

5. Промышленность Республики Беларусь. Статистический буклет. Минск, 2022. <http://www.belstat.gov.by>

6. Тракторам готовят «пятилетку»: в Госдуме обсудили ситуацию на рынке сельхозтехники <https://agrobook.ru/blog/user/aleksandra-koreneva/traktoram-gotovyat-pyatiletku-v-gosdume-obsudili-situaciyu-na-gynke>

УДК 338.486

РЫНОЧНЫЕ ВЫЗОВЫ МАЙНИГА ФРАХТА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФЛУКТУИРУЮЩЕГО ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО SMART-БИЗНЕСА

Жудро М.К., д.э.н., профессор

Белорусский национальный технический университет

Ключевые слова. Традиционная, логистика, менеджмент, маркетинг, функционирование, флуктуирующий, транспортно-логистический, smart-бизнес, фрахт, взаимодействие, грузоотправители/производители, грузополучатели/покупатели, санкции, инструменты, геополитика.

Keywords. Traditional, logistics, management, marketing, functioning, fluctuating, transport and logistics, smart business, freight, interaction, shippers/producers, consignees/customers, sanctions, tools, geopolitics.

Резюме. В статье обоснована необходимость модернизации традиционной практики оценки эффективности менеджмента и маркетинга функционирования флуктуирующего транспортно-логистического бизнеса или резких колебаний пропускной способности, тарифов и сервиса, которые создадут новые проблемы для грузоотправителей и грузополучателей в ближайшее время, начиная от закупок до складирования, выполнения, транспортировки, доставки и индустрии адекватного их сервиса с целью оптимизации тарифов/цен и расходов не только компаний, но и потребителей на каждом из этих этапов на основе учета структурно-динамических взаимодействий ключевых переменных рынка фрахта во времени и бизнес-пространстве: объема, тарифов/цен, ценности, маржинальности его грузоотправителей/производителей и расходов, доходов и реакции smart-грузополучателей/покупателей. Предложено управление логистикой, включающее новые модели майнинга взаимодействия грузоотправителей, перевозчиков, поставщиков и потребителей логистических услуг, инструменты и технологии неординарного выполнения заказов и интегрирование их с другими быстроизменяющимися бизнес-функциями компаний.

Abstract. The article substantiates the necessity of modernization of traditional practice of management and marketing efficiency evaluation of the functioning of fluctuating transport-logistic business or sharp fluctuations of carrying capacity, tariffs and service, which will create new problems for shippers and consignees in the nearest future, starting from procurement to warehousing, fulfillment, transportation, delivery and industry of their adequate service for the purpose of optimization of tariffs/ prices and expenses not only for companies but also for consumers on each of these e Logistics management is proposed, including new models of mining the interaction of shippers, carriers, suppliers and consumers of logistics services, tools and technologies for extraordinary order fulfillment and integration with other fast-changing business functions of companies.

В ходе научных изысканий установлена необходимость форматирования конкурентных транспортно-логистических компаний Республики Беларусь в рамках инициирования освоения новых конкурентных моделей логистики посредством мобилизации имеющихся технико-технологических ресурсов и компетенций индустрии высококонкурентоспособных услуг на основе маркетинга удовлетворения покупательских предпочтений и развития инновационной экономической активности флуктуирующего транспортно-логистического smart-бизнеса с высокой добавленной стоимостью, которые начинаются в месте локации грузоотправителей и заканчиваются грузополучателем в условиях трудно предсказуемых резких колебаний стоимости фрахта и технологий взаимодействия межстрановых таможенных структур и институтов. Автором доказана необходимость разработки и практикоприменения методики обоснования эффективного майнинга функционирования транспортно-логистических компаний на флуктуирующем рынке фрахта, учитывая три фундаментальные проблемы его развития: 1) новое адаптивное структурирование KPI, 2) их метрологию и 3) инструментарий их практикоприменения для управления риском в условиях санкционно-конфликтных инструментов геополитики.

В процессе исследований рыночных вызовов развития принципиально новой мега-, макро- и микросред функционирования транспортно-логистического smart-бизнеса в 2022 году, обусловленных доминированием санкционно-конфликтных инструментов геополитики, установлен ряд новых структурно-динамических изменений и возможностей обоснования, принятия и реализации майнинга эффективных управленческих решений компаниями. Например, транспортные расходы между Китаем и США увеличились на 229%. Стоимость доставки контейнера с товаром в США из Китая приближается к 10 000 долларов, поскольку крупнейшая

экономика мира продолжает наращивать импорт из Европы в Азию. Фактически, составной индекс восьми основных торговых путей увеличился до 8 796 долларов, что соответствует росту на 333% в годовом исчислении с 2020 года. Некоторые организации повышают розничные цены, усиливая инфляционное давление, которое беспокоит центральные банки, в то время как узкие места в цепочках поставок, связанные с санкционно-конфликтными инструментами геополитики, продолжают сдерживать экономическую активность лиц, ответственных за продажи и маркетинг среди сторонних поставщиков логистических услуг, морских перевозчиков и портовых властей, в частности [1]. Тем самым имеют место разветвления флуктуирующего рынка фрахта или резкие колебания пропускной способности, тарифов и сервиса, которые создадут новые проблемы для грузоотправителей и грузополучателей в ближайшее время. В этих условиях грузоотправители, перевозчики и поставщики логистических услуг пошли на риск и тестировали освоение новых бизнес-моделей и спектр услуг с целью удовлетворения преимущественно неординарных запросов и потребностей своих клиентов, сотрудников и сообществ. В то же время методическое обеспечение и инструментарий традиционного понимания логистики как сферы бизнеса, охватывающей все его контуры, от закупок до складирования, выполнения, транспортировки, доставки и индустрии адекватного его сервиса, а также то, как ресурсы управляются на каждом из этих этапов содержат реальные бизнес-ограничения достижения цели конкурентного и одоходного управления закупкой, перемещением и хранением товаров.

Логистику в этом случае следует определить как набор методов, стратегий и исследований, направленных на майнинг улучшения услуг путем поиска наилучшего способа их представления и продажи. В этих условиях для логистов-маркетологов появилась новая проблема майнинга управления резким ростом затрат, который перманентно и тотально изменяет ожидания клиентов и технологии их удовлетворения в результате появления новых представлений партнеров по всей цепочке поставок о том, как продажи и маркетинг влияют на потребительскую ценность и отношения [2].

Поэтому флуктуации рынка фрахта возникают произвольно из-за свойств рынка как такового, несуществующими принудительными изменениями его мегапараметров и непредсказуемыми спекуляциями, которые могут привести как мега-, макро-, так и микроскопическим, а и иногда сколь угодно большим отклонениям от равновесия. Взаимодействие между конкурирующими в рамках флуктуирующего рынка фрахта компаниями происходит, по сути, в новом организационном поле, то есть в сложной социально-экономической экосреде.

В качестве доказательства в отличие традиционного исследования процесса формирования биржевой цены, являющейся иллюстратором целена-

правленной деятельности множества людей, основанной на индивидуальных прогнозах и принятии решений, приводящей к образованию некоторой коллективной равновесной переменной, а к неравновесным сетевым разветвлениям флуктуирующего рынка фрахта или резким колебаниям пропускной способности, тарифов и сервиса, которые создают новые проблемы для грузоотправителей и грузополучателей. То есть, в экономике случайные флуктуации параметров рынка имеют не столько нелинейный характер, сколько представляют собой комбинацию линейных, нелинейных, турбулентных экспоненциальных и колебательных бизнес-функций [3].

В этой связи транспортно-логистическим компаниям присутствующим на флуктуирующем рынке фрахта нужно выделить три фундаментальные проблемы майнинга: 1) новое адаптивное структурирование КРІ, 2) их метрологию и 3) инструментарий их практико-применения для управления риском.

Более целесообразно транспортно-логистическим компаниям присутствующим на флуктуирующем рынке фрахта считать ключевым первым КРІ логистики обоснование оптимальных реалистичных соотношений временных целей и затрат, чтобы отслеживать время цикла комплектации, упаковки и доставки на основе строгого количества заказов, затрат и увязки мотивов сотрудников (система показателей Pick & Pack). При этом измерять точность подбора сотрудников на основе достижения конкурентного минимального времени и возвращенных товаров посредством выполнения выборочных проверок подбора, чтобы исключить ошибки. Цель состоит в том, чтобы снизить транспортные расходы при сохранении высокой качества и предельно короткого времени и запретности его доставки на флуктуирующем рынке фрахта. Промежуток времени между моментом, когда клиент разместил свой заказ, и моментом, когда заказ подготовлен и отправлен для удовлетворения флуктуационного спроса, необходимо решать быстро, реагируя на все непредвиденные события. Алгоритм расчета транспортно-логистических расходов по каждому из КРІ представляет собой произведение плановой их величины на процент незапланированных расходов и процент их роста из-за непредсказуемых логистических обстоятельств, с которыми сталкиваются грузоотправители в условиях санкционно-конфликтных инструментов геополитики. Для расчёта указанного процента роста транспортно-логистических расходов следует рекомендовать использование коэффициента риска, который вычисляется посредством композитности модернизированного индекса Херста, коэффициента ранговой корреляции Спирмена и коэффициента бисекторальной корреляции [4].

Учитывая проблемы и потрясения на рынке в условиях санкционно-конфликтных инструментов геополитики в 2022 году, никогда не было более сложного времени для логистики и маркетинга, но это также лучшее время, чтобы доказать свою ценность и использовать свой опыт и на-

ходчивость для клиентов, говорящими на языке транспорта, логистика, продажи и маркетинга. Это отличная возможность для специалистов по логистике, маркетингу, продажам и бизнес-стратегиям окружить себя лучшими экспертами отрасли в поисках новых высот беспрецедентного опыта ведения smart-бизнеса в условиях санкционно-конфликтных инструментов геополитики.

Таким образом, время санкционно-конфликтов предоставляет уникальные возможности специалистам по продажам и бизнес-стратегиям с поставщиками, грузоотправителями, перевозчиками логистических услуг, чтобы помочь клиентам контролировать расходы и ориентироваться в сложности непредсказуемости емкости флюктуирующего рынке фрахта на основе майнинга. Это может быть реализовано как с постоянными клиентами, так и с недавно приобретенными клиентами. Кроме того, проблемы с глобальными цепочками поставок, с которыми сталкиваются грузоотправители только будут усугубляться, поскольку это глобальный инцидент распространяется по сетям грузовых перевозок. При этом в сфере управления рисками следует использовать инновационно-инвестиционное соглашение с целью майнинга обоснования и реализации эффективных управленческих решений в условиях сложности преодоления непредсказуемости емкости флюктуирующего рынке фрахта.

Список использованной литературы

1. Market Challenges Present Opportunities for Sales & Marketing. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ttnews.com.translate.google/articles/market-challenges-present-opportunities-sales-marketing/> /– Дата доступа 24. 02.2023.

2. Жудро М.К. Smart-экономика и необходимость трансформации маркетинга / М.К. Жудро, Н.В. Жудро // Техническое и кадровое обеспечение инновационных технологий в сельском хозяйстве: материалы международного научно-практической конф., (г. Минск, 24–25 октября 2019 г.): в 2 ч. Ч.2 / редкол.: И.Н. Шило [и др.]. – Минск: БГАТУ, 2019. – С. 250 – 252.

3. Жудро М.М. Методический инструментарий идентификации и количественного измерения высокотехнологичного бизнеса / М.М. Жудро // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. – Минск: БГЭУ, 2019. – Вып.12. – С.181 – 187.

4. Жудро В.М. Структурная имплементация традиционного маркетинга к требованиям цифрового бизнеса/В.М. Жудро, Н.В. Жудро//Трансформация процессов управления: менеджмент и инновации, цифровизация и институциональные преобразования: сб. материалов Международ. науч.-практ. конф., Курск. гос. ун-т, 25 ноября 2021 г./под ред. канд. экон. наук, доц. С.А. Гальченко; Курск. гос. ун-т. – Курск, 2021. – С. 489 – 494.