# Кваліфікаційні вимоги до менеджерів зі збуту флексографічних підприємств в аспекті підвищення споживчої цінності упаковки

# Мельничук В.М.

**Національний технічний університет України «КПІ»**

*E-mail:* [*vm\_melnychuk@ukr.net*](mailto:vm_melnychuk@ukr.net)

Науковий керівник: д.е.н., проф. Шульгіна Л.М.

Споживча нематеріальна цінність упаковки на рівні флексографічного підприємства формується шляхом створення оптимальних умов роботи із замовниками та розвитком відповідних відносин зі споживачами (виробниками масла). За результатами попередніх досліджень встановлено, що основну функцію у формуванні нематеріальної споживчої цінності упаковки виконує менеджер зі збуту, який у більшості випадків одночасно є менеджером проекту. Він вивчає потреби замовника (виробника продуктів харчування), умови його роботи, тобто отримує та опрацьовує усю вхідну інформацію, а потім трансформує цю інформацію у відповідні завдання іншим відділам підприємства (рис. 1). Саме тому керівництву флексографічних підприємств для підвищення рівня нематеріальної споживчої цінності доцільно, по-перше, приділяти достатньо уваги рівню кваліфікації та навчанню менеджерів зі збуту, а по-друге, необхідно організувати роботу всього підприємства належним чином, враховуючи відповідне організаційне забезпечення кожного проекту.

У процесі дослідження кваліфікаційних характеристик менеджерів зі збуту флексографічного підприємства було встановлено, що до них висуваються найвищі вимоги, які разом складають високий рівень професіоналізму, а саме: поєднання рис адміністратора та лідера; вміння враховувати інтереси всіх сторін, що беруть участь у бізнесі (як замовників – виробників продуктів харчування, так і флексографічних підприємств); наполегливість і комунікабельність; уміння бути стратегом, перетворювати інформацію у факти, а їх – у знання; спроможність добувати та фільтрувати інформацію, вибирати з неї найважливішу для певного моменту та /чи акумулювати на перспективу; визначати важливість інформації, її багатоаспектність; уміння переконувати та інші.

***менеджер проекту/ менеджер відділу продажу***

**Юридичний відділ**

**Відділ дизайну**

**Виробництво /друк**

**Відділ післядрукових робіт**

**Бухгалтерія, комірник**

**Відділ транспортної логістики**

*проект договору, документи*

*вимоги до розробки макетів*

*технічне завдання*

*схеми намотування*

*вимоги до оформлення*

*маршрутне завдання*

*звіт про виконання*

*звіт про виконання*

*звіт про виконання*

*вихідна документація*

***Виробник масла***

*вимоги*

*цінність*

*макет на затвердження*

*договір,юр. документація*

Рис. 1. Місце менеджера проекту в механізмі створення цінності упаковки [розроблено автором]

Під час формування (удосконалення) та оцінювання кваліфікаційних характеристик менеджерів із продажу флексографічних підприємств доцільно врахувати таку особливість як етапність процесу продажу та виробництва поліграфічної продукції (упаковки). Російські науковці [1] особливо наголошують на тому факті, що процес продажу поліграфічних товарів передує процесу їх виробництва. Тому, на менеджерів проекту покладаються додаткові функції планування, передбачення та контролю за виконанням кожного проекту. Саме тому менеджер повинен не тільки організувати процес виконання замовлення, але й передбачити слабкі місця та усунути можливі помилки проекту, що потребує високого рівня кваліфікації та наявності аналітичного мислення.

**Список літератури**

1. Иванов П.К., Самарин Ю.Н. Автоматизированные информационно-управляющие системы в полиграфии [Електронний ресурс] / Журнал САПР и графика, №2, 2007 г. – Електорон. дан. (1 файл). Режим доступу: <http://www.compress.ru/article.aspx?id=17350&iid=800>. – Назва з екрану.

2. Харченко С.В. Управлінські аспекти забезпечення результативності використання потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / Актуальні проблеми економіки №8 (98), 2009, – Електорон. дан. (1 файл). Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/APE/2009_8/141-149.pdf>. – Назва з екрану.

# 3. Ілющенко Б.М., Шаповал І.А., Контурова С.М. Методика визначення рівня задоволеності замовників [Електронний ресурс] / Вісник Доцецького національного університету, сер. В: Економіка і право, вип. 1, 2010 р. – Електорон. дан. (1 файл). Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VDU_ekon/2010_1/vdu1-2010/149.pdf>. – Назва з екрану.