

Родионова Е.В., Щербатов А.Д.  
 Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
 учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
 имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
 602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
 E-mail: rod\_elen@mail.ru

### **Разработка ассортиментной политики как этап совершенствования управления продуктовым портфелем предприятия (на примере ООО «КасимовХлеб»)**

В современных условиях развития отечественной экономики для менеджмента предприятий все большее значение приобретает управление ассортиментом выпускаемой продукции на предприятии и его качество. Это обусловлено возросшими требованиями к этим результатам деятельности фирм, как со стороны государства, международных организаций, так и потребителей продукции. Именно поэтому управление ассортиментом выпускаемой продукции и его качеством – одно из самых главных направлений деятельности каждого предприятия.

Особую значимость это направление приобретает сейчас, когда к товару со стороны потребителя предъявляются повышенные требования по качеству и ассортименту, и от эффективности работы предприятия с производимым товаром зависят все экономические показатели и занимаемая рыночная доля.

Для разработки ассортиментной политики ООО «КасимовХлеб» проведем сегментацию рынка, на основании которой определим целевые рыночные сегменты.

Проанализируем социально-демографический состав потребителей ООО «КасимовХлеб» (таблица 1). Для анализа выделено 4 характеристики: доход потребителя, район его проживания и его возраст, а также тип покупателя.

Таблица 1 – Социально-демографический состав потребителей

Характеристика	Доля, %
<b>Доход потребителя</b>	
С относительно низким доходом	35
Средний доход	40
С относительно высоким доходом	25
<b>Географический регион проживания потребителя</b>	
г. Касимов	77
Касимовский район	23
<b>Возраст потребителя</b>	
До 30 лет	27
30-60 лет	34
Старше 60 лет	39
<b>Тип покупателя</b>	
Физические лица	86
Юридические лица	14

Таким образом, из таблицы 1 видно, что основными потребителями продукции ООО «КасимовХлеб» являются физические лица со средним уровнем доходов, в возрасте старше 60 лет и проживающие в г. Касимов.

Затем проанализируем требования покупателей к качеству хлебобулочных изделий (таблица 2).

Таким образом, хлебобулочные изделия, имеющие нетоварный вид, не будут приобретаться покупателями. В связи с этим ООО «КасимовХлеб» необходимо вести тщательный контроль за технологическим процессом производства продукции, а также применять выходной контроль за внешним видом.

Таблица 2 – Требования покупателей к качеству хлебобулочных изделий

Наименование показателя	Изделия хлебобулочные из пшеничной муки	Изделия хлебобулочные из ржаной и смеси ржаной и пшеничной муки
Внешний вид		
Форма и поверхность	Ровная, без вмятин и повреждений, поджаристая корочка	Ровная, без вмятин и повреждений, поджаристая корочка
Цвет	От светло-желтого до темно-коричневого	От светло-коричневого до темно-коричневого
Состояние мякиша	Пропеченный, не влажный	Пропеченный
Вкус	Без постороннего привкуса. При использовании пищевкусовых добавок – привкус, свойственный внесенным добавкам	Без постороннего привкуса. При использовании вкусоароматической добавки – привкус, свойственный внесенной добавке
Запах	Без постороннего запаха. При использовании ароматических добавок – запах, свойственный внесенным добавкам	Без постороннего запаха. При использовании вкусоароматической добавки – запах, свойственный внесенной добавке

Проведем анализ ассортимента хлебобулочных изделий, производимых ООО «КасимовХлеб» (таблица 3).

Таблица 3 – Ассортимент хлебобулочных изделий ООО «КасимовХлеб»

Наименование	Количество позиций, представленных на предприятии
1 Хлебобулочные изделия из пшеничной муки	2
- батон «Горчичный»	1
- батон «Нарезной»	1
2 Хлебобулочные изделия из ржаной муки	1
- хлеб «Дарницкий»	1
3 Хлебобулочные изделия из смеси ржаной и пшеничной муки	1
- хлеб «Бородинский»	1
Итого	4

Таким образом, из таблицы 3 видно, что хлебобулочных изделий ООО «КасимовХлеб» представлены двумя позициями хлебобулочных изделий из пшеничной муки, одной позицией хлебобулочных изделий из ржаной муки и одной позицией хлебобулочных изделий из смеси ржаной и пшеничной муки.

Проанализируем ассортимент кондитерских изделий, производимых ООО «КасимовХлеб» (таблица 4).

Таблица 4 – Ассортимент кондитерских изделий ООО «КасимовХлеб»

Наименование	Количество позиций, представленных на предприятии
Пряники	2
Мармелад	1

Лукум	2
Итого	5

Таким образом, из таблицы 4 видно, что кондитерские изделия представлены двумя позициями пряников (классические и шоколадные), одной позицией мармелада и двумя позициями лукума (ванильный и шоколадный).

Из анализа ассортимента продукции, производимой ООО «КасимовХлеб», видно, что у исследуемого предприятия он очень узкий, в связи с этим ассортиментной политикой должна быть предусмотрена программа по расширению ассортиментных позиций как среди хлебобулочных, так и среди кондитерских изделий.

Следует разработать Положение об ассортиментной политике, которое будет содержать порядок введения и вывода товарных позиций, а также стратегии по их поддержанию и продвижению. Формирование Положения об ассортиментной политике позволит предприятию более четко следить за своими товарными позициями и принимать соответствующие меры по изменению ассортимента.

### Литература

1. Гукасян Н.А. Маркетинг для предпринимателей. Просто о сложном. – СПб.: БХВ-Петербург, 2019. – 176 с.
2. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебник. – М.: Дашков и Ко, 2019. – 300 с.
3. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в предпринимательской деятельности. Учебник. – М.: Дашков и Ко, 2019. – 266 с.