

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова

Кваліфікаційна робота магістра

**на тему: «ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ЛОГІСТИЧНИХ
ПЕРЕВЕЗЕНЬ У РАМКАХ ФРАНЧАЙЗИНГУ»**

Виконав: студент 2
курсу, групи УО-61
спеціальності
«Міжнародні економічні
відносини» освітньої програми
«Міжнародні економічні
відносини» другого
(магістерського) рівня вищої
освіти



Величко М.С.

Керівник:
к.е.н., доц. Майборода О.Є.



Рецензент:

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова
Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
Освітня програма – «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
міжнародних економічних
відносин імені Артура
Голікова
Надія КАЗАКОВА

« ____ » _____ 2023 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Величко Михайлу Сергійовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Особливості та перспективи розвитку організації міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу»

керівник роботи Майборода О.Є. к.е.н., доц.,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від «03» 02.2023 року № 4002-5/248

2. Строк подання студентом роботи 17.11.2023

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

дослідити теоретичні основи міжнародної логістичної діяльності; визначити особливості франчайзингової форми бізнесу; охарактеризувати методи дослідження міжнародних перевезень у рамках франчайзингу; проаналізувати головні тенденції розвитку міжнародних логістичних перевезень; визначити особливості міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу; дослідити зарубіжний досвід та особливості реалізації міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу; установити пріоритетні напрямки розвитку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу; визначити місце України на світовому ринку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретико-методичні основи дослідження міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу
2	Розділ 2. Сучасний стан та перспективи розвитку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу
3	Розділ 3. Перспективи розвитку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу

5. Дата видачі завдання 01.12.2022

Студент



підпис

М.С. Величко

ініціали, прізвище

Керівник роботи



підпис

О.Є. Майборода

ініціали, прізвище

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	8
1.1. Теоретичні основи міжнародної логістичної діяльності	8
1.2. Особливості франчайзингової форми ведення бізнесу	23
1.3. Методи дослідження міжнародних перевезень у рамках франчайзингу	33
Висновки до першого розділу.....	39
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ЛОГІСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У РАМКАХ ФРАНЧАЙЗИНГУ.....	41
2.1. Аналіз головних тенденції розвитку міжнародних логістичних перевезень	41
2.2. Особливості міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу.....	58
2.3. Зарубіжний досвід та особливості реалізації міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу.....	69
Висновки до другого розділу	78
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ЛОГІСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У РАМКАХ ФРАНЧАЙЗИНГУ.....	80
3.1. Пріоритетні напрямки розвитку міжнародних перевезень у рамках франчайзингу.....	80
3.2. Місце України на світовому ринку міжнародних перевезень у рамках франчайзингу.....	90
Висновки до третього розділу.....	100
ВИСНОВКИ.....	102
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	107
ДОДАТКИ.....	107

ВСТУП

Актуальність теми. Вивчення теми міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу обумовлена глобалізацією бізнесу, яка змушує франчайзингові компанії розширювати свою діяльність на міжнародний ринок, роблячи логістичні перевезення ключовим елементом для успішного розширення. Ефективність ланцюга поставок є важливою для зниження витрат та підвищення продуктивності, особливо в умовах, коли необхідно забезпечувати однорідність та якість продуктів чи послуг в різних країнах. Складність таких завдань, як митне оформлення, відповідність місцевим нормам та стандартам, а також врахування культурних особливостей різних ринків, робить цю тему ще більш актуальною. Також не можна ігнорувати вплив сучасних технологій, які відкривають нові можливості для оптимізації логістичних процесів. Екологічна стійкість та розуміння юридичних та регуляторних аспектів є важливими для створення ефективних, стійких та конкурентоспроможних бізнес-стратегій у сучасному економічному середовищі.

Ступінь вивчення проблеми. Ступінь вивчення проблеми міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу на сьогодні є доволі незначною, тому має потенціал для дослідження, особливо у контексті швидкого розвитку технологій та змін у глобальному економічному ландшафті. Динаміка міжнародного бізнесу та постійні технологічні зміни створюють нові виклики та можливості, що вимагають постійного аналізу та оновлення знань у цій галузі. Слід виділити наступних вчених серед тих, хто досліджував цю тему: Бородіна О.А., Кучмєєв О.О., Перебийніс, В.І., Алан Харісон, Шевченко І.В., Маковецька О.Г., Забаштанська Т.В., Побоченко Л.М., Цой А.В., Нечепуренко С.О., Григоренко Т. М., Тонюк М.О., Новіков, В.Е., Струк Н.Р., Карпій О.П.

Метою кваліфікаційної роботи є виявлення особливостей розвитку організації міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу.

Завдання, які було поставлено для досягнення поставленої мети:

- дослідити теоретичні основи міжнародної логістичної діяльності;
- визначити особливості франчайзингової форми бізнесу;
- охарактеризувати методи дослідження міжнародних перевезень у рамках франчайзингу;
- проаналізувати головні тенденції розвитку міжнародних логістичних перевезень;
- визначити особливості міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу;
- дослідити зарубіжний досвід та особливості реалізації міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу;
- установити пріоритетні напрямки розвитку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу;
- визначити місце України на світовому ринку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу.

Об'єктом дослідження є франчайзинг у міжнародній логістичній діяльності.

Предметом дослідження є особливості розвитку організації міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу.

Методи дослідження. При написанні кваліфікаційної роботи були використані методи аналізу, узагальнення та систематизації для представлення теоретичних результатів досліджень обраної теми іншими авторами. Крім того використовувалися статистичні методи, включаючи табличний, графічний та використання моделі кореляційно-регресійного аналізу для обробки статистичних даних і виведення подальших тенденцій розвитку у обраній сфері дослідження. Також було використано SWOT-аналіз для розуміння переваг та недоліків України на ринку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу.

Інформаційною базою дослідження є наукові джерела: статті, монографії, підручники; офіційні статистичні матеріали міжнародних організацій та компаній; інтернет джерела.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були апробовані на XVIII науково-практичній конференції молодих вчених «Актуальні проблеми світового господарства і міжнародних економічних відносин, м. Харків, 21 квітня 2023 року. Назва доповіді: «Переваги та недоліки створення бізнесу на основі франчайзингу (на прикладі США)».

Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, містить 120 сторінки тексту, 19 таблиць, 6 рисунків, 3 додатків, 88 найменувань літературних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Теоретичні основи міжнародної логістичної діяльності

Донедавна термін "логістика" був відомий обмеженому колу фахівців, але на сьогоднішній день він активно поширюється в світі та в Україні. [5, с. 13] Виявилося, що це поняття має багатовікову історію. Наприклад, стародавні греки вже визначали його як "мистецтво виконання розрахунків", а римляни описували його як "правильний розподіл продуктів". У великому англо-російському словнику слово "logistics" перекладається як:

- тил і постачання;
- матеріально-технічне забезпечення;
- організація та здійснення роботи тилу.

В сучасній іноземній та вітчизняній літературі можна знайти різні визначення цього поняття. Багато наукових джерел вважають основним визначенням логістики те, яке запропонував військовий теоретик А. Жоміні. Згідно з його визначенням, логістика включає в себе планування, управління, матеріальне і продовольче забезпечення військ, а також визначення місця їх дислокації та укріплень [48, с. 34].

Логістика стала невід'ємною складовою розвитку економіки в сучасному світі. Планування та організація вантажних та пасажирських перевезень з мінімальними витратами та економією часу є важливим напрямком розвитку підприємств у рамках ринкової системи. Особливості сучасної економічної системи створюють умови для розширення ролі логістики у підприємницькій діяльності.

Висока конкуренція на ринку змушує виробників шукати шляхи мінімізації виробничих витрат. Логістика стає ключовим інструментом для оптимізації матеріальних та інформаційних потоків та зниження витрат.

Практика відомих корпорацій чітко показує вплив логістичної концепції на забезпечення високої конкурентоздатності продукції та послуг. Це надає

можливість фірмам реалізовувати свої економічні інтереси, досягати бажаних результатів і забезпечувати задоволення всіх учасників матеріально-технічного потоку, включаючи кінцевого споживача.

Термін "логістика" має глибокі історичні корені. Він походить від грецького λόγος (логос), що перекладається як "підрахунок, пропорція". Також використовувалося слово λογιστικς ("logistike"), що означало мистецтво обрахунків та обмірковування. У Римській імперії існували особи з титулом "логіст", які відповідали за розподіл провізії, постачання зброї та керування рухом сил. [49, с. 1]

Визначення терміну "логістика" наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Наукові визначення терміну «логістика»

Визначення	Джерело
Логістика це основний інструмент досягнення для підприємства необхідної конкурентоздатності, шляхом раціоналізації закупівель та забезпечення мінімальних витрат.	Б. Плоткін[7]
Логістика – це процес планування, здійснення контролю і складування сировинного потоку при досягненні оптимальної вартості, створення запасу готової продукції і відповідна до цього інформація з метою задоволення потреб клієнта від пункту проходження до пункту споживання.	Рада з управління логістикою (Council of Logistics Management, США)[7]
Логістика – це інтегроване управління рухом ресурсів від первинного джерела до кінцевого споживача.	Н.М.Тюріна[7]
Логістика – це сукупність видів діяльності з управління потоками продукції, координації виробництва і ринків збуту з мінімальними витратами.	Дж.Хескет[50]
Логістика — це інструментарій інтегрованого управління матеріальними та пов'язаними з ними інформаційними, фінансовими потоками, а також супутнім сервісом, який сприяє досягненню цілей організації бізнесу з оптимальними витратами ресурсів.	В.І.Сергєєв[8]
Логістика – це науково-практичний напрямок, об'єктом, вивчення якого є інтегровані логістичні потоки підприємств, регіонів, країн та усього світу, а предметом – оптимальна логістична організація цих потоків згідно логістичного міксу «8П»	Олійник Я.Б., Смирнов І.Г.[9]

Таблиця складена автором за матеріалами:[7;50;8;9, с.11]

Засновуючись на різних визначеннях терміну "логістика", можна виділити кілька підходів до його розуміння:

1. Раціоналізація закупівель та мінімізація витрат. Цей підхід визначає логістику як основний інструмент досягнення конкурентоздатності підприємства через оптимізацію закупівель та зниження витрат;

2. Інтегроване управління рухом ресурсів. Це визначення вказує на логістику як на процес планування, контролю та управління рухом ресурсів з метою досягнення оптимальної вартості та задоволення потреб клієнта;

3. Управління потоками продукції з мінімальними витратами. Цей підхід визначає логістику як сукупність діяльностей з управління потоками продукції та координації виробництва та ринків збуту з мінімальними витратами;

4. Інструментарій інтегрованого управління ресурсами. Логістика розглядається як інструментарій для інтегрованого управління матеріальними та інформаційними потоками, фінансовими ресурсами та супутнім сервісом з метою досягнення цілей бізнесу за оптимальних витрат;

5. Науково-практичний напрямок з інтегрованими логістичними потоками. Цей підхід розглядає логістику як науково-практичний напрямок, де об'єктом вивчення є інтегровані логістичні потоки підприємств, регіонів, країн та світу, а предметом є оптимальна логістична організація цих потоків. [6, с. 88]

Зародження та становлення практичної логістики тісно пов'язані з віддаленим минулим. Зазначені ключові етапи її еволюції докладно розглядаються в таблиці 1.2, а більш детальна інформація наведена у додатку А. Розвиток цієї галузі відбувався на протязі великого часового періоду, відзначаючись значними змінами та адаптацією до вимог сучасного світу.

Таблиця 1.2

Історичний шлях розвитку логістики

Назва етапу	Історичний період	Характеристика етапу
Етап зародження логістики	XIV ст. до н. е. – I ст. н. е	На ранньому етапі розвиваються основи логістики, прості методи маршрутизації та логістичний менеджмент в армії, відбувається формування логістики як окремої галузі.
Етап розвитку та застосування логістики в військовій справі	I тисячоріччя нашої ери – кінець XIX ст.	Логістика має на меті забезпечення військ озброєнням та устаткуванням, урахуваючи їх потреби, та є мистецтвом управління та організації постачання та забезпечення фронту.
Стадія фрагментарного використання та розвитку логістики в інших сферах.	1900 – 1950 роки XX ст.	На початку двадцятого століття, логістичний досвід поширився на всі економічні галузі, вплинутий світовими економічними кризами 1900-1920 років.
Період формування та розвитку класичної логістики.	60-і – 70-і роки XX ст.	У кінці 1960-х у США розробили нову теорію логістики, спрямовану на ефективне переміщення товарів, з урахуванням транспортування та складування. У 1970-х, на тлі енергетичної кризи, відбулася інтеграція виробництва і логістики. Використання комп'ютерних систем та автоматизації сприяло розвитку логістичного управління, в тому числі модернізації складських процесів.
Етап інтеграції	80-і роки XX ст.	У 1980-х роках спостерігалось реформування економічної інфраструктури та поширення філософії загального управління якістю в бізнесі. Зросла роль партнерств і стратегічних союзів у секторах транспорту та торгівлі, що змінило підхід до конкуренції. Акцент змістився на інтеграцію логістичних функцій у єдиний ланцюг від закупівлі до продажу.
Етап глобалізації	90-і роки XX ст.	У 1990-х роках ідея інтегрованої логістики набула популярності у світовому масштабі, сприяючи глобалізації бізнесу. Підприємства залучали сторонніх учасників, таких як митні агентства та банки, що поставило перед логістичними менеджерами нові виклики, зокрема розуміння міжнародного законодавства та подолання митних бар'єрів.

Продовження таблиці 1.2		
Етап сучасного розвитку логістики	З 2000 року по теперішній час	У 20-му столітті логістика еволюціонувала через масове виробництво, глобалізацію та технологічний розвиток (телефон, радіо, Інтернет), призводячи до нових методів управління, таких як "точно вчасно" та управління ланцюгом поставок. Цифрова ера внесла революційні зміни, запровадивши програмне забезпечення для управління складами та транспортом, штрих-коди, RFID та системи відстеження в реальному часі. Ера логістики 4.0 акцентує на цифровізації, AI, IoT і RPA, інтегруючи автономні транспортні засоби та автоматизовані склади. У логістиці 5.0, співпрацюючи з Індустрією 5.0, акцент робиться на стійкість і добробут, а також на стратегії для підвищення стійкості до збоїв у ланцюзі поставок, як показала пандемія COVID-19.

Таблиця складена автором за матеріалами: [7, с. 16; 10, с. 7-10; 11, с. 15-16; 12, с.10-11; 13, с.12-13; 14, с 10-11; 15, с. 14-15; 16, с. 78-79; 51]

Отже, можна зробити висновки, що ключові етапи розвитку логістики визначались соціально-економічним контекстом та технологічними зрушеннями. Зародження логістики відзначалося формуванням її принципів та методів у період від XIV ст. до н. е. до I ст. н. е. на тлі потреб в армійському забезпеченні та маршрутизації переміщення товарів.

Подальший етап від I тисячоріччя нашої ери до кінця XIX ст. зорієнтований на застосування логістики у військовій справі, де акцент був зроблений на забезпеченні військових потреб та ефективному управлінні постачанням. В період від 1900 до 1950 років відбувається фрагментарне використання логістичних концепцій у різних галузях економіки.

У 60-70-і роки XX століття виникає класична логістика з інноваційною теорією управління, а в 80-і роки відбувається інтеграція логістичних функцій у єдиний ланцюг. Глобалізація у 90-і роки призвела до розширення діяльності компаній на глобальному рівні.

Від 2000 року до сучасності логістика переживає еру цифрового та технологічного прогресу, впроваджуючи концепції Logistics 4.0. Сучасний підхід акцентує на цифровізації, штучному інтелекті, Інтернеті речей та роботизованій автоматизації процесів. Перехід до Logistics 5.0 відбувається разом із забезпеченням галузі додатковими цінностями, такими як добробут людей, стійкість, спрямовані на подолання непередбачуваних викликів, зокрема, як показав досвід пандемії коронавірусу.

Сучасні стратегії в управлінні виробничим процесом на сьогодні виявились відмінними, переходячи до нових форм управління матеріалопереміщенням та координації інформаційних потоків в межах інтегрованого синхронного керування обома видами потоків. Не лише основне виробництво, а й його інфраструктура стали об'єктом застосування цих потоків, висуваючи матеріалопереміщення і його інформаційне забезпечення на передній план у сферах постачання, збуту та транспорту.

Логістика визначає загальну стратегію і тактичні рішення господарських структур на ринку. Головна мета полягає в забезпеченні своєчасного матеріалопостачання при мінімальних витратах на операції з постачання та збуту, виробництва, транспортування та зберігання, обробки інформації, з урахуванням вимог якості обслуговування споживачів.

Основні аспекти логістики визначаються наступними компонентами, серед яких ключовими є: впровадження системи контролю, що ґрунтується на порівнянні реальних результатів з встановленими стандартами; розробка функціонально згуртованої організаційної структури господарського об'єкта; встановлення ефективної системи управління для оптимізації матеріальних, інформаційних та інших потоків з метою мінімізації загальних витрат і максимального використання відповідних ресурсів.

Об'єктом досліджень та пошуків в логістиці є оптимізація матеріальних і відповідних їм фінансових та інформаційних потоків. [17, с.23].

Отже, враховуючи надану інформацію щодо трактування поняття "логістика", можна зробити висновок, що це сфера економічної діяльності,

спрямована на оптимізацію управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками у системі відповідно до концепції "8П", яка наведена на рис. 1.1. Логістика, розглядана як економічний процес і функція управління, передбачає використання єдиної техніки, технології, економіки і планування для ефективного переміщення матеріальних, інформаційних та фінансових потоків. Тому можна стверджувати, що логістична система - це комплекс елементів, що включає в себе закупівлю, зберігання та реалізацію матеріально-технічних цінностей.[9]

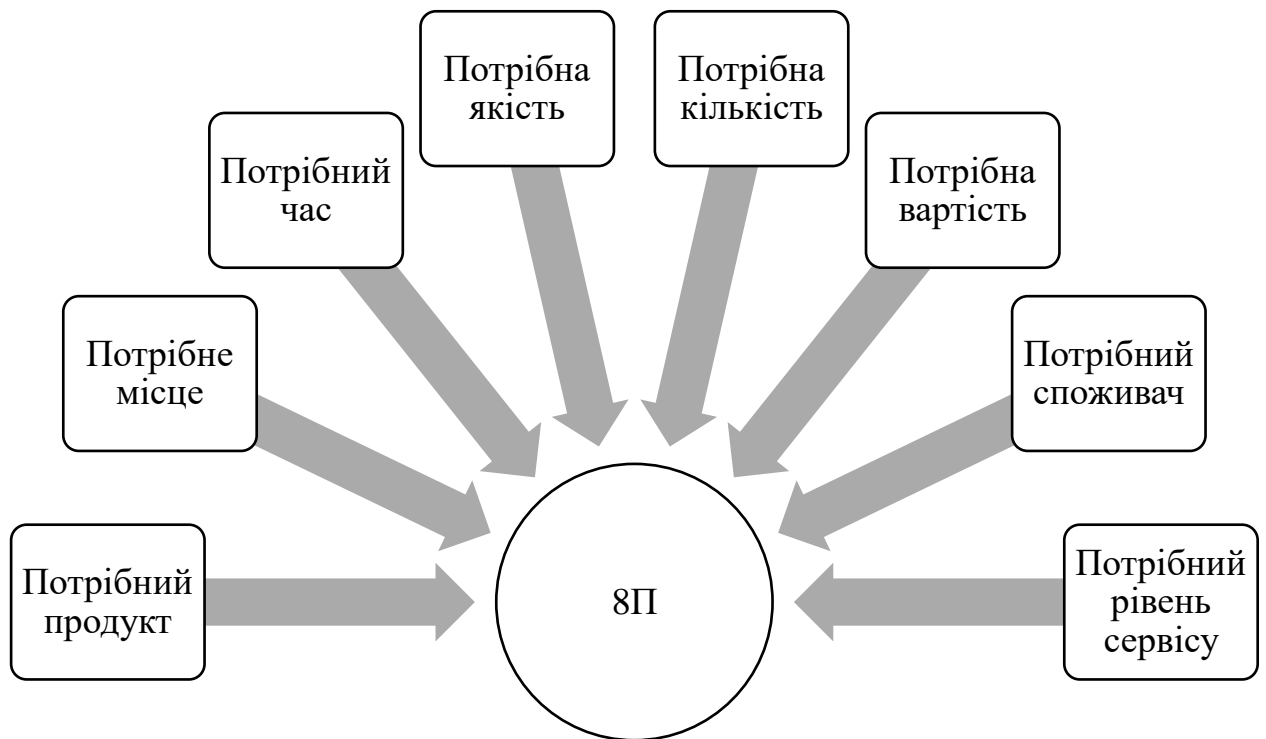


Рис. 1.1 Основна логістична концепція [9]

Виходячи із мети логістики формуються її завдання, які можна умовно поділити на три категорії, які наведені у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Завдання логістики

Глобальні	Загальні	Конкретні
Основним завданням в глобальному контексті є досягнення максимального ефекту при мінімальних витратах в умовах постійних змін на ринковому середовищі.	створення інтегрованих систем управління матеріальними потоками	зменшення обсягів запасів
	контроль за рухом матеріальних потоків	
	розробка стратегій та технологій переміщення товарів	
	стандартизація напівфабрикатів та упаковки	скорочення часу зберігання продукції як запасів
	прогнозування обсягів продажу, виробництва та складування	
	розподіл транспортних засобів	
	надання післяпродажного обслуговування та інше	

Таблиця складена автором за матеріалами: [19, с. 12-16]

Згідно з визначеними завданнями виділяють оперативні та координаційні функції логістики.

Оперативні функції логістики безпосередньо пов'язані з операціями, що забезпечують рух товарів в сфері постачання, виробництва та розподілу:

1. в сфері постачання - управління рухом сировини, матеріалів і готової продукції від постачальника до виробничого підприємства, складів або сховищ;
2. в сфері виробництва - управління запасами на кожному етапі виробничого процесу, а також переміщенням готової продукції на оптові склади та роздрібні ринки збуту;
3. в сфері розподілу продукції - формування та використання каналів розподілу готової продукції для доставки від виробників до кінцевих споживачів.

Координаційні функції логістики визначаються в балансуванні попиту і пропозиції. До них входять: виявлення та аналіз потреб у матеріальних ресурсах на кожному етапі виробництва; аналіз ринкового середовища підприємства; обробка замовлень на готову продукцію. Здійснення координаційних функцій логістики базується на передбачливому оперативному

плануванні і спрямоване на забезпечення чіткої та узгодженої роботи всіх ланок підприємства.

Узагальнюючи, функції логістики відіграють ключову роль в економічній системі, сприяючи оптимізації діяльності підприємств і покращенню їх фінансових показників. У зв'язку з цим логістичну діяльність часто розглядають як системоутворюючу, інтегруючу, регулюючу та результативну функції, що є характерними для всіх виробничо-господарських систем.

Це сприяє створенню єдиної системи логістичних принципів, які служать початковими принципами для побудови та функціонування логістичних систем. Серед цих принципів можна виділити наступні:

1. Принцип системності: передбачає формування інтегрованої системи управління матеріальними потоками в межах виробничо-збутової системи. Це дозволяє розробляти та впроваджувати єдиний технологічний процес виконання виробничих замовлень на етапах закупівлі, виробництва та збуту продукції;

2. Принцип зворотного зв'язку: передбачає, що цілі та завдання логістичної системи визначаються вимогами ринку. Відповідно до цього визначаються масштаби та асортимент продукції, формуються замовлення на матеріали, визначається обсяг поточних та необхідних запасів і т.д. Цей принцип є основою для функціонування складського господарства;

3. Принцип оптимальності: полягає в досягненні такої узгодженості стадій процесу руху товарів та дій учасників, яка забезпечує найбільшу ефективність функціонування підприємства як цілісної виробничо-збутової системи;

4. Принцип гнучкості: передбачає високу здатність логістичної системи адаптуватися до умов її функціонування та специфічних вимог споживачів. Реалізація цього принципу вимагає проведення робіт з прогнозування розвитку подій та розробки адекватних стратегій відповідно до їх динаміки;

5. Надійність постачань: як принцип логістики передбачає створення організаційно-економічних умов, що забезпечують безперебійне постачання

підприємства необхідними матеріальними ресурсами та точне виконання графіку постачань готової продукції;

6. Принцип комп'ютеризації: полягає в тому, що всі логістичні функції та процеси руху товарів повинні виконуватися з максимальною автоматизацією. Це дозволяє ефективно контролювати переміщення матеріалів, збирати інформацію про наявність напівфабрикатів, розраховувати необхідні параметри товаропровідних систем та інше.[18]

Існує різноманітність видів логістики, що класифікуються за різними критеріями: масштабами (Таблиця 1.4), зонами управління, функціональними областями (Таблиця 1.5), а також змістом логістичних операцій у різних галузях господарської діяльності.

Таблиця 1.4

Види логістики за масштабами вирішуваних проблем

Вид	Зміст
Макрологістика	Вивчає проблеми на світовому та міждержавному рівнях. До її завдань відноситься формування регіональних та глобальних логістичних стратегій, запровадження стандартів та утворення інтеграційних утворень.
Мезологістика	Вивчає логістичні процеси державного рівня, формування та контроль логістичних тенденцій на національному рівні.
Металогістика	Відноситься до груп підприємств, які об'єднані загальною метою або виробничим ланцюгом.
Мікрологістика	Розглядає внутрішньо та зовнішньо виробничі проблеми управління логістикою конкретного підприємства.

Таблиця складена автором за матеріалами: [9]

За зонами управління логістика буває внутрішня – управління логістичними процесами у межах підприємства, та зовнішня – яка спрямована на управління логістичними потоками за межами підприємства, але у його сфері впливу.

Таблиця 1.5

Види логістики за функціональними областями

Вид	Зміст
Закупівельна	Управління матеріальним потоком при організації забезпечення підприємства комплектуючими, сировиною і матеріалами. Включає в себе: закупівлю, доставку і тимчасове зберігання ресурсів до їх передачі у виробництво.
Виробнича	Управління на фазі проходження матеріального потоку через виробничі операції та його трансформація здійснюється на базі виробничої логістики. Її мета – оптимізація витрат на етапі технологічних процесів.
Збутова	Управління товарних потоків у процесі руху від виробника до споживача.

Таблиця складена автором за матеріалами: [9]

Згідно з галузями господарської діяльності можна виділити такі як будівельна виробнича, торгівельна, сільськогосподарська, митна, банківська, освітня, послуг, утилізаційна та інші.

За змістом логістичних операцій можна визначити транспортну, складську, логістику запасів, інформаційну та фінансову.[9]

Для ретельного вивчення обраної теми і поглибленого розуміння проблематики необхідно провести аналіз існуючих оперативних методів управління матеріальними та інформаційними потоками на підприємствах. Розгляд цих методів дозволить отримати уявлення про ефективні та інноваційні підходи до логістичного управління у рамках франчайзингу.

Методологія оптимізації управління матеріальними потоками, якою керують більшість підприємств, складається з різних моделей та методів, що недостатньо інтегровані. Систематизовані ключові методи та моделі для розв'язання завдань логістичного управління матеріальними потоками, враховуючи їх розташування в межах логістичних підсистем підприємства та виконанні логістичної активності наведено у таблиці 1.6, а більш докладно у додатку Б. Використання логістичного інструментарію в управлінні матеріальними потоками дозволяє приймати ефективні управлінські рішення, підвищувати якість продукції та зменшувати витрати в логістичному ланцюгу

підприємства. Системний підхід виступає як методологічна основа для цілісного управління матеріальним потоком, забезпечуючи взаємозв'язок, спадковість та розвиток всіх станів системи.

Таблиця 1.6

Інструменти реалізації функцій логістики

Основні логістичні операції	Головні задачі управління матеріальними та інформаційними потоками	Моделі, методи та технології в управлінні матеріальними та інформаційними потоками
Система забезпечення матеріалами	Важливість ефективного планування, закупівлі та контролю якості матеріальних ресурсів	Використання аналітичних методів та систем електронного закупівельного менеджменту (E-Procurement) для оптимізації цих процесів.
Система підтримки виробництва	Розробка оперативного-календарного планування та оптимізація виробничих процесів є ключовими	Використання інформаційних технологій, зокрема систем MRP/ERP/CSRP, для ефективного управління
Система розподілу	Планування та організація процесу реалізації готової продукції, включаючи ефективну обробку замовлень та керування реверсними потоками	Використання ABC-XYZ-аналізу для ефективного управління
Транспортування	Вибір виду транспорту та розробка схем руху вантажопотоків	Впровадження моделей оптимізації для вибору системи доставки вантажів
Управління запасами	Розрахунок оптимального рівня утримання запасів та поставок матеріальних ресурсів	Використання класифікації ABC-XYZ та аналізу економічного розміру замовлення для оптимізації балансу між утриманням запасів та вартістю замовлень
Складування	Оптимізація використання складських можливостей та розроблення оптимальних схем руху матеріальних потоків на складі	Система управління складом (WMS) та розробки концепцій складських зон
Обробка вантажу і пакування	Оптимізація процесів на складі, у тому числі розвантаження, розміщення, зберігання та видача товарів	Використання методології SADT для моделювання логістичних процесів та впровадження стандартів для вантажних одиниць

Таблиця складена автором за матеріалами: [19]

Транспорт є важливою складовою логістики, вирішуючи різноманітні завдання цієї галузі. Основною областю логістики є транспорт, який охоплює

перевезення людей та вантажів. Цей процес включає транспортні засоби, підготовлений персонал та відповідну інфраструктуру.

Об'єктом транспортної логістики є загальний транспорт, такий як залізничний, автомобільний, водний, повітряний та трубопровідний. Транспортна логістика вирішує три основні завдання: обробку матеріального потоку, організацію транспортного процесу та управління запасами.[21]

Для вибору оптимального виду транспорту необхідно класифікувати його за такими параметрами, як швидкість, доступність, надійність, вантажопідйомність, частота та вартість. Особливості різних видів транспорту наведено у таблиці 1.7.

Таблиця 1.7

Характеристика видів транспорту за перевагами та недоліками

Вид транспорту	Характеристики	
	Переваги	Недоліки
Автомобільний	Можливість регулярних поставок малими партіями Достатня швидкість та найкраща доступність перевезень	Мала вантажопідйомність Велика собівартість перевезень Великі витрати на забезпечення інфраструктури Жорстокі вимоги до пакування та терміновості завантаження та вивантаження.
Залізничний	Регулярність перевезень, велика провізна спроможність, ефективність організації Незалежність від погодних умов Низька собівартість перевезень	Обмеженість можливої номенклатури доставки Невисока швидкість доставки Обмеженість залізницею
Повітряний	Найвища швидкість доставки Можливість доставки до труднодоступних місць	Мала провізна спроможність Висока собівартість перевезень
Водний	Низька собівартість перевезень Велика провізна спроможність	Обмеженість у застосуванні Низька швидкість Залежність від погодних умов Жорсткі вимоги до пакування та збереження товарі під час перевезення.
Трубопровідний	Найдешевший вид транспорту Велика провізна спроможність Висока швидкість Висока надійність	Обмеженість у застосуванні – лише гази, рідини та емульсії

Таблиця складена автором за матеріалами: [22]

На вибір типу транспортної складової логістичної системи впливають такі фактори, як: вид вантажу, вартість перевезень, мета транспортування, відстань, якість транспортних шляхів. У сучасних умовах роль транспортного обслуговування визначається оптимальним співвідношенням витрат і прибутку в зазначеному циклі виробництва і споживання, а також у мінімізації загальних логістичних витрат. В той же час статистика по Україні доводить, що автомобільний транспорт користується найбільшим попитом. (Додаток В)

Міжнародна логістика – це логістика зовнішньоекономічної діяльності підприємства, яка спрямована на управління матеріальними, інформаційними, фінансовими потоками, а також документообігом в рамках міжнародних економічних відносин. Різниця між міжнародною та національною логістикою будується на способі організації ланцюгів поставок.

На відміну від національної логістики, у ланцюгу поставок міжнародної логістики виникають такі елементи, як експортер, імпортер та посередники, такі як митні брокери, транспортно-експедиційні компанії, митниці, банки, страхові компанії.

Міжнародна логістика відрізняється від внутрішньої логістики в багатьох аспектах. У міжнародній логістиці відстань перевезень є значною, що призводить до збільшення часу доставки та зростання ймовірності пошкоджень вантажів. Обсяги складування товарів також збільшуються. До інших важливих факторів відносяться різниця валют, державні митні вимоги, особливості транспортних систем країн-партнерів, їх митної політики, вимоги до оформлення та пакування, а також стосовно посередників.

Глобалізація - це процес інтеграції та уніфікації економічної, культурної та політичної сфер. У сфері економічної глобалізації створюється єдиний економічний простір, де товари, інформація та капітал вільно переміщуються.

Актуальними напрямками у галузі міжнародної логістики є: еволюція системи виробництва: перехід від виробництва для складу (Make-to-Stock) до виробництва за замовленням (Make-to-Order); синергія між збутом та системою дистрибуції, сприятлива логістичними підприємствами; злиття та консолідація

у галузі торгівлі та постачання; тенденція до зменшення кількості постачальників та застосування концепції В2С для активізації швидкого постачання. [23, 24]

Виділяються конкретні тенденції у розвитку міжнародного ринку логістичних послуг, де відбуваються [25]:

1. активні злиття та поглиблення інших логістичних компаній, що обумовлено посиленням позицій компаній із розвинутою мережею та комплексом послуг;
2. зростання значущості інформаційних технологій у діяльності підприємств, зокрема надійних телекомунікаційних систем і програмного забезпечення, автоматизації етапів логістичного ланцюжка [54];
3. створення обширних логістичних мереж та корпорацій в межах глобалізації економіки;

Підприємства, які сприяють виконанню контрактів на продаж та постачання товарів одержувачам, отримали назву логістичних сервіс-провайдерів. Це включає в себе підприємства, які допомагають в організації та здійсненні доставки товарів як на міжнародному, так і на внутрішньому ринку. Сюди входять транспортні компанії, експедиторські підприємства, брокерські склади та агентські компанії, які займаються митними операціями.

У міжнародній логістичній термінології прийняті наступні класифікації компаній, що забезпечують сервіси для виробників, постачальників і продавців товарів: 1PL, 2PL, 3PL, 4PL, 5PL, де PL вказує на "сторону логістики".

1PL (First Party Logistics) - автономна логістика, де всі операції виконує власник вантажу самостійно. 2PL (Second Party Logistics) - компанія, що надає традиційні послуги з транспортування та управління складськими приміщеннями. 3PL (Third Party Logistics) - компанія, яка надає послуги зі складування та додаткові сервіси, включаючи використання підпідрядників. 4PL (Fourth Party Logistics) - інтеграція всіх компаній, що задіяні в ланці постачання вантажів, вирішення завдань з планування, управління та контролю

логістичних процесів. 5PL (Fifth Party Logistics) - система, яка представляє інтернет-логістику, включаючи планування, підготовку, управління та контроль всіх етапів ланцюжка транспортування вантажів за допомогою електронних засобів інформації.[26]

1.2. Особливості франчайзингової форми ведення бізнесу

Термін «франчайзинг» походить від французького слова «franchise» - пільга, привілея. [27]

Історія розвитку франчайзингу коріниться у Сполучених Штатах. Першим франчайзером можна вважати Ісаака Мерріт Зінгера, засновника «Об'єднання швейних машин». У 1851 році, заснувавши це об'єднання, він почав надавати іншим комерційним підприємствам право реалізовувати продукцію під його торговою маркою. Це призвело до отримання ним значної конкурентної переваги над іншими виробниками швейних машин того часу.

У 1898 році компанія General Motors взяла на озброєння досвід Зінгера, запроваджуючи систему дилерства замість власної роздрібної мережі. Аналогічно цю концепцію впровадив Генрі Форд.

Під час Великої депресії нафтопереробні компанії почали надавати незалежним підприємствам права на використання свого бренду, що призвело до створення мереж АЗС. У 1955 році, за ініціативою Рея Крока, який придбав ліцензію від братів Макдональд на відкриття власних закладів із ідентичною назвою, з'явилася франшиза McDonald's.[28, с. 57]

Детальні визначення франчайзингу вітчизняними та зарубіжними авторами надано у таблиці 1.8.

Таблиця 1.8

Визначення терміну франчайзинг

Автор	Визначення
Я.Мюррей	Пакет прав та обов'язків який представляє собою комплекс, який франчайзер передає франчайзі під час укладання угоди.[30]
Д.Зельд	Угода, відповідно до якої виробник чи одноосібний розповсюджувач товарів або послуг, захищений товарним знаком, передає виключні права на розповсюдження своєї продукції на конкретній території незалежним роздрібним продавцям. У винагороду за це вони зобов'язані сплачувати роялті та дотримуватися технології виробничих операцій.[30]
І.Дибач	Метод кооперування який передбачає, що франчайзер передає франчайзі не лише право на використання своєї торгової марки, але і своє ноу-хау, при цьому забезпечуючи безперервний внесок необхідних активів у франчайзингові підприємства.[31]
О.Новосельцев	Формування широкої мережі об'єднаних підприємств, що характеризуються єдиною торговельною маркою, спільними умовами, стилем, методами та формами збуту товарів та надання послуг.[32]
Всесвітня організація інтелектуальної власності	Угода, за якою франчайзер, маючи розроблену систему бізнесу, надає іншій особі - франчайзі, право використовувати цю систему згідно з вимогами франчайзера в обмін на винагороду.[56]
Проект закону України «Про франчайзинг»	Це форма підприємницької діяльності яка визначається як угода, в рамках якої одна сторона (правовласник) зобов'язується передати іншій стороні (користувачеві) на умовах договору за винагороду протягом визначеного періоду комплекс виключних прав на використання товарного знаку, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу та спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, які захищені законом, а також інших об'єктів виключних прав, передбачених угодою.[4]
Європейська франчайзингова федерація	Це система збуту товарів або послуг та технологій, що базується на тісному та тривалому співробітництві між юридично та фінансово незалежними підприємцями, а саме між франчайзером і індивідуальним франчайзі. У цій системі франчайзер надає франчайзі право та обов'язок здійснювати підприємницьку діяльність відповідно до концепції франчайзера.[55]
Міжнародна асоціація франчайзингу	Це є договірне відношення між франшизодавцем і франшизоодержувачем, де франшизодавець пропонує або зобов'язується демонструвати постійний інтерес до діяльності франшизоодержувача, зокрема в сферах ноу-хау та навчання персоналу. У цьому контексті франшизоодержувач веде власну діяльність під спільним фірмовим найменуванням, форматом чи процесом, що належать франшизодавцю, і вкладає або вже вклав значні інвестиції у це підприємство із власних ресурсів.[57]

Таблиця складена автором за матеріалами: [4; 55; 56; 57; 30, с.145; 31, с.70; 32, с. 4]

Франчайзинг, згідно з представленими визначеннями, є специфічною формою підприємницької діяльності, яка базується на угоді між франчайзером і

франчайзі. Ця угода передбачає передачу франчайзером прав використання своєї торговельної марки, технологічного процесу, ноу-хау та інших важливих активів франчайзі в обмін на визначену винагороду.

Франчайзингова угода також передбачає зобов'язання франчайзі дотримуватися технології виробничих операцій та сплачувати роялті. Система франчайзингу включає створення єдиної торговельної марки та спільних умов для всіх учасників мережі.

Франчайзинг також може передбачати кооперування, де франчайзер передає франчайзі не лише право на використання торговельної марки, але і своє ноу-хау, при цьому забезпечуючи постійний внесок необхідних активів у франчайзингові підприємства.

Загальний висновок полягає в тому, що франчайзинг - це стратегічний метод розвитку бізнесу, який дозволяє створити єдину мережу підприємств з єдиною торговельною маркою та умовами, сприяючи взаємовигідному співробітництву між франчайзером і франчайзі.

Для більш глибокого аналізу системи франчайзингу важливо надати визначення ключових термінів, пов'язаних з франчайзинговою діяльністю:

1. Франчайзер - особа чи компанія, яка має виключні права на об'єкти інтелектуальної власності, такі як товарний знак, патент на винахід, технології та секрети виробництва (ноу-хау). Франчайзер передає ці права діловому партнеру (франчайзі) за визначеною платою та строком;

2. Франчайзі - діловий партнер, який отримує від франчайзера певні права для здійснення власної діяльності під фірмовою назвою та за використанням бізнес-формату франчайзера;

3. Франшиза - особлива форма співробітництва між франчайзером і франчайзі, в якій франчайзер передає певні виключні права (фірмова назва, товарний знак, технологічні секрети тощо) незалежному діловому партнеру;

4. Комерційна концесія - угода, за якою правовласник передає користувачеві на визначений термін право використовувати комплекс виключних прав, таких як товарний знак і комерційне позначення;

5. Паушальний внесок, відомий як "ціна франшизи", це внесок, розрахований з витрат, пов'язаних із запуском нового підприємства;

6. Роялті - регулярні внески за використання авторського права франчайзера. Розмір роялті зазвичай визначається відсотками та залежить від обсягів продажів та інших факторів.[33; 34, с. 16]

Взаємодія між франчайзером і франчайзі базується на контрактних відносинах, які включають основні права та обов'язки обох учасників франчайзингу. Більшість обов'язків визначається у франчайзинговому договорі, проте, в індивідуальних випадках, вони можуть відрізнятись. Зрозуміло, що ефективність та стабільність франчайзингової системи в значній мірі залежить від взаємин між франчайзером і франчайзі.

Договір франчайзингу є платним і покладає фінансові зобов'язання на франчайзі. Створення франчайзингового підприємства розглядається як інвестиційний проект, оскільки франчайзі вкладає свої кошти з метою отримання майбутніх прибутків. Такий проект вимагає оцінки економічної ефективності створення і функціонування підприємства. Укладання франчайзингового договору пов'язує репутацію франчайзера з успішною роботою франчайзі та визначає зацікавленість у ефективному функціонуванні обох підприємств.

Для забезпечення успіху франчайзингових підприємств франчайзер надає комплекс послуг, включаючи навчання персоналу франчайзі, консультаційну підтримку з технічних та організаційних питань, маркетингову підтримку, допомогу у отриманні (оренді) земельних ділянок та проектуванні приміщень.

Ще однією особливістю організації бізнесу на основі франчайзингу є те, що франчайзі володіє 100% статутним капіталом франчайзингового підприємства. У той же час, свобода прийняття окремих рішень франчайзі обмежується франчайзером, наприклад, в аспектах оформлення інтер'єру, асортиментної політики та робочого графіку.

Джерелами доходу франчайзера можуть бути: вступні внески нових франчайзі, роялті, націнка на постачанні товари, знижки від оптових

постачальників, премії за вибір приміщень і обладнання для франчайзі, оренда франчайзі будівель та устаткування, відсоток за кредитами, що надаються учасникам франчайзингової системи, плата за управлінські та консультаційні послуги, маркетингові внески від франчайзі, власні торгові точки франчайзера.[58]

Світова практика франчайзингу демонструє наявність різних видів, які успішно застосовуються на практиці.

Торговий франчайзинг: цей вид договору дає франчайзі право на реалізацію товарів, випущених під фірмовою торговою маркою франчайзера. Договір суворо регламентує технологію продажів, асортимент товарів та чіткі правила використання торгової марки. Франчайзер може надавати фінансову підтримку, рекламні технології та навчання персоналу. Прикладами є франчайзинг у сферах продажу автомобілів, пального, та побутової техніки.

Виробничий франчайзинг: тут франчайзі отримує право на виробництво та продаж продукції під фірмовим знаком франчайзера. Включає отримання технології та сировини. Угода обумовлює вимоги до виробничого процесу, обсягу продукції, якості, планів продажів, кваліфікації персоналу та звітності.

Діловий франчайзинг: в цьому випадку франчайзер передає не лише права на продаж, але й ліцензію на організацію певного виду бізнесу. Угода чітко визначає концепцію бізнесу, навчання персоналу, дизайн інтер'єру та інші деталі. Прикладом може бути мережа швидкого харчування, така як "МакДональдс".

Сервісний франчайзинг: франчайзі отримує право надавати певний вид послуг під торговою маркою франчайзера, який забезпечує обладнанням, рекламою та маркетинговими технологіями. Компанія-франчайзер здійснює контроль за роботою франчайзі. Прикладом може бути мережа хімчисток.

Зворотний франчайзинг: тут франчайзер передає права на ведення бізнесу під своїм брендом. Франчайзер забезпечує франчайзі асортиментом товарів за агентським договором, і агентську винагороду франчайзі отримує відповідно до умов угоди.[35, с. 15]

За формами організації виділяють наступні види франчайзингу:

1. Прямий франчайзинг: ця форма передбачає пряме спілкування між франчайзером і франчайзі, які укладають договір на відкриття торгової точки для реалізації конкретного товару або послуги. Франчайзер особисто здійснює постачання продукції, навчання персоналу, консультування та визначає маркетингову та рекламну політику. Крім того, він контролює дотримання встановлених правил реалізації товару. Ця модель є найбільш зручною, якщо обидві сторони договору знаходяться у одній країні. У інших випадках, для організації таких відносин, можуть залучатися посередники;

2. Послідовний франчайзинг: полягає в укладенні договорів на відкриття франчайзингової мережі поетапно, після того, як була створена хоча б одна працююча точка, і франчайзі довів, що він виконує всі умови договору;

3. Субфранчайзинг: ця форма франчайзингу передбачає те, що франчайзер передає лише частину прав франчайзі, наприклад, делегування прав на франшизу для розвитку мережі;[35, с. 74; 36, с.41]

Залежно від кількості франчайзингових підприємств, якими володіє один франчайзі, виділяють наступні види франчайзингу:

1. Одноелементний франчайзинг: франчайзі отримує право на відкриття лише одного підприємства за конкретною адресою;

2. Багатоелементний франчайзинг: франчайзі отримує право "територіальної франшизи" на відкриття більше, ніж одного підприємства. Кількість можливих підприємств визначається франчайзером;

3. Комбінаційний франчайзинг: ця форма передбачає використання декількох франшиз у рамках одного підприємства. Такий вид франчайзингу супроводжується двома рівнями договорів – спочатку між франчайзерами, а потім між франчайзерами та франчайзі. Наприклад, використання продукції компанії Coca-Cola у закладах McDonald's.[52, с.68]

Франчайзинг став ефективним способом ведення бізнесу, що підтверджується багатьма міжнародними дослідженнями. Середня рентабельність інвестицій за перші десять років роботи для незалежних

підприємств становить близько 300%, а для компаній, що працюють в рамках франчайзингових угод - понад 600% [37].

Секрет успіху діяльності франчайзингової системи полягає в високоефективній взаємодії сфер великого і малого бізнесу. Зацікавленість діячів першої категорії пояснюється доступом до нових ринків, а діячів другої сфери цікавить доступ до ресурсів та використання вже відомого бренду. Обидві сторони отримують переваги [38, с. 94]. Успішність розвитку франчайзингу пояснюється також його високою стійкістю до різноманітних впливів, особливо на етапі зростання [53].

Використання франчайзингу має як переваги, так і недоліки для обох сторін. У таблиці 1.9 наведено, які саме, і для успішного впровадження і розвитку франчайзингової системи вкрай необхідні ретельний аналіз і усвідомлення переваг та недоліків як для франчайзера, так і для франчайзі.

Таблиця 1.9

Переваги та недоліки франчайзингу

Недоліки	Можливість помилитися з вибором франчайзі або місця розміщення підприємства	Часткова втрата свободи через необхідність дотримуватися інструкцій, розпоряджень франчайзера та умов договору	Потенційна монополізація ринку та негативний вплив на конкуренцію на ринку
	Можливі труднощі у стягнення роялті з франчайзі	Сурові стандартизаційні умови	
	Можливі репугаційні ризики у разі помилок франчайзі	Розміри роялті можуть значно вплинути на рентабельність бізнесу	
	Можливість перевищення витрат на забезпечення франчайзі		

Продовження таблиці 1.9

	Франчайзер	Франчайзі	Суспільство
Переваги	Можливість швидкого зростання бізнесу	Навчання персоналу та консультація у веденні бізнесу від франчайзера	Надходження іноземних інвестицій та технологій
	Постійний дохід за рахунок франшизи	Можливість швидку розвинути на ринку за рахунок бренду	Поповнення державного бюджету
	Можливість використання франчайзі у масштабних маркетингових операціях	Проведення маркетингових кампаній франчайзером	Сприяння конкуренції за рахунок високих стандартів якості
	Можливість збувати товари чи послуги на різних ринках без порушення антимонопольних законодавств	Отримання підтримки від франчайзера у виборі приміщення, у складенні договорів, в управлінні фінансовою діяльністю	
	Можливість поширювати власний досвід ведення бізнесу за рахунок досвіду франчайзі	Використання результатів аналізу франчайзера щодо потенційних місць розміщення підприємств	
	Зацікавленість франчайзі у розвитку та успіху, що приносить більший дохід	Виняткове право на розповсюдження брендівих товарів чи послуг на певній території	
	Економія управлінських та адміністративних витрат		
	Відсутність ризику втрати власного капіталу		
	Створення конкурентоздатної мережі на ринку		

Таблиця складена автором за матеріалами: [39]

Для забезпечення більшої конкурентоспроможності мережі франчайзингу важливо розробити ефективну стратегію логістики. Оскільки франчайзер та франчайзі юридично незалежні, управління логістичними процесами повинно бути гнучким та адаптованим до потреб обох сторін.

Класифікація ступеня впливу франчайзера на логістичні та управлінські процеси франчайзі може бути реалізована через три моделі управління логістикою в роздрібній компанії, що використовує франчайзинг: м'яку, жорстку і гібридну.

М'яка модель передбачає автономне управління товарними потоками франчайзера та франчайзі, використання єдиної закупівельної номенклатури та постачальників для обох сторін, збільшення обсягів закупівель у одного

постачальника для отримання більш вигідних умов, реалізацію зазначених обсягів товарів у франчайзі для формування єдиного асортименту у мережі.

Жорстка модель передбачає співпрацю франчайзі з єдиним закупівельним центром франчайзера. Франчайзер самостійно закуповує у різних постачальників для свого центру, а потім розподіляє між франчайзі. Головна вимога до франчайзі – реалізація поставлених товарів та дотримання стандартів франшизи. Франчайзі отримує можливість аутсорсингу основних логістичних функцій.

Гібридна модель передбачає використання у франчайзинговій мережі різноформатних підприємств. Деякі франчайзі автономно управляють логістикою за загальними правилами. Інші інтегровані до жорсткої моделі та користуються розподільчим центром. Застосовується така модель, коли в мережі є різноформатні підприємства або коли формується міжрегіональна франчайзингова мережа.

Вибір конкретної моделі залежить від умов та завдань франчайзингової мережі, а також від необхідності врахування унікальних особливостей кожної сторони угоди. [40]

Під час формування та розвитку логістичної системи мережі франчайзингу, франчайзер може вибрати оптимальний підхід для ефективного управління та контролю над процесами. Економічно найвигіднішим варіантом для франчайзера може бути створення власного розподільчого центру, що підтримує впровадження жорсткої або гібридної моделі.

Для забезпечення ефективного контролю та управління франчайзинговою системою всі підприємства в мережі повинні опрацьовувати інформацію в єдиному інформаційному просторі. Це досягається через впровадження єдиної інформаційної системи, яка забезпечує управління товарами та матеріалами за будь-якою з трьох моделей логістичного управління. Структура цієї інформаційної системи може бути розподільчою, централізованою або комбінованою.

Розподільча структура виділяється тим, що інформація про статус товарних потоків та запаси в магазинах франчайзі надходить до серверу франчайзі у режимі реального часу. Ця інформація також надсилається на центральний сервер франчайзера. Рішення про закупівлі, поставки та асортимент приймаються після обробки інформації.

Централізована структура відрізняється тим, що інформація про товаропросування та стан товарних запасів отримується центральним сервером франчайзера в реальному часі. Використання цієї системи дозволяє аутсорсити інформаційні та управлінські ресурси, надаючи переваги для франчайзі.

Комбінована структура може використовуватися у франчайзингових мережах з різноформатними підприємствами. Деякі франчайзі можуть автономно управляти логістикою, а інші користуватися централізованою моделлю та розподільчим центром.

Вибір конкретної моделі залежить від конкретних умов та завдань франчайзингової мережі, а також потреб кожної сторони угоди.

Створення ланцюгів постачань у франчайзинговій системі включає два основні напрями, спрямовані на оптимізацію та узгодження логістичного ланцюга:

1. Оптимізація запасів та структури постачань. Використання принципу цілісності, що передбачає інтеграцію всіх сфер взаємодій у ланцюгах постачання. Зорієнтованість на принцип оптимальності для ефективного виконання логістичних завдань з точки зору часу та витрат. Існування ієрархічності для встановлення структури, функціональної диференціації та упорядкованості взаємодії елементів у багаторівневих логістичних системах;

2. Узгодження між ланками логістичного ланцюга. Використання принципу формалізації, що передбачає існування кількісних та якісних характеристик для моделювання логістичних процесів. Застосування принципу варіативності для використання альтернативних варіантів формування логістичних ланцюгів відповідно до різноманітних факторів. Забезпечення стійкості логістичної системи за допомогою принципу стійкості, що передбачає

її здатність ефективно функціонувати та адаптуватися до змін. Інтеграція елементів та учасників логістичної системи, спираючись на принцип інтеграції. Використання аутсорсингу, як передбачено принципом використання аутсорсингу, що надає можливість передавати частину логістичних функцій іншим учасникам у випадку неможливості їх самостійного виконання.[41]

Для ефективного функціонування франчайзингової мережі важливо реалізувати ефективне управління логістикою та використовувати сучасні інформаційні системи. Франчайзинг надає численні переваги, сприяючи більш ефективній організації бізнесу та зниженню витрат, що підвищує конкурентоспроможність підприємства.

1.3. Методи дослідження міжнародних перевезень у рамках франчайзингу

Аналіз — це систематичний процес дослідження, розгляду або оцінки об'єктів, подій або систем з метою ідентифікації ключових компонентів, виявлення закономірностей або зв'язків, пояснення знахідок та/або прийняття обґрунтованих рішень на основі зібраних даних. Аналіз може бути кількісним або якісним і застосовується у різних областях, таких як наука, бізнес, інженерія, фінанси, соціальні науки, тощо.[83]

Узагальнення — це процес виведення загальних висновків з конкретних даних або фактів. Це означає виокремлення основних характеристик, закономірностей або принципів з більш широкого набору деталей або прикладів. Узагальнення дозволяє людині розглядати індивідуальні випадки чи події як частину більшої картини, розуміючи загальні тенденції або закономірності.[83]

Систематизація — це процес організації даних, знань, інформації чи процедур у структурований, логічно впорядкований спосіб. Вона включає в себе розподіл об'єктів чи ідей на категорії, класифікацію за певними критеріями, створення ієрархій або систем. Систематизація допомагає зробити

інформацію більш доступною та зрозумілою, полегшуючи аналіз, використання та зберігання знань.[83]

Статистичний аналіз — це методологія, що використовує статистичні техніки та принципи для збору, аналізу, інтерпретації та представлення даних. Цей процес дозволяє дослідникам зробити висновки, перевірити гіпотези та ухвалювати обґрунтовані рішення на основі даних. Для забезпечення точності та достовірності, статистичний аналіз має враховувати різні фактори, такі як вибірка, розмір вибірки, вибіркові помилки та методологічні обмеження.[42, с.13]

Кореляційний аналіз — це статистичний метод, який використовується для вимірювання та аналізу ступеня зв'язку між двома або більше змінними. Основна мета кореляційного аналізу — визначити, чи існує статистично значущий зв'язок між змінними та яка сила цього зв'язку.

Основні аспекти кореляційного аналізу:

Коефіцієнт кореляції - це числовий показник, який вимірює ступінь та напрямок зв'язку між змінними. Найчастіше використовується коефіцієнт кореляції Пірсона для змінних, які мають лінійний зв'язок.

Коефіцієнт кореляції може варіюватися від -1 до 1. Значення близьке до 1 вказує на сильний позитивний зв'язок, близьке до -1 — на сильний негативний зв'язок, а значення близьке до 0 означає відсутність або слабкий зв'язок.

Кореляційний аналіз широко використовується в наукових дослідженнях, соціальних науках, бізнесі та інженерії. Однак важливо розуміти, що кореляція не означає причинно-наслідкового зв'язку.

Кореляційний аналіз допомагає виявити можливі взаємозв'язки між змінними, що може бути корисним для додаткового дослідження та глибшого аналізу.[43]

У роботі використовувалась наступна формула для розрахунку коефіцієнту кореляції Пірсона:

$$r = \frac{\sum(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x_i - \bar{x})^2 \sum(y_i - \bar{y})^2}} \quad (1.1) \quad [43]$$

де X_i та Y_i - це значення двох змінних, \bar{X} та \bar{Y} - це середні значення цих змінних.

Для розрахунку:

1. Обчислюємо середнє значення \bar{X} та \bar{Y} для обох змінних.
2. Для кожного рядка в таблиці обчислюємо $(X_i - \bar{X})$ та $(Y_i - \bar{Y})$, потім їх добуток.
3. Сумуємо усі добутки, що дає нам чисельник.
4. Окремо для кожної змінної обчислюємо $(X_i - \bar{X})^2$ та $(Y_i - \bar{Y})^2$ сумуємо по кожній змінній, а потім перемножуємо ці суми, що дасть нам знаменник.
5. Ділимо чисельник на корінь квадратний зі знаменника.[42]

Регресійний аналіз - це статистичний метод для вивчення зв'язків між змінними. Він використовується для моделювання залежності однієї змінної (залежної) від однієї чи декількох інших змінних (незалежних). Це дозволяє прогнозувати значення залежної змінної на основі значень незалежних змінних. Регресійний аналіз широко використовується в різних галузях для аналізу тенденцій, прогнозування та визначення факторів, які впливають на конкретне явище.

Формула лінійної регресії, яка використовувалась під час розрахунків:

$$Y = aX + b \quad (1.2.) \quad [42]$$

де Y – залежна змінна, X – незалежна змінна, a – коефіцієнт нахилу, b – точка перетину з віссю Y .

Коефіцієнт нахилу визначає, на скільки змінюється залежна змінна при зміні незалежної змінної на одну одиницю.

Точка перетину з віссю Y вказує на значення залежної змінної, коли незалежна змінна дорівнює нулю.

Коефіцієнти a та b обчислюються шляхом мінімізації суми квадратів різниць між спостережуваними та передбачуваними значеннями за формулою:

$$a = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2} \quad (1.3) \quad [42]$$

$$b = \bar{Y} - a\bar{X} \quad (1.4) \quad [42]$$

Використовуючи значення X та Y обчислюються a та b .

Коефіцієнт детермінації (R -квадрат) вимірює, яка частка варіабельності Y може бути пояснена за допомогою змінної X і обчислюється за формулою:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum(Y_i - \hat{Y}_i)^2}{\sum(Y_i - \bar{Y})^2} \quad (1.5) \quad [42]$$

де \hat{Y}_i – передбачуване значення Y на основі моделі.[42]

Таблиці є незамінним інструментом в аналітиці, оскільки вони дозволяють ефективно представляти, організовувати та аналізувати великі обсяги даних. Вони складаються з рядків і стовпців, що формують сітку, де кожна комірка може містити окрему інформацію. Ця структура допомагає упорядковувати дані за певними категоріями та легко визначати відносини між різними елементами інформації.

Основні види таблиць включають прості, групові та комбіновані. Прості таблиці використовуються для переліку індивідуальних елементів, кожен з яких розташований у окремому рядку без додаткового групування. Групові таблиці збирають дані за певною спільною характеристикою, такою як категорія чи тип, що полегшує порівняння та аналіз. Комбіновані таблиці дозволяють більш складний аналіз, використовуючи кілька різних критеріїв для групування та порівняння даних.

Ключовим елементом ефективної таблиці є її заголовки та підписи. Ясні та точні назви стовпців та рядків забезпечують легке розуміння представленої інформації. Крім того, важливо правильно використовувати одиниці вимірювання та форматування, щоб уникнути плутанини.

При аналізі таблиць зазвичай спочатку рекомендується оцінити загальні патерни та тенденції, представлені в даних. Після цього можна переходити до детального вивчення окремих елементів, порівнюючи їх за різними параметрами.

Використання таблиць значно підвищує ефективність роботи з аналітичними даними, особливо в таких областях, як економіка, фінанси, наука

та освіта. Вони допомагають зробити складну інформацію доступною та зрозумілою, а також полегшують процес ухвалення обґрунтованих рішень на основі аналізу даних. [44, с. 130-136]

Графіки в економічному аналізі використовуються для візуалізації даних, вивчення структури, динаміки, відношень та взаємозв'язків між різними показниками, а також для ілюстрації результатів аналізу у процесі прийняття управлінських рішень.

Графік – це візуальне представлення даних за допомогою різноманітних графічних елементів. Основними характеристиками графіків є їх здатність до наочного та ілюстративного зображення, аналітичність, пізнавальність та компактність. Наочність та ілюстративність – ключові аспекти графіків, оскільки вони дозволяють представляти інформацію не тільки через окремі символи, але й за допомогою об'єднаних знаків-образів, створюючи двовимірне або навіть тривимірне представлення інформації.

Графіки відображають тенденції та зв'язки між досліджуваними явищами та процесами ефективніше, ніж таблиці, оскільки вони забезпечують швидше сприйняття та обробку інформації. Графічні зображення інформації сприяють образному мисленню, у той час як інформація, представлена у формі тексту або чисел, потребує більше часу для сприйняття та аналізу.

Пізнавальність та аналітичність графіків надають можливість вивчити структуру явищ на певний момент часу або зміни її з часом, оцінити виконання планів, варіації ознак явищ, взаємозв'язки та взаємозалежності між явищами.

Графіки можуть представляти різні типи даних, включаючи зміни явищ у часі та просторі, за допомогою геометричних фігур, таких як прямі лінії, криві, кола, сектори, прямокутники. В економічному аналізі, наприклад, часто використовуються графічні образи, створені за допомогою прямих ліній, що відображають зміни явищ у часі та просторі.

При побудові графіків важливо враховувати їх цільове призначення, обрати адекватний образ для представлення інформації, забезпечити наочність

та ілюстративність зображення, використовуючи різні графічні засоби, такі як штрихування, розфарбовування та інші умовні позначення.

Різні види графіків застосовуються для різних аналітичних цілей, включаючи порівняння, вивчення динаміки, зв'язків, контролювання планів, та розподілу даних. Вони можуть бути класифіковані за загальним призначенням (ілюстративні, інформаційні, аналітичні), способом побудови (діаграми, картограми, картодіаграми), типом основних елементів (сітьові, масштабні шкали, крапкові, лінійні, площинні), та формою графічного образу. [44, с. 137-150]

SWOT-аналіз – це метод, що використовується в бізнесі та маркетингу для оцінки Сили (Strengths), Слабкостей (Weaknesses), Можливостей (Opportunities) та Загроз (Threats) організації або проекту. Це один із основних інструментів стратегічного планування, який допомагає організаціям визначити своє місце на ринку та розробити стратегії для досягнення своїх цілей. SWOT-аналіз може бути також застосований для оцінки стратегічного позиціонування країни. [45, с. 144-150]

Ось як можна переформулювати цей метод під контекст країни:

1. Сили, тобто внутрішні позитивні аспекти, які можуть бути використані країною як переваги на міжнародній арені, які можуть включати природні ресурси, сильну економіку, розвинену інфраструктуру, стабільну політичну систему, високий рівень освіти та науки, військову міць, культурну спадщину. Ці елементи допомагають країні зміцнювати своє становище на світовій арені та сприяють її розвитку;

2. Слабкості, тобто внутрішні негативні аспекти, які можуть обмежувати потенціал країни або ставити під загрозу її стабільність та можуть включати обмежені природні ресурси, економічні проблеми, високий рівень корупції, політичну нестабільність, соціальні проблеми, такі як безробіття чи низький рівень освіти. Виявлення та аналіз цих слабкостей дозволяють країні розробити стратегії для їх усунення або мінімізації;

3. Можливості, тобто зовнішні фактори, які можуть бути використані країною для розвитку та підвищення своєї конкурентоспроможності та включають міжнародні альянси, економічне співробітництво, інвестиційні можливості, глобальні ринкові тенденції, технологічні інновації. Ефективне використання цих можливостей може сприяти економічному росту, політичному впливу та соціальному прогресу;

4. Загрози, тобто зовнішні фактори, які можуть становити ризик або шкоду для країни. Включають міжнародні конфлікти, економічні кризи, зміни клімату, тероризм, політичні санкції, глобальні епідемії. Визначення та аналіз цих загроз дозволяють країні розробити стратегії для захисту своїх інтересів і підвищення стійкості до зовнішніх викликів.

Таким чином, SWOT-аналіз допомагає країнам визначити свої ключові сильні та слабкі сторони, розпізнати можливості для розвитку та ідентифікувати потенційні загрози, що дозволяє формувати більш ефективні стратегії на міжнародному рівні.[47]

Висновки до першого розділу

У першому розділі розглянуто теоретико-методичні основи дослідження міжнародних логістичних досліджень:

1. Досліджено теоретичні основи міжнародної логістичної діяльності. Підкреслено еволюцію логістики від давніх часів до сучасності, демонструючи її перетворення з військової дисципліни у ключовий компонент глобальної економіки. Приділено увагу сучасним визначенням та класифікаціям логістики, які відображають її різноманітність та важливість у різних сферах економіки. Вказана важливість логістики у глобалізованій економіці, особливо в контексті франчайзингу. Також проаналізовано вплив технологічного прогресу на логістику.

2. Визначені особливості франчайзингової форми бізнесу. Зроблено історичного огляду франчайзингу, де освітлюється його походження та

еволюція. Надано детальні визначення франчайзингу від різних авторів, підкреслюючи різноманіття підходів та ключові елементи цього явища, такі як правовідносини між франчайзером та франчайзі, платежі та співпраця. Висвітлено різні форми франчайзингу, а також різні види франчайзингу за формою організації. Розглянуто переваги та недоліки франчайзингу для франчайзерів, франчайзі, та суспільства в цілому. Зосереджено увагу на управлінських та логістичних аспектах франчайзингу, включаючи різні моделі управління та важливість інформаційних систем у цій сфері. Показано, як логістичні стратегії сприяють ефективній роботі франчайзингових мереж, забезпечуючи оптимальний розподіл ресурсів та товарів.

3. Охарактеризовано методи дослідження міжнародних перевезень у рамках франчайзингу. Розглянуто аналіз як систематичний процес, який включає дослідження, оцінку та ідентифікацію ключових компонентів об'єктів чи систем, узагальнення, яке дозволяє виводити загальні висновки з конкретних даних, надаючи можливість бачити ширшу картину за індивідуальними випадками. Описано процес систематизації, який полягає в організації даних та інформації у структурований та логічний спосіб, що полегшує аналіз і зберігання знань. Висвітлено важливість статистичного, кореляційного та регресійного аналізу у контексті використання статистичних технік для аналізу даних, включаючи вимірювання зв'язку між змінними та перевірку гіпотез. Також приділено увагу на значення таблиць та графіків у аналітиці, які є незамінними інструментами для ефективного представлення та аналізу великих обсягів даних. Також описано використання SWOT-аналізу в стратегічному плануванні бізнесу та маркетингу, що допомагає оцінювати сили, слабкості, можливості та загрози організації або проекту.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ЛОГІСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У РАМКАХ ФРАНЧАЙЗИНГУ

2.1. Аналіз головних тенденцій розвитку міжнародних логістичних перевезень

Протягом останніх десятиліть тенденції в міжнародній логістиці та транспортуванні розвивалися, щоб задовольнити мінливі потреби глобальної торгівлі, технологічний прогрес і очікування споживачів. Ось деякі з ключових тенденцій, визначених з багатьох джерел:

1. Швидкість і ефективність. Основною рушійною силою в галузі логістики є попит на швидші терміни доставки, що вимагає трансформації в ланцюжку поставок, включаючи логістику пакування, маркування та складування;

2. «Зелена» логістика. Докладаються зусилля для мінімізації впливу логістики на навколишнє середовище завдяки використанню електромобілів, програмного забезпечення на основі штучного інтелекту для оптимізації маршрутів, ресурсозберігаючої упаковки та нейтрального вуглецю морського палива;

3. Технологія Blockchain, яка підвищує прозорість і ефективність для виробників, постачальників, клієнтів, аудиторів, менеджерів складів та інших учасників логістичного ланцюга шляхом створення безпечних і надійних записів транзакцій і відстеження активів;

4. Автоматизація та IoT: Інтернет речей (IoT) збирається революціонізувати глобальну логістику, зменшивши затримки при транспортуванні, помилки операторів, втрату контролю над вантажем, програмні збої та крадіжки;

5. Роботи для співпраці та чат-боти. Інтеграція роботів для співпраці (коботів) і чат-ботів у логістику для автоматизації таких послуг, як обробка

замовлень і взаємодія з клієнтами. Такі компанії, як Amazon, розробляють складських роботів для таких функцій, як пакування та управління запасами;

6. Цифрові близнюки. Ця технологія дозволяє створювати точні 3D-моделі логістичних центрів, щоб експериментувати з інсталяцією нового обладнання та надавати інформацію про вантажі в реальному часі, щоб полегшити мережі доставки та допомогти автономним транспортним засобам;[69,70]

5. Мобільність як послуга. МaaS об'єднує різні види транспортних послуг в єдину платформу, доступну за запитом, зосереджуючись на пункті призначення клієнта, а не на способі транспортування, і, за прогнозами, досягне значної ринкової вартості до 2030 року;

6. Підвищення ефективності доставки «останньої милі». Очікується, що ринок доставки «останньої милі», який є останнім етапом шляху продукту до порога споживача, суттєво зросте, а головні платформи електронної комерції, як-от Amazon, будуть лідирувати;

7. Інвестиції в електричні транспортні засоби. Спостерігається помітне зростання впровадження електричних транспортних засобів у транспортній галузі, включаючи комерційні та пасажирські транспортні засоби;

9. Оновлена увага до доступності транспорту. Галузь вирішує проблему нерівності в доступі до громадського транспорту, особливо для громад, які недостатньо обслуговуються, і людей з обмеженими можливостями;

10. Зміна робочої сили у вантажних перевезеннях. У вантажоперевезеннях спостерігається значний брак робочої сили, що спонукає до дискусій про те, як залучити нових водіїв і покращити умови праці;

11. Інтерес до активного транспорту. Відбувся сплеск транспорту, що працює на основі людського двигуна, наприклад їзди на велосипеді та самокаті, і міста розширюють інфраструктуру для підтримки цих видів;

12. Технології, що підвищують ефективність транспортування. Такі технології, як штучний інтелект, Інтернет речей і телематика, використовуються для підвищення ефективності транспортування та зниження витрат.[70]

Ці тенденції відображають поєднання технологічних інновацій, екологічних міркувань і змін у поведінці споживачів, які змінюють міжнародну логістику та транспортні сектори, щоб вони стали більш ефективними, стійкими та чутливими до потреб глобального ринку.

Для більш глибокого та всебічного дослідження сучасних тенденцій та розвитку галузі логістики, було вирішено зосередити увагу на аналізі показників трьох ключових країн: Сполучених Штатів Америки, Франції та Японії. Ці країни були обрані через їх значний вплив на світову економіку та інноваційний підхід у сфері логістики та міжнародних перевезень.

Сполучені Штати Америки відомі своєю величезною логістичною інфраструктурою та передовими технологіями, що забезпечують ефективність та швидкість доставки товарів. Франція, з її розвиненою транспортною мережею та стратегічним географічним розташуванням в Європі, відіграє ключову роль у міжнародних логістичних операціях. Японія, відома своєю точністю та інноваційністю, є лідером у сфері логістичних технологій та ефективного управління ланцюгами поставок.

Дослідження цих країн дозволить нам зрозуміти які практики можуть бути адаптовані або модифіковані для покращення логістичних процесів у різних частинах світу. Важливо відмітити, що кожна з цих країн має унікальні характеристики та виклики, що робить їх аналіз особливо цінним для збагачення глобального розуміння логістики.

Для дослідження стану та тенденцій логістичної галузі цих країн нами буде порівняно такі показники як Logistics Performance Index та множина показників вираховані Організацією економічного співробітництва та розвитку.

Індекс логістичної ефективності (LPI) — це інструмент, розроблений Світовим банком, який вимірює ефективність торгової логістики країн на глобальному рівні. Він оцінює мережу послуг, які підтримують фізичний рух товарів, транскордонну торгівлю та комерцію всередині країн, включаючи транспортування, складування, брокерські послуги, експрес-доставку, термінальні операції та пов'язане з цим управління даними та інформацією. LPI

ґрунтується на опитуванні, яке просить партнерів даної країни оцінити легкість чи складність торгівлі виготовленими продуктами, що транспортуються у вигляді одиничних форм, таких як контейнери для перевезення.

LPI фіксує структурні фактори логістичної ефективності, які виходять за межі тимчасових перебоїв, наприклад, якість інфраструктури. Недавні кризи в ланцюгах поставок не істотно змінили загальний вигляд оцінок LPI у 2023 році, крім невеликого погіршення у компоненті своєчасності. Така стійкість може бути пов'язана з глобальним характером перебоїв, часом проведення опитування та здатністю перевізників та постачальників логістичних послуг поглинати перебої, як це вказується відновленням зростання ВВП у більшості країн.

Видання LPI 2023 включає ключові показники ефективності (KPIs), які походять з підходу великих даних, вимірюючи швидкість світової торгівлі. Ці KPI ґрунтуються на мільйонах реальних міжнародних переміщень контейнерів, авіаційних вантажів та поштових посилок, з вихідними даними, наданими глобальними ініціативами слідкування, такими як Cargo iQ, TradeLens та Всесвітній поштовий союз. Ці показники доповнюють опитування LPI та забезпечують більш конкретні вимірювання, такі як затримки в портах та аеропортах, та міжнародна зв'язаність. Вони надають конкретні метрики, до яких можуть відноситися політики та практики, особливо коли йдеться про ефективність ключових логістичних хабів та шлюзів.

Згідно звіту Індексу логістичної ефективності за 2023 рік надає кілька ключових уявлень про сучасний стан та тенденції в глобальній логістиці.

Стойкість перед обличчям викликів. Незважаючи на перешкоди, спричинені пандемією COVID-19 та кризою глобальних ланцюгів поставок, середній загальний бал у LPI 2023 залишався в цілому узгодженим з опитуванням 2018 року. Ця стійкість відображає акцент LPI на структурні фактори, які виходять за межі безпосередніх перешкод, такі як якість інфраструктури, та здатність перевізників та постачальників логістичних послуг адаптуватися та поглинати перебої.

Стабільність серед найкращих та найгірших виконавців. Найкращі виконавці логістики продовжували підтримувати високі стандарти, з середнім рейтингом 4,1 з 5, в той час як середній рейтинг найгірших виконавців залишався на рівні 2,1 з 5. Найвищі бали отримували переважно високодохідні економіки, з Сінгапуром на чолі. Найнижчі бали часто мають країни з низьким та нижчим середнім доходом.

Критичні області для поліпшення. Для країн з нижчим показником виконання, ключовими областями, які потребують поліпшення, є якість митних служб, управління кордонами та інфраструктура, пов'язана з торгівлею та транспортом. Ці фактори є особливо слабкими у країнах з найнижчими показниками, багато з яких знаходяться на Близькому Сході, в Північній Африці та в Субсахарській Африці.

Тенденції у конкретних компонентах. Компонент "своєчасність" зазвичай показує кращі результати порівняно з іншими аспектами логістичної ефективності. Проте було помічено погіршення в оцінках своєчасності через кризи ланцюгів поставок. Показники роботи митниці та прикордонних агентств зазвичай є нижчими за інші компоненти, що вказує на необхідність зосереджених зусиль на покращенні цих областей.

Важливість екологічно стійкої логістики. Спостерігається зростаючий попит на екологічно чисті варіанти доставки, особливо серед кращих виконавців. Ця тенденція відображає зростаючу обізнаність та потребу у стійких логістичних практиках для зменшення вуглецевого сліду ланцюгів поставок.

Переваги нових економік та перевищення продуктивності: Нові економіки, як правило, мають коротші затримки порівняно з індустріалізованими країнами, можливо, через наслідки недавніх криз ланцюгів поставок та їх здатності обігнати більш багаті економіки у сферах продуктивності портів та цифровізації. Країни з середнім рівнем доходу, які показують послідовну продуктивність у всіх компонентах LPI, мають потенціал перевершити своїх колег та навіть більш розвинені країни.[74]

Ці уявлення підкреслюють складності глобальної логістичної ефективності, стійкість сектора на тлі викликів та критичні області для покращення з метою підвищення ефективності глобальної торгівлі.

Порівняння показників логістичної ефективності для США, Франції та Японії наведено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Порівняльна динаміка індексу ефективності логістики у США, Франції та Японії

Рік	2016			2018			2023		
	США	Франція	Японія	США	Франція	Японія	США	Франція	Японія
Загальний	3,99	3,9	3,97	3,89	3,84	4,03	3,8	3,9	3,9
Митне регулювання	3,75	3,71	3,85	3,78	3,59	3,99	3,7	3,7	3,9
Інфраструктура	4,15	4,01	4,1	4,05	4	4,25	3,9	3,8	4,2
Міжнародні перевезення	3,65	3,64	3,69	3,51	3,55	3,59	3,4	3,7	3,3
Логістична компетентність та якість	4,01	3,82	3,99	3,87	3,84	4,09	3,9	3,8	4,1
Відстеження	4,2	4,02	4,03	4,09	4	4,02	4,2	4	4
Своєчасність	4,25	4,25	4,21	4,08	4,15	4,25	3,8	4,1	4

Таблиця складена автором за матеріалами: [72, 73, 74]

З таблиці 2.3 можна спостерігати динаміку індексу ефективності логістики та його окремих складових для США, Франції та Японії протягом 2016, 2018 та 2023 років. Ці дані свідчать про високу конкурентоспроможність та лідируючі позиції цих країн у сфері логістики.

Якщо аналізувати загальний індекс, то видно, що Японія показала значне зростання з 2016 по 2018 рік, перевершивши США та Францію. Однак до 2023 року загальний індекс знизився для всіх трьох країн, з особливо помітним падінням для США.

У сфері митного регулювання Японія також продемонструвала найбільше зростання до 2018 року, але до 2023 року всі три країни показали зниження індексу, з невеликим збереженням позицій у Франції та Японії.

Інфраструктура завжди була сильною стороною для Японії та США, проте у 2023 році ми бачимо, що Японія випереджає обидві країни, що свідчить про її інвестиції в модернізацію логістичної інфраструктури.

У категорії міжнародних перевезень, знову ж таки, Японія показала високий результат у 2018 році, але до 2023 року значно знизилася свою позицію, на відміну від Франції, яка покращила свої показники.

Логістична компетентність та якість перевезень показують стабільність у Франції та зростання в Японії, в той час як США втратили деякі позиції.

Відстеження вантажів є сильною стороною для США, показники яких залишаються стабільними і навіть покращилися до 2023 року.

Своєчасність доставки, критичний показник для логістики, показує зниження у всіх трьох країнах у 2023 році порівняно з 2018 роком, з найбільшим падінням у США.

В цілому, ці дані відображають високий рівень логістичної інтеграції та ефективності у США, Франції та Японії. Вони мають одну з найсучасніших логістичних інфраструктур у світі та впроваджують інновації, які визначають глобальні логістичні тренди, хоча і відзначаються деякі коливання у своїх показниках.

Для більш детального розуміння стану логістичної інфраструктури у обраних країнах було вирішено зробити її огляд у таблицях 2.2, 2.3 та 2.4.

Таблиця 2.2

Огляд транспортної інфраструктури та перевезень у США

Показник	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Загальна довжина залізничних колій, км	257722	257532	256806	255891	255153	254621	253932
Загальна протяжність дорожньої мережі, км	6662858	6703479	6722094	6712775	6715088	6739031	6749858
Загальні інвестиції в інфраструктуру внутрішнього транспорту, млрд. євро	96,79	97,38	97,43	108,08	102,91	100,69	96,42
Залізничні вантажні перевезення, Тонно-кілометри, млн.	2326216	2449731	2524726	2364144	2105254	2240822	2239264
Вантажні автомобільні перевезення, Тонно-кілометри, млн.	3008681	3501555	3565779	3508295	3393487	3425008	3402686
Каботажне судноплавство (національні перевезення), Тонно-кілометри, млн.	250690	25 025	253457	239497	230201	226442	221318
Загальний внутрішні вантажні перевезення, Тонно-кілометри, млн.	6573169	7224483	7447865	6111936	5728942	5892272	5863268
Морські закордонні перевезення, млн. тонн	-	1682,75 4	1 756,588	1704,794	1624,34 8	1752,18	1801,77
Міжнародні авіаперевезення, млн. тонн	-	9,918	9,918	9,918	8,816	11,02	11,02

Продовження таблиці 2.2

Міжнародні вантажні автомобільні перевезення, млн. тонн	-	256,766	258,970	249,052	243,542	281,01	145,464
Міжнародні вантажні залізничні перевезення, млн. тонн	-	187,34	199,462	207,176	193,952	215,992	114,608
Загальні міжнародні перевезення, млн. тонн	-	2136,778	2224,938	2170,94	2070,658	2260,202	2072,862

Таблиця складена автором за матеріалами:[75,76]

Враховуючи останні тенденції логістики в аналізі даних транспортної інфраструктури та операцій у США, було зроблено наступні висновки:

Спостерігається стабільне зменшення загальної довжини залізничних колій з 2016 до 2022 року, що пов'язано з переходом до більш ефективних маршрутів, запровадженням нових технологій та кризою спричиненою пандемією COVID-19. З тих же причин відбувалося збільшення залізничних вантажних перевезень у тонно-кілометрах до 2018 року, за яким послідувало значне зниження.

Дорожня мережа трохи розширилася протягом років, що вказує на постійні інвестиції в дорожню інфраструктуру, що пов'язано з необхідністю задоволення зростаючого дорожнього трафіку та підтримки та модернізації існуючих автошляхів. Після початкового збільшення спостерігається невелике зниження у тонно-кілометрах вантажних автомобільних перевезень, що пов'язане з покращенням ефективності, переходом до інших видів транспорту та економічними спадами, що впливають на обсяг вантажів.

Інвестиції в інфраструктуру внутрішнього транспорту досягли піку в 2019 році, за яким прослідувало зниження, що відображає завершення циклу інфраструктурних проектів та зміну пріоритетів інвестицій через економічні фактори.

Тонно-кілометри каботажного судноплавства стабільно зменшуються, що вказує на спад цього виду транспорту через вартість, ефективність або конкуренцію з іншими видами.

Після піку в 2018 році спостерігається зменшення загальних внутрішніх вантажних перевезень у тонно-кілометрах, що відповідає тенденціям, спостереженим у окремих видах транспорту, і може відображати загальні зміни на ринку внутрішніх вантажних перевезень.

У морських міжнародних перевезеннях спостерігається загальний висхідний тренд, що свідчить про зростання ролі США в міжнародних морських перевезеннях та збільшення глобальної торговельної діяльності, що включає США.

Показники міжнародних авіап перевезень залишаються стабільними з невеликим зниженням у 2020 році через вплив глобальних подій на авіатранспорт, за яким прослідувало відновлення.

Різке зниження у міжнародних автомобільних вантажних перевезеннях в 2022 році вказує на значні зміни у міжнародних автомобільних вантажних перевезеннях через зміни в політиці та проблем на кордонах.

Значне падіння в 2022 році свідчить про значну зміну у міжнародних залізничних вантажних перевезеннях через занепокоєння щодо потенційної кризи, змін цін та, відповідно, об'ємів вантажів що перевозяться та спад тенденції на мультимодальні перевезення разом із постпаднемічною відлигою.

Щодо загального обсягу міжнародних перевезень є деякі коливання, але загальний тренд не показує значного збільшення або зменшення, що вказує на відносну стабільність обсягу міжнародних перевезень, що залучають США.

Таблиця, яка відображає різні аспекти інфраструктури транспорту та операцій з 2016 по 2022 рік, розглядаючи через призму нових тенденцій у логістиці, дає зображення сектору, який активно еволюціонує. Постійні інвестиції в інфраструктуру поряд зі змінними обсягами транспортування вказують на реагування на зростаючий попит на швидкість та ефективність доставки. Це, ймовірно, вплинуто інтеграцією практик "зеленої" логістики, які

прагнуть зменшити вплив на довкілля та спонукають до прийняття технологій, таких як електромобілі та ШІ для оптимізації маршрутів.

Вплив технології блокчейн стає помітним, оскільки вона підвищує прозорість та ефективність у всьому ланцюжку постачання. Автоматизація та Інтернет речей революціонізують логістичні операції, зменшують людські помилки та покращують відстеження активів, що могло б пояснити деякі зміни в транспортних даних.

Роль співпрацюючих роботів та передових програмних рішень у складському господарстві та обслуговуванні клієнтів також впливає на динаміку вантажних перевезень, обсяг яких знижується через підвищену ефективність. Аналогічно, концепція мобільності як послуги та фокус на ефективності доставки "останньої милі" відображають логістичний сектор, який все більше орієнтований на клієнта та базується на технологіях.

Фокус індустрії на сталість також видно у спонуканні до електричних транспортних засобів та покращенні доступності транспортних послуг. Виклики у сфері робочої сили у вантажоперевезеннях спонукають до нових стратегій залучення та утримання, тоді як ініціативи активного транспорту набирають обертів, що вказує на зсув у бік більш активних видів мобільності.

Загалом, транспортний сектор адаптується до нових технологій та змінних очікувань споживачів, з ефективністю, сталістю та інноваціями на передньому краї цієї трансформації. Дані вказують на складну та багатогранну відповідь на ці глобальні тенденції в логістиці, які впливають на те, як розвивається та функціонує інфраструктура транспорту в США.

Цей аналіз може надати уявлення про динамічну природу транспортної інфраструктури США та її взаємодію з внутрішніми та міжнародними вантажними перевезеннями.

Таблиця 2.3

Огляд транспортної інфраструктури та перевезень у Франції

Показник	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Загальна довжина залізничних колій, км		49 628	48 699	48 504	48 027	47 870	47 626
Загальна протяжність дорожньої мережі, км	1 101 741	1 103 551	1 103 852	1 104 092	1 106 018	1 105 094	1 101 810
Загальні інвестиції в інфраструктуру у внутрішнього транспорту, млрд. євро	18,02	18,45	20,39	22,10	20,73	22,06	23,17
Залізничні вантажні перевезення, Тонно-кілометри, млн.	34 714	35 481	33 850	33 909	31 297	35 770	35 282
Вантажні автомобільні перевезення, Тонно-кілометри, млн.	152 040	161 774	163 826	167 918	162 171	168 101	168 345
Каботажне судноплавство (національні перевезення), Тонно-кілометри, млн.	2 170	2 270	2 800	3 006	2 519	2 208	2 512
Загальний внутрішні вантажні перевезення, Тонно-кілометри, млн.	206 437	216 743	217 380	221 985	209 970	220 899	220 823
Морські міжнародні перевезення, Тонно-кілометри млн.	2662	2 750	1 961	2088	2246	2228	2226

Продовження таблиці 2.3

Міжнародні вантажні залізничні перевезення, тонно-кілометри, млн.	12037	12846	11 858	9377	11310	14645	14384
Міжнародні вантажні автомобільні перевезення, тонно-кілометри, млн.	7 398	6677	6 486	4856	6380	6733	7221
Загальні міжнародні перевезення, тонно-кілометри, млн.	22097	22273	20305	16321	19936	23606	23831

Таблиця складена автором за матеріалами:[75,77]

Дані щодо інфраструктури та перевезень Франції за період 2016-2022 років відображають динаміку, яка вказує на адаптацію транспортної системи країни до сучасних викликів.

Поступове зменшення загальної довжини колій свідчить не лише про оптимізацію маршрутів, а й про стратегічний перегляд використання залізниці у контексті загальної транспортної мережі.

Невелике зростання протяжності доріг свідчить про розвиток інфраструктури з урахуванням впливу електромобілів та інтегрованих транспортних систем, що підтримують збільшення автомобільних потоків.

Зростання інвестицій пов'язане із зусиллями щодо модернізації інфраструктури, впровадженням нових технологій та підтримкою "зеленої" трансформації транспорту.

Стабільність у залізничних і зростання в автомобільних вантажних перевезеннях можуть відображати зміну в логістичних пріоритетах і підвищення популярності дорожнього транспорту.

Зниження обсягів каботажного судноплавства сигналізує про зменшення ролі цього виду транспорту через конкуренцію з іншими видами транспорту та вплив кризових явищ.

Значне збільшення в останні роки, особливо в міжнародних вантажних залізничних та автомобільних перевезеннях вказує на відновлення економічної активності та зростання транскордонної торгівлі після пандемії.

Ці дані можуть бути інтерпретовані як свідчення адаптивної здатності Франції до інновацій у транспортній сфері, її реакції на екологічні виклики та зміни в глобальних логістичних потребах. Загальна картина вказує на рух у напрямку більш інтегрованої, ефективної та стійкої транспортної інфраструктури, що відповідає сучасним економічним та соціальним очікуванням.

Таблиця 2.4

Огляд транспортної інфраструктури та перевезень у Японії

Показник	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Загальна довжина залізничних колій, км	27 950	27 920	27 900	27800	27790	27630	27520
Загальна протяжність дорожньої мережі, км	1278000	1280000	1280000	1281000	1282000	1284000	1285000
Загальні інвестиції в інфраструктур у внутрішнього транспорту, млрд. євро	41,75	45,15	45,15	50,39	52,09	54,682	57,274
Залізничні вантажні перевезення, Тонно-кілометри, млн.	21 265	21 663	19 369	19 993	18 340	18 042	17 233

Продовження таблиці 2.4

Вантажні автомобільні перевезення, Тонно-кілометри, млн.	246 991	247 782	247 395	251 471	213 420	224 095	200 304
Каботажне судноплавство (національні перевезення), Тонно-кілометри, млн.	180 438	180 934	179 089	169 680	153 824	161 795	162 663
Загальний внутрішні вантажні перевезення, Тонно-кілометри, млн.	268 256	269 445	266 764	271 464	231 760	242 137	217 537
Морські закордонні перевезення, млн. тонн	1018,44 1	997,068	1 032,337	959,69 3	889,36 5	883,042	798,193
Міжнародні авіаперевезення, млн. тонн	1,53	1,75	1,54	1,44	1,28	1,77	1,345
Загальні міжнародні перевезення, млн. тонн	1 020	999	1 034	961	891	885	800

Таблиця складена автором за матеріалами:[75; 78, с. 103]

Для аналізу транспортної інфраструктури та структури перевезень Японії за період 2016-2022 років можна виділити кілька тенденцій на основі наведених даних.

Спостерігається поступове зменшення довжини залізничних колій, що свідчить про оптимізацію маршрутів та інтеграцію більш ефективних високошвидкісних поїздів, які дозволяють обслуговувати більшу кількість пасажирів та вантажів за коротший час.

Відбулося невелике збільшення загальної протяжності дорожньої мережі, що пов'язано з розвитком інфраструктури та адаптацією до сучасних технологій, включаючи розширення мережі для електромобілів.

Суттєве зростання інвестицій в інфраструктуру, що свідчить про акцент на модернізації та впровадження новітніх логістичних систем, які оптимізують процеси доставки та запасів.

Загальна тенденція до зниження в об'ємах залізничних вантажних перевезень може бути викликана переорієнтацією на автомобільні та морські перевезення. Хоча і у автомобільних перевезеннях спостерігається падіння в 2022 році через глобальний економічний спад.

Помітне зниження у каботажному судноплавстві, особливо у 2020 році, зумовлено глобальною пандемією, яка негативно вплинула на внутрішні перевезення через обмеження та зниження виробництва.

У морських закордонних перевезеннях спостерігається падіння, особливо в 2022 році, що пов'язано з економічним спадом, а також змінами у світовій торгівлі.

Волатильність у категорії міжнародних перевезень пов'язана з впливом пандемії COVID-19 та обмеженнями на міжнародні подорожі.

Загальна картина показує, що транспортна система Японії продовжує адаптуватися до глобальних викликів, включаючи пандемію та економічні коливання, та інтегрує новітні технології та логістичні підходи для підвищення ефективності.

Аналізуючи дані з таблиць, можна зробити порівняльний висновок стосовно транспортної інфраструктури та вантажних перевезень у США, Франції, та Японії за період з 2016 по 2022 рік, з особливим фокусом на інвестиції та міжнародні перевезення:

1. Інвестиції в інфраструктуру. У США спостерігається пікове зростання інвестицій у 2019 році, після чого відбулося зниження, що може свідчити про циклічність інфраструктурних проектів та економічну адаптацію. У Франції є стабільне зростання інвестицій з року в рік, що відображає довгострокову

стратегію уряду щодо транспортної інфраструктури та її модернізації. У Японії також відбувається значне зростання інвестицій, що підкреслює фокус країни на інноваціях та вдосконаленні транспортної системи;

2. Міжнародні вантажні перевезення. В США міжнародні морські вантажні перевезення в цілому показують висхідний тренд, свідчаючи про зростання глобальної торгівлі та роль країни у ній. Проте, є різке зниження у міжнародних вантажних автомобільних та залізничних перевезеннях у 2022 році, що може відображати глобальні виклики, такі як пандемія та політичні чинники. У Франції відзначається значне зростання міжнародних залізничних та автомобільних вантажних перевезень, що може бути пов'язано зі збільшенням економічної активності та відновленням після пандемії COVID-19. У Японії спостерігається волатильність у міжнародних авіаперевезеннях, що вказує на чутливість до міжнародних подій, а морські закордонні перевезення демонструють падіння в 2022 році, ймовірно, через згадані глобальні економічні спади;

3. Спільні риси. Всі три країни демонструють загальну тенденцію до оптимізації своєї залізничної інфраструктури, зменшуючи загальну довжину колій, але при цьому підвищуючи ефективність використання існуючої мережі. Інвестиції в інфраструктуру внутрішнього транспорту в кожній країні відображають їх економічні та соціальні стратегії, з акцентом на стійкість та інновації. У всіх країнах відбувається адаптація до змін у глобальних логістичних потребах, зокрема до збільшення міжнародних вантажних перевезень, що вказує на відновлення та зростання після пандемії COVID-19;

4. Особливості. США має сильну тенденцію до зростання в морських міжнародних перевезеннях, але зниження в інших видах міжнародних перевезень в 2022 році. Франція демонструє загальне зростання в усіх категоріях міжнародних перевезень, підкреслюючи її роль у міжнародній торгівлі. Японія, із своїм зростанням в інвестиціях, відображає фокус на технологічні інновації та високошвидкісний транспорт, але зазнає втрат у міжнародних морських перевезеннях.

У цілому, кожна країна реагує на глобальні тенденції, такі як зростання міжнародної торгівлі, технологічні зміни, та екологічні виклики, інтегруючи "зелену" логістику та новітні технології для ефективного розвитку своїх транспортних систем.

2.2. Особливості міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу

В сучасному світі, де бізнес-середовище постійно змінюється та розвивається, розуміння та аналіз тенденцій у франчайзингу стає ключовим чинником для успішного управління міжнародними логістичними перевезеннями в рамках франчайзингу. Останні два десятиліття принесли значні зміни в цьому секторі, відобразивши динаміку розвитку та вплив різних факторів. Детальний огляд стану та тенденцій у франчайзингу за останні два десятиліття включає такі аспекти:

1. Цифрова трансформація. Франчайзинг активно включив цифрові технології у свої бізнес-моделі. Це означало використання соціальних медіа для маркетингу, розвиток онлайн-платформ для продажу, а також впровадження CRM-систем для управління відносинами з клієнтами. Цифрова трансформація допомогла франчайзинговим компаніям підвищити ефективність та досягти кращого залучення клієнтів;

2. Глобалізація. Франчайзингові мережі розширили свою присутність за межі своїх первинних ринків, входячи на нові міжнародні ринки. Це сприяло не лише обміну культурними особливостями, але й збільшенню глобальної конкуренції. Розширення на міжнародні ринки вимагало від франчайзерів бути гнучкими та адаптивними до місцевих умов і культур;

3. Сталий розвиток і соціальна відповідальність. Усвідомленість екологічних та соціальних питань зросла, спонукаючи багато франчайзингових компаній зосередитися на сталому розвитку та корпоративній соціальній

відповідальності. Це включало практики, які знижують вплив на довкілля та враховують соціальні аспекти у своїх бізнес-моделях;

4. Різноманітність форматів франшиз. Сектор продемонстрував гнучкість, пропонуючи різні формати франчайзингу. Від традиційних магазинів до мобільних та віртуальних франшиз - це диверсифікація допомагає компаніям адаптуватися до змінних потреб ринку і споживацьких уподобань;

5. Інновації в продуктах та послугах. Франчайзери постійно інновували свої продукти та послуги, щоб задовольнити змінні потреби ринку та відповісти на нові тренди. Це включало розвиток нових продуктів, послуг, та бізнес-моделей, які відповідали сучасним викликам та можливостям;

6. Зміни у законодавстві та регулюванні. Змінилися закони та регулювання, що стосуються франчайзингу, вимагали від франчайзерів бути більш уважними до юридичних аспектів своєї діяльності. Це включало в себе адаптацію до нових норм і правил у різних країнах, а також забезпечення дотримання стандартів та регуляцій;

7. Вплив COVID-19. Пандемія COVID-19 прискорила прийняття технологій у франчайзингу. Багато франшиз прийняли віртуальні події, навчання, та інші цифрові практики. Було також змінено підходи до роботи, включаючи дистанційне обслуговування та онлайн-продажі;

8. Зміни у демографії підприємців. Зростання інтересу молодих підприємців до франчайзингу, засвідчує зміну демографічних тенденцій. Це відображає більш широке розуміння франчайзингу як можливості для підприємництва і ведення сімейного бізнесу.[59, 60]

Ці тенденції відображають динамічний розвиток і адаптацію франчайзингу до змінних умов ринку, технологій та споживацьких уподобань. Вони також підкреслюють важливість інновацій, гнучкості та адаптивності в управлінні франчайзинговими бізнесами.

Франчайзинг має величезне значення для економіки Канади. Франчайзингові компанії генерують значну частку роздрібних продажів у країні, порівнянну з такою у Сполучених Штатах. Це свідчить про те, що

франчайзинг є ключовим сектором у канадській економіці. Канада має другу за величиною франчайзингову індустрію в світі після США, з великою кількістю франчайзингових компаній та точок. Цей сектор забезпечує значну частку ВВП Канади та є важливим джерелом зайнятості, особливо в гостинності, ресторанному бізнесі та роздрібній торгівлі.[61]

Присутність великої кількості провідних світових франшиз в Сполучених Штатах свідчить не лише про їхнє домінування на внутрішньому ринку, але й про їх глобальний вплив. Це демонструє, як американські франчайзингові моделі і бренди стали бенчмарком для франчайзингової індустрії по всьому світу. Вони встановлюють стандарти для інновацій, бізнес-практик та стратегій розширення. Це також відображає велику роль, яку США відіграють у формуванні міжнародних тенденцій у франчайзингу, що робить їх важливим предметом для аналізу та вивчення глобальних тенденцій у цій сфері.[62]

Інші країни також мають помітний вплив на світовому ринку франчайзингу, але вони не можуть зрівнятися з масштабами, що їх демонструють Сполучені Штати. Зокрема, у Китаї існує велика кількість франчайз, перевищуючи 4500, з числом зареєстрованих франчайзерів понад 4368 та загальною кількістю франчайзингових місць приблизно 400 тисяч. В Індії також спостерігається активний розвиток франчайзингу, з майже 200 тисячами діючих франчайзингових пунктів, де місцеві та регіональні бренди складають близько 84% від загальної вартості франчайзингової галузі країни, яка перевищує 50,4 мільярда доларів і продовжує зростати щорічно на 30-35%.[62]

Індустрія франчайзингу у Сполученому Королівстві виявилася вражаюче динамічною та стабільною, зробивши значний внесок у національну економіку та сектор зайнятості. За минуле десятиліття, економічний внесок галузі виріс до 15 мільярдів фунтів стерлінгів, що відображає зростання на 46%. Цей успіх також підкріплюється збільшенням кількості людей, зайнятих у франчайзингу, до 621 000 - це зростання на 70% за десять років. Окрім того, кількість франчайз, що володіють бізнесом, досягла 44 000 одиниць, що є зростанням на

14%. Значне зростання зайнятості в секторі підтверджується тим фактом, що більше половини франчайзі звітують про оборот, який перевищує 250 000 фунтів стерлінгів, а третина з них займає 10 або більше працівників.

Сектор франчайзингу у Великій Британії виділяється своєю прибутковістю та стабільністю. Надзвичайні 97% франчайзі працюють з прибутком, що свідчить про високу ефективність франчайзингу як бізнес-моделі. Низький рівень змін власності - лише 4,6%, та відсоток невдач значно нижчий, ніж у інших стартапів, додатково підкреслює стабільність галузі. Високий рівень задоволення серед франчайзі, з 91% задоволених своїми франчайзерами, разом із тим, що 29% франчайзі управляють кількома підрозділами, підкреслює привабливість та потенціал франчайзингу.

Франчайзинговий ландшафт у Великій Британії переважно складається з місцевих брендів - 80% франчайзингових марок належать та розвиваються внутрішньо. Це сприяє місцевому підприємництву та підтримує національну економіку. Галузь також активно приваблює молодих підприємців, з однією з п'яти франчайз, запущених інвесторами молодше 30 років. Зважаючи на довгострокове зростання, порівняно з внеском у 5 мільярдів фунтів стерлінгів два десятиліття тому, галузь демонструє значне розширення та багатообіцяючі перспективи.[54]

Європейський ринок франчайзингу, як описано в статті Global Franchise, вражає своєю динамікою та розвитком, маючи свої унікальні особливості в кожній країні. У Німеччині, наприклад, франчайзинговий ринок один із найбільших у Європі та працює без спеціальних законів про франчайзинг, опираючись на добросовісні угоди. Тут франчайзингові системи сфокусовані головним чином у сфері послуг. І цей ринок не лише показав стійкість під час пандемії COVID-19, а й продемонстрував зростання.

Тим часом у Франції спостерігається значне зростання франчайзингу, підтримуване урядом та сильними організаціями. Цифрова трансформація тут набула обертів через пандемію, дозволяючи франчайзі ефективно адаптуватися. Незважаючи на відсутність специфічного регулювання франчайзингу

французьким законодавством, існують певні вимоги щодо розкриття інформації.

У Нідерландах, де франчайзингова галузь також має значний розмір, нещодавно було запроваджено новий Голландський закон про франчайзинг. Це рішення перетворило Нідерланди на одне з найбільш регульованих середовищ франчайзингу в Європі. Незважаючи на виклики пандемії, франчайзинговий сектор у країні залишився стабільним.

Ці приклади підкреслюють різноманітність та міцність європейського ринку франчайзингу, демонструючи як можливості, так і регуляторні особливості в таких ключових ринках, як Німеччина, Франція та Нідерланди.[55]

Сполучені Штати є лідером світового франчайзингового ринку. Значна кількість франчайзингових підприємств у США та їх різноманітність у багатьох секторах економіки свідчать про глибоко вкорінену франчайзингову культуру в країні. Ця велика кількість франчайзингових підприємств впливає на значний відсоток економічного виробництва і зайнятості, відіграючи ключову роль в загальній економіці. Саме тому було вирішено зробити дослідження франчайзингової галузі у цій країні. Результати цього дослідження продемонстровані на рис. 2.1-2.5.

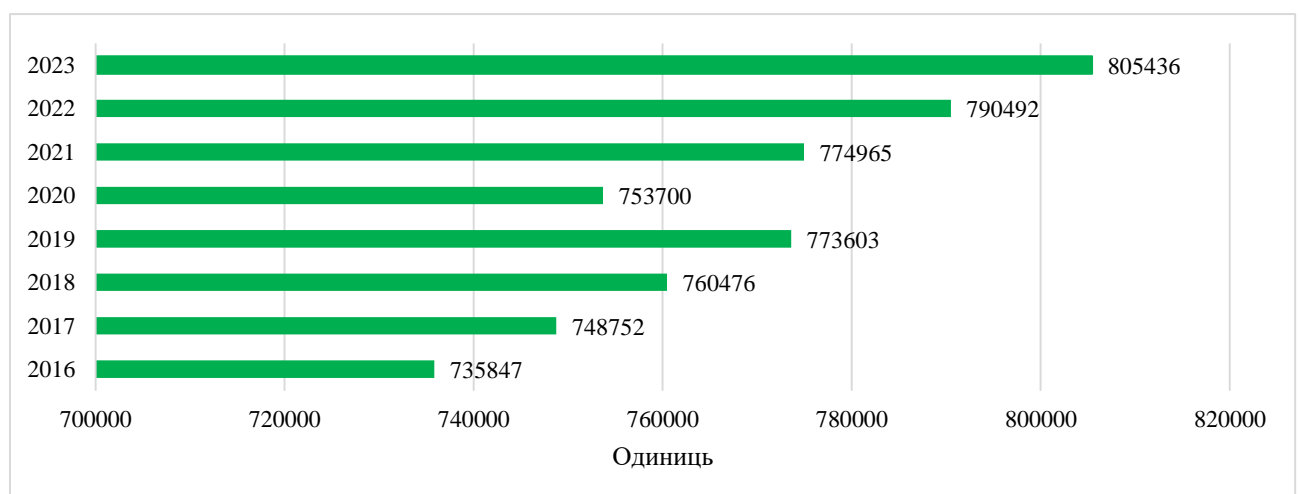


Рис 2.1 Кількість підприємства, які належать і управляються франчайзі у США. [65, 66, 67]

Аналізуючи динаміку кількості підприємств, які належать і управляються франчайзі, можна виділити деякі моменти.

З 2016 до 2017 року кількість таких підприємств зросла на 1.75%, або на 12,905 підприємств.

У 2018 році спостерігалось подальше зростання на 1.57%, що становить 11,724 додаткових підприємств.

В 2019 році було зафіксовано зростання на 1.73%, або 13,127 підприємств.

У 2020 році відбувся відчутний спад на 2.57%, що в чисельному виразі становить зменшення на 19,903 підприємств, через пандемію COVID-19.

Проте у 2021 році було спостережено відновлення зі зростанням на 2.82%, або 21,265 підприємств.

У 2022 році тренд зростання продовжився на рівні 2.00%, що призвело до збільшення на 15,527 підприємств.

До 2023 року зростання стабілізувалося на рівні 1.89%, з додаванням 14,944 підприємств.

За весь період з 2016 по 2023 рік кумулятивне зростання склало 9.46%. Це свідчить про стабільне зростання сектору франчайзингу з тимчасовим спадом у 2020 році, після якого було швидко відновлено позитивну динаміку.

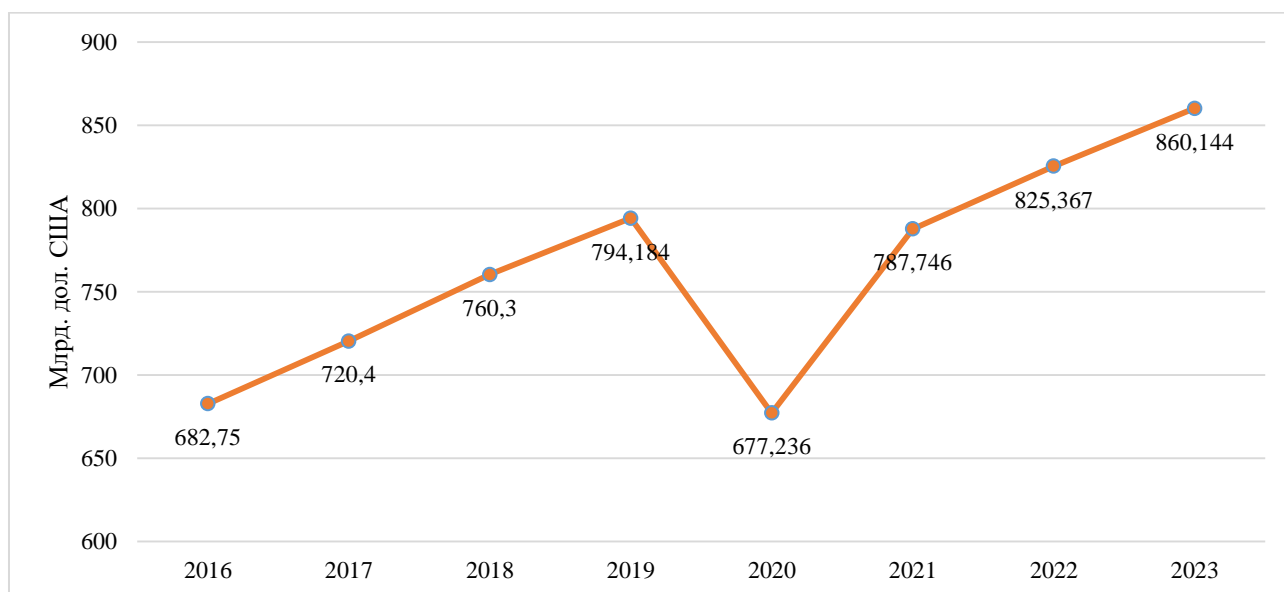


Рис 2.2 Загальний фінансовий результат франчайзингових підприємств у США. [65, 66, 67]

Аналізуючи фінансові результати франчайзингових підприємств у США, можна виявити певні тенденції.

У 2017 році загальний фінансовий результат збільшився на 5.51% порівняно з попереднім роком, що в абсолютних числах дорівнює приросту на 37.65 млрд. доларів.

Протягом 2018 року відзначено подібне зростання на 5.54%, або 39.9 млрд. доларів.

У 2019 році темпи зростання дещо сповільнилися до 4.46%, з приростом у 33.884 млрд. доларів.

В 2020 році фіксується значний спад на 14.73%, зі зменшенням фінансового результату на 116.948 млрд. доларів, що є наслідком пандемічних обставин.

Відновлення в 2021 році було вражаючим, зі зростанням на 16.32% і збільшенням на 110.51 млрд. доларів.

У 2022 році спостерігається стабільне зростання на 4.78%, або на 37.621 млрд. доларів.

До 2023 року цей показник продовжує збільшуватися на 4.21%, що становить додаткові 34.777 млрд. доларів.

Загальний кумулятивний приріст фінансового результату за період з 2016 по 2023 рік складає 25.98%. Ця динаміка свідчить про здатність сектору до відновлення після фінансових втрат, зокрема після спаду, спричиненого пандемією в 2020 році.

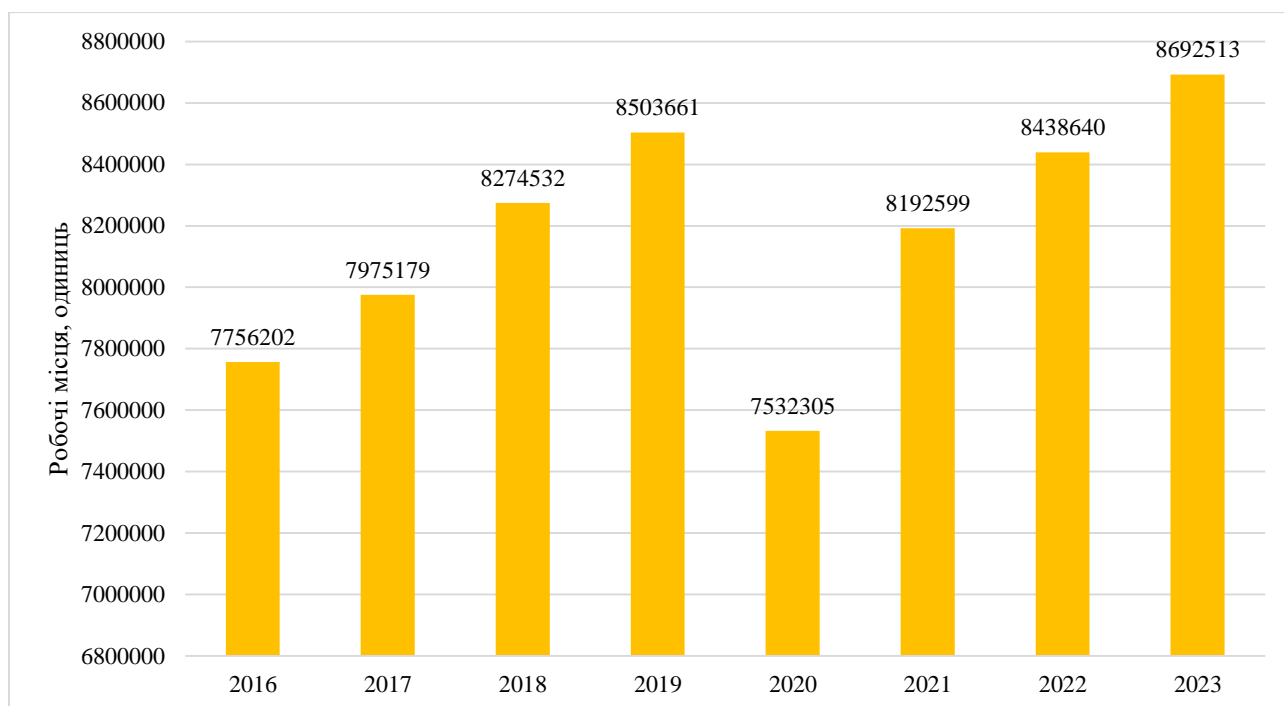


Рис 2.3 Кількість робочих місць у франчайзинговій системі США. [65, 66, 67]

Аналізуючи кількість робочих місць, що надає франчайзинг у США, можна відмітити певну динаміку.

Між 2016 та 2017 роками кількість робочих місць зросла на 2.82%, що складає 218,977 нових позицій.

У 2018 році було створено додаткові 299,353 робочих місць, що представляє зростання на 3.75%.

У 2019 році кількість робочих місць збільшилася ще на 2.77%, або на 229,129 позицій.

В 2020 році спостерігається суттєве скорочення на 11.42%, що в числах становить втрату 971,356 робочих місць, ймовірно через вплив пандемії та, як наслідок, ізоляції населення.

У 2021 році відбулося значне відновлення, з приростом на 8.77%, або 660,294 робочих місць.

Протягом 2022 року було створено 246,041 нових робочих місць, що є зростанням на 3.00%.

До 2023 року кількість робочих місць зросла на 3.01%, або на 253,873 позиції.

Загалом, з 2016 по 2023 рік, кумулятивне зростання кількості робочих місць у франчайзинговій галузі США склало 12.07%. Це підкреслює значний внесок франчайзингу в економіку США, забезпечуючи мільйони американців роботою та підтримуючи ринок праці, навіть у випадку економічних змін та зовнішніх шоків, таких як пандемія або війни у інших регіонах світу.

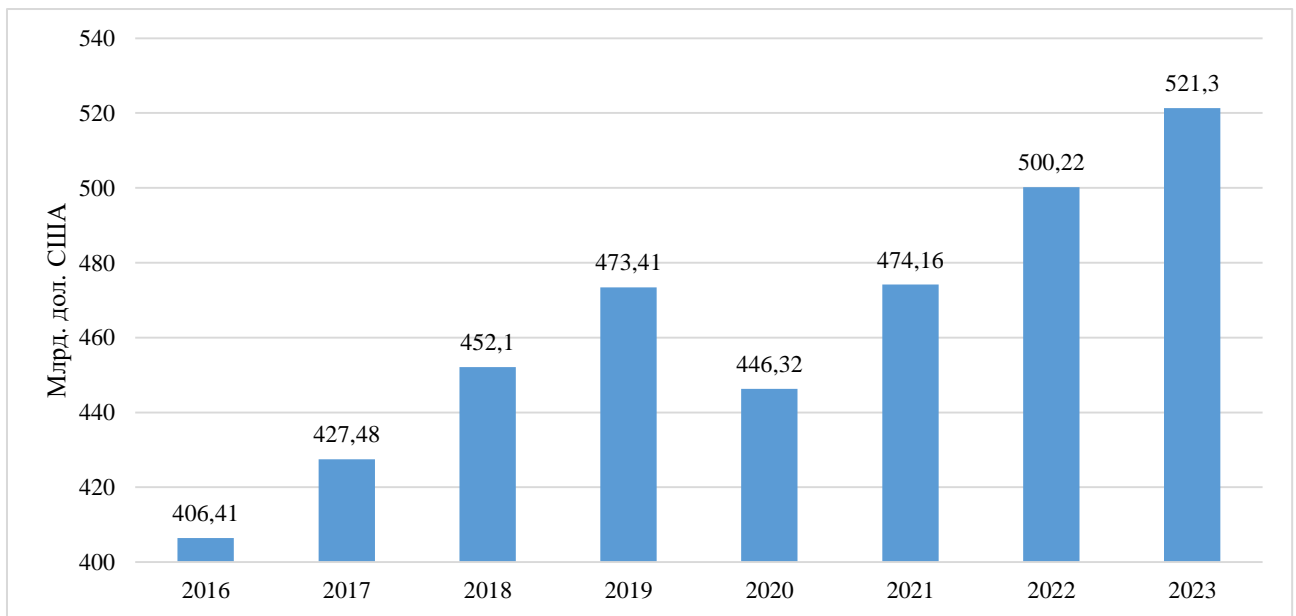


Рис 2.4 Частка франчайзингової галузі у ВВП США. [65, 66, 67]

Аналізуючи частку франчайзингової галузі у ВВП США, виходячи з наданих даних, ми можемо спостерігати закономірні зміни.

Від 2016 до 2017 року внесок франчайзингових підприємств до ВВП зріс на 5.18%, або на 21.07 мільярда доларів.

У 2018 році цей показник продовжив зростати на 5.76%, що дорівнює збільшенню на 24.62 мільярда доларів.

У 2019 році зростання трохи сповільнилося до 4.71%, або на 21.31 мільярда доларів.

В 2020 році було зафіксовано зниження на 5.72%, що відповідає втраті 27.09 мільярда доларів, що було викликано глобальною пандемією.

Проте у 2021 році сектор відновив своє положення зі зростанням на 6.24%, збільшившись на 27.84 мільярда доларів.

У 2022 році спостерігалось додаткове зростання на 5.50%, або на 26.06 мільярда доларів.

У 2023 році внесок франчайзингу до ВВП США продовжив зростати на 4.21%, що становить 21.08 мільярда доларів.

Загальне зростання частки франчайзингу у ВВП з 2016 по 2023 рік склало 28.27%. Це підкреслює значний вплив франчайзингової галузі на економіку США, який продовжує зростати, незважаючи на короточасні спади викликані кризовими явищами.

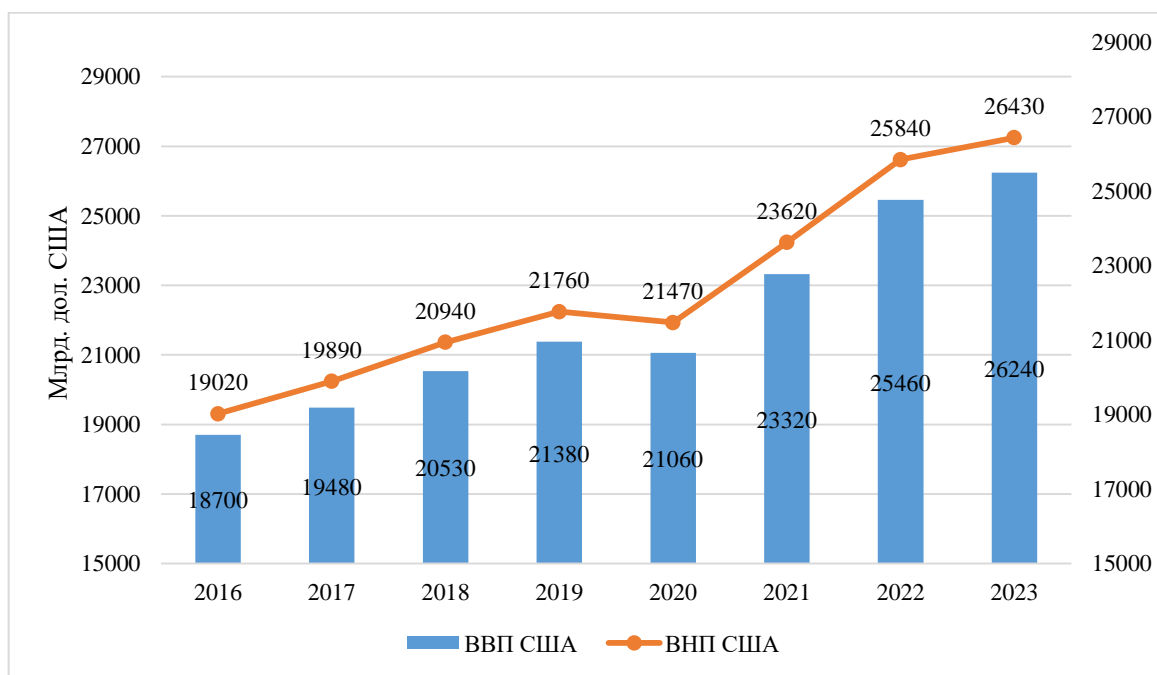


Рис 2.5 ВВП та ВВП США. [68]

На основі аналізу динаміки ВВП та ВВП США, представленій на рисунку 2.5, ми можемо спостерігати стабільні тенденції зростання економіки протягом років з 2016 по 2023, за винятком невеликого спаду у 2020 році, який можна приписати впливу пандемії COVID-19. Після 2020 року спостерігається значне відновлення і зростання як ВВП, так і ВВП, що відображає стійкість та відновлення економіки.

Складний річний темп зростання (CAGR) з 2016 по 2023 рік для ВВП становить приблизно 4.01%, а для ВНП - близько 3.89%. Це зростання включає різке збільшення після 2020 року, що вказує на міцне економічне відновлення та розширення. Відсоткові відносини між ВВП і внеском франчайзингу в економіку США можна вивести з цих даних, що надає основу для розуміння ролі франчайзингу у загальному обсязі економіки країни.

Розуміння цих показників є важливим для подальшого аналізу та осмислення внеску франчайзингової галузі у ширший економічний контекст. У таблиці 2.5 наведено кількісний та відсотковий вклад франчайзингу в економіку США. Стійкість економіки, незважаючи на спад у 2020 році, є вартою уваги і свідчить про сильну здатність до відновлення та зростання в економічній системі США.

Таблиця 2.5

Вклад франчайзингу у економіку США

	Частка франчайзингової бізнесу у ВВП США, млрд. дол. США	ВВП США, млрд. дол. США	Відношення ВВП франчайзингу до ВВП США, %
2016	406,41	18700	2,173315508
2017	427,48	19480	2,194455852
2018	452,1	20530	2,202143205
2019	473,41	21380	2,214265669
2020	446,32	21060	2,119278253
2021	474,16	23320	2,033276158
2022	500,22	25460	1,964728987
2023	521,3	26240	1,986661585

Таблиця складена автором за матеріалами: [65, 66, 67, 68]

Франчайзинг займає важливе місце в економіці США, що підтверджується аналізом наданих даних. У середньому, частка франчайзингового бізнесу у ВВП США складає близько 2.11%. Це означає, що більше ніж 2% американського ВВП генерується франчайзинговими компаніями, що є значним внеском в загальноекономічну активність країни.

У табличних даних видно, що обсяг ВВП, генерований франчайзингом, зростає з року в рік, незважаючи на незначне коливання відсоткової частки від загального ВВП. Це може свідчити про стабільний розвиток та важливість франчайзингу в економічній структурі США.

У загальному підсумку, ці дані демонструють, що франчайзинг є важливим компонентом американської економіки, впливаючи на різні аспекти від ринку праці до загального економічного зростання. Зростання та успіх франчайзингових підприємств не тільки сприяють збільшенню ВВП, але й позитивно впливають на фінансовий сектор та ринок праці, підтримуючи загальноекономічне здоров'я країни.

2.3. Зарубіжний досвід та особливості реалізації міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу

Для більш глибокого розуміння практичних аспектів і стратегій, які використовуються у логістичному франчайзингу, було вирішено зосередитись на аналізі діяльності трьох провідних компаній: UPS (United Parcel Service), Bollore Logistics та Nippon Express. Кожна з цих компаній є визнаним лідером у сфері логістики, що дозволяє отримати цінну інформацію про різноманітні підходи та методи управління логістичними процесами в рамках франчайзингових відносин.

Детальне дослідження цих компаній дозволить відкрити широкий спектр стратегій і технік, які використовуються для ефективного управління логістичними операціями в межах франчайзингової моделі. Це дослідження допоможе краще зрозуміти, яким чином лідери галузі адаптують свої стратегії для ефективного ведення своєї діяльності та які найкращі практики можна впровадити в інших компаніях.

Група Bolloré це великий конгломерат заснований у 1822 році і є однією з 500 найбільших компаній світу. Група Bolloré відзначається своєю стратегією диверсифікації, заснованою на інноваціях та міжнародному розвитку, завдяки

чому вона займає міцні позиції у всіх своїх напрямках діяльності, які включають транспорт і логістику, комунікації, зберігання електроенергії та рішення у цій галузі. Крім основної діяльності, Група також управляє низкою фінансових активів, що включають плантації та фінансові інвестиції.

Bollore Logistics вирізняється своїм комплексним набором послуг, що включають мультимодальні перевезення, митне оформлення, логістику, управління глобальними ланцюгами поставок та розробку спеціалізованих рішень для промислових проектів. Компанія активно зміцнює свою глобальну присутність, засновуючи нові філії та за допомогою франчайзингу.

У Франції компанія активно інвестує в портові операції, зосередившись на збільшенні та консолідації трафіку. Це включає розширення мережі логістичних хабів у ключових точках міжнародної торгівлі, включаючи Ле-Авр, Сінгапур, Абіджан, Дубай, Гонконг та Маямі.

Компанія також має міцні позиції в різних секторах, де її експертиза була визнана, включаючи розкішні товари, нафту та газ, фармацевтику, температурно-керовані харчові продукти та оборону. Bollore Logistics має велику кількість інтегрованих логістичних проектів, особливо у сфері енергетики, розробляючи електростанції та вітряні ферми, зокрема в Африці та Канаді. [79] Детальні показники діяльності Bollore Logistics наведено у таблиці 2.6.

Аналізуючи розвиток Bollore Logistics протягом 2016-2022 років, можна відзначити ключові аспекти, інновації та виклики.

Компанія Bollore Logistics демонструвала стабільне зростання у своїх логістичних послугах з 2017 року, зокрема завдяки збільшенню обсягів морських та повітряних перевезень та стратегічним аквізиціям, покращуючи фінансові показники через збільшення обороту та промислових капітальних витрат. Вона впровадила інновації, включаючи автоматизовану одиницю в Сінгапурі та роботизовані шатли, запровадила CargoWise TMS у 2019 році і створила Інноваційні Хаби B.Lab. З екологічної точки зору, компанія запустила програму Powering Sustainable Logistics та впровадила зелені ініціативи, такі як

сонячний дах Green Hub у Сінгапурі. Регіональне зростання охоплювало Європу, Азію, Америку та Близький Схід, з акцентом на охорону здоров'я, розкіш, аерокосмічну промисловість та відновлювану енергію. Компанія також адаптувалася до глобальних викликів, таких як пандемія та геополітичні конфлікти, включаючи війну в Україні.

Таблиця 2.6

Динаміка показників Bollore Logistics

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Загальний оборот, млн. євро	10076	18325	23024	24843	24109	19771	20677
Оборот з перевезень та логістичних операцій, млн. євро/%	5458	5762	6007	5939	5820	7313	7111
	54,17	31,44	26,09	23,91	24,14	36,99	34,39
Оборот нафтової логістики, млн. євро/%	1965	2172	2699	2650	1900	2509	3599
	19,50	11,85	11,72	10,67	7,88	12,69	17,41
Операційний дохід(ЕВІТА), млн. євро	672	1124	1301	1634	2043	1339	1502
Операційних дохід з перевезень та логістичних операцій, млн. євро/%	490	491	511	580	551	714	437
	72,92	43,68	39,28	35,50	26,97	53,32	29,09
Операційний дохід нафтової логістики, млн. євро/%	54	36	34	56	56	71	141
	8,04	3,20	2,61	3,43	2,74	5,30	9,39
Авіап перевезення, тис. тон	569	640	689	634	574	656	390
Морські перевезення, тис. Контейнерів(TEU)	856	864	873	839	761	826	710
Об'єм проданої нафти, млн. кубічних метрів	3,2	3,2	3,2	3,2	2,7	1,9	1,2
Кількість робочих місць	36733	36677	36531	36515	34140	35125	15657
Кількість країн у яких представлена компанія	105	106	107	109	109	111	63
Кількість філій	602	607	609	600	600	603	358

Таблиця складена автором за матеріалами:[79]

Ця динаміка вказує на здатність Bollore Logistics адаптуватися до змінних ринкових умов, підтримуючи при цьому інноваційну діяльність та зосереджуючись на сталому розвитку. Компанія продемонструвала свою гнучкість та міцність у відповіді на глобальні виклики, одночасно прагнучи до розширення своєї глобальної присутності та покращення послуг. [79]

United Parcel Service, Inc. (UPS) була заснована в 1907 році у Сіетлі, Вашингтон, як приватна кур'єрська служба та служба доставки. Сьогодні UPS є найбільшою у світі компанією з доставки посилок, лідером в малогабаритному вантажному перевезенні у США та провідним постачальником рішень для управління глобальними ланцюжками постачання. Компанія надає послуги в глобальному ринку логістичних послуг, що включають транспортування, розподіл, контрактну логістику, наземні, морські та повітряні вантажоперевезення, митне брокерство, страхування та фінансування. UPS організована на три звітні сегменти: внутрішньоамериканська, міжнародна, ланцюги постачань та вантажоперевезення. [80] Детальну інформацію щодо показників компанії UPS наведено у таблиці 2.7.

Аналіз компанії UPS за період з 2016 по 2022 рік дає можливість виділити головні аспекти її діяльності.

Технологічний та оперативний розвиток: UPS активно інвестувала у технології та інновації, включно з інструментами електронної комерції, управління логістикою та видимістю для клієнтів, щоб підвищити ефективність операцій. Компанія розширила свої технологічні можливості завдяки прогресу у таких напрямках, як 3D-друк, інструменти оптимізації маршрутів, автономні транспортні засоби та поліпшені функції відстеження. UPS зосередилася на автоматизації та розширенні своєї мережі, зі значними розвитками інфраструктури, такими як новий обробний центр в Атланті та розширення на Флориді та в Огайо.

Стратегічний ріст та розширення ринку: UPS продемонструвала прихильність до збалансованої глобальної присутності та надання широкого спектру логістичних послуг. Компанія здійснила стратегічні придбання,

розширила свою глобальну мережу та портфолію послуг, і інвестувала в мультимодальні транспортні можливості для задоволення потреб різноманітної клієнтської бази. Особливу увагу приділяли малим та середнім підприємствам, логістиці охорони здоров'я та ринках з міжнародним ростом.

Таблиця 2.7

Динаміка показників UPS

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Загальний дохід, млн. дол. США, з них:	60906	65872	71861	74094	84628	97287	100338
Вітчизняна доставка	38301	40764	43593	46493	53499	60317	64209
Міжнародна доставка	12350	13338	14442	14220	15945	19541	19698
Ланцюги постачань та Вантажопереезення	10255	11770	13826	13381	15184	17429	16431
Загальний операційни дохід, млн. дол. США, з них:	5467	7529	7024	7798	7684	12810	13094
Вітчизняна доставка	3017	4280	3643	4164	3891	6436	6997
Міжнародна доставка	2044	2464	2529	2657	3436	4646	4326
Ланцюги постачань та Вантажопереезення	406	785	852	977	357	1728	1771
Кількість вітчизняних доставок у день, тис.	16245	16921	17472	18687	21141	21462	20787
Кількість міжнародних доставок у день, тис.	2845	3109	3205	3193	3535	3788	3504
Кількість операцій з вантажоперевезення, тис.	9954	10203	9720	9281	8847	2829	-
Загальна вага перевезених вантажів, млн. тон	4,611	4,890	4,810	4,578	4,237	0,472	-
Загальні операційні витрати, млн. дол. США, з них:	55439	58343	64838	66296	76944	84143	87244
Ремонт і технічне обслуговування	1538	1600	1732	1838	2365	2443	2515
Придбаний транспорт	9129	10989	13409	12590	15631	19058	17653
Пальне	2118	2690	3427	3289	2582	3847	6018

Таблиця складена автором за матеріалами:[80]

Фінансові показники: загальний дохід UPS стабільно зростав з \$60,9 мільярда в 2016 році до \$100,3 мільярда в 2022 році. Найбільший внесок у зростання доходів зробила вітчизняна доставка посилок, тоді як міжнародна доставка вказує на розширення глобальної присутності, особливо помітно в 2021 році. Сегменти ланцюгів постачання та вантажоперевезень також зросли, хоча в 2022 році спостерігалось невелике зниження порівняно з 2021 роком. Операційний дохід значно зріс, особливо в 2021 році, з великим зростанням у внутрішній доставці.

Ефективність операцій та виклики: кількість щоденних вітчизняних та міжнародних вантажних перевезень зросла до 2020 року, з невеликим зниженням, що спостерігалось в 2022 році. Операційні витрати зростали щороку, зі значними збільшеннями у витратах, пов'язаних з придбаним транспортом та паливом. Компанія стикалася з викликами, пов'язаними з пандемією COVID-19, включно з коливаннями попиту, перебоями в ланцюгах постачання та економічною невизначеністю. Майбутній вплив пандемії на операції, фінансовий статус та ліквідність залишається невизначеним, з ризиками, такими як зниження доходів, збільшення витрат та операційна неефективність.[80]

Отже, UPS продемонструвала стабільну стратегічну трансформацію, зосереджуючись на інтеграції передових технологій, розширенні глобальних послуг та підвищенні конкурентних переваг у ключових секторах та міжнародних ринках.

Незважаючи на збільшення загальних та операційних доходів, компанія також зіткнулася зі зростанням операційних витрат, особливо в частині придбання транспорту та витрат на паливо.

Компанія зуміла підтримати свій шлях зростання та операційну ефективність на тлі викликів, викликаних пандемією COVID-19 та змінами в глобальних економічних умовах.

Nippon Express це франчайзингова компанія у сфері глобальної логістики заснована 1 жовтня 1937 року. Її штаб-квартира знаходиться у Токіо, і компанія належить до Nippon Express Holdings.

Nippon Express пропонує широкий спектр логістичних послуг, які охоплюють увесь діапазон транспортування та управління ланцюгами поставок. Основні види діяльності включають залізничні та вантажні експедиційні послуги, а також експертизу у вантажному транспортуванні, що є ключовим у сухопутній логістиці.

Морська логістика є важливою частиною послуг Nippon Express, включаючи морські транспортні, прибережні судноплавні та портові транспортні операції. Вона також діє як Несудновий Оперуючий Спільний Перевізник (NVOCC), пропонуючи морські експедиційні послуги без володіння суднами.

Бізнес повітряного фрахтування є ще однією критичною складовою її портфолію. Nippon Express не обмежується традиційною логістикою; вона також займається супутніми послугами, такими як митне оформлення, збір та розрахунок вантажів, а також пакування та упаковка, пристосовані до різних галузей, включаючи фармацевтику, косметику та медичне обладнання.

Розширюючи свої пропозиції, компанія також проникає в не логістичні сфери, такі як бізнес туристичних агентств, угоди з нерухомістю та послуги безпеки. Вона також займається транспортуванням, будівництвом та встановленням важких вантажів.

Крім того, Nippon Express займається страховою сферою як агент зі страхування від нещасних випадків та займається адміністративною стороною логістики, надаючи послуги такі як управління відходами та обробка визначених служб доставки.[81] Інформацію щодо діяльності цієї компанії наведено у таблиці 2.9.

Таблиця 2.8

Динаміка фінансових показників Nippon Express

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Загальний дохід, млн. дол. США	12491	13369	14328	13938	13930	11813	17552
Логістичні операції, млн. дол. США, з них:	9330,6	11376,6	11290,4	10885,6	11157,9	10395,8	15400,6
Японія	7232,2	8743,0	8424,8	8125,9	8121,2	6757,3	9763,2
Америка	524,6	855,6	659,1	613,3	529,3	578,9	1085,4
Європа	499,6	788,7	773,7	794,5	780,1	886,0	1444,5
Східна Азія	637,0	347,6	816,7	752,7	961,2	1193,2	1621,4
Південна Азія та Океанія	437,2	641,7	616,1	599,3	766,1	980,5	1486,1
Операційний дохід, млн. дол. США, з них:	385	470	533	397	523	460	862
Японія	222,7	307,6	313,2	231,2	305,1	263,3	440,9
Америка	16,2	30,1	24,5	17,5	19,9	22,6	89,1
Європа	15,4	27,8	28,8	22,6	29,3	34,5	83,1
Східна Азія	19,6	12,2	30,4	21,4	36,1	46,5	83,1
Південна Азія та Океанія	13,5	22,6	22,9	17,1	28,8	38,2	134

Таблиця складена автором за матеріалами: [81]

Аналіз діяльності компанії Nippon Express за період 2016-2022 років показує, що компанія стратегічно розвивалася, адаптуючись до змін у глобальній економіці, інтегруючи новітні технології та звертаючи увагу на сталий розвиток. Стартувавши з плану "Nippon Express Group Corporate Strategy 2018 – New Sekai-Nittsu" у 2016-2017 роках, компанія мала на меті стати глобальним логістичним лідером, розширюючи співпрацю з транснаціональними корпораціями та розробляючи індивідуальні логістичні рішення, особливо на своєму вітчизняному ринку у Японії.

Протягом 2017-2018 років компанія активно розширювала присутність на ключових ринках Азії та Європи, інвестуючи у інноваційні технології, такі як автоматизовані вантажівки та дрони для доставки. У цей період доходи від логістичних операцій у Японії зросли з 7,232 млрд до 9,763 млрд доларів США,

а в Америці, Європі, Східній та Південній Азії, і Океанії – також помітно зросли.

У 2018-2019 роках компанія продемонструвала значне зростання доходів та прибутків, впроваджуючи роботизовану обробку даних та акцентуючи на КСВ. Вплив пандемії COVID-19 у 2019-2020 роках змусив компанію адаптуватися до змінних ринкових умов, внаслідок чого вона посилила свої позиції у медичній та фармацевтичній логістиці, особливо на зростаючих ринках, таких як Індія.

У 2020-2021 роках компанія продовжила пристосовуватися до пандемії, зосередившись на охороні здоров'я та цифрових продуктах. Перехід до структури холдингової компанії у 2021-2022 роках показав стратегічну гнучкість компанії, яка збільшила свою присутність у ключових галузях і прискорила цифрову трансформацію.

У 2022 році компанія адаптувалася до глобальних викликів, таких як пандемія, інфляція та геополітичні напруження, впроваджуючи передові технології у свої складські та логістичні операції та роблячи акцент на зеленій логістиці. Загальний дохід компанії значно зріс, особливо в Східній та Південній Азії, і Океанії, де операційний дохід збільшився більш ніж у п'ять разів за аналізований період.

Таке зростання та адаптація до змін у світовій економіці, зокрема в контексті пандемії COVID-19, свідчать про успішну реалізацію стратегій інновацій та глобалізації. Відчутні інвестиції в технології та розширення на нові ринки, разом із фокусом на сталому розвитку та відповідальному веденні бізнесу, допомогли Nippon Express забезпечити своє міцне становище на ринку.

Усі три компанії демонструють різноманітність стратегій у реалізації міжнародних логістичних послуг, що охоплюють інноваційні технології, глобальну присутність, адаптацію до ринкових умов та розширення спектра послуг. Ці стратегії свідчать про необхідність постійного розвитку та адаптації до змінних умов ринку для успішної реалізації логістичних послуг у рамках франчайзингу.

Висновки до другого розділу

У другому розділі розглянуто сучасний стан та перспективи розвитку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу на конкретних статистичних прикладах.

1. Проаналізовано головні тенденції розвитку міжнародних логістичних перевезень, з акцентом на технологічні інновації, екологічні виклики, зміни в поведінці споживачів та вплив глобальних подій, таких як пандемія та геополітична криза спричинена війною в Україні. Основні аспекти дослідження включали "зелену" логістику, використання технологій Blockchain, IoT, автоматизацію та розвиток цифрових близнюків у логістичних операціях. Також оцінено стан логістичної інфраструктури та вантажних перевезень у трьох ключових країнах - США, Франції та Японії, з акцентом на їх унікальні підходи та виклики у цій сфері. Це дослідження відображає глобальний розвиток та адаптацію міжнародної логістики до змінних умов ринку, технологій та потреб споживачів.

2. Визначено особливості міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу, які включають цифрову трансформацію, глобалізацію, сталий розвиток, різноманітність форматів франшиз, інновації в продуктах та послугах, зміни у законодавстві та регулюванні, вплив COVID-19, та зміни у демографії підприємців. Також досліджено стан франчайзингової галузі на прикладі США. Статистика показує стабільне зростання кількості франчайзингових підприємств та фінансових результатів, що свідчить про міцність та розвиток галузі. Відзначено, що франчайзинг є важливим джерелом зайнятості. Відновлення галузі після фінансових втрат підкреслює її здатність до відновлення та розвитку.

3. Досліджено зарубіжний досвід та особливості реалізації міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу на прикладі трьох провідних компаній - UPS, Bollre Logistics та Nippon Express. Основна увага в дослідженні зосереджена на інноваційних стратегіях, глобальному розширенні

та адаптації до викликів сучасного ринку. UPS впроваджує передові технології та автоматизацію для оптимізації своїх логістичних процесів, активно розширює свої послуги у сфері електронної комерції та фокусується на глобальному розширенні своєї мережі. Bolloré Logistics зосереджується на комплексних мультимодальних перевезеннях та управлінні глобальними ланцюгами поставок, з особливим акцентом на портові операції та розширення логістичних хабів. Вони також адаптують свої послуги до потреб різних секторів, включаючи нафту, газ, фармацевтику та оборону. Nippon Express впроваджує стратегії, спрямовані на розширення морської логістики, повітряного фрахтування, митного оформлення та різноманітних супутніх послуг, тобто прагне стати 5pl-провайдером. Вони також активно розвивають не логістичні напрямки, такі як туризм та нерухомість, що вказує на їхню гнучкість та багатогранність у підходах до бізнесу.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ЛОГІСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У РАМКАХ ФРАНЧАЙЗИНГУ

3.1. Пріоритетні напрямки розвитку міжнародних перевезень у рамках франчайзингу

Для детального аналізу особливостей міжнародних логістичних перевезень у контексті франчайзингу було проведено регресивно-кореляційний аналіз різних показників, таких як: взаємодія ВВП США та франчайзингового сектору, у якій було досліджено вплив змін у ВВП на показники франчайзингових компаній, зайнятість у секторі та кількість підприємств, що дозволило визначити як загальні економічні коливання у країні впливають на франчайзинговий сектор; вплив інфраструктури на логістичні показники, були визначені залежності показників LPI від обсягів інвестицій в інфраструктуру в країні та обсягів міжнародних перевезень.

Перш за все було проведено регресійно-кореляційний аналіз показників діяльності франчайзингових компаній в США та ВВП країни за даними за рисунках 2.1 – 2.5. Першим кроком для цього аналізу став розрахунок коефіцієнту кореляції Пірсона за формулою 1.1.

Розрахунки для пари показників ВВП США та Частка франчайзингового бізнесу у ВВП США надали наступні проміжні результати: середнє значення \bar{X} (ВВП США) = 22021,25 млрд. дол.; середнє значення \bar{Y} (Частка франчайзингового бізнесу у ВВП США) = 462,675 млрд. дол.; чисельник (сума здобутків $(X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y}) = 692265,05$; знаменник (корінь квадратний з добутку сум квадратів $(X_i - \bar{X})^2$ та $(Y_i - \bar{Y})^2 = 719134,77$. За остаточними розрахунками було отримано кореляційний коефіцієнт Пірсона (r) = 0,963.

Для пари ВВП США та Кількість робочих місць проміжні результати були наступні: середнє X : 22021,25 млрд. дол.; середнє Y : 8170703,875; чисельник: 5270044301,25; знаменник: 7532880024,97. Кореляційний коефіцієнт за остаточними розрахунками складає 0,7.

Проміжні результати обчислень для пари показників ВВП США та Кількість підприємств: середнє X: 22021,25 млрд. дол.; середнє Y: 767908,875; чисельник: 421398531,25; знаменник: 437309265,14. Кореляційний коефіцієнт для цієї пари складає 0,964.

Для пари Частка франчайзингового бізнесу у ВВП США та Кількість робочих місць результати наступні: середнє X: 462,675 млрд. дол.; середнє Y: 8170703,875; чисельник: 84022959,16; знаменник: 103465175,24. Кореляційний коефіцієнт за остаточним результатом складає 0,812.

Обчислення для пари Частка франчайзингового бізнесу у ВВП США та Кількість підприємств дали такі результати: середнє X: 462,675 млрд. дол.; Середнє Y: 767908,875; Чисельник: 5979253,57; Знаменник: 6006504,76. У результаті отримано коефіцієнт кореляції 0,995.

При обчисленні для пари Кількість робочих місць та Кількість підприємств проміжні показники вийшли наступні: середнє X: 8170703,875; середнє Y: 767908,875; чисельник: 53017766724,88; знаменник: 62917664099,44. Кореляційний коефіцієнт склав 0,843.

Результати розрахунків представлено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Кореляція ключових показників франчайзингу у США

Корелюючі показники	Коефіцієнт кореляції
ВВП США/Частка франчайзингового бізнесу у ВВП США	0,963
ВВП США/Кількість робочих місць у франчайзинговому секторі	0,700
ВВП США/Кількість франчайзингових підприємств	0,964
Частка франчайзингового бізнесу у ВВП США/Кількість робочих місць	0,812
Частка франчайзингового бізнесу у ВВП США/Кількість підприємств	0,995
Кількість робочих місць/Кількість підприємств	0,843

Таблиця складена автором за власними розрахунками

Аналіз наведеної таблиці з коефіцієнтами кореляції для різних економічних показників франчайзингового сектору в США виявив наступні тенденції та взаємозв'язки:

1. Тісний зв'язок між кількістю підприємств і ключовими економічними показниками: коефіцієнти кореляції між кількістю франчайзингових підприємств та ВВП США (0,964) та між франчайзинговими підприємствами та кількістю робочих місць (0,843) є високими. Це вказує на те, що зростання франчайзингових підприємств має значний вплив на економіку та ринок праці;

2. Вплив на ринок праці: сильна кореляція між ВВП США та кількістю робочих місць у франчайзинговому секторі (0,700) свідчить, що франчайзинг є важливим для створення робочих місць, що сприяє зниженню безробіття та підвищенню загального добробуту;

3. Фінансові показники і їх залежність від франчайзингу: високі кореляційні взаємозв'язки (наприклад, 0,963 між ВВП та часткою франчайзингового бізнесу у ВВП) підтверджують значення франчайзингового сектору для економіки. Франчайзингові компанії є значущими учасниками ринку, що впливають на загальний фінансовий клімат;

4. Сильний взаємозв'язок з ВВП США: частка франчайзингового бізнесу у ВВП (0,995) та ВВП (0,963) має майже досконалу кореляцію, що ілюструє, наскільки франчайзинговий сектор є інтегрованим у економіку. Це вказує на потенціал франчайзингу як каталізатора економічного зростання.

Ці кореляційні показники відображають здатність франчайзингового сектора впливати на ширші економічні процеси в США. Високі коефіцієнти кореляції не тільки свідчать про прямий зв'язок між різними показниками, але й вказують на потенційну причинно-наслідкову залежність, яку можна дослідити далі за допомогою регресійного аналізу.

Оскільки показники кореляції доволі високі, місцями майже ідеальні, то було доцільно використовувати лінійну модель регресії, яка визначається за формулою (1.2). Середні значення \bar{X} та \bar{Y} , як і суму добутків $(X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})$

та суму квадратів $(X_i - \bar{X})^2$ було попередньо обчислено під час кореляційного аналізу. Коефіцієнти a та b було обчислено шляхом мінімізації суми квадратів різниць між спостережуваними та передбачуваними значеннями та розраховуються за формулами 1.3 та 1.4. Коефіцієнт детермінації, необхідний для розуміння відповідності отриманих даних обраній моделі визначається за формулою 1.5.

При розрахунку лінійної регресії та коефіцієнту детермінації, де X – Частка франчайзингового бізнесу у ВВП США, а Y – ВВП США отримано наступні проміжні результати: середнє $X = 462,675$ млрд. дол. США; середнє $Y = 22021,25$ млрд. дол. США; сума добутоків = 69226,05; сума квадратів = 52357287,5; сума квадратів різниць між спостережуваними значеннями і значеннями, передбаченими моделлю(чисельник) = 3839456,28; сума квадратів різниць між спостережуваними значеннями і їх середнім значенням(знаменник) = 52357287,5.

За остаточними результатами розрахунку було отримано наступні значення: коефіцієнт нахилу $a = 70,086$; точка перетину $b = -10405,62$; коефіцієнт детермінації (R-квадрат) = 0,927

Чіткий позитивний зв'язок між франчайзинговим сектором і ВВП підкреслює його значення як економічного стимулятора, а високий коефіцієнт детермінації говорить про те, що модель добре відповідає даним.

У результаті обчислень лінійної регресії та коефіцієнту детермінації, де X - ВВП США, Y – кількість франчайзингових підприємств встановлено такі проміжні показники: середнє $X = 22021,25$ млрд. дол. США; середнє Y (кількість підприємств) = 767908,875; сума добутоків = 421398531,25; сума квадратів = 52357287,5; Сума квадратів різниць між спостережуваними значеннями і значеннями, передбаченими моделлю(чисельник) = 3839456,28; сума квадратів різниць між спостережуваними значеннями і їх середнім значенням(знаменник) = 3652584052,875.

Отримані остаточні результати розрахунку наступні: коефіцієнт нахилу $a = 8,049$; точка перетину $b = 590670,465$; коефіцієнт детермінації (R-квадрат) = 0,929.

Позитивний коефіцієнт нахилу свідчить про позитивний зв'язок між ВВП США та кількістю франчайзингових підприємств, що означає сприяння позитивної динаміки зростання економіки країни збільшенню кількості франчайзингового бізнесу. Високий R-квадрат (0,929) вказує на те, що модель добре пояснює варіативність у кількості франчайзингових підприємств на основі показника ВВП.

Наступним було вирішено зробити регресивно-кореляційний аналіз показників транспортної інфраструктури та перевезень у США, Франції та Японії та індексом логістичної ефективності. Перше за було проведено кореляційний аналіз для показників інвестицій у транспортну інфраструктуру для кожної країни та складовою LPI «Інфраструктура» за формулою 1.1.

При обчисленні кореляції цих показників для США було отримано наступні проміжні результати: середнє значення X (інвестиції) = 97,21 млрд. євро; середнє значення Y (LPI Інфраструктура) = 4,03; чисельник = 0,177; знаменник = 0,179. Кореляційний коефіцієнт за остаточними результатами склав 0,988.

При розрахунках коефіцієнту кореляції цих показників для Франції отримано наступні проміжні результати та значення самого коефіцієнту: середнє значення X (інвестиції) = 20,53 млрд. євро; середнє значення Y (LPI Інфраструктура) = 3,94; чисельник = -0,553; знаменник = 0,610. Кореляційний коефіцієнт r за остаточними розрахунками = -0,906.

У процесі обчислення коефіцієнту кореляції показників для Японії зафіксовано такі проміжні результати: середнє значення X (інвестиції) = 48,06 млрд. євро; середнє значення Y (LPI Інфраструктура) = 4,18; чисельник = 0,485; знаменник = 1,246. Кореляційний коефіцієнт Пірсона у даному випадку склав 0,389

Кореляційні коефіцієнти, які ми отримали для трьох країн, мають різні значення та напрямки, що може бути відображенням унікальних умов та

реакцій кожної країни на глобальні події, такі як пандемія COVID-19 та війна в Україні.

США показали дуже високий позитивний кореляційний коефіцієнт, що свідчить про тісний зв'язок між інвестиціями в інфраструктуру і показником LPI Інфраструктура. Це в котрий раз вказує на те, що навіть попри глобальні виклики, США змогли ефективно інвестувати в інфраструктуру, підтримуючи або навіть покращуючи свої показники. Це могло бути частково досягнуто за рахунок місцевих ініціатив або внутрішніх інвестицій, що зменшує залежність від глобальних ланцюгів поставок.

Франція продемонструвала високий негативний кореляційний коефіцієнт, що свідчить про те, що пандемія та геополітичні кризи мали більш знищувальний вплив на інфраструктурні показники ніж інвестиції. Це може бути пов'язано з більшою залежністю Франції від міжнародної торгівлі та ланцюгів поставок, які були серйозно порушені через зазначені події.

Японія показала помірну позитивну кореляцію, що може вказувати на змішаний вплив. З одного боку, Японія може бути ефективною в підтримці своєї інфраструктури попри глобальні виклики. З іншого боку, можливо, що Японія відчувала певні труднощі в підтримці рівня своєї інфраструктури відповідно до зростання інвестицій через ці самі кризи.

Проміжні та остаточні результати обчислень лінійної регресії та коефіцієнту детермінації для США, Франції та Японії за цими показниками наступі:

- для США: середнє X (інвестиції): 97,21 млрд. євро; середнє Y (LPI Інфраструктура) = 4,03; сума добутків = 0,177; сума квадратів = 1,009. Коефіцієнт нахилу $a = 0,175$; точка перетину $b = -12,99$; коефіцієнт детермінації (R^2) = 0,977;

- для Франції: середнє X (інвестиції) = 20,53 млрд. євро; середнє Y (LPI Інфраструктура) = 3,94; сума добутків = -0,553; сума квадратів = 0,610. Коефіцієнт нахилу $a = -0,0417$; точка перетину $b = 4,792$; коефіцієнт детермінації (R^2) = 0,822;

- для Японії: середнє X (інвестиції) = 48,06 млрд. євро; середнє Y (LPI Інфраструктура) = 4,18; сума добутків: 0,485; сума квадратів = 133,11. Коефіцієнт нахилу $a = 0,00365$; точка перетину $b = 4,008$; коефіцієнт детермінації (R -квадрат) = 0,152.

Для США, високий коефіцієнт детермінації ($R^2 = 0,977$) свідчить про сильний лінійний зв'язок між інвестиціями в інфраструктуру та показником LPI Інфраструктура, з майже повним поясненням варіації LPI через інвестиції.

Для Франції, коефіцієнт детермінації також є високим ($R^2 = 0,822$), але коефіцієнт нахилу від'ємний, що вказує на зворотний зв'язок між інвестиціями та показником LPI, що пов'язано з раніше обговореними проблемами.

Коефіцієнт детермінації (R^2) для Японії є відносно низьким (0,152), що вказує на те, що лише близько 15% варіації показника LPI Інфраструктура може бути пояснено через зміни в рівні інвестицій у внутрішню транспортну інфраструктуру. Цей результат підтверджує раніше зроблений висновок про слабкий зв'язок між цими двома показниками, який був виявлений під час кореляційного аналізу.

Наступним кроком дослідження став кореляційно-регресивний аналіз між показниками загальні міжнародні перевезення та складовою LPI «Міжнародні перевезення» для США, Франції та Японії.

Проміжні та остаточні результати кореляційного аналізу цих показників для зазначених країн виглядають так:

- для США: середнє значення X (міжнародні перевезення) = 2144,86 млн. тон; середнє значення Y (LPI Міжнародні перевезення) = 3,52; чисельник = 6,79; знаменник = 19,14. Кореляційний коефіцієнт $r = 0,35$;

- для Франції: середнє значення X (міжнародні перевезення) = 214,880 тонно-кілометрів; середнє значення Y (LPI Міжнародні перевезення) = 3,63; чисельник = 131,58; знаменник = 1134,25. Кореляційний коефіцієнт $r = 0,116$;

- для Японії: середнє значення X (міжнародні перевезення) = 951,33 млн. тон; середнє значення Y (LPI Міжнародні перевезення) = 3,53; чисельник = 50,75; знаменник = 53,17. Кореляційний коефіцієнт $r = 0,95$.

Для США показник кореляції є помірним, що свідчить про більш складну взаємодію між обсягами перевезень та їх ефективністю, можливо, через більш розгалужену та комплексну природу ланцюгів поставок у країні.

Значення кореляційного коефіцієнта для Японії є дуже високим, що вказує на сильний позитивний зв'язок між обсягами міжнародних перевезень та оцінкою ефективності міжнародних перевезень за індексом LPI. Це може бути відображенням того, що Японія ефективно впоралася з логістичними викликами через свою здатність швидко адаптуватися до змін у ланцюгах поставок та впровадження нових технологій в транспортній інфраструктурі.

У Франції зв'язок між обсягами міжнародних перевезень та їхньою оцінкою за індексом LPI не є сильним. Це може вказувати на різні фактори, які впливають на ефективність міжнародних перевезень, не зважаючи на обсяги і означає що у Франції було вжито заходів для забезпечення ефективності міжнародних перевезень, які не завжди корелюють із збільшенням обсягів.

Для США та Франції, зважаючи на їх низькі показники кореляції, робити подальший регресійний аналіз не має великого сенсу. Низькі значення кореляції вказують на відсутність сильного лінійного зв'язку між обсягами міжнародних перевезень та оцінкою ефективності міжнародних перевезень за індексом LPI, що пов'язано з глобальним геополітичним контекстом та його впливом на ці країни. Для Японії ж було вирішено цей аналіз провести.

У результаті обчислень лінійної регресії та коефіцієнту детермінації встановлено наступні проміжні показники: середнє x (загальні міжнародні перевезення) = 951,33 млн. тон; середнє y (LPI міжнародні перевезення) = 3,53; сума добутків = 50,75; сума квадратів = 34450,67; сума квадратів різниць між спостережуваними та прогнозованими значеннями = 0,0073; сума квадратів різниць між спостережуваними значеннями та їх середніми значеннями = 0,0821.

Отримані остаточні результати розрахунку наступні: коефіцієнт нахилу a : 0,00147; точка перетину b : 2,13; коефіцієнт детермінації (r -квадрат): 0,911.

Для Японії, високий коефіцієнт детермінації ($R^2 = 0,911$) вказує на те, що показник LPI Міжнародні перевезення може бути пояснено змінами в обсягах загальних міжнародних перевезень. Це говорить про сильний лінійний зв'язок між цими двома показниками для країни. Коефіцієнт нахилу позитивний, що свідчить про прямий зв'язок: зі збільшенням обсягів перевезень зростає і оцінка ефективності міжнародних перевезень, що демонструє те, що країна змогла адаптуватися до глобальних викликів.

Отже, в рамках дослідження було виявлено певні закономірності. Особливо важливою є кореляція між ВВП США та розвитком франчайзингового сектора, яка підкреслює вплив цього сектора на економіку та ринок праці. Аналіз також показує, що фінансові показники країни тісно пов'язані з часткою франчайзингового бізнесу у ВВП, що вказує на важливість цього сектора для загального економічного клімату.

Регресивний аналіз виявляє значні розбіжності у реакції різних країн на глобальні події, особливо у контексті інвестицій в інфраструктуру та їх впливу на логістичні показники. Наприклад, у США спостерігається сильний позитивний зв'язок між інвестиціями в інфраструктуру та показником логістичної ефективності (LPI), тоді як у Франції цей зв'язок негативний, що може бути пов'язано з їх залежністю від міжнародної торгівлі та ланцюгів поставок. В Японії помірна позитивна кореляція свідчить про змішаний вплив інфраструктурних інвестицій на логістичну ефективність.

Важливо також зазначити високу кореляцію між обсягами міжнародних перевезень та оцінкою їх ефективності в Японії, що вказує на здатність країни ефективно адаптуватися до змін у ланцюгах поставок. Це дослідження підкреслює важливість розуміння різноманітних стратегічних підходів країн до управління ланцюгами поставок і реагування на глобальні виклики, особливо в контексті франчайзингу у міжнародних логістичних перевезеннях.

Враховуючи проведений аналіз та розрахунки вище було сформовано наступні пропозиції щодо розвитку франчайзингового бізнесу у міжнародній логістичній діяльності:

1. Сприяння зростанню економіки через франчайзинг. Враховуючи тісний зв'язок між ВВП США та розвитком франчайзингового сектора, слід акцентувати на розширенні франчайзингових підприємств. Це не лише сприятиме зростанню економіки, але й створить додаткові робочі місця, підвищуючи загальний добробут;

2. Інвестиції в інфраструктуру як ключ до ефективності логістики. Сильний зв'язок між інвестиціями в інфраструктуру та логістичною ефективністю, особливо у США, підкреслює необхідність зосередження на покращенні інфраструктури. Ефективна інфраструктура сприятиме підвищенню логістичної ефективності, що є критичним для успішної міжнародної діяльності;

3. Адаптація до глобальних викликів та локальних умов. різноманітність реакцій різних країн на глобальні події та їх вплив на логістичну ефективність підкреслює необхідність гнучкого підходу. важливо адаптувати стратегії франчайзингу до місцевих умов і глобальних змін, щоб ефективно реагувати на виклики та максимізувати успіх у міжнародній логістиці;

4. Використання геоелекономічного розташування як конкурентної переваги. Аналіз показує, що геоелекономічне розташування країни або регіону має значний вплив на логістичну ефективність і вартість операцій. Тому, при розробці стратегій для франчайзингового бізнесу, важливо зосередитися на оптимізації використання географічного положення. Це може включати вибір місць розташування франшиз з огляду на легкість доступу до транспортних вузлів, близькість до ключових ринків або джерел сировини, а також використання регіональних торговельних угод і мереж для підвищення ефективності поставок та зниження логістичних витрат;

5. Інтеграція інноваційних технологій для підвищення ефективності та сталості. Сучасний технологічний розвиток у міжнародному франчайзингу та логістиці концентрується на інтеграції інновацій для підвищення ефективності, сталості та адаптивності. Це охоплює цифрову трансформацію та автоматизацію через штучний інтелект, IoT та телематику, що забезпечує

швидкість та точність у процесах, від моніторингу ланцюгів поставок до взаємодії з клієнтами. Екологічна відповідальність і сталий розвиток стають ключовими, з переходом на електромобілі та ресурсозберігаючу упаковку, відповідаючи на зростаючі вимоги до екологічної стійкості. Застосування технології блокчейн підвищує прозорість і надійність в ланцюжку поставок. Адаптивність та гнучкість у форматах франчайзингу та логістичних моделях відображається у розвитку різноманітних франчайзингових форматів і мобільності як послуги (MaaS), що дозволяє більш точно відповідати на місцеві умови і культурні особливості. Вплив COVID-19 прискорив прийняття дистанційних технологій та цифрових практик, а зміни в демографії підприємців вказують на необхідність нових підходів у франчайзингових моделях, зосереджуючись на молодих підприємцях і нових ринкових тенденціях. У цілому, ці зміни та інновації підкреслюють важливість синергії між франчайзингом та логістикою, де ключовими є сталість, цифрова інтеграція, автоматизація та адаптивність до глобальних викликів та можливостей.

Ці пропозиції базуються на аналітичному підході до даних, що включає кореляційний та регресійний аналіз різних економічних і логістичних показників, враховуючи взаємозв'язок між франчайзинговим бізнесом, інвестиціями в інфраструктуру, і ефективністю логістичних операцій, а також досвід зарубіжних компаній, досліджений у другому розділі.

3.2. Місце України на світовому ринку міжнародних перевезень у рамках франчайзингу

Для того, щоб розуміти місце України на світовому ринку перевезень у рамках франчайзингу, важливо знати про нинішній стан транспортної та логістичної інфраструктури, а також франчайзингу країни в тому числі у наслідку військових дій.

Україна, країна з величезним потенціалом та динамічними змінами, вже довгий час є ареною для проведення численних конференцій, присвячених стану та перспективам української логістики. Ці заходи відіграють ключову роль у розвитку логістичної індустрії країни, об'єднуючи провідних експертів, бізнес-лідерів, представників уряду та міжнародних організацій. Вони дозволяють учасникам ділитися досвідом, обговорювати актуальні виклики та можливості, а також формувати стратегії, які сприятимуть подальшому розвитку і інтеграції України в глобальну логістичну мережу. Важливо підкреслити, що ці конференції відображають не лише поточний стан української логістики, але й підкреслюють її значення для економічного зростання та розвитку країни в цілому. Було вирішено виділити декілька таких конференцій для розуміння стану логістики у країні.

Конференція "Context Talks", проведена 18 грудня 2021 року, зібрала ключових гравців логістичної індустрії України для глибокого аналізу сучасного стану та майбутніх перспектив української логістики. Серед спікерів були Едуард Мальцев, професор kmbs та керівник програми Presidents' MBA, і Олександр Ткачук, засновник і генеральний директор Quadro Center Ltd., кожен з яких вніс унікальний вклад у обговорення. Едуард Мальцев підкреслив необхідність формування спільної візії для учасників ринку, вважаючи це критично важливим для прискорення досягнення цілей та реалізації потенціалу України на міжнародному рівні. Олександр Ткачук акцентував увагу на наявних проблемах сектору, таких як недостатня інфраструктура та складність документообігу, зокрема на митниці, та обговорив важливість агропродукції України для підтримки економіки. Учасники також обговорили важливість популяризації української продукції. Віра Добачевська, засновниця та керівниця Київської логістичної школи, виступила з пропозицією використовувати успішні кейси як інструмент для створення позитивного іміджу України на світовій арені. Олексій Северин, директор з продажів Ecol Ukraine, зосередився на інвестиційному кліматі країни, зазначивши, що, незважаючи на геополітичну привабливість України, поточна інфраструктура

не відповідає зростаючому інтересу. Він запропонував ініціативи, такі як створення інноваційних виробничих і промислових парків. Павло Пісний, генеральний директор Garant Service та засновник стартапу Smart Way, висвітлив значення інновацій у розв'язанні існуючих проблем логістики, включаючи розробку нових інфраструктурних рішень та спрощення митних процедур. Він також наголосив на перспективах мультимодальних перевезень та розвитку логістичних ланцюгів.[84]

Конференція "TRANS EXPO ODESA 2021", що відбулася з 31 серпня по 1 вересня 2021 року, стала значущим заходом у сфері транспорту, суднобудування, та розвитку портової інфраструктури. Захід, який отримав підтримку від Чорноморської економічної співпраці (BSEC), Асоціації портів Чорного та Азовського морів (BASPA), а також численних місцевих та міжнародних організацій, став майданчиком для глибоких дискусій та обміну досвідом між провідними фахівцями галузі. На конференції представили широкий спектр тем, що охоплювали всі аспекти суднобудівної промисловості, включаючи судноремонт, обладнання, навігаційні системи, портове устаткування та обслуговування, а також морські та річкові перевезення. Важливими аспектами дискусій були екологія, безпека у водному транспорті, а також інновації в галузі морського транспорту та суднобудування. Учасникам конференції були запропоновані різноманітні можливості для розширення бізнесу та налагодження професійних контактів. Серед ключових тем, що викликали особливий інтерес, були поліпшення якості та швидкості вантажних перевезень, відповідність міжнародним стандартам, оптимізація робочих процесів, а також інноваційні підходи до морських логістичних маршрутів.[85]

Міжнародний транспортний форум у Лейпцигу, Німеччина (2022 рік): На цьому саміті, який відбувся 19 травня 2022 року, обговорювалися впливи війни в Україні на внутрішні та глобальні транспортні мережі. Розглядалися як негайні, так і довгострокові наслідки війни для транспортної інфраструктури та логістики, а також майбутнє відновлення транспортного сектору, включаючи

кроки, необхідні для відновлення української транспортної інфраструктури та відновлення глобальних транспортних зв'язків.[86]

Руйнівний вплив війни на транспортну інфраструктуру України станом на січень 2023 року, оцінено в 35-40 мільярдів доларів. Це відображує значне руйнування основних транспортних магістралей, мостів та залізничної мережі, що є критично важливими для економіки та мобільності населення.

На даний момент транспортна інфраструктура, особливо у східних регіонах більше націлена на евакуацію, доставку гуманітарної допомоги, перевезення військової техніки та підтримку економіки. Багато секторів економіки сильно залежать від транспортної інфраструктури: сільське господарство, металургійна промисловість, вугільна промисловість, оборонний комплекс. Всі ці галузі відіграють ключову роль в економіці країни і їх ефективність безпосередньо залежить від наявності надійної транспортної мережі.

Також існують проблеми, які виникають через різницю у залізничних стандартах між Україною та Європейським Союзом, що ускладнює транзит і вимагає адаптації. Перехід на автомобільний транспорт є реальністю в умовах обмеженої пропускної спроможності європейської залізничної мережі та збільшення вимог до логістики. Це може впливати на збільшення вартості та часу доставки товарів.

Крім того у червні 2022 року було підвищено тарифи на залізничні перевезення через зменшені обсяги вантажоперевезень, що є прямим наслідком війни. Потенціал залізничної інфраструктури України порівняно з Європейською є дуже важливим у перевезенні вантажів і впливі на екологію.

Крім того, знищення важливих виробничих об'єктів, як «Азовсталь», та зерносховищ має серйозний вплив на залізничний та морський транспорт, а постійний ризик значно вплив на економічну активність у країні.[82]

У 2023 році український ринок міжнародних вантажних перевезень переживає період невизначеності, зумовлений військовими діями, які позначилися на економіці та зменшили обсяги перевезень. Незважаючи на це,

географічне положення України як важливої транзитної країни між Європою та Азією відкриває перспективи для розвитку цієї сфери. Проте, для успіху на цьому ринку вимагається гнучкість та здатність швидко адаптуватися до змінних умов.

Особливий імпульс розвитку міжнародних перевезень було надано угодою про транспортне безвізове співробітництво з ЄС, укладеною у 2022 році. Ця угода спростила роботу українських перевізників у Європі, відкривши їм нові можливості. Також, відсутність обмежень Пакету мобільності, що діють в ЄС, надає українським перевізникам конкурентні переваги.

Однак, існують і певні виклики, зокрема паливна криза 2022-2023 років, яка спричинила різке зростання цін на паливо в Європі та Україні. Це накладає додаткові витрати на перевізників, що може вплинути на їх конкурентоспроможність.

Загалом, ситуація на ринку міжнародних вантажних перевезень в Україні є складною, але перспективною. Потенціал для зростання існує, але учасники ринку повинні бути готові до різних ризиків та викликів. Міністерство інфраструктури України виявляє бажання до довгострокової співпраці з ЄС, що може відкрити ще більше можливостей для розвитку цього сектору.[82]

Франчайзинг в Україні це потенційно стратегічно важливий сектор економіки, який може відігравати ключову роль у стимулюванні підприємництва, створенні нових робочих місць та залученні іноземних інвестицій. Франчайзинг пропонує унікальні можливості для малого та середнього бізнесу, дозволяючи підприємцям використовувати вже відомі бренди та успішні бізнес-моделі для швидкого входження на ринок та зменшення ризиків.

Однак, незважаючи на значний прогрес, франчайзинг в Україні продовжує стикатися з викликами, зокрема з потребою в удосконаленні законодавчого регулювання, підтримці та розвитку інфраструктури та підвищенні обізнаності про переваги франчайзингу як моделі ведення бізнесу. Успіх у цій сфері буде залежати від здатності українських підприємців адаптуватися до змінюваних

ринкових умов, використовувати інноваційні підходи та ефективно взаємодіяти з міжнародними партнерами.

Україна не має чіткого правового визначення франчайзингу. Замість цього, відносини у цій сфері регулюються за допомогою договору комерційної концесії, який закріплений у главі 76 Цивільного кодексу України та главі 36 Господарського кодексу. Крім того, цей договір також підпадає під спеціальні законодавчі акти, пов'язані з інтелектуальною власністю. Згідно статті 1115 Цивільного кодексу, за цим договором одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати іншій стороні (користувачу) право на використання комплексу прав за певну плату для виробництва або продажу товарів чи надання послуг. Учасниками договору можуть бути як фізичні, так і юридичні особи, які здійснюють підприємницьку діяльність.[1, 2]

З правової точки зору, франчайзинг в Україні має ряд недоліків. Основною проблемою є недостатнє правове регулювання, що призводить до непорозумінь та складнощів при укладанні договорів. Також, розвитку франчайзингу заважають відсутність досвіду, національні особливості ведення бізнесу в Україні, а також недотримання ділової репутації.

Інша серйозна проблема полягає у регулюванні договору комерційної концесії двома різними кодексами – Цивільним кодексом (ЦК) та Господарським кодексом (ГК), що призводить до юридичних неузгодженостей. ЦК, наприклад, визначає недійсність договору при порушенні письмової форми, тоді як ГК вважає такий договір нікчемним. Ці розбіжності у законодавстві створюють додаткові труднощі для практикуючих юристів та бізнесменів, що працюють у цій сфері.[46]

У 2001 році в Україні дійсно була зроблена спроба ухвалити закон про франчайзинг, який мав на меті пряме регулювання договорів франчайзингу, встановлення основних понять та правил відповідальності сторін. Цей проект закону був зареєстрований у Верховній Раді 8 листопада 2001 року. Однак, незважаючи на цю спробу, законопроект так і не було прийнято, і він досі залишається неприйнятим.[3]

Неприйняття цього законопроекту залишає регулювання франчайзингу в Україні недосконалим, оскільки існуючі нормативні акти не забезпечують повного та чіткого регулювання цієї сфери. Це продовжує створювати юридичну невизначеність для бізнесу та ускладнює розвиток франчайзингу в країні.

У 2017 році в Україні була здійснена ще одна спроба врегулювати питання франчайзингу через прийняття спеціалізованого закону. Проект закону №7430 був внесений 21 грудня 2017 року. Однак, у 2019 році цей проект був відкликаний. Причиною відкликання стало те, що запропонований у проекті підхід не вирішував існуючу проблему належним чином, а навпаки, міг зробити правове регулювання відносин у сфері франчайзингу ще більш заплутаним. Основною проблемою було невирішення питання відносин між комерційною концесією та франчайзингом, а також ігнорування необхідності внесення змін до Цивільного та Господарського кодексів України.[4]

Ця ситуація ще раз підкреслює складнощі, з якими стикається Україна у процесі правового регулювання франчайзингу. Відсутність чіткого законодавчого визначення та регулювання у цій області продовжує бути викликом для розвитку бізнесу та правової системи країни в цілому.

Однак, незважаючи на проблеми із законодавчим регулюванням, франчайзинг в Україні представляє динамічний та зростаючий сектор. Франчайзинг визнано зручною та ефективною моделлю для розвитку малих та середніх підприємств, пропонуючи мінімальні ризики для підприємців, особливо вигідні під час викликів, що створює пандемія COVID-19 та війна.

В Україні франчайзинг добре розвинений у різних економічних секторах. Популярні напрямки включають громадське харчування (пекарні, кав'ярні, вулична їжа), широкий спектр послуг (від салонів краси до туристичних агенцій), освіту і розвиток дітей, а також проекти, пов'язані зі здоров'ям. Послуги лідирують за кількістю франшиз, за ними слідує громадське харчування, а роздрібна торгівля на третьому місці. Українські роздрібні

франшизи особливо процвітають, коли у них є власне виробництво та налагоджена логістика.

Динаміка зростання франшиз в Україні на 2021 рік показує, що сектор продовжує набирати обертів, із помітним збільшенням українських франшиз. Близько 30% з них можуть впевнено конкурувати з франшизами з країн, таких як США. Прикладами успішних українських франшиз є "Наш Край" (мережа супермаркетів), "SPAR" (одна з перших глобальних франчайзингових мереж і найбільша міжнародна асоціація супермаркетів), "Frans.ua" (мережа торгових точок і пекарень), "Good Beer" (франшиза спеціалізованих магазинів пива та пабів) та "Aroma Kava" (мережа кав'ярень).

Нові тенденції з'явилися на ринку франчайзингу через COVID-19, включаючи зростання послуг, пов'язаних з внутрішнім туризмом, транспортом та B2B послугами. Також зросла потреба в послугах доставки та пунктах самовивозу, оскільки споживачі адаптувалися до замовлення необхідних товарів онлайн. [87]

Стан франчайзингу в Україні в 2023 році та перспективи на 2024 рік відображають активне відновлення ринку після впливу війни. Спостерігається зростання кількості нових пропозицій франшиз та збільшення зацікавленості потенційних франчайзі. Водночас потенційні партнери стають більш обережними при виборі франшизи, що призводить до збільшення середнього періоду продажу франшизи до близько двох місяців.

Серед основних трендів ринку вирізняються такі:

1. зростання активності на ринку, зокрема збільшення запитів на купівлю франшиз;
2. виражена сезонність, де підприємці віддають перевагу запуску бізнесу по франшизі у теплі періоди року, зокрема через вплив минулорічних блекаутів;
3. орієнтація на відомі та надійні бренди, а також цікаві продукти для мінімізації ризиків.

За оцінками експертів, українці зацікавлені в запуску франшиз у таких сферах як кав'ярні, галузь громадського харчування, роздрібна торгівля, освіта, медицина та медичні лабораторії. Щодо інвестицій, франчайзі віддають перевагу доступнішим сумах інвестицій з кращими фінансовими показниками прибутковості та окупності.

Власники франчайзингових мереж стали більш лояльними до майбутніх партнерів, надаючи можливість розбити сплату паушального внеску на кілька платежів та зменшуючи розмір вступного внеску для інвесторів, які відкривають другу чи третю точку в мережі.

Найбільш популярними локаціями для запуску франшиз у 2023 році стали Київ, Київська область та Львів через платоспроможне населення та статус великих бізнесових центрів. Також спостерігається відновлення франчайзингової діяльності в таких містах як Харків та Одеса, що пов'язано з поверненням людей до цих регіонів і поживленням бізнес-активності.

Загалом, ринок франчайзингу в Україні демонструє стійкість та адаптивність, особливо в участі різноманітних секторів і зосередженні на місцевих брендах. Франчайзинговий ландшафт в країні свідчить про позитивне зростання, зі збільшенням інтересу до відомих брендів і секторів зі стабільним попитом, водночас демонструючи обережний, але проактивний підхід у відповідь на поточну економічну та геополітичну ситуацію. Така динаміка співвідноситься з глобальними тенденціями, де, попри початковий удар від пандемії та війни, ринок франчайзингу перебуває на шляху до відновлення, з очікуваним міцним зростанням. У сфері міжнародних логістичних перевезень франчайзинг є актуальним у 2023 році завдяки росту глобалізації, електронної комерції та новітнім технологіям. Він надає можливості завдяки відомому бренду, перевіреним бізнес-моделі, доступу до технологій та економії від масштабу.

Засновуючись на проаналізованих даних щодо стану та перспектив логістики та франчайзингу в Україні було вирішено зробити SWOT-аналіз у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

SWOT-аналіз стану та перспектив міжнародних логістичних перевезень у
рамках франчайзингу в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Стратегічне географічне положення: Україна розташована між Європою та Азією, що надає їй важливе значення як транзитній країні</p> <p>Динамічний розвиток франчайзингу: Франчайзинг у різних економічних секторах демонструє зростання</p> <p>Розвиток інновацій: Значення інновацій у розв'язанні логістичних проблем та розвитку логістичних ланцюгів</p> <p>Висока фаховість у сфері логістики: Проведення конференцій та обмін досвідом сприяють розвитку логістичної галузі</p>	<p>Руйнування транспортної інфраструктури: Внаслідок військових дій значно постраждала транспортна інфраструктура</p> <p>Недоліки у правовому регулюванні франчайзингу: Відсутність чіткого законодавства та невизначеність у відносинах франчайзингу</p> <p>Недостатність розвитку інфраструктури: Проблеми з інфраструктурою та складність документообігу, зокрема на митниці.</p> <p>Висока залежність від зовнішніх факторів: Сприйнятливність до геополітичних змін та економічних коливань</p>
Можливості	Загрози
<p>Угода про транспортне безвізове співробітництво з ЄС: Спрощення умов роботи для українських перевізників у Європі</p> <p>Підвищення популярності українських франшиз: Збільшення кількості та якості вітчизняних франшиз</p> <p>Відновлення та модернізація інфраструктури: Потенціал для розвитку мультимодальних перевезень та логістичних ланцюгів.</p> <p>Розвиток внутрішнього ринку: Зростання інтересу до франшиз в різних сферах економічної діяльності</p>	<p>Військові дії: Продовження конфлікту та його вплив на економіку та інфраструктуру.</p> <p>Паливна криза: Зростання цін на паливо та вплив на конкурентоспроможність перевізників.</p> <p>Економічна невизначеність: Непередбачуваність ринкових умов та вплив на рівень інвестицій.</p> <p>Розбіжності у залізничних стандартах: Складнощі в транзиті через відмінності між Україною та ЄС.</p>

Таблиця складена автором за матеріалами: [1, 2, 3, 4, 82,46, 84, 85, 86, 87]

В цілому, Україна знаходиться на етапі активних змін і відновлення у сфері міжнародних перевезень та франчайзингу. Незважаючи на існуючі виклики, країна має великий потенціал для зміцнення своїх позицій на світовому ринку завдяки своєму стратегічному положенню, активній адаптації до ринкових умов та розвитку інфраструктури і інновацій у сфері логістики.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі було перспективи розвитку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу:

1. Було встановлено пріоритетні напрямки розвитку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу завдяки аналізу ключових показників франчайзингової діяльності у США за регресивно-кореляційною моделлю, завдяки якому було визначено високу ступінь інтеграції франчайзингу у економіку країни, генеруючи робочі місця та служачи важливим економічним драйвером. Було досліджено зв'язок інвестицій провідних країн в інфраструктуру та показником її ефективності згідно індексу логістичної ефективності. Усі три країни продемонстрували різні результати, що пов'язано зі структурою їх економічної діяльності та адаптивності до глобальних викликів останніх років. Також було проаналізовано за аналогічними принципами зв'язок між показником якості міжнародних перевезень та їх обсягом у США, Франції та Японії. Результати також виявилися різними, в залежності від загальної адаптивності країн до змін економічному середовищі, що допомагає у розумінні того який стратегічний підхід повинна використовувати країна в управлінні логістикою та як її адаптувати до складних умов. Також, з урахуванням проведеного аналізу було сформовано п'ять пропозицій щодо розвитку франчайзингового бізнесу у міжнародній логістичній діяльності, які включають сприяння зростанню економіки через франчайзинг, інвестиції в інфраструктуру як ключ до ефективності логістики, адаптація до глобальних викликів та локальних умов,

використання геоелекономічного розташування як конкретної переваги, інтеграція інноваційних технологій для підвищення ефективності та сталості.

2. Визначено місце України на світовому ринку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу. На основі проаналізованого матеріалу, Україна продемонструвала значний потенціал у сферах франчайзингу та логістики, незважаючи на великі виклики та зміни, з якими країна зіштовхнулася. Її стратегічне географічне положення як транзитної країни між Європою та Азією створює унікальні можливості для міжнародних перевезень, хоча вплив військових дій значно ускладнив ситуацію, спричинивши руйнування важливої інфраструктури та зміни у економічних пріоритетах. У сфері франчайзингу спостерігається зростання, зокрема у секторах роздрібно́ї торгівлі, громадського харчування та послуг, хоча сектор стикається з викликами, пов'язаними з недосконалістю законодавчого регулювання та потребою в розвитку інфраструктури та обізнаності про переваги франчайзингу. Міжнародні угоди, зокрема угода про безвізове транспортне співробітництво з ЄС, відкривають нові перспективи для розвитку і інтеграції України в глобальні логістичні мережі. Попри сучасні виклики, Україна має великий потенціал для інновацій та розвитку в логістиці та франчайзингу, зокрема з урахуванням потреби в адаптації до глобальних тенденцій та викликів. З огляду на це, країна може не лише відновити свої позиції у цих секторах після військових дій, але й значно їх розширити, забезпечуючи стабільний економічний розвиток та ефективну інтеграцію в міжнародні ринки.

ВИСНОВКИ

У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні та методичні основи дослідження міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу, досліджено сучасний стан та особливості розвитку цієї сфери та досліджено закономірності, зв'язки та місце України:

1. Досліджено теоретичні основи міжнародної логістичної діяльності. В роботі висвітлено історичний розвиток логістики, від її початків у військовій сфері до становлення як невід'ємної частини сучасної глобальної економіки. Розглянуто сучасні визначення та класифікації логістики, які відображають її багатогранність і значення у різних галузях економіки. Підкреслено роль логістики в умовах глобалізованої економіки, зокрема в контексті франчайзингу. Також здійснено аналіз впливу технологічних інновацій на логістичний сектор.

2. Визначені особливості франчайзингової форми бізнесу. В ході дослідження проведено аналіз історичного розвитку франчайзингу, відстежуючи його походження та поетапний розвиток. Представлено різні інтерпретації концепції франчайзингу від відомих експертів, що відображають широкий спектр підходів та важливих аспектів, включаючи юридичні відносини між учасниками, фінансові умови, та аспекти співпраці. Охарактеризовано різні моделі франчайзингу, розглядаючи їх через призму організаційних структур. Проаналізовано плюси та мінуси франчайзингу з точки зору різних сторін: власників франшиз, франчайзі та громадськості. Упор зроблено на адміністративні та логістичні складові франчайзингу, з особливою увагою до стратегій управління та значення інформаційних систем у цій галузі. Виявлено, як стратегії управління логістикою сприяють успішності франчайзингових мереж, забезпечуючи ефективне розподілення ресурсів і продукції.

3. Охарактеризовано методи дослідження міжнародних перевезень у рамках франчайзингу. Подано деталізований огляд аналітичного процесу, що

включає збір, вивчення та аналіз ключових елементів досліджуваних об'єктів чи систем, а також узагальнення, що дозволяє формувати загальні умовиводи зі специфічних даних, надаючи змогу оцінити комплексну картину з окремих випадків. Описано процес організації даних та інформації в структурований і логічний порядок, що сприяє легшому аналізу та систематизації знань. Акцентовано на значенні статистичного аналізу, включаючи кореляційний та регресійний аналіз, у рамках застосування статистичних методів для дослідження зв'язків між змінними та перевірки теоретичних гіпотез. Наголошено на важливості використання таблиць та діаграм у процесі аналітичної роботи, оскільки ці інструменти є незамінними для ефективного представлення та аналізу об'ємних даних. Також висвітлено застосування SWOT-аналізу у стратегічному плануванні та маркетингу, що сприяє оцінці сильних та слабких сторін, можливостей та загроз для організації чи країни.

4. Проаналізовано головні тенденції розвитку міжнародних логістичних перевезень. Ключовими аспектами були технологічні нововведення, екологічні виклики, зміни у споживацьких уподобаннях, а також вплив глобальних подій, включаючи пандемію та геополітичні зміни, зокрема війну в Україні. Вивчення охоплювало екологічно відповідальну логістику, застосування блокчейну, Інтернету речей, автоматизацію та використання концепції цифрових двійників у логістичних процесах. Також проведено аналіз стану логістичної інфраструктури та вантажоперевезень у трьох ключових країнах - США, Франції та Японії, з урахуванням їх специфічних методів та викликів у цій галузі. Дослідження відображає загальносвітові тенденції та адаптацію міжнародної логістики до змін на ринку, у технологіях та споживчих потребах.

5. Визначено особливості міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу, які охоплюють аспекти цифрової трансформації, вплив глобалізації, зорієнтованість на сталий розвиток, різноманіття форм франшиз, новаторство у продуктах та послугах, еволюцію законодавчого та регуляторного середовища, наслідки COVID-19, а також зміни в демографічному складі підприємців. Проведено аналіз ситуації у

франчайзинговій індустрії США, де статистичні дані свідчать про постійне зростання кількості франчайзингових компаній та їхньої фінансової ефективності, що підтверджує стабільність та прогрес галузі. Підкреслено важливість франчайзингу як значного джерела робочих місць. Відзначено здатність сектора до швидкого відновлення та розвитку після фінансових потрясінь, що свідчить про його високу адаптивність та життєздатність.

6. Досліджено зарубіжний досвід та особливості реалізації міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу, з акцентом на діяльність трьох визначних компаній: UPS, Bollore Logistics та Nippon Express. У дослідженні основна увага приділялася розробці інноваційних стратегій, розширенню глобальної присутності та пристосуванню до сучасних ринкових викликів. UPS акцентує на впровадженні новітніх технологій та автоматизації для поліпшення своїх логістичних процедур, а також на розширенні своєї діяльності в області електронної комерції та глобальному розвитку мережі. Bollore Logistics спеціалізується на інтегрованих мультимодальних транспортних рішеннях та управлінні глобальними ланцюгами поставок, з особливим фокусом на операціях у портах та розвитку логістичних центрів. Компанія також адаптує свої послуги під потреби різних секторів, включно з нафтогазовим комплексом, фармацевтикою та оборонною промисловістю. Nippon Express реалізує стратегії, спрямовані на розширення своєї діяльності в морському та авіаційному фрахтуванні, митному оформленні та наданні додаткових послуг, намагаючись стати провідним 5PL-провайдером. Компанія також активно розширює свої горизонти, входячи в такі сфери, як туризм та нерухомість, що свідчить про їх гнучкість та універсальність у бізнес-стратегіях.

7. Було встановлено пріоритетні напрямки розвитку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу. Використовуючи регресивно-кореляційну модель для аналізу важливих індикаторів франчайзингу в США, була виявлена значна інтеграція франчайзингу в економіку країни, що сприяє створенню робочих місць та виступає ключовим елементом економічного розвитку. Проаналізовано залежність між інвестиціями ведучих країн у

логістичну інфраструктуру та їх ефективністю за індексом логістичної ефективності. Три вивчені країни показали різні результати, які пов'язані з особливостями їхньої економічної структури та здатності адаптуватися до світових викликів останніх років. Також було досліджено зв'язок між якістю міжнародних перевезень та їх обсягом у США, Франції та Японії, використовуючи аналогічні методики. Результати показали різні тенденції, що відображають адаптивність кожної країни до економічних змін, що вказує на необхідність специфічного стратегічного підходу у сфері логістики та її адаптації до складних умов. На основі аналізу було розроблено п'ять стратегічних пропозицій для розвитку франчайзингового бізнесу в міжнародній логістиці, які включають стимулювання економічного зростання через франчайзинг, зосередження на інвестиціях в інфраструктуру як ключовий фактор ефективності логістики, адаптацію до глобальних викликів та місцевих умов, використання географічного положення як унікальної переваги та інтеграцію інноваційних технологій для покращення продуктивності та стійкості.

8. Визначено місце України на світовому ринку міжнародних логістичних перевезень у рамках франчайзингу. З аналізу становища України випливає, що країна має значний потенціал у галузях франчайзингу та логістики, незважаючи на виклики, пов'язані з останніми подіями. Її ключове географічне розташування як транспортного хаба між Європою та Азією відкриває можливості для розвитку міжнародних перевезень, хоча наслідки конфлікту вносять корективи, завдаючи шкоди інфраструктурі та змінюючи економічні пріоритети. В сфері франчайзингу спостерігається позитивна динаміка, з особливим розвитком у секторах роздрібною торгівлі, ресторанного бізнесу та послуг, проте сектор стикається з проблемами, зумовленими недосконалістю законодавства та потребою у розвитку інфраструктури. Україна також відкриває нові перспективи через міжнародні угоди, включаючи безвізове співробітництво з ЄС, що сприяє її інтеграції в світові логістичні мережі. Незважаючи на існуючі виклики, Україна має потенціал для інновацій та

прогресу в областях логістики та франчайзингу, особливо у контексті необхідності адаптації до глобальних трендів та викликів. Враховуючи це, країна може не тільки відновити свої позиції в цих сферах після конфлікту, але й значно розширити свої можливості, тим самим сприяючи стабільному економічному зростанню і ефективному входженню в міжнародні ринки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Цивільний кодекс України. Прийнятий Верховною Радою України від 16.01. 2003 р., введений в дію з 01.01.2004р. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 40. Ст. 356.
2. Господарський кодекс України. Прийнятий Верховною Радою України від 16.01. 2003 р., введений в дію з 01.01.2004р. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18. Ст.144.
3. Проект закону про франчайзинг № 8241 від 08.11.2001. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?skl=4&pf3516=8241 (дата звернення 20.11.2023)
4. Проект Закону України про франчайзинг №7430 від 21.12.2017 URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=63201 (дата звернення: 12.11.2023)
5. Тридід О.М. Логістика : навч. посіб. К. : Знання, 2008. 566 с.
6. Хвищун Н.В. Сутність поняття «логістика»: ретроспективний аналіз. *Ефективна економіка*. 2012. № 11.
7. Тюріна Н. М. Логістика : навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2015. 392 с.
8. Сергєєв В.І. Логістика: аналітичний огляд. СПб. : «Знання», 1996. 27 с.
9. Олійник Я.Б., Смирнов І.Г. Міжнародна логістика. навч. посіб. К. : Обрії, 2011. 540 с.
10. Л. С. Безугла, Н. І. Юрченко, Т. В. Ільченко, І. М. Пальчик, Д. В. Воловик Логістика : навч. посіб. ДДАЕУ. : Пороги, 2021. 252 с.
11. Заборська Н. К., Жуковська Л. Е. Основи логістики : навч. посіб. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 216 с.
12. О. М. Ястремська Логістика : навч. посіб. Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 272 с.

13. Гуторов О. І., Лебединська О. І., Прозорова Н. В. Логістика : навч. посіб. Х : Міськдрук, 2011. 322 с.
14. О.В. Безсмертна, О. О. Мороз, Т. М. Білоконь, І. В. Шварц Логістика : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2018. 161 с.
15. Малюта Л. Я., Шерстюк Р. П. Курс лекцій з дисципліни «Логістика». Тернопіль : Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, 2017. 139 с.
16. Бородіна О. А. Інтеграція логістики та маркетингу для формування інноваційного потенціалу економіки. *Вісник Приазовського державного технічного університету*. 2016. № 31. С. 77-84.
17. Т.В. Воротнікова, В.М. Родіонова, О.Г. Туровець Курсове проектування з логістики : навч. посіб. Туровець: Воронежський держ. технічний ун-т., 2001. 104с.
18. Дудар Т. Г., Волошин Р. В. Основи логістики. навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2012. 176 с.
19. Кучмєєв О. О. Особливості управління матеріальними потоками в логістичних системах торговельних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 30(1). С. 99-103.
20. Неруш, Ю. М. Вантажні перевезення та тарифи : навч. посіб. Москва : Транспорт, 1989. 185 с.
21. Банько В. Г. Логістика : навч. посіб. К. : КНТ, 2007. 332 с.
22. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування : колективна монографія / В. І. Перебийніс, О. В. Перебийніс. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2005. 207 с.
23. Харрісон А. Управління логістикою: розробка стратегій логістичних операцій : Пер. з англ. ; за наук. ред. О. Є. Міхейцева. Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2012. 368 с.
24. Шевченко І.В. Світовий досвід ефективного здійснення логістичних процесів на підприємствах. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 16. С. 520–524.

25. Маковецька О.Г. Міжнародна логістика: сучасні тенденції розвитку. *Митна справа та ЗЕД: збірка доповідей учасників СНІЛ «Теорія та практика митної справи та зовнішньоекономічної діяльності»*. 2013. № 1. 261 с.
26. Неруш Ю. М. Логістика : Навч. посіб. М : ЮНІТІ-ДАНА, 2000. 389 с.
27. Терехов В. І., Максимчук Л. В., Бадзим О. О. Франчайзинг як форма міжнародного трансферу технологій. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 7. С. 90 – 97.
28. Забаштанська Т. Історичні аспекти розвитку франчайзингу в діяльності посередницьких підприємств. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. № 1 (5). С. 36-44.
29. Ковальчук Т. Проблеми франчайзингу в сучасній економічній літературі. *Економіка України*. 2002. № 5. С. 11 – 15.
30. Устюжанин О. О. Франчайзинг в зарубіжних країнах. *Світова економіка: нові тенденції у світовій економіці*. М. : МАКСПресс, 2007. С. 276 – 299.
31. Дибач І. Л. Систематизація форм економічної інтеграції невеликих підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 2. С. 70 - 78.
32. Новосельцев О. В. Оцінка комерційної концесії. *Бізнес Гід*. 2003. - № 4. С. 3-6.
33. Сидоров Я. Франчайзинг – нова договірна форма здійснення бізнесової діяльності в Україні. *Цивільне право*. 2003. № 3. С. 34 – 36.
34. Кузьмін О. Є., Мирончук Т. В. Методика оцінювання економічної ефективності створення і діяльності франчайзингових підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2005. № 11. С. 56 – 65.
35. Побоченко Л.М., Цой А.В. Дослідження розвитку світового ринку франчайзингових послуг в умовах глобальної конкуренції. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 38. С.148-157.

36. Нечепуренко С.О. Ефективність франчайзингу як форми ведення бізнесу. *Вісник Національного університету «Львівська Політехніка»*. 2008. № 623. С. 199-206.
37. Григоренко Т. М. Сучасні тенденції та перспективи розвитку франчайзингових роздрібних торговельних мереж в Україні. *Вісник Чернівецького торгово-економічного інституту КНТЕУ*. 2012. № 4 (48). С. 64-71.
38. Тонюк М.О. Франчайзинг як особлива форма організації та функціонування бізнесу в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 9. С. 687-689.
39. Кузьмін О. Є. Франчайзинг: навч. посіб. К. : Знання. 2015. 79 с.
40. Новіков, В. Е. Інформаційне забезпечення логістичної діяльності торгових компаній: навч. посіб. Москва : Видавництво Юрайт, 2019. 184 с.
41. Н. Р. Струк, О. П. Карпій Логістика у франчайзинговій системі управління. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. № 20(3). С. 64-68.
42. Єременко В.С., Куц Ю.В., Мокійчук В.М., Самойліченко О.В. Статистичний аналіз даних вимірювань : навч. посіб. К. : НАУ, 2013. 320 с.
43. Павлюк К. В. Методичні підходи до розроблення нормативів і оцінки науково-дослідної праці на основі багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу. *Наукові праці НДФІ*. 2020. № 3(92). С. 5–19.
44. Кулик А.В. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. К : ДП Видавничий дім «Персонал», 2018. 452 с.
45. Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко «Стратегічне управління» : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2011. 440 с.
46. Прадід І.І. Правове регулювання франчайзингу в Україні. Закарпатські правові читання : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції. Ужгород : Вид-во УжНУ "Говерла", 2015. С. 54–57.
47. Стеблецька Ю. І. SWOT-аналіз - метод попередження фінансових небезпек. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. №23.3. С. 275-280.

48. Lambert D.M., Harrington T.C. Establishing Customer Service Strategies Within the Marketing Mix. *Journal of Business Logistics*. 1989. № 2. P. 198.
49. R. Neil Southern Historical Perspective of the Logistics and Supply Chain Management Discipline. *Transportation Journal*. 2011. № 1. P. 53-64.
50. Heskett J.L. Logistics: Essential to Strategy. *Harvard Business Review*. 1977. P. 4–11.
51. Logistics history: origin and development URL; <https://www.mecalux.com/blog/logistics-history-origin> (дата звернення: 12.11.2023)
52. Kaiser R. Franchise Owners Like State of Industry. *Knight Ridder Tribune Business News*. 2016. 67 p.
53. International Franchise Association The Profile of Franchising. Washington, DC : The IFA Educational Foundation, 2017. 23 p.
54. DHL: Innovation Center. URL: http://www.dhl.com/en/about_us/innovation.html (дата звернення: 3.11.2023)
55. Офіційний сайт European Franchise Federation URL: <http://www.eff-franchise.com/> (дата звернення: 3.11.2023)
56. Всесвітня організація інтелектуальної власності URL: https://www.wipo.int/meetings/ru/doc_details.jsp?doc_id=89152 (дата звернення: 12.11.2023)
57. Офіційний сайт Міжнародної Асоціації з франчайзингу URL: <http://www.franchise.org/> (дата звернення: 12.11.2023)
58. Франчайзинг: поняття, види, форми. Договір франчайзингу. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/law/9649/> (дата звернення: 12.11.2023)
59. Global Franchise. Six of the biggest trends for franchising in 2022. URL: <https://www.global-franchise.com/insight/six-of-the-biggest-trends-for-franchising-in-2022> (дата звернення 7.11.2023)
60. Forbes Franchising Trends To Be On The Lookout For In 2023. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesfinancecouncil/2023/01/04/franchising-trends-to-be-on-the-lookout-for-in-2023/?sh=2e99bd5249e9> (дата звернення 7.11.2023)

61. Franchise 101.inc Сайт консультанта з розвитку франчайзингового бізнесу у Канаді. URL: <https://www.franchise101.net/canadian-franchise-statistics#:~:text=Canada%20has%20the%202nd%20largest,led%20only%20by%20the%20U.S.A.> (дата звернення 7.11.2023)
62. Marketsplash. 652+ Franchising Statistics: Global Insights, Investment, Brands, Costs, Revenue, Impact, Employment, F&D, Sports & Predictions. URL: <https://marketsplash.com/franchising-statistics/> (дата звернення 7.11.2023)
63. Franchise Supermarket. The UK Franchise Industry Stats & Figures. URL: <https://www.franchisesupermarket.co.uk/the-uk-franchise-industry-stats-figures> (дата звернення 7.11.2023)
64. Global Franchise. A guide to franchising in Europe. URL: <https://www.global-franchise.com/insight/a-guide-to-franchising-in-europe> (дата звернення 7.11.2023)
65. International Franchise Organization. Franchise Business Economic Outlook 2020. URL: <https://franchiseeconomy.com/assets/26604.pdf> (дата звернення 7.11.2023)
66. International Franchise Organization. Economic Outlook for Franchising 2021. URL: https://www.franchise.org/sites/default/files/2021-02/Economic%20Outlook%202021_web2.pdf (дата звернення 7.11.2023)
67. International Franchise Organization. Franchising Economic Outlook 2023. URL: <https://www.franchise.org/sites/default/files/2023-03/2023-Franchising-Economic-Report.pdf> (дата звернення 7.11.2023)
68. World Bank. GDP (current US\$) - United States. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2022&locations=US&start=2015> (дата звернення 7.11.2023)
69. Logistics Market - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2014-2022. URL: <https://www.reportbuyer.com/product/4931054> (дата звернення 11.11.2023)
70. GoodLogistics. ТОП-5 ТЕНДЕНЦІЙ МАЙБУТНЬОГО, ЯКІ ДОКОРІННО ЗМІНЯТЬ ЛОГІСТИКУ. URL:

<https://goodlogistics.com.ua/uk/blog/135-top-5-tendentsiy-budushego-kotoryie-v-korne-izmenyat-logistiku.html> (дата звернення 23.11.2023)

71. Exploding Topics. 7 Key Transportation Industry Trends. URL: <https://explodingtopics.com/blog/transportation-industry-trends> (дата звернення 11.11.2023)

72. World Bank. The Logistics Performance Index and Its Indicators 2016. URL: https://wb-lpi-media.s3.amazonaws.com/LPI_Report_2016.pdf (дата звернення 11.11.2023)

73. World Bank. The Logistics Performance Index and Its Indicators 2018. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/628a4f9d-7faa-54bf-97b0-f6080c6d46cd/content> (дата звернення 11.11.2023)

74. World Bank. The Logistics Performance Index and Its Indicators 2023. URL: https://lpi.worldbank.org/sites/default/files/2023-04/LPI_2023_report.pdf (дата звернення 23.11.2023)

75. OECD Stat. Transport infrastructure. URL: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=ITF_CQ# (дата звернення 11.11.2023)

76. Unites States Department of Transportation U.S.-International Freight Trade by Transportation Mode. URL: <https://www.bts.gov/browse-statistical-products-and-data/freight-facts-and-figures/us-international-freight-trade> (дата звернення 11.11.2023)

77. International Transport Forum. Key Transport Statistics 2018-2023. URL: <https://www.itf-oecd.org/key-transport-statistics-2023-2022-data> (дата звернення 11.11.2023)

78. Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications. Statistical Handbook of Japan 2018-2023. URL: <https://www.stat.go.jp/english/data/handbook/pdf/2023all.pdf#page=112> (дата звернення 11.11.2023)

79. Фінансові та бізнес звіти Bollore Group. URL: <https://www.bolllore.com/en/publications/> (дата звернення 12.11.2023)

80. Фінансові та бізнес звіти UPS. URL: <https://investors.ups.com/quarterly-earnings-and-financials/financial-results> (дата звернення 12.11.2023)
81. Фінансові та бізнес звіти Nippon Express. <https://www.nipponexpress-holdings.com/en/ir/library/report/> (дата звернення 12.11.2023)
82. Ринок вантажних перевезень в Україні у 2022 році. URL: <https://trademaster.ua/articles/313620> (дата звернення 15.11.2023)
83. Лекція Загальнонаукові поняття. URL: <http://hydrogeology.univer.kharkov.ua/wp-content/uploads/2019/03/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86.%D0%86%D1%81%D1%82.%D1%82%D0%B0-%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4.pdf> (дата звернення 15.11.2023)
84. Challenges and prospects of Ukrainian logistics: what experts discussed during Context Talks URL: <https://kmbs.ua/en/news/context-talks-2021-1> (дата звернення 20.11.2023)
85. Program of the 24th International Conference «Development of Ukraine's transport system: challenges and prospects». URL: <https://trans-expo-odessa.com/events/%D1%81onferences/> (дата звернення 20.11.2023)
86. Global Transport and the War in Ukraine. URL: <https://2022.itf-oecd.org/event/global-transport-and-war-ukraine> (дата звернення 20.11.2023)
87. Ринок франчайзингу: Україна, світ і сучасні виклики. URL: <https://business.rayon.in.ua/topics/388143-rinok-franchaizingu-ukrayina-svit-i-suchasni-vikliki> (дата звернення 20.11.2023)
88. Стеблецька Ю. І. SWOT-аналіз - метод попередження фінансових небезпек. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. №23.3. С. 275-280.

Історичний шлях розвитку логістики

Назва етапу	Історичний період	Характеристика етапу
Етап зародження логістики	XIV ст. до н. е. – I ст. н. е	На початковому етапі виникають основні принципи логістики, розробляються прості методи планування маршрутів для доставки товарів як сухопутним, так і морським шляхом. Також відзначається впровадження логістичного підходу у керуванні переміщенням армій під час воєнних операцій та їх матеріально-технічним забезпеченням. Ці події відбуваються в етап розвитку, коли логістика формується як самостійна галузь знань та практичної діяльності.
Етап розвитку та застосування логістики в військовій справі	I тисячоріччя нашої ери – кінець XIX ст.	Метою логістики є своєчасне та належне забезпечення військ ефективним озброєнням, доставка військового устаткування та відповідальне врахування їх потреб на кожному етапі воєнної кампанії. Таким чином, логістика визнається як практичне мистецтво управління, транспортування, планування та організації постачання військ та забезпечення фронту.
Стадія фрагментарного використання та розвитку логістики в інших сферах.	1900 – 1950 роки XX ст.	Початок двадцятого століття відзначився тим, що набутий теоретичний та практичний досвід у галузі логістики почав знаходити своє застосування у всіх галузях економіки. Цей досвід дозволяв вивчати та перетворювати процеси та операції, пов'язані з переміщенням ресурсів у просторі та часі, зокрема товарно-матеріальних ресурсів. Розгін розвитку логістики на початку двадцятого століття пов'язаний із ланцюгом економічних криз, які послідовно вибухали на світовому ринку у 1900–1903 рр., 1907 р. та 1920 р.
Період формування та розвитку класичної логістики.	60-і – 70-і роки XX ст.	До кінця 60-х років XX століття формувалася інноваційна теорія управління логістикою, яку втілювали через Національну Раду для фізичного розподілу у США, що подальше перетворилася на Раду логістичного менеджменту (РЛМ). Їх погляд на логістику включав ефективний рух кінцевих продуктів від виробництва до покупця, охоплюючи транспорт, склад, обробку матеріалів, упаковку, контроль запасів, місце розташування виробництва тощо. В 1970-х роках конкуренція наростала у зв'язку з енергетичною кризою, що викликала

		<p>зростання витрат на логістику та вартість фізичного розподілу. Ресурсний фактор став ключовим у конкурентній боротьбі. У цей час підприємства об'єднували виробництво, складське господарство та транспорт, працюючи як один механізм для управління потоками товарів. Однак для багатьох компаній логістичний підхід залишався неочевидним. Логістичне управління розширилося на виробництво завдяки комп'ютерним системам та автоматизованим системам управління технологічними процесами. Завершилася "таропакувальна" революція, що перетворила операції та організацію складських процесів. Великий розвиток отримала виробництво транспортно-складського обладнання, тари та упаковки. Сучасні автоматизовані склади стали стандартом, а контейнерні перевезення активно впроваджувалися.</p>
Етап інтеграції	80-і роки XX ст.	<p>В 1980-х відбулися перетворення у державному регулюванні економічної інфраструктури, розповсюдження філософії загального управління якістю та структурні зміни в бізнес-організаціях. Настання епохи партнерства та стратегічних союзів в секторах транспорту, оптової торгівлі та розподілу призвело до змін у стосунках, замінюючи попередню атмосферу недовіри та запеклої конкуренції. Концепція загального управління якістю стала новаторською у теорії та практиці менеджменту, визнаючи нероздільність потреб споживача та цілей бізнесу. Етап інтеграції характеризується об'єднанням логістичних функцій фірми та її логістичних партнерів у єдиний ланцюг, що охоплює закупівлю, виробництво, розподіл та продаж.</p>
Етап глобалізації	90-і роки XX ст.	<p>У 1990-х роках, ідея логістики, заснована на необхідності інтеграції, отримала визнання від учасників ланцюгів постачання, виробництва і розподілу. Цей період відзначився значущими змінами в організації та управлінні ринковими процесами на світовому рівні. Підприємства виявили бажання розширювати свої активності не лише на регіональному або національному рівні, а й на глобальному. Це спричинило глобалізацію світової економіки. З цього приводу, виникла потреба в залученні "третьох сторін", таких як митні та експедиторські</p>

		агентства, банки та інші. Це визначило нові вимоги до менеджерів логістики, таких як розуміння законодавчих основ, податкових систем і особливостей урядового регулювання в різних країнах, а також вміння подолати митні перешкоди.
Етап сучасного розвитку логістики	З 2000 року по теперішній час	У 20-му столітті логістика перетворилася на офіційну сферу вивчення та дослідження під впливом таких факторів, як масове виробництво, глобалізація та технологічний прогрес, такий як телефон, радіо, а пізніше – Інтернет. Ця трансформація породила нові методи управління, такі як «точно вчасно» та управління ланцюгом поставок. З початком цифрової ери логістика зазнала революційних змін, запровадивши програмне забезпечення для управління складами та транспортом, а також такі технології, як штрих-коди, RFID та системи відстеження в реальному часі. В епоху логістики 4.0 фокус змістився на сучасні принципи логістики, наголошуючи на цифровізації, штучному інтелекті (AI), Інтернеті речей (IoT) і роботизованій автоматизації процесів (RPA). Приклади цього технологічного зрушення включають оптимізацію маршрутів, інтеграцію автономних транспортних засобів і впровадження автоматизованих складів. Дивлячись вперед на логістику 5.0, що з'являється разом із терміном «Індустрія 5.0», запропонованим Європейською комісією, галузь логістики прагне віддати пріоритет додатковим цінностям, вирішальним для її майбутнього, таким як добробут людей, стійкість. Це передбачає посилення стратегій для підвищення стійкості до несподіваних збоїв у ланцюзі поставок, прикладом яких є такі події, як пандемія коронавірусу.

Додаток Б

Інструменти реалізації функцій логістики

Основні логістичні операції	Головні задачі управління матеріальними та інформаційними потоками	Моделі, методи та технології в управлінні матеріальними та інформаційними потоками
Система забезпечення матеріалами	Планування та закупівля матеріальних ресурсів, вибір постачальників, контроль якості при поставках, зберігання та передача ресурсів для виробництва, і утилізація відходів.	Вибір постачальників за ефективністю витрат, рейтинговою оцінкою, врахуванням домінуючих факторів, тощо. Використання аналізу ABC-XYZ. Впровадження методів прогнозування, що вбудовані в системи MRP/ERP. Використання систем електронного закупівельного менеджменту (E-Procurement).
Система підтримки виробництва	Розробка оперативного-календарного планування, здійснення оперативного управління та оптимізація виробничих процесів. Визначення норм запасів і потреб підприємства в логістичних ресурсах.	Розробка та використання алгоритму MPS (Master Production Schedule) для створення календарних виробничих графіків. Ефективне використання можливостей інформаційних технологій у системах MRP/ERP/CSRP.
Система розподілу	Планування та організація процесу реалізації готової продукції, включаючи побудову мережі розподілу. Ефективна обробка замовлень та пошук торговельних посередників. Управління страхуванням ризиків та наданням логістичного сервісу. Керування реверсними потоками.	Застосування ABC-XYZ-аналізу для ефективного управління. Рациональний розподіл витрат з урахуванням об'ємно-вагових характеристик вантажів.
Транспортування	Розумний вибір виду транспорту та оптимальних способів транспортування. Розробка ефективних схем руху вантажопотоків. Відбір транспортно-експедиційних та допоміжних посередників. Оперативне управління рухом транспортних засобів.	Моделі максимізації оптимізації, абсолютного вирішення, основного параметра, компромісного рішення та еталонного порівняння (в контексті вибору системи доставки вантажів).
Управління запасами	Визначення найвигіднішого рівня утримання запасів для різних компонентів у логістичній системі підприємства є важливою задачею. Розрахунок оптимального рівня	Класифікація ABC-XYZ є ефективним інструментом для розподілу уваги та ресурсів між елементами управління запасами. Аналіз економічного розміру

	поставок матеріальних ресурсів входить у стратегічне планування та управління запасами. При цьому розробка системи управління запасами стає ключовим аспектом для оптимізації функціонування підприємства.	замовлення, зокрема, за формулою Вілсона, допомагає оптимізувати баланс між утриманням запасів та вартістю замовлень. Разом з тим, системи управління запасами, такі як JIT (Just-In-Time), із фіксованим розміром замовлення, із фіксованою періодичністю та інші, визначають стратегії та підходи до ефективного управління запасами, сприяючи оптимізації операцій та витрат.
Складування	Оптимізація виробництва та забезпечення попиту. Максимізація використання складських можливостей шляхом розроблення оптимальних схем руху матеріальних потоків на складі.	Система управління складом (WMS). Техніко-економічна оцінка структури складу. Розробка концепції складських зон та оптимального розміщення технологічного обладнання.
Обробка вантажу і пакування	Оптимізація розташування матеріальних потоків на складі. Процеси розвантаження, розміщення, зберігання, упаковки та видачі товарів. Спрощення видів вантажних одиниць для мінімізації складнощів у логістичних операціях.	Використання методології SADT у логістиці для моделювання та аналізу процесів. Оптимізація процесу комісіонування в логістичних системах. Проектування зон для вантажопереробки та упакування з метою поліпшення продуктивності. Впровадження стандартів для вантажних одиниць з метою уніфікації та спрощення логістичних операцій.

Додаток В

Вантажообіг за видами транспорту ¹						
Tonne-kilometres performed, by type of transport ¹						
(млн.ткм/mln.tkm)						
	Залізничний ² / Railway ²	Морський/ Sea	Річковий/ River	Автомобільний ³ / Motor vehicles ³	Авіаційний ⁴ / Air ⁴	Трубопровідний/ Pipeline
2016	187557,5	2538,7	1465,0	58029,8	226,4	94378,8
2017	191914,1	2848,6	1422,9	62296,8	275,3	105434,4
2018	186344,1	1822,8	1540,2	72068,3	339,7	99239,9
2019	181844,7	1773,9	1613,8	64952,9	295,6	104528,1
2020	175587,1	1504,4	1372,9	65176,9	316,2	69281,8

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях./
Excluding the temporarily occupied territories of the Autonomous Republic of Crimea, the city of Sevastopol and temporarily occupied territories in the Donetsk and Luhansk regions.

² За даними АТ "Укрзалізниця"./
According to the data of joint-stock company "Ukrzaliznytsia".