

УДК 656.078

DOI 10.52928/2070-1632-2025-72-3-63-68

**ВЫБОР БИЗНЕС-МОДЕЛИ КАК МЕТОД АДАПТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ
ОРГАНИЗАЦИЕЙ ТРАНСПОРТНОГО БИЗНЕСА***канд. экон. наук, доц. Е.В. ТАБАЧНИКОВА**(Государственный университет морского и речного флота**имени адмирала С.О. Макарова, Санкт-Петербург,**Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики)*

Динамика и негативное влияние факторов внешней среды требуют от транспортных организаций формирования системы управления устойчивостью. Адаптивность как одно из условий устойчивости является необходимым свойством организации, функционирующей в условиях рынка. Выбор бизнес-модели рассматривается в числе методов структурной адаптации организации. В основу исследования взято предположение о том, что модель бизнеса максимально учитывает изменения рыночной конъюнктуры и позволяет сформировать то предложение, которое соответствует параметрам существующего рынка и потенциалу самой организации. В рамках исследования были поставлены задачи выявления факторов, влияющих на устойчивость транспортной организации, рассмотрения видов адаптации организации, разработки классификации бизнес-моделей применительно к организациям транспортного бизнеса, анализа факторов, влияющих на выбор бизнес-модели транспортной организацией.

Ключевые слова: бизнес-модель, методы адаптивного управления, устойчивость организации, виды бизнес-моделей, факторы формирования бизнес-модели транспортной организации.

Введение. Транспорт является инфраструктурной отраслью и помимо основной функции – обеспечения перевозок грузов и пассажиров – выполняет социальную и стратегическую роли. В условиях высокой динамики факторов внешней среды требуется формирование системы управления, ориентированной на обеспечение устойчивости как организаций отрасли, так и транспортной системы регионов и страны в целом. Устойчивость социально-экономической системы на уровне организации и на уровне отрасли предлагается рассматривать через совокупность трех свойств: равновесия, адаптивности и стационарности. В свою очередь обеспечение адаптивности системы предполагает применение методов адаптивного управления, к числу которых автором отнесен такой метод, как выбор и формирование бизнес-модели организации.

Проведенное исследование основано на предположении, что выбор модели бизнеса, учитывающий изменения рыночной конъюнктуры, позволяет сформировать предложение, соответствующее параметрам целевого рынка и потенциалу рассматриваемой организации, что и обеспечивает её адаптивность. В рамках исследования были поставлены задачи выявления факторов, влияющих на устойчивость транспортной организации, рассмотрения видов адаптации организации, разработки классификации бизнес-моделей применительно к организациям транспортного бизнеса, анализ факторов, влияющих на выбор бизнес-модели транспортной организацией.

В рамках исследования были применены методы обработки вторичной информации (анализ и синтез), метод опроса, методы обработки и анализа статистических данных.

Основная часть. Вопросы адаптивного управления и управления устойчивым функционированием организаций не теряют своей актуальности на протяжении нескольких десятилетий, а именно – с момента перехода экономики к условиям рынка. Вопросы управления адаптивностью и устойчивостью предприятий и организаций находятся в сфере научных интересов как российских [1–6 и др.], так и зарубежных исследователей [7–10 и др.].

В общем случае под устойчивостью понимают способность системы возвращаться в состояние равновесия после того, как она была из этого состояния выведена в результате воздействия внешних или внутренних факторов. Адаптивное управление предполагает применение системы методов и принципов, позволяющих организациям оперативно реагировать на изменения внешней среды, трансформируя, прежде всего, параметры внутренней среды и приспосабливаясь таким образом к новым условиям.

Среди факторов, оказывающих наиболее ошутимое давление на устойчивость организаций транспортного бизнеса, необходимо отметить следующие:

1) кадровая ситуация на отраслевом рынке труда, характеризующаяся по ряду профессий превышением спроса над предложением;

2) геополитическая ситуация, обусловленная введенными санкциями, привела к трансформации цепей поставок на многих рынках (так, например, существенно вырос грузопоток в южном направлении, благодаря режиму реэкспорта товаров через Турцию, Иран, Грузию и др.);

3) изменение в сторону ужесточения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность организаций транспортной отрасли (например, изменения к Федеральному закону № 87-ФЗ «О транспортно-экспедиционной деятельности», вступившие в силу с 01.09.2025, предусматривают обязательное применение ЭТрН (электронной транспортной накладной), штрафы за ненадлежащее хранение документов и др.);

4) цифровизация (внедрение цифровых технологий в организацию перевозок, в управление жизненным циклом инфраструктуры и транспортных средств, в управление транспортным комплексом и т.д.);

5) инфляционный рост цен на ресурсы;

6) усиление требований экологического характера к деятельности транспортной организации (государственная политика, стимулирующая переход на более «экологичный» транспорт и снижение негативного воздействия на окружающую среду);

7) структура отраслевого рынка – совокупность характеристик, определяющих характер взаимодействия производителей и покупателей и влияющих на отношения конкуренции, ценообразование и поведение участников рынка.

Следует также отметить, что предпринимателями, осуществляющими деятельность в сфере оказания услуг, среди наиболее значимых, были отмечены следующие факторы: недостаточный спрос (42% ответов респондентов); высокий уровень налогообложения (42% ответов респондентов); недостаток квалифицированного персонала (33%) [11]. Таким образом, вопросы адаптации организации к изменению условий являются актуальными и предполагают применение методов адаптивного управления, к числу которых следует отнести такие методы как:

- диагностика состояния объекта управления;
- прогнозирование состояния факторов внешней среды организации;
- имитационное моделирование;
- управление рисками;
- выбор и формирование бизнес-модели;
- создание блока настроек объекта управления;
- формирование гибкой организационной структуры;
- внедрение инноваций в деятельность организации;
- развитие трудового потенциала;
- управление изменениями и др.

В зависимости от способа реализации (изменение параметров, структуры или входного сигнала производственной системы) различают параметрический, структурный и сигнальный виды адаптации.

Параметрическая адаптация предполагает автоматическое изменение отдельных параметров производственного процесса в зависимости от ситуации. Применительно к деятельности транспортной организации, к средствам параметрической адаптации следует отнести изменение технологии перевозок, перераспределение работ между подразделениями (исполнителями), изменение графика выезда на линию подвижного состава и др.

Сигнальная адаптация подразумевает способность системы реагировать на сигналы обратной связи от элементов объекта управления. К средствам сигнальной адаптации транспортной компании можно отнести изменение маркетинговой и тарифной политики, разработку и внедрение норм расхода материальных ресурсов, оптимизацию портфеля заказов, внедрение системы КРП для сотрудников определенной категории и т.д.

Структурная адаптация относится к способности системы менять собственную архитектуру или состав подсистем в зависимости от потребностей рынка, изменений в технологии производства, специфики заказа клиента. В составе средств структурной адаптации транспортной организации можно назвать такие мероприятия, как создание дочерних предприятий, диверсификация деятельности, ликвидация и создание подразделений, изменение бизнес-модели организации и др.

В рамках процесса адаптации формируется / выбирается из сформированных ранее блок настроек, который может включать методы одного или нескольких видов адаптации. При этом реализация актуальных для организации методов адаптации предполагает использование тех/иных элементов объекта управления (факторов внутренней среды организации) в соответствии с выбранной конфигурацией блока настроек (рисунок 1).

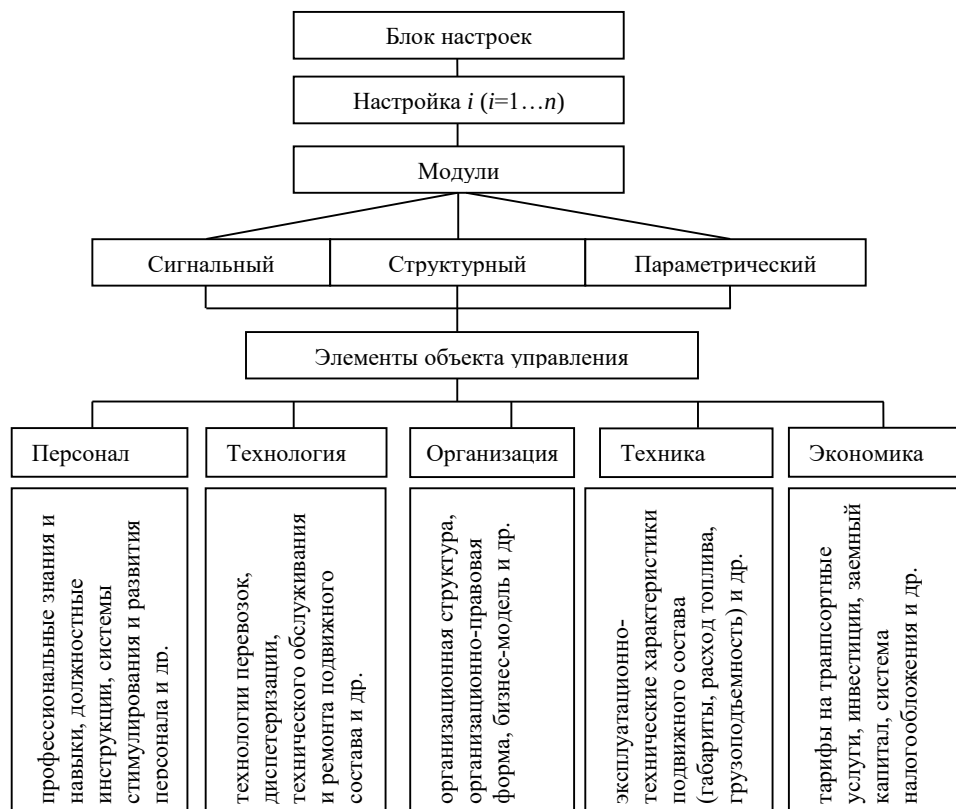


Рисунок 1. – Структура блока настроек грузового автотранспортного предприятия

Таким образом, адаптивность организации зависит от решения ключевых вопросов функционирования, к числу которых относится выбор бизнес-модели. Под бизнес-моделью понимается структура бизнес-процессов и связей между ними, которые используются для планирования, контроля и коррекции деятельности организации [12].

Для формирования бизнес-модели используется широкий спектр инструментов. В рамках исследования использовался подход, предложенный Александром Остервальдером и Ивом Пенье, модифицированный Стивом Бланком и получивший на практике достаточно широкое распространение. Согласно данному подходу, бизнес-модель транспортной организации формируется на основе предлагаемого шаблона, состоящего из следующих основных элементов [14]:

1) «потребительские сегменты» – целевая аудитория – те клиенты, на кого нацелены в первую очередь услуги организации;

2) «ценностное предложение» – параметры услуги, обуславливающие уникальность, привлекательность и ценность предложения организации;

3) «ключевые партнеры» – перечень компаний, сотрудничество с которыми осуществляется (планируется осуществлять) на постоянной основе, при этом выделяют четыре вида сотрудничества – стратегическое, соконкуренция, совместное предприятие, отношения с поставщиками;

4) «каналы сбыта» – способы взаимодействия организации с клиентами, обуславливающие выполнение таких функций, как повышение степени осведомленности об услугах организации, формирование ценностного предложения организации, обеспечение постпродажного сервиса для клиентов;

5) «взаимоотношения с клиентами» – алгоритм оказания услуги (например, самообслуживание, персональное обслуживание, особое персональное обслуживание – закрепление менеджера за каждым клиентом, автоматизированное обслуживание и др.);

6) «доходы организации» – услуги, за которые организация получает доходы (реализация транспортных услуг, предоставление в аренду активов и т.д.);

7) «ключевые ресурсы» – материальные, интеллектуальные, трудовые, финансовые;

8) «ключевые виды деятельности» – действия организации, которые необходимы для реализации её бизнес-модели (производство, сервис, посреднические услуги, консалтинг, создание и поддержка функционирования цифровой платформы);

9) «структура издержек» – приведение и анализ постоянных и переменных затрат с указанием величины единовременных вложений и текущих затрат на осуществление деятельности.

Бизнес-модель следует отнести к внутренним факторам и жестким элементам системы управления организации. Вопросы, связанные с выбором и формированием бизнес-модели организации, широко обсуждаются как в научной среде, так и среди практиков [13–15 и др.].

С учетом специфики условий функционирования организаций на рынке транспортных услуг предлагается добавить в приведенный шаблон следующие два элемента:

– «фокус инвестиционной политики» (логистические активы, персонал и др.);

– «масштаб деятельности организации» (численность парка подвижного состава, среднесписочная численность персонала, объем выручки за период).

На рисунке 2 приведена графическая интерпретация шаблона бизнес-модели, выполненная в соответствии с подходом А. Остервальда и И. Пенье и с учетом дополнительных элементов, значимых для организаций транспортной отрасли. Следует отметить, что характер взаимосвязей между структурными элементами отражает авторский взгляд на порядок формирования бизнес-модели.

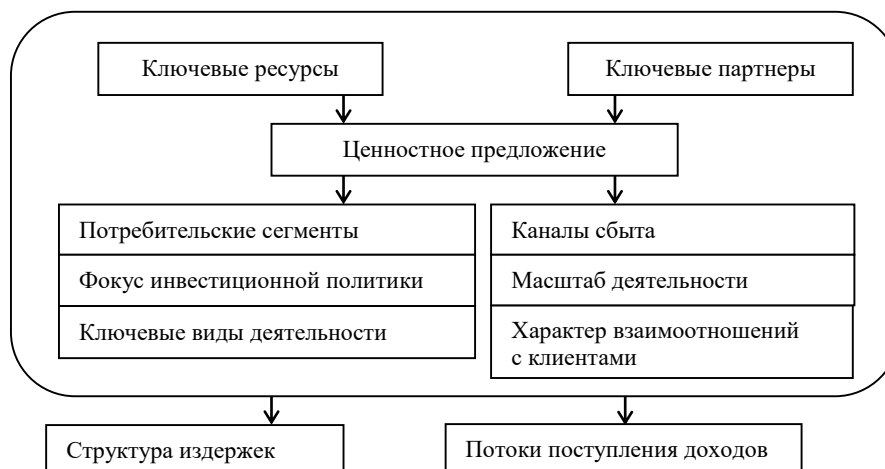


Рисунок 2. – Структурные элементы бизнес-модели транспортной организации

Здесь представляется необходимым отметить тесную взаимосвязь между выбором бизнес-модели организации и этапом её жизненного цикла. Традиционно выделяют четыре основных этапа в развитии организации,

а именно: зарождение, рост, зрелость, снижение (упадок). Для каждого из этапов характерны свои особенности организационного поведения. При этом идентификация того этапа, на котором в настоящий момент находится конкретная организация, – задача непростая, поскольку перечень универсальных однозначно сформулированных признаков по каждому из этапов жизненного цикла пока не определен.

Исследователи отмечают, что одним из условий устойчивости бизнеса является выбор и реализация бизнес-модели, соответствующей и возрасту организации, и вызовам внешней среды. Таким образом, следует сделать вывод, что с течением времени любая бизнес-модель нуждается в смене или трансформации. На основе аналитических и статистических данных, отражающих состояние и развитие рынка грузовых автоперевозок, была предложена типология бизнес-моделей автотранспортных компаний, представленная на рисунке 3.

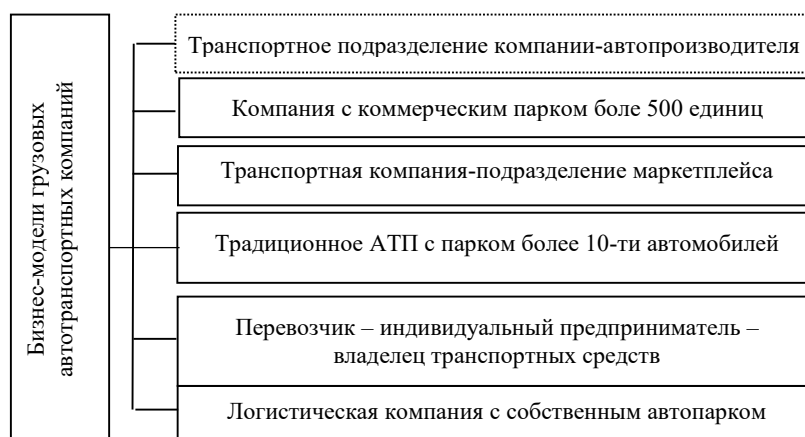


Рисунок 3. – Виды бизнес-моделей грузовых автотранспортных организаций

К преимуществам крупномасштабного бизнеса – бизнес-модель «Компания с коммерческим парком более 500 ед.» – следует отнести потенциальный эффект масштаба, возможность получения количественных скидок от поставщиков (топливо, запасные части и материалы, подвижной состав), сравнительно невысокие транзакционные издержки, доступ к заемному капиталу. Компании с устойчивыми грузопотоками (промышленные предприятия, крупные торговые компании и т.д.), использующие услуги наемного транспорта, заинтересованы в сотрудничестве, прежде всего, с крупными перевозчиками. Такие грузовладельцы предъявляют высокие требования к транспорту, водителям, их компетенциям и т.д. Перевозчик с собственным парком может гарантировать исполнение всех этих требований. Крупные транспортные компании, давно работающие на рынке, как правило, имеют долгосрочные стратегии развития и финансовую «подушку безопасности». В то же время к деятельности крупных компаний предъявляются требования повышенной информационной прозрачности как со стороны инвесторов, так и со стороны органов государственного управления и прочих заинтересованных сторон.

К сравнительным недостаткам бизнес-модели «Компания с коммерческим парком более 500 ед.» следует отнести снижение гибкости управления, обусловленное сложной вертикальной иерархией, и необходимость решения задачи поиска загрузки для большого числа транспортных средств, решение которой во многом зависит от сложившейся рыночной конъюнктуры. Транспортной компании при такой бизнес-модели нужен стабильный объем работы по выгодным ставкам. Следует отметить, что существует экспертное мнение о границах эффективного масштабирования в сфере грузовых автоперевозок в 800–1000 единиц подвижного состава. Приоритетной задачей для таких компаний, преимущественно, является повышение операционной эффективности. Кроме того, крупные транспортные компании острее ощущают дефицит кадров.

Особенностью бизнес-модели «Компания с коммерческим парком более 500 ед.» является потенциальная возможность трансформации в платформу-агрегатор. Многие крупные транспортные компании имеют собственные IT-экосистемы, которые перевозчики либо используют для собственных нужд, либо монетизируют. В данном случае возможности цифровых платформ усиливают преимущества транспортных компаний.

По мнению ряда экспертов, бизнес-модель, имеющая условное название «Традиционное АТП с парком более 10-ти автомобилей», постепенно уходит в прошлое. При этом решающими являются такие факторы, как цифровизация бизнес-процессов и дефицит кадров. Такие компании располагают собственным парком автомобилей, как правило, в пределах 10–200 единиц, имеют подразделения вспомогательного (собственную ремонтную базу и др.) и обслуживающего (энергообеспечение, информационное обслуживание и др.) производства. К сравнительным преимуществам данной модели можно отнести то обстоятельство, что на небольших перевозчиков общее падение рынка оказывает не столь сильное влияние, как на крупные парки. У них обычно ниже капитальные затраты и объем финансовых обязательств. Кроме того, небольшим компаниям достаточно найти локальный спрос на свой транспорт, чтобы сохранить устойчивость на период неблагоприятной конъюнктуры рынка.

Востребованной рынком на протяжении сравнительно длительного периода времени является бизнес-модель «Перевозчик – индивидуальный предприниматель – владелец транспортных средств». К сравнительным преимуществам модели в данном случае можно отнести снижение налоговой нагрузки на бизнес, что обусловлено

возможностью применения специальных налоговых режимов и преференций для субъектов малого и среднего предпринимательства. Недостатком же такой модели являются существенные транзакционные издержки и ограниченный доступ к заемному капиталу.

Еще один вариант организации транспортного бизнеса – «Логистическая компания с собственным автопарком». При условии, что логистическая компания способна предоставить качественное обслуживание клиентам и выстроить систему ключевых показателей, то она, как правило, имеет стабильную прибыль. Перспективной стратегией для таких компаний является совмещение инвестиционной и операционной моделей управления бизнесом. Так, например, логистическая компания может инвестировать в открытие региональных филиалов для сокращения логистического плеча, упрощения и ускорения доставки. А также повышать свою эффективность за счет расширения перечня оказываемых услуг и продажи франшизы. Использование собственной платформы-агрегатора также характерно для такой бизнес-модели транспортного бизнеса.

В качестве модели будущего в автотранспортном бизнесе экспертами рассматривается вариант организации автомобилестроительной компанией транспортного подразделения, организующего оперативное управление беспилотными грузовиками (бизнес-модель «транспортное подразделение компаний-автопроизводителей»). Однако следует отметить, что в настоящее время данная модель имеет более футуристический, нежели реалистичный характер.

Мнения экспертов относительно перспективности той или иной модели транспортного бизнеса существенно различаются. Так, например, в руководстве одной из крупных транспортно-экспедиционных компаний с собственным парком свыше 1300 единиц автопоездов, оптимальным размером парка, обеспечивающим компании конкурентные преимущества, считают 500 и более единиц грузовой техники. Другие участники рынка, наоборот, уверены, что небольшие компании с парками до 15 единиц грузовой техники [16].

Еще одна действующая бизнес-модель автоперевозчика, переключающая на себя часть грузопотока генеральных грузов, – это маркетплейсы с собственными транспортными подразделениями (бизнес-модель «Транспортная компания – подразделение маркетплейса»). По оценкам ряда экспертов, такая модель проигрывает традиционным транспортным предприятиям, поскольку крупные грузовладельцы предъявляют высокие требования к качеству транспортного обслуживания. Если перевозчик с собственным парком может гарантировать исполнение всех этих требований, то платформа, как правило, нет.

Далее на примере бизнес-модели «Традиционное АТП с парком более 10-ти автомобилей» предлагается рассмотреть характеристики её основных элементов. Так, в данном случае ценностное предложение автотранспортной организации состоит в осуществлении качественных грузовых перевозок автомобилями, преимущественно находящимися в собственности компании. Ключевым видом деятельности такой компании может являться оказание услуг по перевозке генеральных грузов в контейнерах или в тентованных полуприцепах как по территории России, так и в международном сообщении. В качестве ключевых ресурсов следует назвать персонал, транспортные средства и финансовые ресурсы. Основным потребительским сегментом является B2B (логистические операторы, компании-импортеры, компании-экспортеры, промышленные и торговые компании). Ключевые партнеры – поставщики запасных частей и комплектующих, поставщики шин, поставщики топлива, масел и смазок, компании по оказанию ремонтных услуг, финансовые организации, страховые компании и др. Ключевые клиенты – юридические лица – грузовладельцы и транспортно-экспедиционные компании. Характер взаимоотношений с клиентами может носить как формальный (преимущественно по отношению к разовым клиентам), так и персональный характер (в отношениях с постоянными клиентами). Каналы сбыта могут быть партнерскими (работа с логистическими и транспортно-экспедиционными компаниями) и собственными (прямые продажи через собственный сайт, мобильное приложение, личное взаимодействие с клиентами, участие в тендерах и др.). В качестве основного потока поступления доходов для модели «Традиционное АТП с парком более 10-ти автомобилей» следует рассматривать выручку от оказания транспортных услуг. Структура издержек будет включать такие основные статьи затрат, как затраты на топливо и горюче-смазочные материалы, амортизация транспортных средств, затраты на оплату труда персонала, накладные расходы, затраты на проведение технического обслуживания и ремонта автомобилей, затраты на шины.

Таким образом, каждая из рассмотренных бизнес-моделей характеризуется как сравнительными преимуществами, так и недостатками. На выбор бизнес-модели оказывают влияние внешние и внутренние по отношению к транспортной организации факторы. К внешним факторам следует отнести состояние конкуренции, ёмкость рынка, целевые группы клиентов, уровень развития цифровых технологий в рассматриваемом сегменте рынка и др. Среди внутренних факторов, влияющих на выбор бизнес-модели, прежде всего, необходимо отметить этап жизненного цикла, возраст организации, имеющиеся в распоряжении компании ключевые ресурсы, стратегию транспортной организации, вид (специализированные или массовые) и географию осуществляемых перевозок (локальные, региональные, международные).

Заключение. Результаты анализа бизнес-модели могут стать источником аргументов в пользу пересмотра стратегии, изменения бизнес-процессов с целью повышения эффективности деятельности транспортной организации. Бизнес-модель позволяет выявить узкие места в управлении деятельностью, а также способствует выявлению ключевых аспектов проекта, реализуемого организацией, для привлечения инвесторов.

Таким образом, выбирая ту или иную бизнес-модель руководство организации обеспечивает её адаптивность, поскольку модель бизнеса максимально учитывает изменения рыночной конъюнктуры и позволяет представить именно то предложение, которое соответствует параметрам существующего рынка и потенциалу организации. При этом необходимо отметить, что ни одна бизнес-модель не является универсальной и успешность её

реализации будет зависеть от гибкости и способности системы управления организации к адаптации в соответствии с изменяющимися условиями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бородулина С.А., Панкратова А.Р., Копцева Е.П. Оценка потенциала устойчивого функционирования предприятий в транспортной сфере // Транспортное дело России. – 2021. – № 4. – С. 157–159.
2. Григорян М.Г. Технология параметрических измерений результатов деятельности автотранспортных предприятий // Вестник ИНЖЭКОНА. Серия: экономика. – 2013. – № 1(60). – С. 71–77.
3. Козлова Е.А., Гусев Е.В. Управление устойчивым развитием фирмы: учеб. пособие. – Челябинск: Изд-во ЮурГУ, 2005. – 89 с.
4. Кононова Г.А., Циганов В.В. Устойчивость региональных организаций как критерий эффективности управления // Журнал правовых и экономических исследований. – 2015. – № 3. – С. 114–119.
5. Масалов А.К. Устойчивое развитие предприятия / под ред. д.э.н., проф. В.Ф. Комарова. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2009. – 176 с.
6. Пригожин А.И. Методы развития организаций. – М.: МЦФЭР, 2003. – 864 с.
7. Адизес И. Управление в эпоху кризиса. Как сохранить ключевых людей и компанию / перев. с англ. Т. Гутман. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 160 с.
8. Ансофф И. «Стратегическое управление» / пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
9. Корнаи Я. Размышления о капитализме. / пер. с венгер. О. Якименко; науч. ред. Д. Расков. – М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2012. – 352 с.
10. Уль-Бьен, М., Арена, М. Лидерство для организационной адаптивности: теоретический синтез и интегративная структура // The Leadership Quarterly – 2018. – Vol. 29, Iss. 1. – С. 89–104. – DOI: <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2017.12.009>.
11. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 07.06.2025).
12. Шингарев А.В. Построение бизнес-модели корпорации, ориентированной на развитие [Электронный ресурс] // Роль аналитика в управлении компанией: сб. ст. конф., Москва, 28 июня 2002 г. / Исслед.-консульт. фирма «АЛЪТ». – М.: ИКФ Альт, 2002. – URL: <https://www.cfin.ru/management/practice/alt2002/upr-3.shtml> (дата обращения: 15.07.2025).
13. Баталова Н.В. Формирование бизнес-модели транспортной организации в условиях трансформации концепции транспортной услуги [Электронный ресурс] // БРНИ. – 2022. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-biznes-modeli-transportnoy-organizatsii-v-usloviyah-transformatsii-kontseptsii-transportnoy-uslugi> (дата обращения: 15.07.2025).
14. Муковнина Е.Ю. Бизнес-модель транспортной компании на рынке транспортных услуг Калининградской области // Интеграция наук. – 2019. – № 2(25). – С. 31–37.
15. Степанов И.М., Ковальчук Ю.А. Управление активами-2023: Бизнес-модели в эпоху изменения делового климата: преодоление неопределенности совместными усилиями государства и бизнеса. – М.: Ин-т проблем рынка РАН, 2023. – 488 с.
16. Сергученкова М. Автоперевозки: стратегии-2025 [Электронный ресурс] // LOGIRUS. – URL: <https://logirus.ru/articles/analythics/avtoperevozki-strategii-2025.html> (дата обращения: 21.02.2025).

Поступила 06.09.2025

SELECTING A BUSINESS MODEL AS A METHOD OF ADAPTIVE MANAGEMENT OF A TRANSPORT BUSINESS ORGANIZATION

E. TABACHNIKOVA

**(Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping, St. Petersburg,
St. Petersburg University of Management Technologies and Economics)**

The dynamics and negative impact of external environmental factors require transport organizations to form a sustainability management system. Adaptability as one of the conditions for sustainability is a necessary property of an organization operating in a market environment. The choice of a business model is considered among the methods of structural adaptation of an organization. The study was based on the hypothesis that the business model takes into account changes in the market situation as much as possible and allows for the formation of an offer that corresponds to the parameters of the existing market and the potential of the organization itself. As part of the study, the types of business models of modern freight transport enterprises were considered, the factors for choosing a business model by a freight transport enterprise were identified, the list of elements of the business model template of an organization was clarified taking into account the industry specifics of transport business organizations.

Keywords: business model, adaptive management methods, sustainability of the organization, types of business models, factors of formation of business models of freight transport organizations.