohen, M. Sales Management in Competitive Markets. – Springer, 2019. – 256 p.
4. Офіційний сайт Філіп Морріс: <https://www.pmi.com/markets/ukraine/uk/about-us>

УДК: 338.436:339.562/56

*Литюга Юлія*

*к.е.н., доцент кафедри комерційної діяльності і логістики*

*КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна*

*[lytiuha.yuliia@kneu.edu.ua](mailto:lytiuha.yuliia@kneu.edu.ua)*

*Котик Дарина*

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійна*

*програма/спеціалізація «Комерційна діяльність і логістика»*

*КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна*

*[kotuk.darina@gmail.com](mailto:kotuk.darina@gmail.com)*

## АВТОМАТИЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ: ОГЛЯД СУЧАСНИХ ПРОГРАМНИХ РІШЕНЬ ТА ЇХ ПЕРЕВАГИ

## AUTOMATION OF ASSORTMENT MANAGEMENT: OVERVIEW OF MODERN SOFTWARE SOLUTIONS AND THEIR ADVANTAGES

**Анотація:** розглянуто сучасні програми для управління асортиментом, які допомагають компаніям автоматизувати процеси, оптимізувати запаси та ефективніше реагувати на зміни попиту. Наведено огляд популярних програм, описано основні функції та переваги використання таких рішень у комерційній діяльності. Досліджено роль діджиталізації в управлінні асортиментом і окреслено перспективи впровадження новітніх технологій у цей процес.