

І. О. Мазуркевич

Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ЩОДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Ресторанний бізнес в сучасних умовах господарювання характеризується високим рівнем насиченості та конкуренції, що вимагає від його власників пошуку нових засобів забезпечення та підтримки конкурентних позицій на ринку. Все більшої популярності набуває використання франчайзингу як форми ведення ресторанного бізнесу. Реалізація франчайзингових відносин має свої переваги та недоліки, проте інтенсивність його впровадження у різних сферах підприємництва свідчить про його доцільність та ефективність. У даній статті нами розглядається реалізація франчайзингових відносин крізь призму інвестиційного проєкту щодо відкриття та розвитку закладу ресторанного господарства, оскільки купуючи франшизу франчайзі виступає інвестором даного бізнесового проєкту. Особливої актуальності набувають питання щодо методичних підходів оцінки ефективності реалізації франчайзингового інвестиційного проєкту. Метою написання даної статті є вивчення та узагальнення існуючих методичних підходів щодо оцінки ефективності реалізації франчайзингу в ресторанному бізнесі. При написанні даного дослідження опрацьовано наукові праці вітчизняних та закордонних дослідників, особливу увагу приділяючи методичним аспектам оцінки ефективності ведення та реалізації франчайзингу в сфері ресторанного бізнесу. На основі проведеного узагальнення існуючих методичних підходів нами виділено основні прийоми, що застосовуються для оцінки прийнятності (доцільності) вкладення коштів. Встановлено, що в умовах мінливого зовнішнього середовища найбільш доцільним, окрім оцінки основних фінансово-економічних показників ефективності, є застосування прийомів, що ґрунтуються на дисконтованих оцінках. Також нами визначено, що більшість вчених пропонують застосовувати інтегральний підхід щодо визначення ефективності інвестиційних проєктів реалізації франчайзингового бізнесу. Даний підхід враховує всі переваги та недоліки існуючих методик оцінки ефективності проєктів, а також дозволяє враховувати вплив сфери та специфіки господарської діяльності реалізації франчайзингових відносин.

Ключові слова: франчайзинг, інвестиційний проєкт, дисконтування, ефективність, франчайзингові відносини, роялті, паушальний внесок, франчайзі, франчайзер.

Постановка проблеми та її актуальність. На ринку ресторанних послуг все більшої популярності набувають нові форми організації бізнесу, серед яких слід виділити франчайзинг. В умовах гострої конкурентної боротьби саме франчайзинг є запорукою успішного розвитку з урахуванням існуючого досвіду та постійного супроводу протягом життєдіяльності франчайзингового підприємства. Головною проблемою інтенсифікації розвитку франчайзингових відносин в сфері ресторанного бізнесу є необізнаність власників щодо особливостей механізму реалізації франчайзингу та складнощі, що виникають при оцінці ефективності реалізації даної бізнес-моделі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методичні та практичні аспекти ефективності франчайзингових інвестиційних проєктів представлено у працях таких вітчизняних науковців як: М. Бедринець, М. Войнаренко, А. Кривонос, Е. Кривонос, Л. Левковська, К. Ніконенко, Я. Сидоров, А. Сучков, В. Федоренко, А. Цират, А. Череп, О. Ястремська та інші. Проте проблеми методики оцінки ефективності реалізації франчайзингових відносин в сфері ресторанного бізнесу є недостатньо вивченими.

Мета статті. Метою написання даної статті є вивчення та узагальнення існуючих методичних під-

ходів щодо оцінки ефективності реалізації франчайзингових інвестиційних проєктів в ресторанному бізнесі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Створення франчайзингового підприємства більшість науковців розглядають як інвестиційний проєкт із певною сумою стартових інвестицій та визначеними термінами реалізації даної франшизи. Саме тому важливим є проведення оцінки ефективності реалізації даного бізнес-проєкту з урахуванням особливостей реалізації франчайзингових відносин. Такими особливостями є:

– платний характер франчайзингових відносин (згідно з умовами франчайзингового договору франчайзі в обмін на отримане ним право ведення визначеної підприємницької діяльності з використанням об'єктів інтелектуальної власності франчайзера, а також в оплату послуг і матеріальних цінностей, що надаються йому франчайзером упродовж усього строку дії договору, зобов'язується сплатити на користь останнього винагороду визначеного розміру);

– строковість франчайзингових взаємовідносин (договір франчайзингу укладається на визначений строк, що обмежує тривалість періоду реалізації проєкту створення та діяльності франчайзингового підприємства);

– розмір та структура капітальних вкладень у створення і розвиток франчайзингового підприємства залежить від визначених франчайзером стандартів і критеріїв. Із метою захисту своєї інтелектуальної власності франчайзер може визначати розмір майбутнього франчайзингового підприємства, характеристики необхідного для його діяльності обладнання, особливості інтер'єру приміщень тощо [2, с. 15].

Більш детально зупинимося на платному характері франчайзингових відносин. Основними платежами при заключенні франчайзингових договорів є [1]:

- 1) вступний платіж (Initial /Application Fee);
- 2) роялті (Royalty Fee);
- 3) маркетингова підтримка (Marketing Fee).

Вступний платіж (Initial /Application Fee) або паушальний внесок. Слово «паушальний» в перекладі з німецької *pauschal* – «в загальному», «в цілому». В чинному законодавстві України використовується поняття фіксованих разових платежів. Такий внесок франчайзі виплачує одноразово на підставі договору комерційної концесії. Вступний платіж може варіювати від 5% до 15% до обсягів продажів і залежить від бренду, його поширення, стандартів якості та власних амбіцій франчайзера. При цьому можна наполягати на лояльності через вхід бренду на локальний ринок або потенційне розширення за рахунок інших об'єктів розміщення. Тут український ринок має ряд переваг: невелика кількість засобів розміщення та високий туристичний потенціал. Паушальний внесок встановлюється виходячи з прогнозованого економічного ефекту і прибутку покупця ліцензії завдяки використанню цієї ліцензії.

Роялті (Royalty Fee) – це винагорода франчайзера за використання бренду і переважна більшість міжнародних ланцюгів вимагають винагороду від 4,5% до 6% від доходів [5]. Якщо роялті визначено в залежності від продажів, то це є непрямим свідченням зацікавленості франчайзера в рентабельності свого франчайзі. Тому що зростання продажів у франчайзі веде до збільшення доходів франчайзера. Фіксовані роялті зустрічаються у випадках низького контролю з боку франчайзера. Головне призначення роялті полягає в оплаті послуг, які надає франчайзер протягом періоду розвитку і здійснення бізнесу. Послуги, які отримує франчайзі: економічна підтримка; допомога в регулюванні управлінських питань; здійснення бухгалтерії. Іноді в договорах вказується нульовий роялті. Це практично завжди свідчить про те, що роялті вже входить в суму товарів або витратних матеріалів, які поставляються для франчайзі. Практика показує, що нульовий роялті може бути також свідченням того, що франчайзер в подальшому не зацікавлений в підтримці свого франчайзі.

Маркетингова підтримка (Marketing Fee). Даний вид є характерним більше для готелів та слугує одним найважливіших факторів підтримки нового закладу індустрії гостинності за франшизою та включає централізовані канали реклами та продаж, включення готелю в програму лояльності, навчання, контроль якості, організація роботи маркетингу. Як правило ці платежі в два

рази нижче вступного платежу, або включають в нього. Наприклад, у звіті HotelBusiness винагорода за маркетингову підтримку не перевищує 4% для таких відомих брендів як Hilton, ставку 3% оголошують такі бренди як Holiday Inn Express, Holiday Inn Hotels & Resorts, Crowne Plaza, Wyndham Grand, 2% – бренди Courtyard by Marriott, Radisson Blu, Park Inn by Radisson, Radisson Red. представлені розрахунки є результатом зведення даних HotelBusiness [1] та не враховують конкретний договір.

Таким чином, основними платежами в системі франшизи в сфері ресторанного бізнесу є паушальний внесок і роялті. Паушальний внесок виплачується одноразово і є, по суті, платою за право використовувати в своїй економічній діяльності бізнес-модель і ім'я франчайзера; роялті є формою регулярних платежів, які обчислюються, як правило, у відсотках від валової виручки франчайзі.

Ефективність франшизи і суть самої концепції полягають в комфортності встановлюються розмірів паушального внеску і роялті. Вони служать для отримання економічної вигоди обома сторонами такого ділового взаємодії.

Оскільки у формуванні франчайзингових відносин беруть участь дві зацікавлених сторони, то при оцінці ефективності франчайзингу слід враховувати два основних підходи:

1. З позицій стратегії розвитку підприємства, що враховує інтереси франчайзера.
2. З позицій ефективності інвестиційного проекту, що враховує інтереси як франчайзера, так і для франчайзі.

В праці Сучкова А.В. зазначено, що при оцінці франчайзингу як стратегії розвитку підприємства, слід використовувати такі критерії, як імідж, довіра, конкурентні переваги, можливість передати інформацію, можливість пристосування, ефективне функціонування підприємства-прототипу, документування системи, платоспроможність, прибутковість, тенденції та умови ринку, наявність капіталу, прихильність до існуючих зв'язків та ефективність менеджменту [7, с. 9].

Щодо методики оцінки ефективності інвестиційного проекту, то на основі аналізу існуючих наукових праць можна виокремити наступні методичні підходи.

1. Підхід, що ґрунтується на обчисленні показників ефекту (результату) від реалізації інвестиційного проекту. Дана група авторів [3; 8] вважали, що критерієм оцінки ефективності реалізації франчайзингового бізнесу є фінансово-економічні показники господарської діяльності його основних суб'єктів. Проте, це не дозволяє в повній мірі оцінити ефективність (результативність) інвестиційних витрат на реалізацію даного проекту. Окрім того, ефективність не слід розглядати з позицій лише двох суб'єктів взаємодії. Так, зокрема науковці Бузко І., Ястремська О. [9] зазначають, що в процесі формування франчайзингових відносин беруть участь і споживачі, і державні інституції, і фінансово-кредитні організації та інші суб'єкти. Окрім того, для

врахування повного ефекту від реалізації франчайзингового бізнесу слід обчислювати не лише так званий комерційний ефект, а й суспільний, що відображається на рівні галузі, регіону, країни.

2. Підхід, що ґрунтується на врахуванні ризиків реалізації інвестиційного проекту франчайзингового бізнесу, що є важливим в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Дана методика передбачає вивчення кожного отриманого грошового потоку проекту з ранжуванням його за видом ризику: технічного, підприємницького або кредитного. В подальшому за кожним видом ризику грошових потоків формується коефіцієнт дисконтування. Зокрема, для грошового потоку, для якого особливий вплив мають технічні ризики, коефіцієнт дисконтування розраховується з урахуванням премії за технічний ризик. Для грошових потоків, для яких характерним є підприємницький ризик, коефіцієнт дисконтування враховує премію за підприємницький ризик. Якщо грошовий потік має високий рівень кредитного ризику, то відповідно, коефіцієнт дисконтування враховує премію за кредитні ризики [7]. Схематично алгоритм методики оцінки ефективності інвестиційних франчайзингових проектів з урахуванням ризиків наведено в додатку Г.

3. Методи оцінки абсолютної ефективності проекту відкриття франчайзингового бізнесу або часто їх називають статичні методи. Дана методика була розроблена у 80-х роках та має практичне застосування і в наш час та передбачає обчислення показника розрахункової ефективності капіталовкладень та строку окупності інвестиційних коштів, що обчислюється як обернене значення до показника розрахункової ефективності. Методика обчислення показника ефективності інвестиційних коштів передбачає порівняння отриманого результату від реалізації проекту (зазвичай прибутку) до суми інвестованих коштів.

Для обґрунтування ефективності проекту проводиться порівняння отриманих розрахункових значень із нормативними. Так, нормативним значенням коефіцієнту економічної ефективності капіталовкладень вважається значення на рівні 0,1 – 0,2, відповідно, значення нормативного строку окупності становить до 5 років. Проте, в сучасних реаліях для франчайзингового бізнесу 5 років може свідчити про недоцільність та ризикованість реалізації, тому, на нашу думку, при розробці нормативних значень слід враховувати специфіку галузі та швидкість обороту обігових коштів.

4. Методи оцінки ефективності відкриття франчайзингового бізнесу з урахуванням фактору часу або їх називають з оцінка ефективності капіталовкладень на основі дисконтованих (приведених у часі) грошових потоків (так звані динамічні методи). За даної методики застосовується дисконтування (приведення) грошових потоків до початкового етапу реалізації франчайзингового інвестиційного проекту. Що стосується способів, які базуються на дисконтуванні, то два з них (чистої та інтегральної приведенної вартості) пропонують ідентичний підхід до оцінювання ефективності

інвестиційного проекту з тією різницею, що згідно з другим способом до грошових доходів інвестора від реалізації проекту рекомендується включати ліквідаційну вартість здійснених капітальних вкладень. Як правило, створення франчайзингового підприємства вимагає значних інвестицій, і ринкова вартість його основних фондів досить суттєва навіть на момент закінчення строку дії франчайзингової угоди. Це пов'язано з тим, що до останнього дня строку дії договору франчайзингу підприємство франчайзі здійснює визначену підприємницьку діяльність і володіє всіма необхідними для цього активами [2, с. 17].

Дана методика є поширеною та дозволяє врахувати існуючу економічну ситуацію країни та передбачає обчислення таких основних показників:

чистої приведенної (теперішньої) вартості проекту або чистого приведенного доходу (NPV), що передбачає співставлення величини початкових інвестиційних витрат (IC) із загальною сумою дисконтованих чистих грошових потоків. Оскільки приплив грошових коштів розподілений у часі, кожний грошовий потік CF_k дисконтується за допомогою відповідної ставки дисконтування r , яку встановлює інвестор (альтернативна дохідність, дохідність, яку вимагає інвестор, вартість капіталу):

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k} - IC, \quad (1)$$

де n – тривалість періоду надходження грошових потоків.

Для прийняття рішення щодо ефективності (доцільності) реалізації франчайзингового інвестиційного проекту здійснюють наступне порівняння: якщо $NPV > 0$, то проект є ефективним та доцільним, якщо $NPV < 0$, то краще відмовитися від реалізації даного проекту. Слід зазначити, що у працях також зустрічається обчислення інтегральної приведенної вартості інвестиційного проекту. На відміну від попереднього способу, враховує те, що реальна корисність інвестицій для інвестора на визначену дату складається не лише з накопичених від початку реалізації проекту чистих фінансових потоків, а й із ліквідаційної вартості здійснених капітальних вкладень. Таким чином, показник інтегральної приведенної вартості інвестицій становить суму чистої приведенної вартості (чистого приведенного доходу) та приведенної ліквідаційної вартості інвестицій на визначену дату [2, с 16–17].

індексу дохідності або індексу прибутковості (PI), що є відносним показником та визначається як відношення суми приведених грошових потоків до капіталовкладень. Іноді це показник також називають показником співвідношення результату до затрат. Методика розрахунку даного показника представлена формулами 1.2 – 1.3:

$$PI = \frac{\sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k}}{IC} \quad (2)$$

$$PI = \frac{NPV}{IC} + 1. \quad (3)$$

Франчайзинговий інвестиційний проект вважається прийнятним за умови, якщо PI більше одиниці (за таких умов значення показника чисто приведеної вартості буде мати позитивне значення. Якщо $PI < 1$, то проект є неприйнятним та неефективним. За умови $PI = 1$, показник $NPV = 0$ та вказує на відповідність доходності інвестиційного проекту його альтернативній нормі доходу. Завдяки цьому критерій PI є зручним показником під час вибору одного проекту з поміж альтернативних, що мають приблизно однакові значення NPV, або ж під час формування портфеля інвестиційних проектів з метою максимізації його чистої теперішньої вартості [4].

внутрішньої норми рентабельності або внутрішньої норми доходу (IRR). Даний показник визначається методом послідовного наближення ставки дисконтування до такого значення, за якого значення показника чистої приведеної вартості дорівнює нулю, тобто за якого сума дисконтованих грошових потоків від реалізації інвестиційного проекту дорівнює сумі дисконтованих інвестицій у даний проект. Для розрахунку IRR потрібно вирішити таку формулу:

$$0 = \sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+IRR)^k} - IC, \quad (4)$$

де IRR – ставка доходу, за якої $NPV = 0$.

Рішення про доцільність та прийнятність проекту приймається за умови, якщо ставка внутрішньої норми рентабельності перевищує ставку доходу передбачену даним проектом. У переважній більшості випадків IRR метод оцінки капітальних проектів дає таке саме рішення стосовно прийняття чи відхилення пропозиції щодо інвестування як і метод чистої теперішньої вартості. Проекти з позитивними значеннями чистої теперішньої вартості проекту матимуть IRR більшу, ніж r [4, с. 160].

Дисконтований термін окупності проекту (DPP) – це період, починаючи з якого початкові капітальні вкладення та інші витрати, пов'язані з інвестиційним проектом, компенсуються отриманими приведеними грошовими потоками від реалізації даного бізнес-проекту. Даний показник може бути обчислений різними способами в залежності від регулярності отримання грошових потоків від проекту. У разі регулярного отримання грошових потоків протягом періоду реалізації франчайзингового інвестиційного проекту формула дисконтованого періоду окупності має наступний вигляд:

$$DPP = \frac{IC * n}{\sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k}} \quad (5)$$

$$DPP = \frac{\sum_{j=1}^m \frac{IC_j}{(1+r)^j} * n}{\sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k}} \quad (6)$$

де CF_k – значення грошового потоку проекту отриманого у k -му періоді;

IC_j – обсяг інвестиційних коштів, здійснених в j -му періоді;

r – встановлена ставка для дисконтування;

n – період надходження грошових потоків.

Для прийняття рішення щодо прийнятності (доцільності) вкладання коштів у відповідний франчайзинговий інвестиційний проект отримане значення дисконтованого терміну окупності порівнюють із терміном його реалізації. У випадку, якщо значення DPP перевищує термін реалізації інвестиційного проекту, то проект є неефективним та неприйнятним, і навпаки. Якщо терміни реалізації проекту є невизначеними, то отримане значення показника терміну окупності порівнюють із нормативним терміном окупності. Слід зазначити, що згідно із методикою абсолютної ефективності визначено, що у разі значення коефіцієнту економічної ефективності на рівні максимально 0,2 маємо мінімальне значення терміну окупності інвестицій на рівні 5 років, що для галузі ресторанного бізнесу є ризиковим.

5. Методи оцінки ефективності франчайзингового інвестиційного проекту, що формується на основі економії витрат франчайзингового підприємства [5]. Досліджено, що економія витрат може виникати за рахунок:

- сприяння франчайзера у наданні для франчайзі кредитів на пільгових умовах;

- поставки франчайзером (або іншими постачальниками, на яких франчайзер має вплив) матеріальних цінностей зі знижками або з відтермінуванням платежу;

- надання франчайзером для франчайзі необхідного для створення франчайзингового підприємства приміщення на пільгових умовах оренди;

- скорочення періоду виходу на ринок за рахунок спеціального навчання персоналу, відпрацьованих технологій, використання спільних систем бронювання, пошуку постачальників матеріалів та продуктів, розробки стандартів обслуговування та використання інших послуг;

- безоплатного використання франчайзі результатів проведеного франчайзером маркетингового дослідження ринку.

6. Методика оцінки ефективності інвестиційного проекту, що ґрунтується на інтегральному підході. Їх можна виокремити як сучасні модифіковані та удосконалені методичні підходи щодо оцінки ефективності проектів, що виникли завдяки комбінування існуючих методик та містять багатокритеріальну оцінку ефективності інвестицій у розвиток франчайзингового бізнесу. Так, в праці Сучкова А.В. визначено, що для оцінки ефективності франчайзингового інвестиційного проекту доцільно застосовувати саме динамічні методи оцінки ефективності із врахуванням фактору часу, проте для прийняття рішення щодо його доцільності, запропоновано введення таких додаткових показників, як: динамічний критерій окупності,

що припускає динамічне перевищення розміру ефекту, який одержано за рахунок одержаного прибутку та деякої супутньої реальної економії витрат над капітальними вкладеннями в цей захід; критерій порівняння періоду окупності даного заходу із фактичним розміром терміну окупності капіталовкладень у даній економічній системі [7, с. 14]. Ступницький О. рекомендує застосовувати для оцінки ефективності проекту реалізації франчайзингового бізнесу обчислювати такі показники [6]:

- інтегральну приведену вартість проекту;
- індекс прибутковості проекту;
- внутрішню норму рентабельності проекту.

В праці Григоренко Т. зазначено, що для оцінки ефективності франчайзингового інвестиційного проекту доцільно обчислювати інтегральний показник ефективності, що сформований на основі мультиплікативної моделі та включає: індекс рентабельності товарообороту франчайзингового підприємства, індекс зростання чистого прибутку, індекс рентабельності витрат обігу, індекс продуктивності праці, частку ринку франчайзингового підприємства у національному товарообороті та його конкурентну позицію [2, с. 23]. Дана група методів дозволяє враховувати різні чинники, що характеризують різні аспекти ефективності функціонування та впливають на формування прийняття рішення щодо реалізації франчайзингового проекту.

На формування методики оцінки ефективності інвестиційних проектів суттєво впливають умови та середовище реалізації франчайзингу. Так, за умов командно-адміністративної економіки застосовували статичні методи оцінки, а за умов ринкової економіки – динамічні. Галузь та сфера реалізації інвестиційного проекту франчайзингового бізнесу також впливає на вибір тієї чи іншої методики оцінки. Кожна з вищевказаних методик має свої переваги та недоліки, тому слід виважено підходити до вибору кожної з них. Більшість

авторів погоджуються, що головними труднощами у застосуванні лише однієї окремої методики пов'язано з тим, що:

- недостатньо враховуються ризики реалізації інвестиційних франчайзингових проектів;
- кожна галузь та сфера діяльності має свої особливості ведення бізнесу, а отже, і особливості реалізації франчайзингового бізнесу;
- недостатньо теоретико-методологічної бази дослідження специфіки інвестиційних проектів франчайзингового бізнесу;
- відсутність взаєморозуміння між теоретичним напрямком інвестиційної діяльності – оцінкою ефективності інвестиційних франчайзингових проектів за економіко-математичними моделями та практичним – прийняттям інвестиційних рішень та реалізації інвестиційних франчайзингових проектів [7, с. 10].

Висновки. Таким чином, рішення щодо доцільності участі у відносинах франчайзингу повинно прийматися потенційним франчайзі на основі ретельного аналізу всіх переваг і недоліків франчайзингової форми співробітництва, власних сильних і слабких сторін, а розглянути методичні рекомендації з оцінювання економічної ефективності створення та діяльності франчайзингового підприємства можуть бути використані в процесі прийняття рішення щодо доцільності налагодження співпраці з тим чи іншим франчайзером. При оцінці франчайзингових інвестиційних проектів доцільно застосовувати динамічні методи оцінки ефективності, оскільки відносини між франчайзером та франчайзі мають довгостроковий характер, а, отже, отримані грошові потоки від реалізації проекту за умов нестабільної економічної ситуації можуть знецінюватися. На рішення щодо реалізації інвестиційного проекту щодо франчайзингового бізнесу не слід приймати лише за отриманими показниками економічної ефективності, проте вони є базовими і визначальними.

Список використаних джерел:

1. Всеукраїнська громадська організація Федерація розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури. URL: <http://fdf.org.ua/about-franchise/kodeks-etiki-franchajzingu> (дата звернення: 25.08.2022).
2. Григоренко Т. Оцінка ефективності франчайзингової мережі. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2011. № 5. С. 14 – 27.
3. Дашко І.М., Ємельянов О.Ю., Крет І.З. Сутність інвестиційного ризику та його врахування при обґрунтуванні інвестиційної діяльності підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 698. С. 28–34.
4. Майорова Т.В., Максимович В.І., Урванцева С.В. та ін. Інвестування : практикум / за наук. ред. Т.В. Майорової. Київ : КНЕУ, 2012. 577 с.
5. Павлова С., Зайчук А. Оцінка ефективності франчайзингу у готельному бізнесі. *Економіка. Управління. Інновації*. 2021. Випуск № 2 (29). URL: <http://eui.zu.edu.ua/article/download/246297/243837> (дата звернення: 23.08.2022).
6. Ступницький О.І. Практика оцінки економічної ефективності створення та діяльності франчайзингового підприємства в Україні URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vzuk/2009_19/zmist.htm (дата звернення: 25.08.2022).
7. Сучков А.В. Ефективність франчайзингу як інструменту інвестиційної діяльності підприємств харчової промисловості : автореф. дис...канд. екон. наук: 08.00.04. НУХТ. Київ, 2010. 20 с.
8. Яковлев А.І. Методика визначення ефективності інвестицій, інновацій, господарських рішень в сучасних умовах. Харків : Бізнес-інформ, 2001. 56 с.
9. Ястремська О.М. Економічний аналіз ефективності інвестиційних рішень (з позицій суспільства та бізнес-партнерів). *Регіональні перспективи*. 2003. № 2, 3 (27, 28). С. 170–173.

References:

1. Vseukrajinsjka ghromadsjka orghanizacija Federacija rozvytku franchajzynghu, ghostynnosti ta infrastruktury [All-Ukrainian Public Organization Federation for the Development of Franchising, Hospitality and Infrastructure]. Available at: <http://fdf.org.ua/about-franchise/kodeks-etiki-franchajzingu> (accessed 25.08.2022).
2. Ghryghorenko T. (2011) Ocinka efektyvnosti franchajzynghovoji merezhi [Evaluation of the effectiveness of franchising measures]. *Visnyk Kyjivskogho nacionaljnogho torghoveljno-ekonomichnogho universytetu*, no. 5, pp. 14–27.
3. Dashko I.M., Jemeljanov O.Ju., Kret I.Z. (2011) Sutnistj investycijnogho ryzyku ta jogho vrakhuvannja pry obgruntuvanni investycijnoji dijalnosti pidpryjemstva [The essence of the investment risk and yogo insurance in the case of the obstruction of the investment activity of the enterprise]. *Visnyk Nacionaljnogho universytetu «Ljvivsjska politekhnika»*, no. 698, pp. 28–34.
4. Majorova T.V., Maksymovych V.I., Urvanceva S.V.(2012) *Investuvannja : praktykum* [Investment: workshop]. Kyiv: KNEU, p. 577.
5. Pavlova S., Zajchuk A. (2021) Ocinka efektyvnosti franchajzynghu u ghoteljnomu biznesi [Evaluation of the effectiveness of franchising in the hotel business]. *Ekonomika. Upravlinnja. Innovaciji*, vol. 2 (29). Available at: <http://eui.zu.edu.ua/article/download/246297/243837> (accessed 23.08.2022).
6. Stupnycykj O.I. (2009) Praktyka ocinky ekonomichnoji efektyvnosti stvorennja ta dijalnosti franchajzynghovogho pidpryjemstva v Ukraini [The practice of assessing the economic efficiency of the creation and activity of franchising businesses in Ukraine]. Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vzuk/2009_19/zmist.htm (accessed 25.08.2022).
7. Suchkov, A. V. (2010) *Efektyvnistj franchajzynghu jak instrumentu investycijnoji dijalnosti pidpryjemstv kharchovoji promyslovosti* [Efficiency of franchising as a tool for investment activities of businesses in the grub industry]. (PhD Thesis) Kyiv: NUHT, 20 p.
8. Jakovljev A.I. (2001) *Metodyka vyznachennja efektyvnosti investycij, innovacij, ghospodarsjkykh rishenj v suchasnykh umovakh* [The methodology for determining the efficiency of investments, innovations, government decisions in modern minds]. Kharkiv: Biznes-inform, p. 56.
9. Jastremsjka O.M. (2003) Ekonomichnyj analiz efektyvnosti investycijnykh rishenj (z pozycij suspiljstva ta biznes-partneriv) [Economical analysis of the effectiveness of investment decisions (from the position of support and business partners)]. *Rehionaljni perspektyvy*, no. 2, 3 (27, 28), pp. 170–173.

Iryna Mazurkevych

Vynnytsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics

RESEARCH OF METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING THE EFFICIENCY OF FRANCHISING INVESTMENT PROJECTS IN THE SPHERE OF RESTAURANT BUSINESS

The restaurant business in modern business conditions is characterized by a high level of saturation and competition, which requires its owners to find new means of ensuring and maintaining competitive positions in the market. The use of franchising as a form of the restaurant business is becoming more and more popular. The implementation of franchise relations has its advantages and disadvantages, but the intensity of its implementation in various areas of entrepreneurship leads to its expediency and effectiveness. In this article, we consider the implementation of franchise relations through the prism of an investment project regarding the opening and development of a restaurant establishment, since by purchasing a franchise, the franchisee acts as an investor in this business project. Questions regarding methodical approaches to evaluating the effectiveness of implementing a franchise investment project are gaining particular relevance. The purpose of writing this article is to study and generalize the existing methodical approaches to assessing the effectiveness of franchising in the restaurant business. In writing this study, the scientific works of domestic and foreign researchers were processed, paying special attention to the methodical aspects of assessing the effectiveness of conducting and implementing franchising in the field of restaurant business. Based on the generalization of the existing methodical approaches, we have highlighted the main methods used to assess the acceptability (feasibility) of investing funds. It has been established that in the conditions of a changing external environment, the most expedient, in addition to the assessment of the main financial and economic performance indicators, is the use of methods based on discounted estimates. We have also determined that the majority of scientists suggest applying an integrated approach to determining the effectiveness of investment projects for the implementation of a franchise business. This approach takes into account all the advantages and disadvantages of the existing methods of evaluating the effectiveness of projects, and also allows taking into account the influence of the sphere and specifics of the economic activity of the implementation of franchise relations.

Key words: franchising, investment project, discounting, efficiency, franchise relations, royalty, lump sum, franchisee, franchisor.

Статтю подано до редакції 05.09.2022