

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Проектний та логістичний менеджмент: НОВІ ЗНАННЯ НА БАЗІ ДВОХ МЕТОДОЛОГІЙ



МАТЕРІАЛИ
V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

2025

Список джерел:

1. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. К.: ДАКККіМ. 2006. 160 с.
2. Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education Limited. 2016. 816 p.
3. Armstrong, G., & Kotler, P. *Marketing: An Introduction* (14th Edition). Pearson. 2020. 720p.
4. Корхіна І.А. Роль маркетингових інструментів у забезпеченні конкурентоспроможності портфеля проєктів. “Успіхи і досягнення у науці: журнал. 2025. № 8(18) 2025. С. 409-418. [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-8\(18\)-409-418](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-8(18)-409-418)

УДК 005.92(075.8)

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАПРОВАДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ПРАКТИКУ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Сумець Олександр Михайлович

доктор економічних наук, професор кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК»»

Співакова Надія Олександрівна

старший викладач кафедри економіки і підприємництва,
Харківський інститут ПрАТ ВНЗ «МАУП»

На сьогодні категорійний менеджмент (КМ) не можна вважати панацеєю від невдач. Це не чарівний засіб уникнення проблем з матеріальним забезпеченням. А стратегія КМ – це не план покращення ситуації. Щоб стратегія КМ надала можливість підвищити ефективність і результативність функціонування будь-якої організації для її реалізації необхідно підійти комплексно. По-перше, необхідно зрозуміти керівництву із чого саме необхідно розпочинати для переходу на КМ. По-друге, прописати послідовні етапи переходу на КМ. По-третє, необхідно провести зміни в організаційній структурі.

Для того, щоб здійснити перехід на КМ, керівництву необхідно зрозуміти той момент, що останній не можна запровадити якимось частинами чи в одному підрозділі в якості експерименту. Такий погляд на запровадження КМ необхідно зразу ж відкинути.

Від запровадження КМ буде отримано ефект за умови, якщо суб'єкт господарювання:

- по-перше, продумав стратегію управління асортиментом;
- по-друге, провів необхідні коригування формату надання товару чи послуг населенню;
- по-третє, оптимізував асортиментну політику закупівель сировини і матеріалів;

- по-четверте, вибрав методи аналізу роботи з асортиментом сировини і матеріалів, які закуповуються;
- по-п'яте, переглянув організаційну структуру, здійснив розподіл обов'язків між відділеннями і посадами;
- по-шосте, відпрацював чіткі критерії оцінки ефективності роботи персоналу.

Після того як будуть дотримані вище сформульовані умови переходу до КМ, необхідно буде пройти ще три етапи процедури запровадження останнього (рис. 1).

Змістовий опис робіт і дій у межах кожного етапу наведемо у формі таблиці (табл. 1).

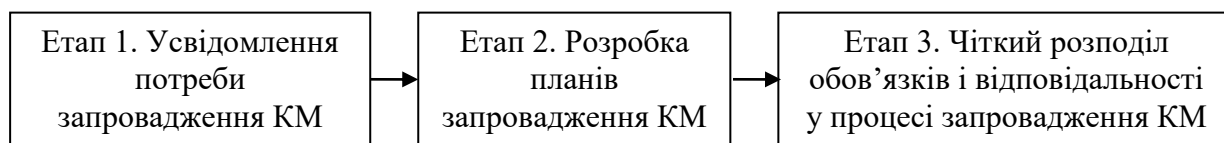


Рис. 1 - Етапи процедури запровадження категорійного менеджменту

Таблиця 1 - Деталізація робіт і дій, що повинні виконуватися у межах етапів переходу на категорійний менеджмент

Номер і назва етапу	Роботи і дії
1	2
1. Усвідомлення потреби запровадження КМ	1.Визначення і констатація розуміння КМ. 2.Визначення конкретних результатів, яких планується досягнути і встановлення показників їхньої оцінки. 3.Усвідомлення керівництвом необхідності запровадження КМ у діяльності суб'єкта господарювання (СГ).
2. Розробка планів запровадження КМ	1.Встановлення планових показників, яких СГ бажає досягти шляхом запровадження категорійного менеджменту; забезпечення повної наявності категорій в у СГ; зниження обсягів неліквідів товарної продукції і матеріалів; збільшення кредитних преференцій від постачальників тощо. 2.Здійснення інвентаризації ресурсів, що є в розпорядженні СГ (фінансових, людських, інформаційних, матеріальних); визначення того, що є недостатнім для забезпечення нормальної роботи; визначення достатності рівня кваліфікації персоналу для реалізації КМ.

Закінчення табл. 1

1	2
	<p>3.Визначення конкурентної стратегії і коригування формату діяльності СГ в аспекті покращення обслуговування клієнтів і підвищення рівня якості надання послуг чи товарів.</p> <p>4.Складання або ж коригування основних документів, що регламентують асортиментну політику при закупівлях сировини і матеріалів, устаткування тощо.</p> <p>5.Перегляд організаційної структури і опрацювання функцій, повноважень і відповідальності комерційного директора чи особи, яка відповідає за закупівлю товарно-матеріальних цінностей (МТЦ).</p> <p>Примітка: у процесі перегляду організаційної структури СГ слід врахувати ту обставину, що категорійний менеджмент передбачає матричну структуру, що вимагає узгодження планів закупівель МТЦ із всіма підрозділами і службами.</p> <p>6.Введення нової посади категорійного менеджера і розробка нових документів, що регулюють діяльність категорійного менеджера:</p> <ul style="list-style-type: none"> - посадової інструкції; - положення по вибір фахівця на посаду категорійного менеджера, про його навчання, про систему мотивації, про оцінку результатів його діяльності; - вимоги до кваліфікації. <p>Примітка: якщо виникає необхідність, то переглядаються штати категорійних менеджерів, проводиться їх атестація і підбір та навчання нових співробітників.</p> <p>7. Перегляд взаємовідносин з постачальниками і складання документів, що регламентують бізнес-процес закупівель кожної категорії. Підсилення відносин з тими постачальниками, хто готовий і має можливість працювати з урахуванням вимог категорійного менеджменту; приймається рішення про подальшу роботу з постачальниками.</p>
3. Чіткий розподіл обов'язків і відповідальності у процесі запровадження КМ	<p>1. Вибір ключових співробітників, спроможних відповідати за різні функції й етапи впровадження категорійного менеджменту.</p> <p>2.Формулювання задач і визначення бажаних результатів та показників, як часового, так і фінансового характеру.</p>

У висновку зазначимо, що за своєю сутністю все описане в табл. 1 характеризує стратегію запровадження категорійного менеджменту. Але додатково тут слід вказати на те, що її реалізація вимагає складання детального бізнес-плану, який повинен розпочинатися з постановки фінансових і операційних цілей, розподілу зон відповідальності між керівниками відділень і служб забезпечення, вказівки термінів виконання робіт, і закінчуватися вибором критеріїв оцінки досягнення планів.

Список джерел:

1. Що таке категорійний менеджмент? URL : <https://ledtest.vestum.ua/uk/study/shcho-take-kategoriinii-menedjment/>
2. Категорійний менеджмент у закупівлях. URL : <https://ip-sm.com/categorical-management-in-procurement/> (дата звернення : 15.01.2026).
3. Принципи категорійного менеджменту. URL : <https://planohero.com/uk/blog/key-category-management-principles/>
4. Кармелюк Влада. Що таке категорійний менеджмент? Побудова стратегії у ритейлі. URL : <https://datawiz.io/uk/blog/what-is-category-management-building-a-strategy-in-retail#:~:text>

УДК 005.92(075.8)

СУТНІСТЬ ІНТЕГРОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДОМ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Климович Роман Вікторович

аспірант кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК»»

Сумець Олександр Михайлович

доктор економічних наук, професор кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК»»

Вітчизняні заклади охорони здоров'я для свого розвитку нині потребують не тільки належного фінансування, нових технологій лікування хвороб, сучасного медичного устаткування, а й фахово розробленої інтегрованої стратегії [1-4]. Така стратегія на сьогодні для керівників таких закладів є новою і дещо незрозумілою.

У сучасній літературі економічної й менеджерської спрямованості є наявною точка зору на те, що інтегрована стратегія це стратегія яка поєднує у собі стратегії функціонального рівня (маркетингову, науково-дослідних розробок, виробничу, фінансову, логістичну, кадрову, матеріально-технічного забезпечення, зовнішньо-економічної діяльності) і загальні стратегії (зростання, підтримки, реструктуризації, скорочення діяльності, ліквідації).

Інша точка зору акцентує увагу на тому, що інтегрована стратегія це стратегія, яка у собі поєднує різні аспекти діяльності організації, включаючи й соціальну сферу. Зокрема, в публікації [3], що «інтегрована стратегія – це гнучкий до змін інструмент».

Інтегрована стратегія для закладу охорони здоров'я являє собою комплексну систему управлінських рішень, що забезпечує поєднання медичних, фінансових, логістичних, технологічних і соціальних компонентів діяльності для досягнення високої якості медичної допомоги, економічної стійкості та відповідності вимогам державної політики охорони здоров'я (рис. 1).