

## **ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ КРУПНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ**

*Молчанова Евгения Алексеевна, студентка 4 курса группы Д-Э419 института экономики и управления АПК, ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева*

*Научный руководитель - Романюк Мария Александровна, к.э.н. доцент кафедры управления, ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева*

***Аннотация.** В статье рассматривается классификация стратегий для развития организаций и предлагается наилучшая из них для крупной логистической компании, с целью получения большей прибыли.*

***Ключевые слова:** Стратегия, классификация стратегий роста, зерно, зернохранилище.*

## **JUSTIFICATION OF THE PRODUCT SALES STRATEGY FOR A LARGE LOGISTICS COMPANY**

*Molchanova Evgeniya Alekseevna, 4th year student of group D-E419 of the Institute of Economics and Management of the Agroindustrial Complex, Russian State Agrarian University-Moscow State Agricultural Academy*

*Scientific supervisor - Maria Alexandrovna Romanyuk, Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of Management, Russian State Agrarian University-Moscow State Agricultural Academy*

***Annotation.** The article considers the classification of strategies for the development of organizations and suggests the best one for a large logistics company in order to make more profit.*

***Key words:** strategy, classification of growth strategies, grain, granary.*

Цель исследования – определить наиболее эффективную стратегию предприятия

Любое предприятие должно иметь долгосрочную стратегию и план развития. Стратегия определяется через типовые классические стратегии, описанные в теории стратегического менеджмента.

Чтобы не сбавлять темпы и двигаться к цели планомерно, бизнесу нужна стратегия. Она определяет направление развития и способствует принятию управленческих решений в изменчивой конкурентной среде. Соблюдая план стратегии, все сотрудники и подразделения организации действуют гармонично,

как единый механизм. Разные виды бизнеса требуют различных стратегических подходов для эффективного управления.

Бизнес-стратегия — это направление, которого должна придерживаться организация, чтобы достичь конкретной цели.

Существует подробная классификация экономических стратегий: корпоративные, бизнес (деловые), функциональные и операционные.

Таблица 5

### Типология экономических стратегий

| Иерархия стратегий                            | Сущность                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Важные направления стратегии                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Корпоративная стратегия</b>                | Общий план управления диверсифицированной компанией, описывающий действия по достижению определенных позиций в различных отраслях и подходы к управлению отдельными видами деятельности.                                                                                                               | 1. Освоение и укрепление                                                                                                                                  |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2. Повышение производительности всех подразделений                                                                                                        |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 3. Превращение элементов межфирменного соответствия в конкурентное преимущество                                                                           |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 4. Установка инвестиционных приоритетов и                                                                                                                 |
| <b>Бизнес-стратегия или деловая стратегия</b> | Разрабатываемый менеджментом план управления одним подразделением для достижения его оптимальной производительности и конкурентоспособности на рынке                                                                                                                                                   | 1. Реакцию на изменения в отрасли, экономике и иных                                                                                                       |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2. Разработку конкурентной стратегии и рыночной политики, обеспечивающих устойчивое преимущество на рынке                                                 |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 3. Накопление необходимых знаний и средств производства                                                                                                   |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 4. Координацию стратегических инициатив функциональных подразделений                                                                                      |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 5. Решение конкретных стратегических проблем компаний                                                                                                     |
| <b>Функциональная стратегия</b>               | План управления функциональной единицей в рамках одного подразделения компании                                                                                                                                                                                                                         | Стратегии для каждой основной функциональной единицы или структуры: НИОКР, производства, маркетинга, обслуживания клиентов, сбыта, финансов, кадров и пр. |
| <b>Операционная стратегия</b>                 | Задача, которая содержит принципы руководства ключевыми структурными единицами (заводами, отделами продаж, центрами распределения) в их повседневной стратегически значимой деятельности (рекламные кампании, закупка сырья, управление запасами, ремонт и профилактика, транспортировка) и конкретные |                                                                                                                                                           |

Стратегии бывают разными: по росту, развитию продукта, объединению компаний, сокращению. У крупных предприятий обычно есть несколько планов — свой для каждого направления.

Классификация базовых стратегий роста фирмы играет ключевую роль в стратегическом управлении и включает в себя [5]:

- 1) Стратегию концентрированного роста
- 2) Стратегию интегрированного роста
- 3) Стратегию диверсифицированного роста
- 4) Стратегию сокращения

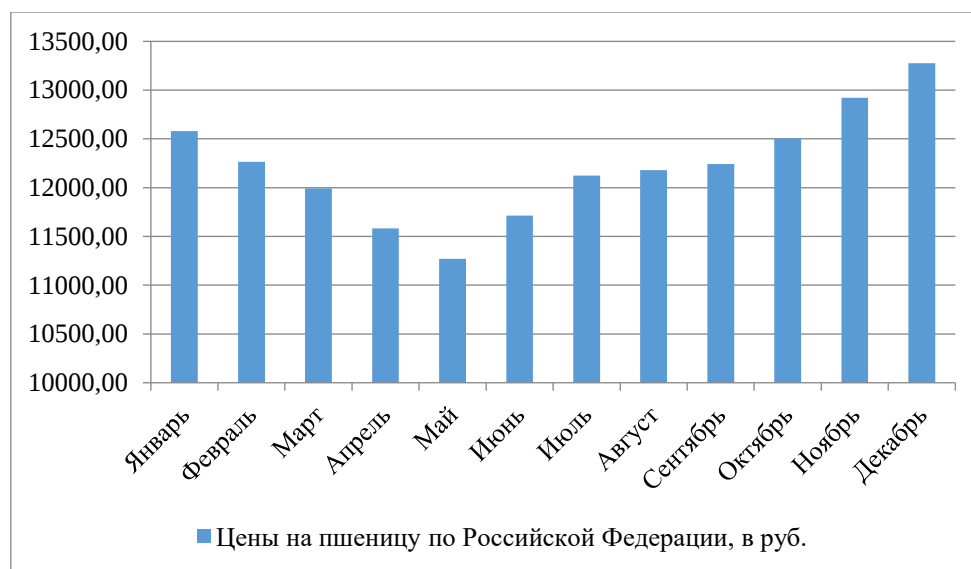
В нашем случае рассматривается компания ООО «КСМ». Она с 2009 года сотрудничает с производителями, покупателями, партнерами и перевозчиками из

разных регионов и занимается куплей-продажей сельскохозяйственными товарами.

Именно поэтому для компании «КСМ» предложена стратегия диверсифицированного роста, которая состоит в том, что организации необходимо введение смежного вида деятельности, такого как хранения зерна. Для этого решено построить зернохранилище, чтобы с минимальными затратами хранить зерно до момента его реализации с целью получения наибольшей прибыли.

В настоящее время в России существенный дефицит зернохранилищ. Так, по сведениям Национального союза зернопроизводителей, нехватка мощностей для хранения зерна достигает 20 млн. тонн. Это негативным образом отражается на качестве продукта — зерно прорастает. При норме доли пророщенного зерна в 1% в среднем в России этот показатель достиг 7–10%, а для Центральной России — беспрецедентные 20%. Емкость действующего парка зернохранения в России оценивается Минсельхозпромом в 138 млн тонн, из них мощности элеваторного типа — лишь около 34 млн тонн, остальное — склады напольного хранения. При этом из 34 млн тонн элеваторных емкостей лишь 40% находится в состоянии, способном обеспечить сохранность количества и качества зерна, что связано с устареванием элеваторного фонда России.

Одной из сложностей агробизнеса является сезонность, причем не только в производстве, но и в продажах. В рамках одного сезона цены подвержены колебанию. Обратимся для наглядности к рисунку 1.



**Рисунок 5 - Средние цены на приобретение зерна промышленными организациями за 2023 г. (составлено автором по данным «ЕМИСС»)**

На рисунке видно, что наибольшие цены на зерно в январе, октябре, ноябре и декабре. Сезонность на рынке пшеницы заключается в том, что цены этой культуры имеют тенденцию к снижению с весны до июльского урожая, а затем начинают расти с этих минимумов осенью и зимой.

Для того, чтобы реализовать пшеницу в период наибольших цен, но купленную по минимальной стоимости, компании ООО «КСМ» необходимо место для хранения этой продукции.

Таким образом, для успешного развития организации «КСМ» выбрана стратегия диверсифицированного роста. В рамках реализации данной стратегии мы выполняем следующий комплекс мероприятия, который включает в себя строительство зернохранилища.

### **Библиографический список**

1. Государственная система статистики [Электронный ресурс] URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/57705#>
2. Романюк, М. А. Стратегическое планирование развития сельского хозяйства России / М. А. Романюк // Экономика сельского хозяйства России. — 2021. — № 9. — С. 12-16. — DOI 10.32651/219-12.
3. Иванова Т. Л. Систематизация методов и инструментов стратегического управления предприятием в соответствии с его этапами в условиях неопределенности // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. — 2021. — 7 (49). — С. 107—112.
4. Тиндова М. Г. Анализ методов стратегического управления предприятием // Экономика XXI века: инновации, инвестиции, образование. — 2021. — № 1. — С. 37—42.
5. Климова П. А. Механизм стратегического управления современным предприятием // Менеджер. — 2022. — 4 (102). — С. 42—48.