МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітньо-професійна програма «Підприємництво»
Заочна форма навчання

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

КІРАКОСЯНА ЄГОРА КАРЕНОВИЧА

на тему «ОБҐРУНТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ ЗАСНУВАННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В СФЕРІ ВЕНДІНГУ»

Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних цінностей академічної доброчесності _____ Кіракосян Є.К

Науковий керівник:
д.ф., ст.викладач
_____Оксана **КИРИЛЮК**

Робота допущена до захисту в ЕК «__»_____2023р. протокол № __

Зав. кафедри бізнес-економіки
та підприємництва,
докт. екон. наук, проф. **Інна РЄПІНА**

Київ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП 3
РОЗДІЛ 1. ПЕРЕДУМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІДЕЇ ВЕНДИНГОВОЇ ТОРГІВЛІ . 5
1.1 Маркетинговий аналіз середовища реалізації підприємницької ідеї вендингового бізнесу у сфері торгівлі закусками 5
1.2 Інституційний аналіз умов реалізації підприємницької ідеї вендингового бізнесу у сфері торгівлі закусками 14
РОЗДІЛ 2. ДИЗАЙН БІЗНЕС-ІДЕЇ ЗАСНУВАННЯ БІЗНЕСУ В СФЕРІ ВЕНДІНГУ 20
2.1 Розробка бізнес-моделі реалізації підприємницької ідеї заснування бізнесу у сфері торгівлі закусками через торгівельні автомати 20
2.2 Технічний аналіз умов реалізації підприємницької ідеї заснування бізнесу у сфері торгівлі закусками через торгівельні автомати 28
2.3 Фінансовий аналіз реалізації підприємницької ідеї заснування бізнесу у сфері торгівлі закусками через торгівельні автомати та визначення джерел фінансування бізнесу 34
РОЗДІЛ 3 ОБГРУТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ ЗАСНУВАННЯ БІЗНЕСУ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ ЗАКУСКАМИ ЧЕРЕЗ ТОРГІВЕЛЬНІ АВТОМАТИ 40
3.1 Основи організації та ведення бізнесу у сфері торгівлі закусками через торгівельні автомати 40
3.2 Економічне обґрунтування реалізації підприємницької ідеї ведення бізнесу у сфері торгівлі закусками через торгівельні автомати 45
ВИСНОВКИ 50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 53

ВСТУП

Сутність підприємницької ідеї започаткування власної справи у сфері вендингу полягає у створенні нового підприємства, що буде займатись торгівлею за допомогою торгових автоматів. Передбачається торгувати снеками та закусками, особливість котрих полягає в пакуванні у пластикову тару, а також мінеральною водою та напоями.

Хоча ідея торгівлі товарами через торгові автомати не нова, але новітні технології суттєво розширили можливості торгових автоматів та бізнесу, що заснований на цій торгівлі. Актуальність відкриття бізнесу з торгівлі закусками та прохолодними напоями через торгові автомати полягає у слабому освоєнні даного ринку та наявністю потенціалу для його зростання, особливо з огляду на старіння населення України та скорочення чисельності робочої сили, що може спровокувати дефіцит робочої сили. Торгові автомати здатні частково вирішити дану проблему, оскільки для їх функціонування не потрібні продавці.

Об'єктом нашої роботи є сфера вендингу в Україні.

Предметом роботи є процес реалізації підприємницької ідеї відкриття бізнесу з вендингової торгівлі снеками та напоями.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи – відкриття підприємства з вендингової торгівлі снеками та напоями в місті Києві та оцінка привабливості такого бізнесу.

У відповідності до поставленої мети передбачається вирішення наступних *завдань*:

— аналіз ринку вендингової торгівлі в Україні та порівняння українського ринку вендингової торгівлі з ринками інших країн;
— розробка бізнес-моделі функціонування підприємства вендингової торгівлі снеками та напоями з урахуванням інституційних особливостей;
— розгляд джерел фінансування та визначення основних інвестиційних параметрів реалізації ідеї створення вендингового підприємства;

— розрахунок параметрів ефективності реалізації бізнес-ідеї зі створення вендингового підприємства.

Для досягнення поставленої мети було використано такі *методи*: аналізу, синтезу та логічного узагальнення при проведенні розгляду умов відкриття та роботи вендингового підприємства; методи соціологічного опитування при оцінці маркетингових параметрів ринку торгових апаратів в Україні; експертних оцінок при оцінці перспектив розвитку галузі; методи дедукції, індукції та системного підходу; таблично-графічний метод – для наочного представлення теоретичних і практичних положень даної роботи.

Значущість отриманих результатів полягає у можливості практичного застосування результатів роботи з метою відкриття власного бізнесу або для роботи в такому на посаді менеджера у вказаній сфері діяльності.

Інформаційну базу виконаної кваліфікаційної роботи становили: джерела, що відображують практику роботи у сфері роботи торгових автоматів та вендингових підприємств; матеріали, оприлюднені у монографіях, наукових та аналітичних статтях, періодичних виданнях, мережі Інтернет, тощо.

РОЗДІЛ 1. ПЕРЕДУМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІДЕЇ ВЕНДИНГОВОЇ ТОРГІВЛІ

1.1 Маркетинговий аналіз середовища реалізації підприємницької ідеї вендингового бізнесу у сфері торгівлі закусками

Слово вендинг походить він англійського слова to vend, що означає торгувати через автомат, а самі торгові автомати називаються вендорами. Історія використання торгових автоматів налічує більше ста років, перші торгові автомати були за патентовані у США та призначались для продажу жувальної гумки. Торгові автомати на початку XX століття використовувались для продажу дрібних стандартизованих товарів, були повністю механічними, тобто не потребували для своєї роботи електрики, а також приймали в якості оплати виключно монети. З розвитком техніки торгові автомати стали працювати від електроенергії, що не тільки підвищувало надійність роботи торгових автоматів, але й надавало нові можливості, наприклад, дозволило через торгові автомати торгувати прохолодними та гарячими напоями (газованою водою, а також кавою, чаєм, какао тощо). Також у електричних торгових автоматів з’явилась можливість торгувати не одним, а декількома видами товарів, до десятка та вище різних видів товарів, що розширювало асортимент торгових автоматів, підвищувало їх популярність у покупців. Суттєвим обмеженням роботи торгових автоматів у середині XX століття було те, що всі вони приймали оплату лише монетами, що обмежувало вартість товарів, які можна було продавати через торгові автомати. Винайдення купюро-приймачів суттєво розширило можливості торгових автоматів, особливо з огляду на високі темпи інфляції у розвинених країнах у 1970-х роках. Перші купюро-приймачі були ненадійними, але з часом вони вдосконалювались. Наступним етапом стала можливість оплати товарів в торгових автоматах не тільки монетами та купюрами, але й банківськими картами. Оплата банківськими каратами фактично знімає обмеження на вартість товарів, які продаються через торгові автомати.

Через торгові автомати можна продавати не тільки товари, але й послуги. Одним з найбільш популярним автоматом є телефон-автомат, який продавав послуги телефонного зв'язку. Але крім цього, існують музичні, гральні автомати, автоматичні пральні машини, авто мийка самообслуговування, більярдні столи з автоматичною оплатою, автомати з продажів квитків.

Таким чином, вендинговий бізнес дуже різноманітний, в сучасних умовах практично весь асортимент споживчих товарів широкого вжитку можна продавати через торгові автомати, але не для всіх товарів така схема продажів є доцільною та економічно виправданою. Для того, щоб вендинговий бізнес був вигідним та економічно доцільним, необхідно, щоб виконувались деякі умови (рис. 1.1).

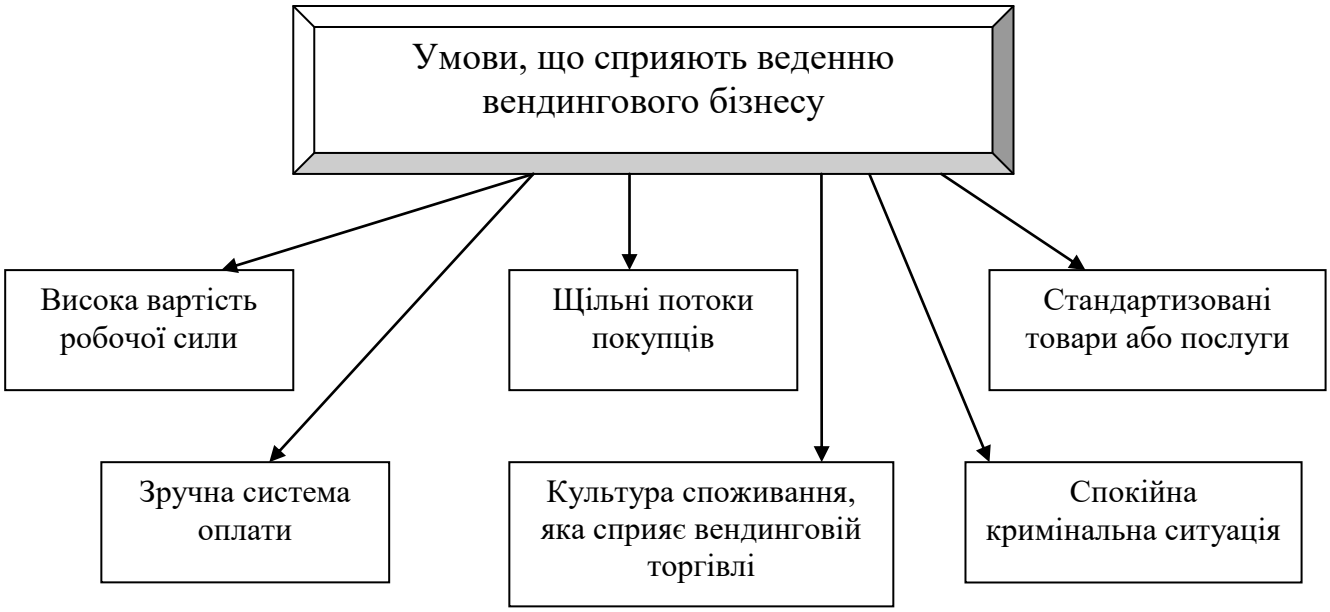

Рис. 1.1 – Фактори, що сприяють розвитку вендингового бізнесу

Джерело: складено автором на основі [14]

Розглянемо більш детально наведені на рисунку 1.1 фактори. Висока вартість робочої сили необхідна для розвитку торгівлі через торгові автомати, оскільки вендинг вимагає значно меншої кількості працівників, які обслуговують певний обсяг продажів. Так, для традиційного торгового підприємства необхідні продавці, товарознавці, вантажники, адміністратори, касири, а у вендингу не потрібні продавці, касири, а інші категорії персоналу теж скорочуються. Чим більше заробітна плата працівників у країні, тим більшою біде різниця витрат у

звичайній торгівлі та торгівлі через торгові автомати, і тим більш прибутковим буде вендинговий бізнес.

Для розвитку вендингового бізнесу потрібні щільні потоки покупців, які будуть купувати товари у автоматі. Якщо потік покупців недостатньо високий, торговий автомат буде не окупатись або працювати з нульовим прибутком. Саме тому торгові автомати більш поширені у кураїнах з високою щільністю населення, а всередині країн торгові автомати розташовані в основному у великих містах не транспортних вузлах або у місцях скупчення людей.

Для торгівлі через торові автомати більше підходять товари, для яких можна забезпечити стандартну якість та параметри. Це в основному дрібниці, які випускаються достатньо масово, їжа та напої, які виготовляються за стандартними рецептами, що забезпечує стабільну стандартну якість. Також це можуть бути дрібні предмети одягу, сигарети та деякі інші товари. Так, наприклад, шкарпетки можна продавати через торгові автомати, а от інший одяг, який потребує примірювання перед покупкою та має велику кількість можливих розмірів, кольорів та фасонів, вже не годиться для продажу через торгові автомати.

Зручна система оплати означає, що оплата за товари та послуги в торгових автоматах має відбуватись зручним для продавця та покупця способом. В якості прикладу можна навести торгові автомати у СРСР, які торгували газованою водою за 3 копійки. Коли грошова система була стабільною, а монети мали широке розповсюдження та мали відносно високу вартість, ці автомати були популярні, навіть якщо прийшлось піднімати вартість газованою води до 5 або 15 копійок, вони могли працювати нормально. А от з розпадом СРСР, у нових країнах почалась швидка інфляція, яка призвела до страти цінності монетами та до того, що монети перестали ходити в економці. Це призвело до необхідності перебудови автоматів на прийом купюр, але така технологія була досить дорогою та не окупалась, а перехід на жетони призвів до додаткових витрат на продавців жетонів та організацію обороту жетонів, що призвело до того, що ці автомати стали невигідними та поступово відмерли, хоча попит на їх послуги у населення існував.

На даний момент зручною системою оплати за товари та послуги в торгових автоматах є одночасний прийом купюр та монет, а також можливість оплатити послуги банківською картою.

На успіх вендингової торгівлі суттєво впливає культура споживання та здійснення покупок в країні. Це означає відношення населення до покупок товарів та послуг в торгових автоматах, здатність та бажання навчатись користуванню торговими автоматами, відношення до товарів з торгових автоматів. Хоча культуру покупок у торгових автоматах можна створити та розвивати, але це потребує тривалого часу та значних зусиль учасників ринку.

Для успішного ведення вендингового бізнесу необхідно, щоб у країні в цілому та у великих містах була спокійна кримінальна ситуація. Це означає, що дрібна злочинність була незначною та з нею ефективно боролись правоохоронні органи, а у суспільстві була повага до приватної власності. Високий рівень злочинності, особливо дрібної вуличної злочинності може призвести до того, що автомати будуть псувати, виводити з ладу, іншим способом перешкоджати нормальній роботі торгових автоматів.

У різних країнах рівень розвитку вендингового бізнесу різний через низку причин. Розглянемо кількість торгових автоматів у провідних регіонах світу та порівняємо їх з Україною (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Кількість торгових автоматів в цілому та кількість жителів, що обслуговує 1 торговий автомат в Україні та розвинених країнах

Країна (регіон)	Кількість торгових автоматів, тис. шт.	Середня чисельність населення, що обслуговується 1 торговим автоматом, осіб
США	15400	21
ЄС	4500	100
Японія	5600	23
Україна	10	3900

Джерело: складено автором на основі [27]

З таблиці 1.1 ми можемо побачити, що у одній невеликій за чисельністю населення Японії кількість торгових автоматів більше, ніж у ЄС з населенням 453 мільйони осіб. Взагалі у розвитку вендингового бізнесу Японія займає унікальне

положення у світі. Особливістю Японії як ринку вендингу є те, що тут висока вартість робочої сили поєднується з дефіцитом робочої сили, оскільки Японія має низький приріст населення та не проводить політку запрошення мігрантів. Через це населення Японії швидкими темпами старіє, чисельність працездатного населення скорочується, а його приросту не відбувається через низьку народжуваність та практично відсутність трудових мігрантів. Отже, це створює високий попит на торгівлю через торгові автомати, оскільки вона дешевша та не потребує дефіцитних людських ресурсів. Також у Японії дуже висока щільність населення, а культура населення сприяє постійному пошуку всього нового та дуже відкрита до торгівлі через торгові автомати. Популярності торгових автоматів сприяє також нестача робочого часу через високі витрати на дорогу до роботи та звичку купувати товари по дорозі роботи. Оскільки в пізній час не всі магазини відкриті, то автомати забезпечують більшу доступність товарів та послуг для населення.

За показниками чисельності населення на один торговий автомат США практично порівняні з Японією, але у Японії кожен торговий автомат приносить у два-три рази більшу виручку, ніж у США. Це пояснюється високою щільністю населення у Японії та концентрації більшості населення у великих містах та міських агломераціях. У той час як у США лише частина населення проживає у великих містах, а інші частина проживає у передмістях або містах середнього розміру та малих містах через велику територію США та меншу концентрацію населення.

Країни ЄС відстають від США та Японії як за загальною кількістю торгових автоматів, так і за чисельністю населення, яка припадає на один торговий автомат. Це пояснюється нерівномірним розвитком країн ЄС та значно більш9ою розосередженістю населення ЄС та меншою концентрацією його у великих містах та мегаполісах.

Як можна побачити з таблиці 1.1, Україна суттєво відстає від провідних країн світу за щільність торгових автоматів. Так в Україні на 1 торговий автомат припадає у 39 разів більше населення, ніж у ЄС та у 186 разів більше, ніж у США.

Основні причини цього – низька вартість робочої сили, низька культура покупок в торгових автоматах, слабкий розвиток торгових автоматів в невеликих та середніх містах. Через це торгові автомати в Україні сконцентровані лише в деяких сферах, які є особливо привабливими для бізнесу, наприклад, у торгівлі гарячими напоями, торгівлі питною водою, снеками та прохолодними напоями.

Невисокий рівень розвитку вендингового ринку в Україні характеризується концентрацією цього бізнесу в основному у Києві та у найбільш великих містах, наприклад у Одесі, Харкові, Дніпрі та Львові. В інших містах даний бізнес розвинених набагато слабше, а у невеликих містах та селищах міського типу практично відсутній.

Низький поточний рівень розвитку вендингового ринку в Україні означає, що на даному ринку поки що існують незайняті ніші, і у перспективі даному ринку є куди зростати. За оцінками експертів, потенційна кількість торгових автоматів в Україні може становити 300 тисяч одиниць. Навіть якщо дана оцінка завищена та потенційно в Україні може працювати 200 тисяч торгових автоматів, це означає, що ринок у найближчі роки може зрости у 20 разів. Це величезний потенціал для зростання, але його потрібно вміти використати.

Поточний ринок вендингової торгівлі в Україні досить незначний. На 2016 рік обсяг продажів становив 23,9 мільйонів доларів США. Більш сучасні дані по обсягу ринку торгівлі через торгові автомати у Україні, на жаль, відсутні. Але можна оцінити історію розвитку вендингового бізнесу в Україні у 2018-2022 роках. Так, у 2020 році в Україні, як і у всьому світі спостерігалась пандемія covid19, яка суттєво вплинула на економіку в цілому та на торгівлю зокрема. Пандемія коронавірусу призвела до карантинних обмежень, які стосувались в тому числі і торгівлі. Держава суттєво обмежила торгівлю на підприємствах торгівлі, особливо товарів, які не є товарами першої необхідності. Також було обмежено роботу закладів громадського харчування, транспорту, навчальних закладів, частину працівників було переважно на дистанційну роботу, а студенти були переведені на дистанційне навчання.

Всі ці обмеження, здавалось, мали сприяти розвитку вендингової торгівлі, оскільки у торгових автоматах відсутній безпосередній контакт покупця та продавця, торгові автомати не передбачають скупчення людей на невеликі площі, що підвищувало б ризик зараження. Тому торгові автомати могли б стати альтернативою традиційним закладам торгівлі принаймні за деякими видами товарів. Але буму вендингової торгівлі через covid19 не відбулось, і для цього були причини.

1) Більшість торгових автоматів в Україні розміщувались у Києві та інших великих містах, переважно у місцях скупчення людей та проходженні великих транзитних пасажирських потоків. Це означає, що в основному торгові автомати розміщувались біля станцій метро, у вищих навчальних закладах, торгових центрах та на підприємствах. Але через обмеження руху громадського транспорту, переведення студентів на дистанційне навчання, а працівників на дистанційну роботу, пасажирські потоки скоротились, у вузах практично припинилось очне навчання, а на багатьох підприємствах зменшилась кількість працівників, які щоденно приходять на роботу. Також через карантинні обмеження торгові центри стали приваблювати суттєво менше людей. Тому від даної ситуації виграли в основному торгові автомати з їжею та напоями, які знаходились у житлових кварталах, які частково заміщували кафе.

2) Під час пандемії covid19 швидко розвинулась доставка товарів та послуг з закладів громадського харчування та магазинів додому до споживачів. Це зумовило перехоплення потенційного потоку покупців у торгових автоматів службами доставки.

3) Власники торгових автоматів не змогли швидко перестроїти бізнес на продажі більш широкого асортименту товарів, а виробники торгових автоматів не змогли забезпечити пропозицію відповідних автоматів.

Таким чином, замість зростання вендингового бізнесу, у 2020 році відбулось його скорочення та зниження його прибутковості. У наступному, 2021 році більшість карантинних обмежень було знято або пом’якшено, що призвело до відновлення вендингового бізнесу.

На даний момент один торговий автомат в Україні приносить приблизно 2400 доларів США щорічно, але виручка розподілена нерівномірно, вона залежить від товарів, якими торгує автомат та від місця розташування торгового автомату.

Торгові автомати мають спеціалізацію, яку можна змінювати лише в обмеженому діапазоні. Так, наприклад, торгові автомати, які торгують сигаретами, можуть змінювати марки сигарет, але не можуть торгувати іншими товарами. У світі близько половини продажів на вендинговому ринку забезпечують продажі снеків та напоїв, що пов’язано із значною економією для покупців при придбанні закусок та напоїв порівняно з придбанням цих товарів у закладах громадського харчування. На українському вендинговому ринку існує перекіс у бік торгових автоматів з продажу гарячих напоїв. Це відбулось через швидке зростання популярності культури споживання кави, що стимулювало розвиток торгових точок з продажу як кави у зернах та меленої кави, так і готового гарячого напою. Але у кава у вуличних точках продажу, а тим більше у кафе виходить дорогою, оскільки вимагає оплати праці баристи. Отже, альтернативою є кавові торгові автомати, які торгують готовою кавою, у яких ціна готового напою дешевша за рахунок економії на заробітній платі. Торгові автомати з гарячими напоями особливо популярні у торгових центах, парках, вищих навчальних закладах, офісах тощо. Популярність торгових автоматів з гарячими напоями призвела до того, що 50% всіх торгових автоматів в Україні продають гарячі напої (переважно каву, чай та напої на основі какао). Торгові автомати з продажу закусок та прохолодних напоїв становлять лише 10% від всіх торгових автоматів в Україні, що суттєво менше, ніж у розвинених країнах.

Розміщення торгових автоматів з закусками та прохолодними напоями має свою специфіку. Як і для інших видів торгових автоматів для автоматів зі снеками та прохолодними напоями найкращим є місце, де існує великий потік людей, але при цьому даний потік має бути не транзитним, а затримуватись на деякий час на певній території, щоб зголодніти та захотіти пити. Найбільш доцільним з цієї точки зору є великі торговельні центри, підприємства, офісні центри, ринки та

місця біля великих житлових комплексів, парків та місць відпочинку. Раніше досить привабливими місцями для встановлення торгових автоматів зі снеками та напоями були вищі навчальні заклади а студмістечка, оскільки вони мали великий потік людей, особливо студентів, які часто бажали перекусити протягом пар та не мали часу та коштів на те, що піти у кафе або столову. Але після переведення більшості студентів на дистанційне навчання, вузи та студентські містечка перестали бути привабливими місцями для розташування торгових автоматів з закусками та прохолодними напоями.

Умовними конкурентами для торгових автоматів зі закусками та напоями є кафе та інші заклади громадського харчування. Хоча заклади громадського харчування можуть забезпечити повноцінний гарячий обід, але не завжди споживач має достатньо часу для відвідування кафе або столової. У обідній час в закладах громадського харчування утворюються черги, а вартість обіду досить висока порівняно з перекусом закусками та прохолодними напоями.

Відмінністю торгівлі через торові автомати зі снеками та прохолодними напоями є значний асортимент та висока його гнучкість. Це означає, що на вибір у таких автоматах можуть бути декілька видів закусок, а також різні види напоїв, наприклад, мінеральна вода, сік, холодний чай та солодка газована вода. Крім того, асортимент можна змінювати відповідно до сезону, наприклад, влітку впроваджуючи більш легкі закуски та напої, а взимку – більш поживні. Підбір асортименту, який забезпечує найкращі продажі снеків та напоїв конкретного торгового автомату дозволяє підвищувати ефективність роботи торгових автоматів та слідкувати за зміною уподобань покупців.

Недоліком вендингового бізнесу з торгівлі снеками та прохолодними напоями є упередженість у суспільстві проти снеків та газованих солодких напоїв як нездорової та занадто калорійної їжі. Це означатиме, що частка населення, які будуть стабільно користуватись торговими автоматами зі снеками та прохолодними напоями є невисокою. Але даний недолік компенсується тим, що виробники снеків та прохолодних напоїв активно рекламують свою продукцію на телебаченні в Інтернеті та за допомогою інших рекламних засобів. Це полегшує

бізнес, оскільки стимулює продажі за рахунок виробників, отже, вендинговому підприємцю не потрібно додаткового займатись рекламою.

Український ринок вендингу характеризується тим, що разом із новими торговими автоматами, на ринку активно реалізуються вживані торгові автомати, які часто є морально застарілими. Так, наприклад, торгові автомати без платіжного терміналу та функції прийому банківських карток не відповідають сучасним вимогам. Для максимального розширення клієнтської бази, необхідно, щоб торговий автомат мав одночасно монето-приймач, купюро-приймач та платіжний термінал для прийому банківських карток. Адже на сучасному ринку вендингових послуг більшість клієнтів має банківські картки, але існують клієнти, для яких більш прийнятними та зрозумілими є розрахунки готівкою. Для підключення платіжного терміналу, обов'язково мати підключення до провідного або мобільного Інтернету.

1.2 Інституційний аналіз умов реалізації підприємницької ідеї вендингового бізнесу у сфері торгівлі закусками

Вендинговий бізнес з торгівлі снеками та прохолодними напоями – це універсальний вид бізнесу, для якого не потрібно отримувати спеціальні ліцензії або дозволи. Даний бізнес не потребує високих початкових інвестицій, його може започаткувати людина без спеціальних знань. Як і інший вид бізнесу, вендинговий бізнес з торгівлі снеками та прохолодними напоями потребує від підприємця високої віддачі, особливо на етапі створення бізнесу та перших етапів життєвого циклу бізнесу до налагодження всіх бізнес-процесів. Розпочати вендинговий бізнес з торгівлі снеками та прохолодними напоями можна досить швидко, бізнес починає приносити доходи одразу після встановлення торгових автоматів. Також даний бізнес можна легко масштабувати, розширювати за рахунок встановлення нових торгових автоматів. На початковому етапі розвитку бізнесу, підприємець може бути частково зайнятим даним бізнесом, може

суміщати даний бізнес з іншою роботою. При розширенні бізнесу підприємець може найняти додатковий персонал для обслуговування бізнесу.

Як і всі інші види бізнесу, вендинговий бізнес з торгівлі снеками та прохолодними напоями має свої переваги та недоліки (табл. 1.2).

Таблиця 1.3 – Переваги та недоліки вендингового бізнесу з торгівлі закусками та прохолодними напоями в Україні

Переваги	Недоліки
мінімальна торгова площа для розміщення торгового автомату, яка становить 1-2 квадратні метри, що зменшує орендну плату	ризик проявів вандалізму по відношенню до торгових автоматів
відсутність необхідності наймати продавців, сплачувати їм заробітну плату, відсутність людського фактору у здійсненні продажів	високий рівень консерватизму українських споживачів, які не звикли купувати товари у торгових автоматах
невеликий стартовий капітал для початку бізнесу	залежність продажів від вдалого розміщення торгового автомату
великий асортимент продукції та його гнучкість	упередженість щодо шкідливості снеків та газованої води для здоров’я
швидка окупність	
відсутність потреби у офісі	

Джерело: складено автором

З таблиці 1.2 можна побачити, що основні переваги вендингового бізнесу з торгівлі закусками та прохолодними напоями полягають у відносній простоті даного бізнесу та невисоких ресурсних вимогах до даного бізнесу. Недоліків у даного бізнесу небагато, і вони можуть бути компенсовані за рахунок розробки вдалою стратегії розвитку підприємства.

Цивільно-правове регулювання вендингу в Україні полягає у обов’язку власника торгових автоматів довести до покупця інформацію про продавця товару шляхом розміщення на автоматі або надання покупцям іншим чином відомостей про найменування продавця, його місцезнаходження, режим роботи, а також про дії, які необхідно вчинити покупцеві для одержання товару. Договір роздрібної купівлі-продажу з використанням автоматів є укладеним з моменту вчинення покупцем дій, необхідних для одержання товару. Якщо покупцеві не надається оплачений товар, продавець повинен на вимогу покупця негайно надати покупцеві товар або повернути сплачену ним грошову суму.

Доказами факту укладення договору можуть бути свідчення свідків, а також дані про кількість проданих через автомат товарів і отриманих за них грошей чи

інших знаків оплати (наприклад, жетонів). Продавець не має права відмовити покупцеві в отриманні вказаних даних, а за необхідності – і в розкритті автомата. В разі одержання через автомат товару неналежної якості чи у неналежній упаковці покупець має право пред'явити до продавця вимоги, передбачені, відповідно, статтями 686 та 708 Цивільного кодексу. Якщо через автомат розмінюються гроші, придбаваються знаки оплати чи обмінюється валюта, то діють правила ст. 705 Цивільного кодексу та інші положення щодо роздрібної купівлі-продажу [3; 4].

З цього можна зробити висновок, що існують юридичні ризики для власників торгових автоматів з боку клієнтів, які можуть вчиняти шахрайські дії з метою отримання неправомірної вигоди або для перешкоджання нормальній роботі торгового автомату. Реалізувати юридичні ризики для власника торгового автомату буде досить складно, оскільки вони потребують значних витрат часу з боку покупців, які можуть перевищувати потенційну вигоду для покупців. Але власник торгових автоматів сам зацікавлений у нормальній роботі торгового автомату, оскільки в разі порушення роботи діяльності торгового автомату, які полягають у неотриманні покупцем товару при сплаті коштів, це призведе до негативного розголосу ситуації та відтоку клієнтів від такого автомату. Отже, справедливе вирішення суперечок з покупцями – в інтересах власника бізнесу. Але здійснити оперативне врегулювання суперечок у разі збоїв в роботі торгового автомату практично неможливо, тому особливе значення набуває забезпечення технічної справності торгових автоматів.

Законодавство, яке регулює діяльність вендингового бізнесу не враховує специфіку даного бізнесу та відсутність живого продавця у місці продажу, тобто у торговому автоматі. Отже, для зниження ризиків, що пов'язані з законодавчим регулюванням вендингового бізнесу, потрібно забезпечувати бездоганний технічний стан торгових автоматів. А саме законодавче регулювання вендингового бізнесу потребує зміни законів, які б враховували факт того, що торговий автомат не має продавця та здійснювала б регулювання торгівлі без участі продавців.

Інституційні фактори, які впливають на діяльність нового бізнесу – це зовнішні по відношенню до підприємства фактори. Для аналізу впливу даних факторів на діяльність підприємства доцільно скористатись методикою PEST-аналізу (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – PEST-аналіз зовнішнього середовища вендингового підприємства з торгівлі закусками та прохолодними напоями в місті Києві

Політичні чинники (P)		Економічні чинники (E)	
Чинник	Оцінка впливу	Чинник	Оцінка впливу
Поточне законодавство на ринку вендингу (-)	0,07	Динаміка та рівень реального ВВП України (-)	0,25
Державне регулювання ринку вендингу (+/-)	0,05	Темпи інфляції (-)	0,08
Можливість зміни ввізного мита на вендингові автомати (-)	0,04	Зміна купівельної спроможності населення (-)	0,23
Військові ризики (-)	0,25	Рівень конкуренції в галузі (+)	0,08
Ризик підвищення податкового тиску на підприємців (-)	0,1	Зміна курсу гривні по відношенню до світових валют (+/-)	0,05
Складнощі з орендою площ на комунальних та державних підприємствах (-)	0,12	Вихід на ринок нових підприємств (-)	0,09
		Конкуренція з боку вуличної їжі, та закладів громадського харчування (-)	0,06
Підсумок за групою чинників	0,63	Підсумок за групою чинників	0,84
Соціально-культурні чинники (S)		Технологічні чинники (T)	
Скорочення чисельності населення в Україні (-)	0,15	Поява нових видів торгових автоматів, більш економічних та ефективних (+)	0,15
Консервативність населення (-)	0,12	Поява можливості оплати покупок в торгових автоматах платіжною карткою (+)	0,2
Міграція населення України за кордон через військові дії (-)	0,11	Можливість підключення торгових автоматів до Інтернету (+)	0,18
Схильність молоді до експериментів та цікавість до нового (+)	0,18	Розширення асортименту продукції, що може продаватись в торгових автоматах (+)	0,15
Навчання студентів дистанційно (-)	0,09		
Відсутність контакту з продавцем при купівлі продукції через торговий автомат (+)	0,2		
Підсумок за групою чинників	0,85	Підсумок за групою чинників	0,68

Джерело: складено автором.

З таблиці 1.3 ми можемо зробити декілька висновків. На даний момент головними факторами впливу на діяльність вендингового бізнесу з продажу снеків та прохолодних напоїв є соціально-культурні та економічні чинники. Соціально-культурні фактори мають як негативне, так і позитивне спрямування

для вендингового бізнесу. Основними негативними факторами є природне скорочення населення України та його міграція за кордон через військові дії. Зменшення чисельності населення означає скорочення потенційного ринку збуту. Але для нашого підприємства важливе не все населення України, а чисельність населення власне Києва, оскільки саме в цьому місті будуть розташовані наші торгові автомати. Населення Києва на даний час теж дещо скоротилось, в основному за рахунок виїзду частини населення за кордон та відтоку частини приїжджих до Києва у свої рідні міста та села, хоча частково населення зросло за рахунок припливу біженців. Навчання студентів дистанційно зменшує попит на снеки та прохолодні напої з боку цієї категорії споживачів. До позитивних соціально-культурних факторів можна віднести схильність молоді до експериментів та відсутність необхідності контакту з продавцем при користуванні торговим автоматом.

Серед економічних факторів найбільш значимим є негативні на даний час фактори, такі як скорочення ВВП через війну, висока інфляція та зниження купівельної спроможності населення. Всі ці фактори ведуть до зниження платоспроможного попиту, а отже, зменшення привабливості даного бізнесу. До позитивних економічних факторів модна віднести невисокий рівень конкуренції в галузі та посилення гривні по відношенню до долара за останні півроку. Також до негативних факторів економіки відносяться ризик виходу на ринок нових підприємств та конкуренція з боку закладів громадського харчування. Конкуренція зх. боку закладів громадського харчування – малозначимий фактор, оскільки після пандемії коронавірусу та початку повномасштабної війни, дана галузь була суттєво ослаблена.

Технологічні фактори мають позитивний вплив на даний бізнес. Розвиток технологій дозволяють суттєво збільшити можливості вендингового бізнесу з торгівлі снеками та прохолодними напоями на ринку. Головним з цих факторів є поява можливості оплати покупок у торгових автоматах банківськими картками. Це суттєво розширює ринок та збільшує кількість потенційних клієнтів, оскільки все більше людей мають банківські карти та віддають перевагу покупкам за

допомогою банківських карток через вищу безпеку зберігання грошей на банківських картках. Можливості підключення торгових автоматів до Інтернету дає можливість не тільки підключати торгові автомати до платіжних терміналів та приймати для оплати банківські карти, але й отримувати інформацію від торгових автоматів щодо обсягу проданої продукції, поломках та інших проблемах в режимі реального часу. Завдяки підключенню до Інтернету ефективність управління торговими автоматами зростає в декілька разів, оскільки зменшується час простою торгових автоматів через поломки та інші проблеми, зростає оборотність товарів в торгових автоматах за рахунок вчасного поповнення витрачених запасів товарів, зменшуються витрати на інкасацію торгових автоматів через підвищення частки оплати банківськими картами.

Поява нових типів торгових автоматів та розширення асортименту товарів, які можна продавати через торгові автомати збільшує можливість підприємців щодо управління асортиментом та підвищення ефективності торгових автоматів.

Політичні фактори впливу на діяльність вендингового бізнесу з торгівлі снеками та прохолодними напоями в основному негативні, хоча їх вплив найменший серед інших груп факторів. Найбільш негативно на бізнес впливають військові ризики. Так, саме з військовими ризиками пов’язані регулярні відключення електроенергії у кінці 2022 року, що призвело до серйозних втрат бізнесу через вимушений простій та недотримання температурних режимів зберігання товарів в автоматах.

РОЗДІЛ 2. ДИЗАЙН БІЗНЕС-ІДЕЇ ЗАСНУВАННЯ БІЗНЕСУ В СФЕРІ ВЕНДІНГУ

2.1 Розробка бізнес-моделі реалізації підприємницької ідеї заснування бізнесу у сфері торгівлі закусками через торгівельні автомати

Бізнес-модель діяльності підприємства передбачає визначення основних особливостей та елементів діяльності підприємства. Бізнес-модель має визначати окремі ланки у ланцюжку створення доданої вартості. Вендинговий бізнес з торгівлі снеками та прохолодними напоями з точки зору організації бізнесу є аналогом невеликого продуктового магазину або кіоску. Схему такого бізнесу модна спрощено навести таким чином (рис. 2.1).

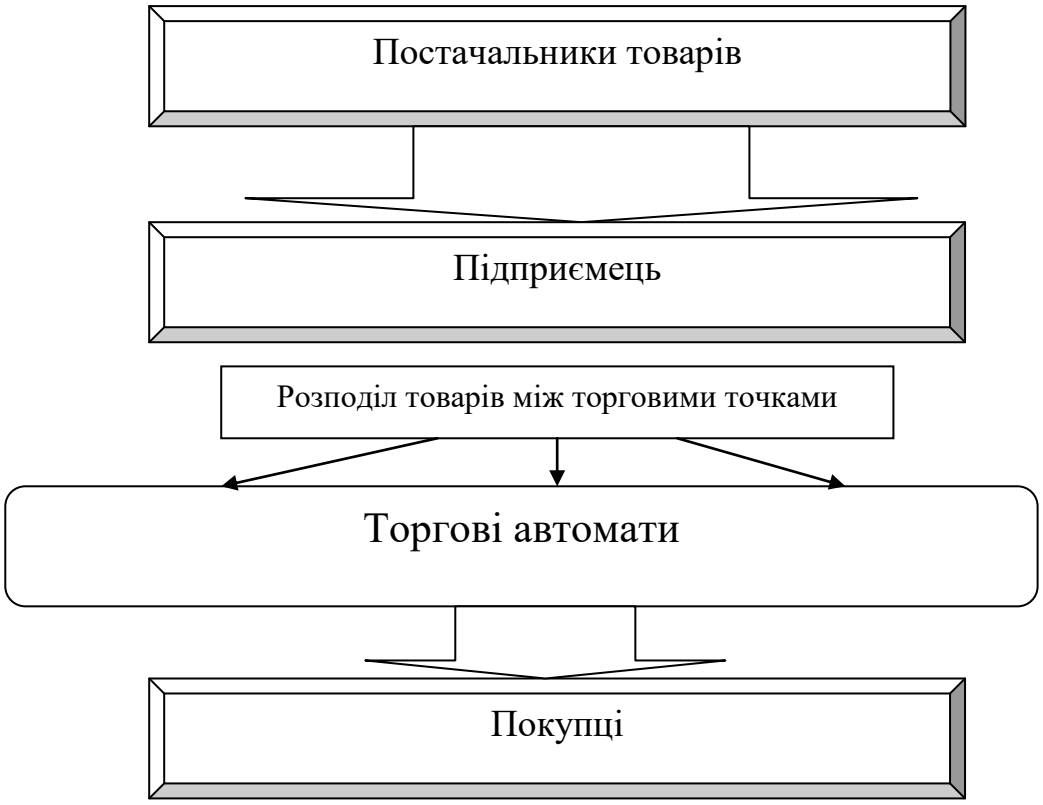

Рис. 2.1 – Організація вендингового бізнесу з торгівлі снеками та прохолодними напоями

Джерело: складено автором.

Бізнес з управління торговими автоматами в цілому організований таким чином: необхідно укласти договори на поставку товарів з виробниками або

дистриб'юторами, отримати товар у постачальників, розподілити товар у торгових автоматах та реалізувати його з торговою націнкою кінцевим споживачам з метою отримання прибутку.

Вендинговий бізнес доцільно створювати у формі товариства з обмеженою відповідальність (ТОВ), оскільки це забезпечує захист підприємця від надмірних ризиків. Обов'язковою умовою ведення вендингового бізнесу є реєстрація підприємства як платника ПДВ, оскільки це дозволить підприємству отримувати податковий кредит при придбанні товарів у великих постачальників.

При організації вендингового бізнесу з торгівлі снеками та прохолодними напоями слід чітко визначити власні конкурентні переваги, які будуть вигідно відрізняти наше підприємство від конкурентів. Для організації вендингового бізнесу з торгівлі снеками та холодними напоями, головною конкурентною перевагою буде вдале місце розташування торгових автоматів. Від місця розташування залежить кількість потенційних клієнтів, які бачать автомат, а отже, і кількість покупок та доходи підприємця від даного торгового автомату. Невелике підприємство з правління торговими автоматами не зможе отримати інші конкурентні переваги крім вдалого розташування та оперативного управління торговими автоматами. Тому до вибору місця розташування торгових автоматів потрібно підходити особливо ретельно. Для того, щоб місце було зручним для розміщення торгового автомату зі снеками, воно має відповідати декільком вимогам:

1) Через місце має проходити великий потік людей;

2) Поруч мають бути зручні місця, де можна відпочити та перекусити, наприклад, лавки, сквери тощо.

Люди мають не просто проходити повз, вони мають затримуватись в даному місці з певних причин, мати можливість зупинитись на декілька хвилин, щоб придбати якийсь товар в автоматі;

3) Місце встановлення торгових автоматів має розміщуватись в захищеному від природних факторів місці, де відсутні негативні фактори зовнішнього

середовища, такі як сонце, дощ, сніг, холод, вітер та інші, наприклад у приміщенні;

4) Поруч має бути електрична розетка із побутовим струмом напругою 220 В, щоб можна було підключити до неї торговий автомат.

5) Люди, що проходять через місце розташування, повинні мати час на те, щоб роздивитись вміст торгового автомату;

6) Має бути забезпечена стійкість до змін зовнішніх обставин, наприклад, до зміни режиму роботи транспорту або торгових центрів.

7) Торгові автомати мають бути захищені від дій хуліганів та злочинців, які можуть пошкодити торові автомати з метою пограбування або з хуліганських мотивів.

Навіть у великому місті досить складно знайти такі місця, які б одночасно відповідають всім вимогам до розташування торгових автоматів. Розташування на оживлених перехрестях, де існує великий потік людей, може не відповідати вимогам до захисту торгових автоматів від впливу зовнішнього середовища. Розташування торгових автоматів у житлових мікрорайонах має ризики того, що вони можуть бути пошкоджені хуліганами та асоціальними елементами вночі. На зупинках громадського транспорту, у метрополітені, у підземних переходах існує високий прохідний потік людей, але вони проходять дуже швидко, не затримуючись. Крім того, в метрополітені заборонено розташування торгових автоматів, а у підземних переходах значні ризики умисного пошкодження торгових автоматів злочинцями вночі. Тому для вибору місця, де можна розташувати торові автомати, потрібно класифікувати, виділити найбільш привабливі місця та вивчити всі переваги та недоліки розташування торгових автоматів із закусками та прохолодними напоями.

Поєднання всіх вимог, які необхідні для успішної реалізації бізнес-ідеї зі створення вендингового підприємства досягти досить складно, тому потрібно проаналізувати місця, які найкраще відповідають всім вимогам та є найбільш привабливими для встановлення торгових автоматів. Виділимо основні локації, де

доцільно розміщувати торгові автомати зі снеками та прохолодними напоями (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Найкращі місця для розміщення торгових автоматів зі снеками та холодними напоями

Місце	Переваги	Недоліки
Хол офісного комплексу	Наявність великої кількості офісних працівників, які часто виходять на перекури, будуть купувати щось для перекусів	Основне навантаження на торгові автомати буде припадати на обідню перерву та закінчення роботи, в інший час автомати будуть простоювати
Внутрішні приміщення великого підприємства	Наявність зручного місця для споживання їжі, велика кількість потенційних покупців, безпека торгових автоматів	Доступ для сторонніх осіб ускладнений, обмежений час обіду
Торгово-розважальний центр	Великий потік людей, які приходять іноді надовго, потік людей постійний протягом годин роботи комплексу	Конкуренція з боку супермаркетів, закладів громадського харчування, що розташовані в тому ж торгово-розважальному комплексі
Лікарні та поліклініки	Наявність відвідувачів, працівників та хворих, що лежать в лікарнях, які тривалий час знаходяться в будівлі, знаходячись в чергах, проходячи тривалі процедури або працюючи	Суворі вимоги до розміщення торгових автоматів в приміщенні закладів охорони здоров’я
Вищі навчальні заклади	Наявність викладачів як потенційних споживачів, закриття столових та кафе у вузах	Необхідність домовлятись щодо розміщення торгових автоматів з керівництвом вузів, дистанційне навчання студентів
Хол студентського гуртожитку	У студентів, не завжди є час готувати їжу. Після 23-00 гуртожитки зачиняються, тому студенти не можуть виходити в магазини, що буде сприяти збільшенню попиту. Крім того, в гуртожитку автомат буде працювати майже цілодобово	Невисока купівельна спроможність студентів та важкість отримання дозволу на встановлення торгового автомату в гуртожитку
Великі житлові комплекси	Велика кількість мешканців, значна частка населення працює віддалено, велика кількість дітей, які люблять снеки	Ризики пошкодження торгових автоматів хуліганами

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.1 можна побачити, що кожне місце розташування

Офісні комплекси, великі підприємства та торгово-розважальні центри – це приватні структури, метою яких є отримання прибутку, отже, вони зацікавлені у тому, щоб здавати площу в оренду та отримувати за це орендну плату. Тому встановити торгові автомати в цих місцях буде просто, питання лише у розмірі

орендної плати. Розміщення в даних місцях торгових автоматів має деякі недоліки. Офісні центри та великі підприємства мають графік роботи, внаслідок чого попит буде концентруватись в дуже вузькому часовому діапазоні, що буде охоплювати обідню перерву та кінець робочого дня. Різні підприємства, що працюють в офісному центрі, матимуть обідню перерву в різний час та різний графік роботи, але в цілому інтенсивна робота торгового автомату в офісному центрі буде обмежена декількома годинами на день, у весь інший час автомат або не буде працювати зовсім, оскільки офісний центр буде зачинений, або буде працювати з низькою інтенсивністю. Теж стосується і великих підприємств, але при цьому перерва на обід буде в один і той же час у більшості працівників. Крім того, доступ на територію великого підприємства може бути обмежений порівняно з офісним центром.

У торгово-розважальних комплексах виникає проблема конкуренції як з супермаркетами, так і з закладами громадського харчування. Але переваги торгових автоматів все ж таки є навіть у торгово-розважальних комплексах. Так, процес покупки в торговому автоматі значно швидший, ніж у супермаркеті, особливо у вихідні дні або години, коли в супермаркеті особливо багато відвідувачів. Для того, щоб придбати снек та прохолодний напій у великому супермаркеті, які зазвичай розташовані у торгово-розважальних комплексах, необхідно обійти супермаркет, знайти окремо потрібний снек, окремо напій та відстояти чергу на касі, і лише потім можна перекусити. У той же час в торговому автоматі це можна придбати за лічені хвилини. Порівняно з перекусом у закладах громадського харчування, які розташовані у торгово-розважальних комплексах, придбання снеків та прохолодних напоїв у торговому автоматі буде суттєво дешевшим та буде займати набагато менше часу, оскільки у кафе потрібно зробити замовлення, почекати його приготування тощо. Крім того, у торгово-розважальних комплексах часто встановлені торгові автомати з кавою, а торгові автомати зі снеками та прохолодними напоями будуть доповнювати їх. Отже, торгові автомати зі снеками та прохолодними напоями будуть мати свій сегмент споживачів у торгово-розважальних комплексах.

Розміщення торгових автоматів в студентських гуртожитках, у вищих навчальних закладах та у лікарнях та поліклініках має спільні риси, оскільки перераховані заклади – державні або бюджетні організації, і їх метою не є отримання прибутку. Але розмістити торгові автомати на їх території можливо, оскільки це дозволить отримати додаткове джерело фінансування діяльності таких організацій та сприяти виконанню основних функцій таких закладів.

Після початку пандемії коронавірусу та з початком військових дій, привабливість в якості місця встановлення торгових автоматів зі снеками та прохолодними напоями вищих навчальних закладів та студентських гуртожитків суттєво зменшилась. Особливо це стосується вищих навчальних закладів, у яких студенти були переведені на дистанційне навчання, а більшість викладачів теж працюють віддалено, принаймні частково. Отже, у вузах практично відсутній потік людей, тому встановлення торгових автоматів у них стає неприбутковим та навіть раніше встановлені автомати демонтуються.

У студентських гуртожитках ситуація дещо краща, оскільки в них все ж таки залишилась частина студентів. Але кількість студентів скоротилась, тому сенс встановлювати торгові автомати є тільки для гуртожитків тих вузів, де чисельність студентів, що проживають в гуртожитках скоротилась незначно.

У медичних закладах розміщення торгових автоматів зі снеками та прохолодними напоями може бути заборонено через санітарні вимоги та необхідність дотримання дієти для пацієнтів.

Для створення конкурентоспроможного бізнесу у сфері вендингу, оберемо розміщення торгових автоматів зі снеками та прохолодними напоями у офісних центрах, торгово-розважальних комплексах та у нових великих житлових комплексах. Пояснимо цей вибір. Незважаючи на переведення частини працівників на віддалений формат роботи, значна частина працівників все одно працює в офісах, а у останній час спостерігається тенденція до повернення працівників до роботи в офісах. Концентрація людей в офісному приміщенні та обмеженість обідньої перерви буде сприяти популярності торгових автоматів зі снеками та прохолодними напоями в офісних центрах.

У торгово-розважальних комплексах встановлення торгових автоматів зі снеками дозволить продавати продукцію тим споживачам, які не мають достатньо часу на черги в супермаркеті та які хочуть швидко перекусити, іноді з кавою або чаєм, які продаються у торгових автоматах. Тобто у торгово-розважальних комплексах за рахунок великого потоку людей та за рахунок знаходження свого сегменту споживачів, автомат буде приносити стабільний дохід.

Розташування торгових автоматів зі снеками та прохолодними напоями у нових житлових комплексах вигідне з тієї точки зору, що дані комплекси – центри концентрації платоспроможного населення, частина якого працює віддалено вдома, тому не мають часу на приготування їжі, тому будуть створювати попит на послуги торгових автоматів. У нових житлових комплексах проживає велика кількість людей, а також на цокольному поверсі присутні площі для торгових та інших підприємств, де можна розмістити торгові автомати зі снеками та прохолодними напоями. При цьому дані зони відкриті для відвідування мешканцями житлових комплексів та всіх інших потенційних клієнтів. Це забезпечує захист торгових автоматів від природних умов та вандалів, але забезпечує широкий доступ потенційних клієнтів до них.

Пояснимо вибір спеціалізації торгових автоматів. Найбільш популярним видом торгових автоматів в Україні в цілому, і у місті Києві зокрема, є автомати з продажу кави та інших гарячих напоїв. Популярність цього типу торгових автоматів призвела до високого рівня конкуренції в даному сегменті ринку. З іншого боку, торгові автомати, що торгують снеками, становлять лише 10% від кількості всіх торгових автоматів, отже, дана ринкова ніша є відносно вільною, конкуренція у цьому сегменті значно нижча. Поєднання в одному торговому автоматі торгівлі снеками та прохолодними напоями технічно можливе, до того ж ці товари доповнюють один одного, що збільшуватиме продажі кожного з видів продукції.

Бізнес-модель передбачає розміщення трьох торгових автоматів в різних локаціях, але в одному районі міста Києва. Три торгові автомати не потребуватимуть великих витрат часу та сил для свого обслуговування, тому

власник бізнесу буде мати вільний час та працювати і на іншій роботі за сумісництвом, принаймні на першому етапі розвитку свого бізнесу.

Головною перевагою, що має забезпечити високі продажі та забезпечувати зручність для наших покупців, є використання платіжних терміналів в наших торгових автоматах, що дозволить клієнтам оплачувати товари банківськими картками. Це означає, що не буде проблеми втрати потенційних клієнтів через неможливість оплатити покупку зручним для клієнта способом. Другою конкурентною перевагою буде підключення всіх торгових автоматів до мобільного Інтернету з метою отримання інформації про стан торгового автомату онлайн. Це дозволить зменшити простої торгових автоматів через поломки та нестачу товару, а отже, збільшить обсяг продажів. Основні особливості нашої бізнес-моделі вендингового підприємства, які дозволять йому бути успішним та мати конкурентні переваги на ринку можна охарактеризувати наступним чином (рис. 2.2).

Рис. 2.2 – Особливості бізнес-моделі вендингового бізнесу, що забезпечують його конкурентні переваги

Джерело: складено автором.

Використання для ведення бізнесу нових торгових автоматів з великою ємністю, можливість оплати у торговому автоматі як готівкою, так і банківськими картами, а також забезпечення нових технологій дистанційної діагностики торгових автоматів, забезпечить вищі порівняно з конкурентами обсяг продажів на один торгових автомат на 20-50%. Для використання всіх переваг нашого бізнесу, необхідно розташувати торгові автомати у місцях з великим потенційним попитом.

2.2 Технічний аналіз умов реалізації підприємницької ідеї заснування бізнесу у сфері торгівлі закусками через торгівельні автомати

Технічний бік вендингового бізнесу з торгівлі снеками та прохолодними напоями досить простий і не потребує від підприємця глибоких технічних знань або спеціалізованої технічної освіти. Навчитись завантажувати товар у торгові автомати можна за один тиждень, програмне забезпечення для контролю над станом торгових автоматів досить просте та інтуїтивно зрозуміле. Незначні неполадки у роботі торгових автоматів підприємець зможе виправляти самостійно, для цього не потрібні спеціальні знання або навички, для більш складного ремонту потрібно буде викликати представника сервісної компанії.

При придбанні торгових автоматів слід віддати перевагу придбанню нових, а не вживаних торгових автоматів, оскільки у такому випадку можливо отримати гарантію від виробника на 1 рік, а також позбавить проблем з технічним обслуговуванням вживаних торгових автоматів. Оскільки неможливо оцінити ступінь зношеності та умови, в яких експлуатувався та зберігався вживаний торговий автомат, то і за якість його роботи та витрати на ремонт такого торгового автомату не можна бути впевненим. Тому придбання вживаного торгового автомату – це лотерея, яка замість економії може привести до додаткових витрат внаслідок додаткових витрат на ремонт та втрати клієнтів через некоректну роботу торгових автоматів.

Дослідимо альтернативи придбання торгових автоматів та взяття їх в оренду. Кожен з варіантів має свої переваги та недоліки, які доцільно оцінити та зробити висновок на основі аналізу та порівняння (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Переваги та недоліки оренди обладнання та його придбання

Форма придбання обладнання	Придбання нового обладнання за власні кошти	Оренда
Переваги	- Більш широкий вибір обладнання; - можливість встановлення додаткового обладнання на власний розсуд; - наявність гарантії від виробника;	- Відсутність потреби у великому стартовому капіталі для початку бізнесу; - висока гнучкість користування обладнанням
Недоліки	- Необхідність наявності великого стартового капіталу; - низька гнучкість	- Малий вибір орендованого обладнання, а отже, неможливість підібрати ідеальний варіант обладнання для бізнесу; - відсутність гарантії, а отже, необхідність самостійного ремонту автоматів; - неможливість встановлення додаткового обладнання, наприклад, платіжних терміналів; - витрати на оренду обладнання зменшують операційний прибуток

Джерело: складено автором.

З таблиці 2.2 можна зробити висновок, що оренда торгових автоматів дозоляє організувати вендинговий бізнес з мінімумом стартового капіталу, адже основні витрати такого бізнесу будуть складати витрати на придбання самих торгових автоматів. Але це практично єдина серйозна перевага оренди торгових автоматів перед їх придбанням. Орендне обладнання має значну вужчий вибір порівняно з обладнанням, яке можна придбати, що суттєво звужує можливості з ведення бізнесу. Також орендне обладнання вживане, а про проблеми вживаного обладнання ми вже пояснювали. На орендне обладнання неможливо встановити додаткове обладнання, наприклад, платіжні термінали, оскільки це потребує суттєвих змін у роботі обладнання та потребує витрат, які потім неможливо буде утримати з орендодавця.

Орендодавець отримує орендну плату незалежно від інтенсивності роботи торгового автомату та від того, простоює автомат через поломку або працює. Це

означає, що орендодавець не буде допомагати підприємцю ремонтувати обладнання а якщо буде забезпечувати ремонт, то не буде поспішати, оскільки мотивації у швидкому ремонті торгового автомату він не має. Це означає, що витрати на ремонт обладнання та втрати від його простою будуть додатковим тягарем для підприємства, особливо на початкових етапах діяльності. Також слід зауважити, що оренда торгових автоматів означає додаткові операційні витрати підприємства, оренда одного торгового автомата коштує 3-5 тисяч гривень на місяць, що може суттєво вплинути на рентабельність вендингового бізнесу.

Отже, ми прийшли до висновку, що переваги від оренди торгових автоматів не перевершують недоліків та втрат, тому потрібно обрати варіант придбання торгових автоматів. Це дозволить отримати гарантію на торгові автомати від виробника та забезпечити безперебійну роботу торгових автоматів за рахунок виробника перший рік, самий відповідальний період для організації такого бізнесу, оскільки у цей період підприємець ще не має досвіду обслуговування торгового автомату та його дрібного ремонту. Придбання торгового автомату забезпечить широкий вибір з різних торгових автоматів, які краще відповідають цілям підприємства та специфіці місць їх встановлення.

Для обслуговування торгових автоматів, на підприємстві обов’язково має бути легковий автомобіль. Легкового автомобіля вистачить для доставки товарів до торгових автоматів. Наявність легкового автомобіля суттєво підвищує мобільність та дає змогу оперативно поповнювати запаси товарів у торгових автоматах, підвищувати продажі та збільшувати віддачу від кожного торгового автомату. Легковий автомобіль потрібний для виїзду на місце в разі необхідності полагодити та налаштувати торгові автомати, інкасації грошей з автоматів. Доцільно, щоб підприємець мав власний особистий легковий автомобіль та водійські права. Таким чином, буде відсутня потреба у придбанні легкового автомобіля для підприємства, буде зменшено початкові капітальні витрати на створення підприємства. Доставка товару на торгові автомати буде здійснюватись лише власним автомобілем підприємця, оскільки всі інші варіанти доставки товару є більш витратними або не забезпечують достатньої гнучкості ведення

вендингового бізнесу. Зазвичай постачальники доставляють продукцію на торгові точки, але у підприємства немає продавців, які можуть прийняти товар, а очікувати півдня доставку товару біля торгового автомату – непродуктивно, тому залишається закупівля товару на умовах самовивозу, що робить закупівлю товару більш гнучкою та зручною для вендингового підприємства.

Підприємство вендингового бізнесу з торгівлі снеками та прохолодними напоями не потребує додаткового персоналу, крім самого підприємця. Продавці для роботи торгових автоматів не потрібні, закупівлею товар у постачальників, завантаженням товару у торгові автомати та поточним обслуговуванням торгових автоматів може займатись сам бізнесмен без необхідності залучення додаткового персоналу. У перший рік діяльності підприємства потреби у ремонті та налагоджені обладнання будуть забезпечуватись працівниками постачальника торгових автоматів, оскільки вони будуть на гарантійному обслуговуванні. На другий та інші роки підприємець вже отримає досвід самостійного проведення дрібного ремонту торгових автоматів, а при серйозних поломках буде користуватись послугами ремонтного підприємства.

Відсутність сторонніх працівників веде до економії коштів підприємства та забезпечує високу мотивацію діяльності підприємця, оскільки підприємець найбільше зацікавлений в успішності бізнесу, оскільки прибуток буде надходити у розпорядження бізнесмена і біду стимулювати його працювати з повною віддачею.

Допомога професіоналів знадобиться підприємцю у сфері ремонту обладнання, якщо виникне така необхідність та у сфері бухгалтерського обліку. Оскільки вендингове підприємство буде невеликим з обмеженою кількістю господарських операцій, то для ведення бухгалтерського обліку буде достатньо найняти бухгалтера на умовах часткової зайнятості, при якій бухгалтер буде потрібний лише на один день на місяць для перевірки правильності ведення бухгалтерського обліку та складання необхідної фінансової звітності. Всі поточні операції з первинного обліку господарських операцій буде виконувати сам підприємець.

Перевагою торгових автоматів з торгівлі снеками та прохолодними напоями перед кавовими автоматами є відсутність у них приладів для нагрівання води, а також сиропів, молока та інших в'язких рідин, які потенційно можуть засмічувати торговий автомат та виводити його з ладу. Це означає, що у шнекових автоматах відсутнє забруднення продуктами, що використовуються для приготування товару до споживання. Отже, торгові автомати з закусками та прохолодними напоями менше виходять з ладу та практично не потребуватимуть ремонту у перший рік їх експлуатації. Зношення таких торгових автоматів менше, отже, автомат має більший цикл експлуатації та менші витрати на річну амортизацію. У перший рік діяльності вендингового підприємства, коли підприємство буде мати лише три торгові автомати, всі функції може виконувати сам підприємець, таким чином можна заощадити на заробітній платі працівникам. Зі сторонніх працівників буде лише бухгалтер з частковою зайнятістю, який буде працювати лише один день на місяць для складання фінансової звітності.

Зайнятість підприємця з обслуговування торгових автоматів та в цілому на ведення вендингового бізнесу буде частковою. Тобто не вимагатиме працювати повний робочий день, але така зайнятість не прогнозована, тобто важко спрогнозувати, коли саме потрібно буде виїхати для поповнення запасу товарів в торгових автоматах або перевірити їх працездатність. Тому підприємець може бути зайнятий на іншій роботі лише за умови часткової зайнятості та вільного графіку роботи.

Вендингова торгівля відрізняється від традиційної тим, що в ній немає живий продавців. Це і перевага і недолік такої торгівлі. Перевага відсутності живих продавців полягає у тому, що немає впливу особистості продавця на продажі, а також у економії на заробітній платі продавцям. До недоліків відсутності продавців слід віднести відсутність емоційного контакту та можливості збирати дані про уподобання та настрої покупців. Тому для розуміння потреб та запитів покупців, підприємцю необхідно збирати та аналізувати дані щодо продажів продукції. Саме для цього необхідно встановити модулі мобільного зв'язку на кожному торговому автоматі, а на ноутбук підприємця слід

встановити спеціальну програму, яка буде відображати наявність товарів у торгових автоматах, сигналізувати про закінчення окремих видів товарів, наявність проблем, неробочий стан окремих автоматів та сутність поломки.

По-перше, це дасть можливість більш оперативно управляти діяльністю торгових автоматів, швидко ліквідувати поломки та інші неполадки, що перешкоджають роботі автоматів та оперативно підвозити продукцію, щоб не допускати зменшення ширини асортименту та зниження продажів.

По-друге, така програма забезпечить збір інформації про продажі товарів підприємством в розрізі різних торгових автоматів, що розташовані у різних місцях, та в розрізі часу реалізації. Аналізуючи отриману інформацію, підприємець отримає змогу сформувати оптимальний асортимент продукції для кожного торгового автомату, фіксувати зміни у поведінці споживачів та їх споживацьких уподобаннях. Це дасть змогу вчасно вносити зміни у асортимент продукції з метою найкращого забезпечення потреб споживачів, а отже, забезпечить збільшення продажів та прибутків підприємства.

Для економії часу на обслуговування торгових автоматів доцільно, щоб всі торгові автомати були розташовані водному районі міста, бажано недалеко від місця проживання самого підприємця. Таким чином буде забезпечена подвійна вигода для підприємця. По-перше, буде зменшено витати часи та палива на виїзд до торгових автоматів з метою доставки товарів та виправлення дрібних поломок. По-друге, підприємець краще знає свій район, тому може зорієнтуватись, які місця більш привабливі для розміщення торгових автоматів.

В разі вдалого старту діяльності підприємства та високої ефективності та рентабельності бізнесу, можна буде задуматись над розширенням бізнесу. Один підприємець, коли він отримає досвід роботи з торговими автомати зможе обслуговувати не три, а 8-10 і більше торгових автоматів. Крім того, в разі успішності бізнесу та його подальшого розширення, підприємство може найняти додаткового працівника. Також підприємець може з часом переключитись на іншу діяльність, поставивши замість себе найманих працівників, а самому займатись лише управлінням діяльністю підприємства.

2.3 Фінансовий аналіз реалізації підприємницької ідеї заснування бізнесу у сфері торгівлі закусками через торгівельні автомати та визначення джерел фінансування бізнесу

Потреба у початковому капіталі для вендлингового підприємства буде складатись з потреби у капітальних витратах для придбання необоротних активів та потреби у створенні оборотного капіталу та оплаті поточних витрат підприємства. До капітальних витрат відносяться витрати на придбання обладнання, нематеріальних активів, витрати на доставку та монтаж обладнання. До витрат на формування оборотного капіталу відносяться витрати на першу закупівлю товару для заповнення торгових автоматів. Потреба в інших поточних витратах включає витрати на оренду торгової площі під автомати.

Потреби підприємства в основних засобах включають потребу в самих торгових автоматах, у спеціальному обладнанні, яким мають обладнуватись торгові автомати, у програмному забезпеченні, комп’ютері. Для діяльності підприємства потрібна наявність легкового автомобіля, але легковий автомобіль буде власністю підприємця, його можна вважати орендованим у самого підприємця. Це означатиме, що підприємству не потрібно буде витрачати кошти на придбання легкового автомобіля, що зменшує потреби у початковому капіталі підприємства. При цьому орендна плата, яку буде сплачувати формально підприємство, тобто юридична особа власнику підприємства, як фізичній особі, буде збільшувати витрати підприємства, а отже, оподатковуваний прибуток, але при цьому буде формувати додатковий дохід підприємця. Для діяльності вендингового підприємства краще мати не стаціонарний комп’ютер, а ноутбук, оскільки підприємець часто буде їздити у справах на автомобілі, при цьому йому потрібно мати постійний доступ до комп’ютера та інформації про торгові автомати. Потрібну мобільність може забезпечити лише ноутбук, який має бути підключений до мобільного Інтернету, а отже, буде забезпечувати постійний доступ підприємця про роботу торгових автоматів. Ноутбук теж веже є у підприємця, тому він, які і легковий автомобіль, буде орендований підприємством

у власника підприємства, при цьому не потрібно буде витрачати додаткові кошти для придбання ноутбука, отже, потреба у стартовому капіталі підприємства знизиться (рис. 2.3).

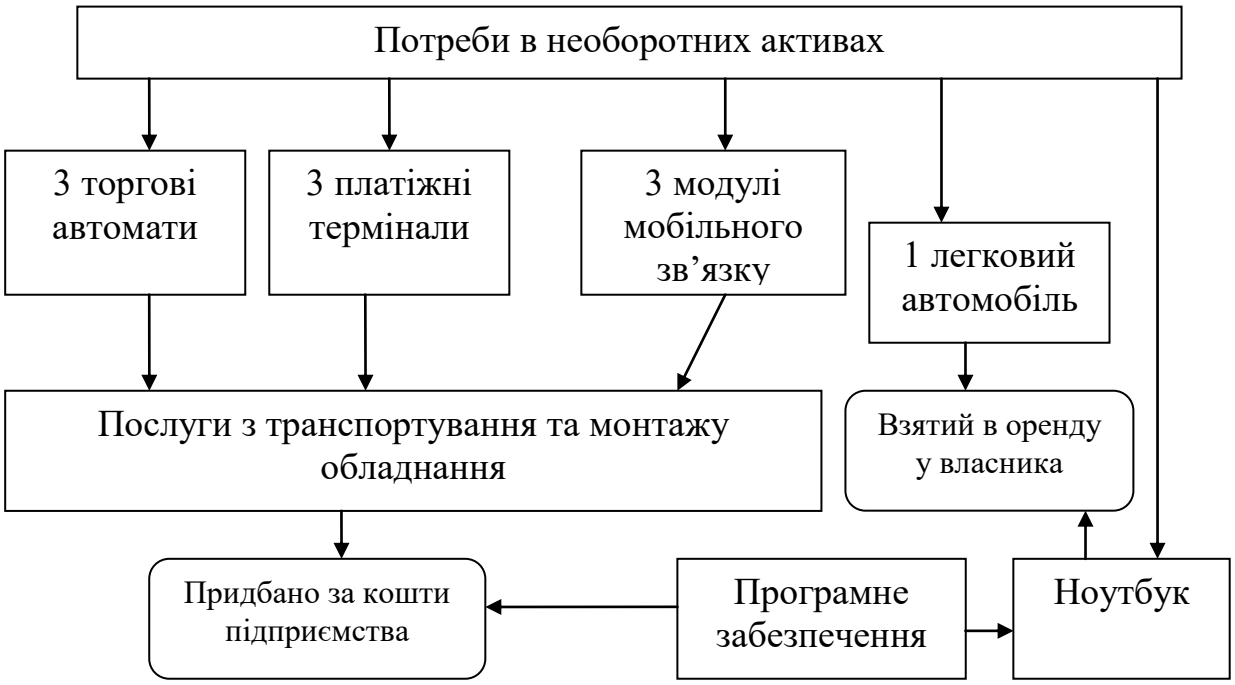

Рис. 2.3 – Потреба в основних засобах вендингового підприємства з торгівлі снеками та холодними напоями

Джерело: складено автором.

Як можна побачити з рисунку 2.3, для початку діяльності підприємства, потрібно витратити кошти на придбання торгових автоматів, у яких є вбудовані монето-приймачі та купюро-приймачі. Також для можливості приймати в якості оплати банківські карти, необхідно придбати 3 платіжні термінали. Для можливості зв'язку торгових автоматів з ноутбуком власника підприємства, необхідно придбати 3 модулі мобільного зв'язку, які забезпечать находження даних про стан торгових автоматів та обсяг запасів товарів в торгових автоматах в режимі реального часу. Також необхідно буде придбати і встановити на ноутбук власника і програмне забезпечення, яке дозволяє отримувати інформацію про діяльність торгових автоматів дистанційно.

Таким чином, більшість необхідного обладнання та інших необоротних активів буде придбана за грошові кошти підприємства. Лише легковий автомобіль та ноутбук будуть взяті в оренду.

До капітальних витрат, крім витрат на придбання самих торгових автоматів, потрібно включити витрати на транспортування та монтаж обладнання, а також до капітальних витрат слід віднести витрати на реєстрацію підприємства та його створення. Наведемо основні капітальні витрати підприємства (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Капітальні витрати на створення вендингового підприємства з торгівлі снеками та холодними напоями

Стаття	Кількість	Ціна за одиницю, тис. грн.	Вартість, тис. грн.
Реєстрація підприємства	1	1,5	1,5
Придбання торгових автоматів Rheavendors Luce Zero Snack	3	195	585
Придбання платіжного терміналу	3	15,2	45,6
Придбання модуля мобільного зв’язку	3	9,2	27,6
Транспортування обладнання	3	5	15
Монтаж обладнання	3	9,5	28,5
Придбання програмного забезпечення	1	40	40
Разом			743,2

Джерело: складено автором на основі [28]

Загальна вартість капітальних витрат на створення підприємства становить 743,2 тисячі гривень, переважна частина з яких припадає на вартість обладнання. Висока вартість обладнання пояснюється тим, що ми купуємо нове обладнання, на яке виробник надає гарантію 1 рік. Також придбане обладнання якісне та великих розмірів, що забезпечує максимально надійну роботу обладнання, широту асортименту продукції, що збільшує кількість потенційних покупців. Також товар має високу місткість – до 1440 товарних одиниць, що забезпечує можливість продажів високої інтенсивності та зменшує інтервал заповнення торгового автомату. Даний торговий автомат має дві температурні зони, що забезпечує збереження товарів з різними вимогами до температури зберігання. Товари зберігаються довше, а покупець отримує свіжі товари з температурою, оптимальною для їх споживання. Додатковими перевагами даного торгового автомату є:

- широка вітрина з підсвічуванням Vivilight LED, що добре проглядається зовні;
- зручна цифрова клавіатура з сенсорним екраном і LED-підсвічуванням;
- максимальна кількість виборів: 63 позиції;

- максимальна кількість полиць - 9, на кожній до 8 спіралей (кількість полиць і спіралей варіюється);

- регульована висота полиць.

Температура регулюється в межах від $+2^0$С до $+18^0$С в зоні, де зберігаються закуски. У зоні, де зберігаються напої, температура підтримується на рівні від $+10^0$С. Це забезпечує можливість збереження продуктів, вимогливих до температури зберігання, а також забезпечення оптимальної для споживання температури напоям. Таким чином, даний торговий автомат забезпечує необхідну гнучкість використання торгового автомату, забезпечує можливість широкого асортименту продукції та його швидкої заміни, а також дозволяє введення в асортимент продукції таких виробів, як бутерброди, солодкі булочки та іншої продукції, яка потребує особливих температурних режимів зберігання.

Придбання платіжних терміналів для всіх торгових автоматів забезпечує суттєве розширення бази потенційних клієнтів та забезпечує повне охоплення всіх сегментів ринку за способами оплати продукції. Якщо орієнтуватись лише на торгові автомати з функціями приймання монет та купюр, то неохопленим залишається сегмент покупців, які бажають розрахуватись банківськими картами. Ще однією складністю роботи торгових автоматів, які приймають до оплати лише монети та купюри є необхідність розміну купюр та монет для користування автоматом. Але далеко не завжди потенційний покупець має в гаманці необхідну кількість дрібних купюр або монет. В такому випадку покупець змушений шукати розмін купюр більшого номіналу на купюри меншого номіналу або монети, тобто додатково витрачати свій час, а у разі, якщо він не знайде розміну, він не зможе придбати товар у нашому торговому автоматі. При цьому покупець може бути роздратований таким ходом подій, що виразиться у негативному відношенні до фірми, що встановила торговий автомат. Торгові автомати, які не приймають банківські карти, потрібно частіше інкасувати, тобто вибирати з монето-приймачів та купюро-приймачів відповідно монети та купюри та здавати їх у банк. У свою чергу, це вимагає більшої кількості візитів працівників підприємства до торгових автоматів.

Отже, платіжні термінали одночасно вирішують декілька проблем, сприяють зменшенню витрат вендингового підприємства та збільшення виторгу з одного торгового автомату за рахунок більш інтенсивної роботи.

Придбання модулів мобільного зв’язку та програмного забезпечення для управління торговими автоматами, забезпечує підприємству можливість отримувати інформацію про стан торгових автоматів, їх поломки та простої з різних причин, а також завантаженість товарами, а також отримувати деталізовану інформацію про продажі товарів на кожному з торгових автоматів. Дана інформація суттєво підвищує ефективність роботи торгових автоматів за рахунок раннього виявлення поломок та простоїв торгових автоматів та їх оперативного усунення. Також інформація, отримувана від торгових автоматів дає змогу зменшити витрати часу на обробку та аналіз інформації, який необхідний для коригування стратегії та тактики діяльності вендингового підприємства.

Крім капітальних витрат, на початку діяльності слід витратити кошти на формування оборотного капіталу. До оборотного капіталу входять такі його види:

- запаси товарів;
- витрати на оренду;
- витрати на організацію початкового бухгалтерського обліку, включаючи придбання бухгалтерського програмного забезпечення;
- формування залишку коштів на поточному рахунку підприємства.

Формування запасів товарів в торгових автоматах потрібно для заповнення товарами торгових автоматів на початку діяльності, без чого автоматам просто не буде чого продавати. Для заповнення товаром одного автомату необхідно приблизно 18 тисяч гривень.

До витрат на оренду ми віднесемо витрати на оренду площі під розміщення торгових автоматів. Розміри торгового автомату становлять 89 на 85 сантиметрів, тобто для розміщення одного торгового автомату потрібна буде площа близько 2 квадратних метрів, що буде враховувати площу, що буде займати сам автомат та простір перед торговим автоматом, необхідний для зручного доступу до автомату покупців. Ставка оренди за 1 квадратний метр в середньому становить 1800

гривень за квадратний метр, всього потрібно орендувати 6 квадратних метрів. Загальні витрати на оренду площі на місяць складуть 6*1,8=10,8 тис. грн. Розглянемо формування оборотних витрат (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Розрахунок витрат на формування оборотного капіталу вендингового підприємства з торгівлі снеками та холодними напоями

Витрати	Сума, тис. грн.
Придбання товару для створення початкового запасу в торгових автоматах	54
Витрати на оренду місця під розміщення торгових автоматів за перший місяць	10,8
Витрати на організацію бухгалтерського обліку	25
Залишок коштів на розрахунковому рахунку	30,2
Разом	120

Джерело: складено автором

Витрати на початкову організацію бухгалтерського обліку будуть включати придбання комп'ютерної програми для бухгалтерського обліку та навчання нею користуватись, заповнення всіх необхідних форм та документів найнятим бухгалтером. Для того, щоб підприємство мало кошти на непередбачувані витрати, йому потрібно мати 30,2 тис. грн. на поточному рахунку.

У витратах на формування оборотного капіталу не враховуються витрати на оренду лугового автомобіля та ноутбука власника підприємства, оскільки в даному випадку власником цих активів виступає сам підприємець і він зможе відстрочити платежі за орендною платою даних активів, щоб не збільшувати потребу у оборотних коштах.

Загальна потреба у оборотних коштах вендингового підприємства становить 120 тис. грн. Разом з капітальними витратами потреба підприємства у початковому капіталі становить 120+743,2=863,2 тис. грн. Дана сума не є надзвичайною великою для започаткування бізнесу. Адже більшість квартир у Києві коштують набагато більше даної суми. Отже, дану суму підприємець може акумулювати самостійно.

РОЗДІЛ 3 ОБГРУТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ ЗАСНУВАННЯ БІЗНЕСУ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ ЗАКУСКАМИ ЧЕРЕЗ ТОРГІВЕЛЬНІ АВТОМАТИ

3.1 Основи організації та ведення бізнесу у сфері торгівлі закусками через торгівельні автомати

Організація бізнесу – це творчий вид діяльності, який потребує від бізнесмена швидкого реагування, нестандартного мислення, вміння швидко вирішувати різнопланові проблеми, вміння досягати своєї мети та просуватись вперед, незважаючи на невдачі. Особливістю вендингового підприємства є те, що тут сам підприємець буде одночасно виконувати багато функцій, і директора, і єдиного працівника, і власника підприємства. З іншого боку, у нашого підприємця немає відповідальності ні перед ким: він не відповідає за свої дії перед колективом або перед інвесторами. Відповідальність підприємця обмежується його відповідальністю перед собою за вкладений у підприємство стартовий капітал.

Організація вендингового бізнесу на початкових етапах вимагає від підприємця самостійно здійснювати всі операції з обслуговування торгових автоматів, оскільки на наймання працівника, який буде це виконувати підприємство просто не буде мати коштів. Перевагою того, що підприємець сам буде виконувати всі бізнес-процеси на вендинговому підприємстві є те, що підприємець доконало вивчить всі бізнес-процеси на підприємстві, напрацює корисні зв’язки з постачальниками, орендодавцями тощо. Важливим є також досвід роботи та вивчення всіх слабких та сильних сторін обладнання, яке буде використовуватись підприємцем. У майбутньому це дасть змогу підприємцю краще управляти підприємством після того, як воно збільшиться і будуть найняті додаткові працівники. Ще однією перевагою самостійного виконання всіх бізнес-процесів на підприємстві є те, що підприємець мотивований на найкраще

виконання своїх обов’язків, оскільки крім заробітної плати отримує також і прибуток, тому від якості його роботи залежить прибуток підприємства та його виживання, що є потужним мотивуючим фактором.

Початковим етапом створення підприємства є складання бізнес-плану. Головне призначення бізнес-плану – залучення інвесторів, але у нашому випадку підприємець не буде залучати сторонніх інвесторів, потреба у капіталі буде повністю покрита за рахунок заощаджень самого підприємця. Тому бізнес-план створюється для самого підприємця, і він має представляти собою обґрунтований план дій підприємця, який дозволить досягти йому успіху в підприємницькій діяльності. Оскільки бізнес-план створюється переважно для внутрішнього використання, тому це має бути детальний план дій для підприємця, в якому будуть описані всі стадії та аспекти діяльності новоствореного підприємства. Бізнес-план має бути наближений до реальності, щоб на його підставі можна було зробити висновок про економічну привабливість проекту відкриття вендингового підприємства.

Спочатку потрібно вирішити, у якій організаційно-правовій формі буде створено підприємство. Підприємство краще організувати у організаційно-правовій формі товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ) з єдиним учасником, яким і буде виступати підприємець. Така юридично-правова форма підприємства доцільна тому, що дозволяє обмежити обов’язки підприємця за зобов’язаннями підприємства. Так, якщо підприємство буде організовано у формі приватного підприємства (ПП), тобі власник такого підприємства буде відповідати за зобов’язаннями підприємства всім своїм майном. А от у випадку, якщо підприємство буде у формі ТОВ, то відповідальність власника буде обмежуватись його внеском у статутний капітал.

Це означає, що у разі організації підприємства у формі ПП, якщо справи підуть погано, то підприємець може втратити не тільки початкові інвестиції у підприємство, але й власний автомобіль або квартиру, які можуть забрати за борги у разі банкрутства підприємства. У випадку ж ТОВ, підприємець втратить максимум свій внесок у статутний капітал підприємства, тобто максимум 863,2

тис. грн. Також у разі потреби у додатковому фінансуванні, підприємець завжди може ввести до складу учасників ТОВ інвесторів, які вкладуть додатково потрібні кошти, а для приватного підприємства таке здійснити неможливо. Відкриття та реєстрація підприємства займає 2-3 дня (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Основні етапи організації вендингового бізнесу з торгівлі снеками та холодними напоями та їх тривалість

Зміст етапу	Тривалість, робочих днів
Складання бізнес-плану	5
Реєстрація підприємства	3
Відкриття рахунку в банку та підписання з банком договору про обслуговування платіжних терміналів	1
Підписання угоди про оренду площ під установку торгових автоматів	12
Придбання торгових автоматів та іншого обладнання	2
Транспортування та монтаж торгових автоматів на місця торгівлі	3
Придбання та встановлення програмного забезпечення	1
Підписання угод з постачальниками	1
Закупівля товарів та завантаження їх у торгові автомати	2
Разом	30

Джерело: складено автором

Як бачимо за таблиці 3.1, на організацію підприємства потрібно 30 робочих днів, або рівно 6 робочих тижнів або приблизно півтора місяці. Найбільш тривалим є етап підписання угоди про оренду площ під установку торгових автоматів, оскільки він передбачає вибір місць установки, їх огляд, переговори щодо оренди з власниками. Оскільки результат даного етапу залежить не тільки від підприємця, але й від власників або керівників організацій, у яких буде розміщено торгові автомати, то його довжина найбільш невизначена. Під час реалізації процесу підписання угод оренди, підприємець може паралельно підшукувати торгові автомати, які б задовольнили його вимогам. Тому на етап придбання торгових автоматів виділено всього лише 2 робочі дні.

До вибору та придбання обладнання можна буде приступити тільки після укладення договорів про оренду. Це робиться з метою уникнення ризику того, що обладнання буде нікуди встановлювати, що призведе до необхідності шукати місце для їх зберігання. Також це призведе до необхідності перевозити обладнання два рази, що збільшить витрати на транспортування обладнання.

Вибір обладнання – важлива процедура, оскільки від характеристик обладнання та їх відповідності потребам потенційних споживачів залежить потенційний обсяг реалізації та ефективність самого підприємства. Після того, як обладнання буде вибрано, потрібно замовити у постачальника обладнання, зустріти його та прослідувати за його встановленням на орендованих площах. Постачальники в більшості випадків надають послуги з транспортування та монтажу торгових автоматів, але це вимагає окремої оплати. Доставку та монтаж необхідно контролювати особисто, оскільки від якості монтажу залежить працездатність торгового автомату, підприємцю бажано самому перевірити коректність роботи торгових автоматів після монтажу.

Наступним етапом організації вендингового підприємства є укладення угод з постачальниками товарів для торгового автомату. У нашому випадку підприємець сам формує асортимент продукції у торгових автоматах, отже, може поєднувати продукцію різних виробників та торгових марок в одному торговому автоматі. Використання товарів різних виробників означає, що прийдеться укладати договори на поставку продукції з декількома постачальниками, що дозволяє диверсифікувати поставки товарів для торгових автоматів та зменшити ризики. Після укладення договорів постачання необхідно закупити товар, даний етап займає два дні.

Всі етапи створення та організації підприємства виконуються послідовно, тобто наступний етап починається лише після закінчення попереднього етапу. Послідовність виконання всіх робіт з організації підприємства пояснюється тим, що підприємець займається всіма справами один, що суттєво ускладнює або робить неможливим паралельне виконання роботі з організації підприємства. Але через невеликі розміри підприємства та відсутність трудомістких процедур, процес створення та організації діяльності підприємства триватиме лише 30 робочих днів або близько півтора календарних місяці.

Після початку роботи підприємства деякий час потрібно витратити на налагодження бізнес-процесів, їх максимальну автоматизацію. Основною ідеєю підприємства є максимальна автоматизація всіх бізнес-процесів для того, щоб

підприємець міг сконцентруватись на концептуальних аспектах розвитку підприємства.

Головними конкурентними перевагами нашого вендингового підприємства будуть виступати наявність платіжних терміналів та наявність мобільного Інтернет зв'язку торгових автоматів та програмного забезпечення з дистанційного діагностування торгових автоматів. Це забезпечує можливості оплати за товари в автоматі як готівкою, так і банківськими картками, а також зменшення часу простоїв торгових автоматів. Наведемо схему дистанційної діагностики тороових автоматів (рис. 3.1).

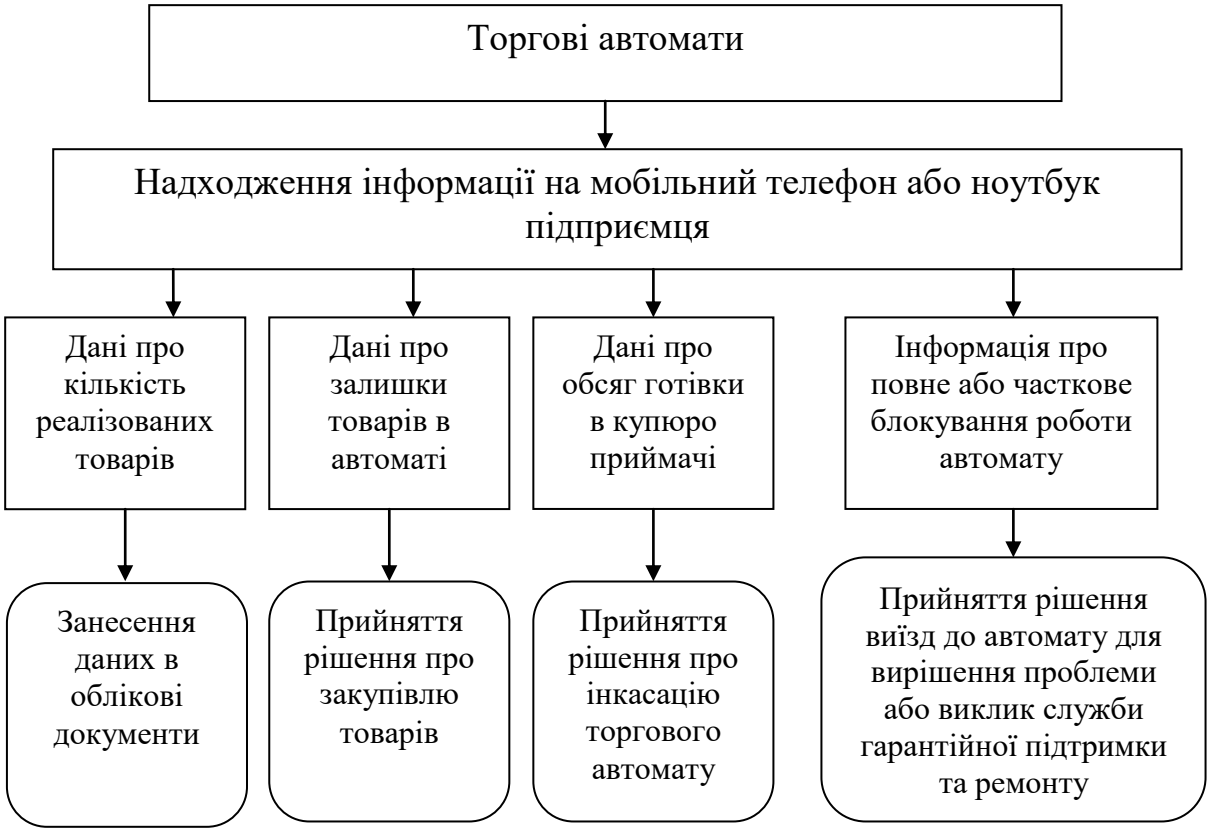

Рис. 3.1. Схема організації віддаленого інформування про стан та експлуатацію торгових автоматів

Джерело: складено автором

Можливість отримання оперативної інформації про стан торгових автоматів та обсяг продажів та залишки товарів в автоматі надає підприємцю перевагу. Адже дана інформація забезпечує мінімізацію простоїв обладнання в разі поломок, а також прискорює прийняття рішення про необхідність виклику майстра для ремонту торгових автоматів.

Інформація про кількість реалізованих товарів в кожному з торгових автоматів дозволяє автоматизувати процеси обліку реалізації товарів, а також отримувати цінну інформацію про структуру продажів за часом та торговими автоматами. Це дозволить вдосконалювати маркетингову політику підприємства, формуючи індивідуальний асортимент продукції для кожного торгового автомату. Також це дасть можливість проводити незалежну цінову політику для кожного торгового автомату, що забезпечить підвищення виручки від реалізації та прибутку підприємства.

Дані про залишки товарів в торгових автоматах надають інформацію про необхідність поповнення запасів товарів в конкретному торговому автоматі, а даній про наповненість монето-приймача та купюро-приймача дозволяють оперативно інкасувати торгові автомати. Отже, підключення торгових автоматів до мережі Інтернет суттєво полегшує процесі управління бізнес-процесами підприємства, збільшують ефективність роботи торгових автоматів та зменшують втрати від простоїв, нестачі товарів.

3.2 Економічне обґрунтування реалізації підприємницької ідеї ведення бізнесу у сфері торгівлі закусками через торгівельні автомати

Для обґрунтування економічної прибутковості та доцільності відкриття бізнесу, необхідно розрахувати доходи та витрати підприємства та оцінити рентабельність його діяльності. Для оцінки доходів слід відштовхуватись від середньої ціни однієї одиниці продукції без ПДВ та обсяг продажів одного автомату за день в одиницях товарів. Оскільки серед товарів, що продаються торговими автоматами зі снеками та прохолодними напоями є снеки, середня ціна одиниці яких становить 22 гривні, та напої, середня ціна яких становить 12 грн., а середня ціна в цілому одиниці проданого товару становить 17 гривень за одиницю. В середньому через один торговий автомат даного типу продається 150 одиниць товарів кожного дня. Такі високі обсяги продажів досягаються за рахунок використання платіжних терміналів, які забезпечують можливість

торговому автомати приймати купюри, монети та банківські картки, а також оперативним управлінням торговими автоматами, які зводять до мінімуму простої торгових автоматів через поломки та нестачу товарів. Розрахуємо щомісячний дохід торгового автомату з продажу снеків та прохолодних напоїв (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Розрахунок виручки від реалізації товарів вендингового бізнесу з торгівлі снеками та холодними напоями

Показник	Значення
Середня ціна одиниці реалізованого товару через торговий автомат, грн.	17
Середня кількість реалізованих товарів одним торговим автоматом за день, од.	150
Середньоденна виручка від реалізації одного торгового автомату, грн.	2550
Виручка одного торгового автомату підприємства за місяць, грн.	76500
Кількість торгових автоматів, шт.	3
Загальний оборот підприємства за місяць, грн.	229500

Джерело: складено автором

Будемо вважати, що в одному місяці в середньому 30 днів. На підставі проведеного розрахунку в таблиці 3.2, ми прийшли до висновку, що за місяць виручка вендингового підприємства складе 229,5 тисячі гривень.

Показником ефективності діяльності підприємства є отриманий підприємством прибуток та рівень рентабельності. Для розрахунку прибутку підприємства потрібно визначити витрати підприємства. До витрат нашого підприємства будуть відноситись витрати на оренду торгової площі, собівартість реалізованих товарів, витрати на оренду легкового автомобіля та ноутбука власника, заробітна плата підприємця як директора, сплата єдиного соціального внеску, витрати на паливо для автомобіля, витрати на електроенергію, витрати на ведення бухгалтерського обліку, амортизація необоротних активів.

Номінальна електрична потужність торгових автоматів становить 490 Вт, при цьому повна потужність використовується не завжди, коефіцієнт використання потужності становить 0,6, тому за місяць всі три автомати споживають:

CE=0,49*24*30*0,6*3=635,04 кВт-год.

Вартість електроенергії без ПДВ для юридичних осіб становить 4,39 грн./кВт-год., отже, витрати на електроенергію становлять:

ВЕ=635,04*4,39=2787,8 грн.≈2788 грн. на місяць.

Для розрахунку амортизаційних витрат підприємства потрібно спочатку розрахувати норму амортизації. Термін корисної експлуатації всього обладнання підприємства становить 5 років, тому норма амортизації складе: НА=100/5=20%. Підприємство буде використовувати прямолінійний метод амортизації. Первісна вартість необоротних активів – це вартість торгових автоматів разом з витратами на транспортування та монтаж, а також інші витрати на придбання програмного забезпечення, крім витрат на реєстрацію підприємства: ПВ=743,2-1,5=741,7 тис. грн. Знайдемо річну амортизацію необоротних активів: РА=ПВ*20%/100=741,7*0,2=148,34 тис. грн. Але амортизацію потрібно визначити за місяць, тому місячна амортизація складе: МА=РА/12=148,34/12=12,362 тис. грн. = 12362 грн.

У складі ціни реалізації націнка складе 40%, тобто собівартість реалізованої продукції становитиме 60% від чистої виручки від реалізації продукції.

Витрати на паливо для легкового автомобіля приймемо на рівні 5000 гривень на місяць. Витрати на оренду автомобіля та витрати на оренду ноутбука – це витрати поточної діяльності. Хоча формально підприємець орендує ці основні засоби сам у себе, але фактично ці витрати збільшують витрати, а отже, зменшують оподаткований прибуток і податок на прибуток підприємства. При цьому доходи від оренди автомобіля та ноутбуку будуть складати частину доходів самого підприємця. Але орендну плату за автомобіль та ноутбук буде визначено з врахуванням ринкової вартості оренди схожих об’єктів, оскільки при відсутності автомобіля або ноутбука, їх би прийшлось орендувати або купувати.

Ще однією статтею витрат підприємства будуть витрати на ведення бухгалтерського обліку. Дана функція буде віддана на аутсорсинг, за послуги підприємство буде сплачувати бухгалтеру 1500 гривень на місяць за складання фінансової звітності.

Витрати на персонал включають витрати на оплату праці та відрахування ЄСВ. Єдиним працівником підприємства є сам підприємець, яки є одночасно директором та єдиним працівником. Але прибуток у підприємства може бути, а може бути і збиток. Оскільки юридична особа формально відокремлена від його власника, то підприємець буде отримувати 20000 гривень на місяць. Врахуємо також витрати на розрахунково-касове обслуговування підприємства банком, які будуть становити 2% від виручки підприємства. Визначимо фінансові результати діяльності підприємства (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Розрахунок фінансових результатів вендингового бізнесу з торгівлі снеками та холодними напоями

Показник	Розрахунок	Значення
Загальна виручка від реалізації, грн.	-	229500
Собівартість реалізованої продукції (60% від доходу), грн..	229500*60%/100=137700	137700
Комісія банку за обслуговування (2% від доходу)	229500*2%/100=4590	4590
Амортизація обладнання, грн.	-	12362
Витрати на електроенергію, грн.	-	2788
Оренда автомобіля, грн.	-	5000
Оренда ноутбука, грн.	-	1000
Витрати на паливо, грн.	-	5000
Витати на оренду місця під торгові автомати, грн.	6*1800=10800	10800
Оплата праці директора, грн.	-	20000
Єдиний соціальний внесок (22% від заробітної плати), грн.	20000*22%/100=4400	4400
Витрати на ведення бухгалтерського обліку, грн.	-	1500
Разом витрати, грн.	-	205140
Прибуток до оподаткування, грн.	229500-205140=24360	24360
Податок на прибуток (18% від прибутку), грн.	24360*18%/100=4384,8	4384,8
Чистий прибуток, грн.	24360-4384,8=19975,2	19975,2

Джерело: складено автором

За місяць від роботи трьох торгових автоматів підприємець отримає прибуток у розмірі 19975,2 гривні. Чистий прибуток є абсолютним показником, а для оцінки ефективності інвестування у підприємство слід використати відносний показник, тобто порівняти чистий прибуток з інвестиціями. Розрахуємо рентабельність вкладеного капіталу:

$Р_{ВК}$=ЧПМ*12*100/ВК=19,9752*12*100/863,2=27,77%

Отже, рентабельність інвестування в дане підприємство вендингового бізнесу буде становити 27,77% річних. Рентабельність інвестицій вища за доходність банківських депозитів, отже, вкладення у вендинговий бізнес є вигідною та доцільною для підприємства.

Але якщо розглядати абсолютний розмір місячного прибутку, то він досить скромний. Але не слід забувати, що підприємець отримує не тільки чистий прибуток, він також отримує заробітну плату та орендну плату за автомобіль та ноутбук, які теж формують його доходи. Всього доходи підприємця в якості заробітної плати, орендної плати за автомобіль та ноутбук, складуть 26000 гривень. Після вирахування податку на доходи фізичних осіб та військового зборку, дохід підприємця від орендної плати за автомобіль та ноутбук та заробітної плати отримає 26000*(1-0,195)=20930 гривень на місяць. Таким чином, чистий дохід, який забезпечить організація бізнесу підприємцю становитиме 19975,2+20930=40905,2 гривні. В цілому це досить непоганий дохід для Києва, до того ж він передбачає отримання підприємцем цінного досвіду підприємницької діяльності. Крім того, у підприємця залишається достатньо часу, щоб працювати за гнучким робочим графіком.

З наведених розрахунків можна зробити висновок про те, що на початковому етапі роботи вендингового підприємства, воно забезпечить скромний рівень доходів для підприємця, тому потрібно подальше розширення підприємства принаймні до 6 торгових автоматів. Але для цього потрібно поступово накопичувати фінансові ресурси.

ВИСНОВКИ

Український ринок вендингу суттєво відрізняється від ринку розвинених країн. В першу чергу він є значно менш розвиненим, що проявляється у меншій кількості торгових автоматів в Україні та значно більшою нормою обслуговування одним торговим автоматом. Це означає, що в Україні є вискоий потенціал для розвитку вендингу. Так, якщо зараз в Україні встановлено 10 тисяч торгових автоматів, то потенційна їх кількість становить від 100 до 300 тисяч штук за різними оцінками. Отже, в Україні високий потенціал до зростання ринку вендингу. Другою відмінністю українського ринку від світового є те, що на українському ринку абсолютно переважають торові автомати з продажу гарячих напоїв, які становлять 50% від всіх автоматів, в той час як у світі половина торгових автоматів торгують закусками та прохолодними напоями, на які в Україні припадає лише 10% всіх торгових автоматів.

Переваги вендингового бізнесу перед традиційною торгівлею полягають у мінімальних потребах у торгових площах та відсутності продавців, що веде до економії витрат на оплату праці продавців. Для організації вендингового бізнесу не потрібен великий розмір стартового капіталу, можна обійтись без найманого персоналу та офісу. Таким чином, вендинговий бізнес відносно легко започаткувати. Основною передумовою відкриття вендингового бізнесу – це знаходження місця розташування торгових автоматів, де буде високий попит на продукцію. Основними перешкодами ведення вендингового бізнесу в Україні є консерватизм українських покупців, падіння купівельної спроможності населення, військові ризики.

У роботі наведено бізнес-модель створення вендингового підприємства, яка включає такі елементи: вибір місця розташування торгових автоматів у офісному центрі, торгово-розважальному комплексі та новому житловому комплексі; встановлення торгових автоматів з платіжними терміналами та спеціальна програма для дистанційного діагностування торгових автоматів.

В процесі технічного аналізу проекту було виявлено, що для забезпечення успіху підприємства бажаним є придбання нових потужних торгових автоматів, які забезпечують можливість інтенсивних продажів. Придбання нового обладнання дасть змогу отримати гарантійне обслуговування торгових автоматів від виробника на рік, зменшить витрати на ремонт та втрати від простою автоматів. Для забезпечення діяльності вендингового підприємства підприємцю необхідно мати легковий автомобіль, який буде використовуватись для перевезення товарів від постачальників до торгових автоматів.

Для початку вендингового бізнесу у сфері торгівлі снеками та прохолодними напоями необхідна стартовий капітал в розмірі 863,2 тисячі гривень, проект передбачає встановлення трьох торгових автоматів. Також передбачається, що підприємець має власний автомобіль та комп’ютер, на якому буде вестись облік та документація підприємства. Оскільки сума інвестицій не дуже велика то підприємець не потребує додаткових джерел фінансування проекту у вигляді банківських кредитів або залучення в бізнес інвесторів, достатньо власних заощаджень підприємця та його батьків.

Для організації підприємства необхідно 30 робочих днів, тобто 6 тижнів або 1,5 місяці. Такий довгий час організації підприємства пов’язаний із тим, що на підприємстві буде працювати лише сам підприємець, тому всі завдання та роботи з організації підприємства він має виконувати самостійно, без залучення додаткового персоналу.

Економічне обґрунтування проекту свідчить, що підприємець може розраховувати на отримання прибутку в розмірі 19975,2 гривні на місяць, при цьому підприємець також зможе отримувати заробітну плату директора підприємства в розмірі 20000 гривень до сплати податків та орендну плату за автомобіль в сумі 5000 гривень та орендну плату за ноутбук в розмірі 1000 гривень на місяць. Рентабельність інвестованого капіталу складе 27,77% річних, що є високим показником для української економіки. Після оподаткування заробітної плати та орендної плати за автомобіль доходи підприємця складуть 20930 гривень, що разом з прибутком дає щомісячний дохід в розмірі 40905,2

гривень. Цей дохід досить високий як для найманого працівника, але для підприємця недостатній. Тому для підвищення прибутковості бізнесу необхідне проводити розширення бізнесу принаймні до 6 торгових автоматів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абчук В.А. Менеджмент: учебник / Абчук В.А. - С.Пб.: Союз, 2013. - 450 с.

2. Балабанова Л.В. Маркетинг: підруч. / Л. В. Балабанова. – К.: Знання-Пресс, 2012. – 645 с.

3. Буряковський В.В. Фінанси підприємств: навч. посібник / В.В. Буряковський, В.Я. Кармазин, С.В. Каламбет / За ред. В.В. Буряковського. – Дніпропетровськ: Пороги, 2006. – 246 с.

4. Гайбура Ю.А. Прибутковість підприємства: Поняття, фактори, резерви / Ю.А. Гайбура, Л.А. Загнітко // Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. – 2017. – № 24. – С. 99-104.

5. Горбаль, Наталія Ігорівна, Златослава Юріївна Келлер, and Марта Богданівна Найчук–Хрущ. "Вендинговий стартап на українському ринку." *Науковий вісник НЛТУ України* 27.2 (2017).

6. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проектів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А.- О: ОНЕУ ротапринт, 2013.- 241с.

7. Єпіфанова І.Ю. Формування стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах / І.Ю. Єпіфанова, М.Ю. Дзюбко // Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова. – 2017. – Т. 22. – Вип. 2 (55). – С. 99–103.

8. Інвестиційний менеджмент: Навч. посібник. / В.М. Гриньова, В.А. Коюда, Т.І. Лепейко, А.П. Коюда, А.П. Великий; під заг. ред. В.М. Гриньовою. - Х .: Інжек, 2014. – 321 с.

9. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омельяненко., А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2010. - 527 с.

10. Колосова Т. В. Формирование конкурентных преимуществ на основе управления взаимоотношениями с потребителями / Т. В. Колосова, Г. В. Федорова, Е. В. Карпенко // Вестник ВСГУТУ. – 2016. – № 2 (59).– с. 96- 102.

11. Кривицька О. Планування прибутку підприємств під час визначення стратегії його розвитку / О. Кривицька // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 138–147 с.

12. Лангліц О., Герасикова В.В., Літвиненко М.В. Управління потенціалом підприємства на основі використання інструментів маркетингової діагностики. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ», 2015. № 25 (1134). С. 42 – 47.

13. Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения / Б.Г. Литвак. - М.: Дело, 2010. - 392 с.

14. Майорова Т., Маркитан О., Стукало О. Перспективи розвитку вендингу в Україні: Науковий вісник ОНЕУ. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2015. – № 1 (221). – 216 с.

15. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М. : ИНФРА-М; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2010. - 288 с.

16. Матюшенко І. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / І. Матюшенко. – К. : ЦНП, 2003. – 320 с.

17. Мочерний С. Економічна теорія : навч. посіб. / С. Мочерний – К.: Вища школа, 2014. – 435 с.

18. Найт Ф. Риск, неопределённость и прибыль / Ф. Найт ; пер. с англ. – М.: Дело, 2003. – 360 с.

19. Осипов В. І. Економіка підприємства : підруч. для студ. вищих навч. закладів / В. І. Осипов. – О. : Маяк, 2010. – 724 с.

20. Писаренко Н.Л. Маркетинговий аналіз конкурентних позицій підприємств в Україні: Автореф. дис.. канд. екон. наук: 08.06.02 / Н.Л. Писаренко. - Національний технічний університет України “КПІ”. – К., 2009. – 26 с.

21. Побоченко Л.М., Артемоненко В. В. Зарубіжний досвід розвитку вендингового бізнесу// Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: Економіка, право, політологія, туризм: зб. наук. праць. – К.: Вид-во «НАУ-друк», 2014. – Вип. 1. – С.82-90.

22. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств / А. М. Подерьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк. – К. : КНЕУ, 2006. – 552 с.

23. Прищепа Н. П. Аналіз і класифікація конкурентних стратегій підприємств/ Н. П. Прищепа, О. М. Гайдамака // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб. наук. пр. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2012. – № 4(44). – С. 88-94.

24. Офіційний сайт журналу «Вендинг [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.infovend.ru.

25. Офіційний сайт Асоціації вендингового бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.vending.com.ua/ru/vend_start.htm

26. Офіційний сайт Всесвітньої Вендингової Асоціації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rnva.

27. Офіційний сайт Асоціації ритейлерів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://rau.ua/

28. Офіційний сайт компанії «Фуд-Сервіс» [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.food-service.com.ua/snekovyy-avtomat-saeco-megacold-m-p30130

29. Смолін І. В. Аналітичний комплекс дослідження інтенсивності ринкової конкуренції / І. В. Смолін // Конкуренція. – 2016. – № 2. – С. 41-45.

30. Торговля и рынок: научный журнал, выпуск № 2, 2016(40), том 2 / Е.М. Азарян. – До- нецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2016. – 199 с.

31. Харрод Р.Ф. К теории экономической динамики / Р.Ф. Харрод. – М.: Иноиздат, 2009. – 202 с.

32. Чигарин Т. Г. Энциклопедия вендинг-бизнеса 2005-2008 // е-Журнал о вендинг-бизнесе. 2008.