

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та планування бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

(підпис)

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**ВИПУСКНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
зі спеціальності «Економіка підприємства» за темою:  
**«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ У  
СФЕРІ ВЕНДИНГУ »**

Виконавець: студент IV курсу, групи 47

напряму підготовки:

6.030504 «Економіка підприємства»

Сивак Юлія Володимирівна \_\_\_\_\_

(підпис)

Керівник: к.е.н, ст.викладач

Однолько Вікторія Олександрівна \_\_\_\_\_

(підпис)

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1 ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>	
1.1 Характеристика бізнес-ідеї власної справи у сфері вендингу.....	7
1.2 Умови відкриття власної справи у сфері вендингу.....	10
1.3 Диверсифікація як напрям реалізації бізнес-ідеї на підприємстві залізничного транспорту.....	14
<b>РОЗДІЛ 2 АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ ВПРОВАДЖЕННЯ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ</b>	
2.1 Аналіз ринку послуг на залізничному транспорті.....	23
2.2 Переваги створення вендингу як елемента диверсифікації на залізничному транспорті.....	29
2.3 Формування витрат на впровадження вендингу.....	33
<b>РОЗДІЛ 3 ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЕКТУ «ЕКСПРЕС-ВЕНДИНГ»</b>	
3.1 Прогнозування діяльності підприємства при вендингу.....	39
3.2 Оцінка ефективності бізнес-проекту у сфері вендингу на залізничному підприємств.....	48
3.3 Аналіз ризиків реалізації бізнес-проекту та можливість їх зменшення .....	53
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	57
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	62
<b>ДОДАТКИ</b> .....	66

## ВСТУП

До початку формування стратегії як економічної науки, що припадає на другу половину ХХ ст., поведінку на ринку обґрунтовувала мікроекономіка. Згідно з її фундаментальними гіпотезами єдиним критерієм покупця є ціна, а товари чи послуги не диференційовані. Слід відмітити, що такі уявлення дійсно були вірними для розвинутих країн, особливо у першій половині ХХ ст. Оптимальна стратегія успіху підприємства була проста: мінімізація витрат, що давала можливість продавати товар за нижчою ціною, від ціни конкурента. І оскільки це приводило до оптимізації долі ринку підприємства, таку стратегію називали стратегією ринкової долі або ринкової позиції.

Але вже у другій половині ХХст. чинники ринкового успіху помітно змінились. Відбулось насичення ринку, і покупців уже не завжди влаштовував стандартний товар навіть за найнижчою ціною. Проявили себе групи покупців зі специфічними потребами. Різними смаками, різним соціальним статусом, різними купівельними можливостями тощо. Задоволення значно ширшої групи потреб стало критичним фактором успіху. А однією з найважливіших конкурентних стратегій стала стратегія диференціації товару, тобто гіпотеза вчених-спеціалістів з мікроекономіки про недиференційований товар на цьому етапі уже втратив сенс[1].

Актуальність розвитку вендингової торгівлі зумовлюється швидким зростанням впливу нових технологій на економічні перспективи сучасних країн. Світ вступив в епоху «інтелектуальної економіки», або «економіки знань», де основними джерелами добробуту та керівними чинниками виробництва стають інновації, а також творчі досягнення людей. В сьогоденні умовах виживають тільки ті підприємства, які швидко реагують на вимоги ринку, створюють і добре організовують виробництво конкурентоспроможної продукції, забезпечують ефективність перебудови внутрішньовиробничого управління, тобто інноваційно розвиваються. Одним з інноваційних досягнень є вендингова торгівля (продаж товарів і послуг за допомогою автоматизованих систем (торгових автоматів)).

Вендинг набув широкого поширення в світі, як зручний і не дуже вимогливий спосіб організації і ведення бізнесу. З іншого боку, сучасні споживачі все більше схильні до економії часу і легкому отриманню бажаних ними товарів і послуг, що також може дати вендинговий бізнес. Для розвитку вендингової торгівлі необхідні науково обґрунтовані теоретико-методичні основи формування організаційно-економічного механізму її розвитку, що й обумовлює актуальність теми дипломної роботи.

**Актуальність дослідження.** Глобалізація економічних процесів, входження України до світової економічної спільноти вимагають дослідження особливостей організації послуг роздрібною торгівлю як важливої складової національної економіки в нових для України умовах ринку. Як в світі взагалі, так і в Україні зокрема роздрібна торгівля динамічно розвивається, створює нові робочі місця, є джерелом надходження грошових коштів і фінансової стабільності держави.

Висока стратегічна значимість залізничного транспорту в Україні вимагає особливого підходу до проблеми підвищення розвитку та конкурентоспроможності його основних функціональних господарств та підприємств. Вимагають пошуку оптимальної методологічної основи проведення їх стратегії, що має враховувати специфіку діяльності кожного з них і орієнтуватися на європейські стандарти.

Різні аспекти та проблеми розвитку вендингової торгівлі, розглянуті в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених: Ф. Антипина, А. Андрющенко, Л. Баранник, Л. Барышниковой, Н. Бочкова, Т. Максимовой, Рудецкой, М. Третьякова, А. Чигарината інших. Однак в той час питання розвитку вендингової торгівлі посвячені не повністю і потребують додаткового дослідження[2-11].

Забезпечення потреб державних підприємств в надійності та зростанні якості сервісу пасажирських перевезень визначає необхідність належної уваги до структурних підрозділів залізничного господарства. Основними задачами діяльності залізничних підприємств є безперебійне функціонування рухомого складу після здійснення ремонту та технічного обслуговування, високий сервіс надання послуг безпека руху пасажирських потягів та забезпечення плану перевізного процесу. Зростання конкурентоспроможності залізничного транспорту

України можливе лише за умов проведення ефективного стратегічного планування на відокремлених підрозділах галузі.

У зв'язку з цим актуальним стає реалізація стратегії реструктуризації та диверсифікація структурних підрозділів залізничного транспорту в умовах проведення структурних перетворень галузі, виходячи з їх придатності до функціональних установ та господарств.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дипломна робота виконана відповідно до: держбюджетної теми № 0107U011368, фінансованої МОН України, «Методологія формування механізму розвитку внутрішньої торгівлі на засадах інституціонального та інноваційного підходів» (2010-2013 рр.); господарчо-договірної теми «Діагностика стану і ринкових позицій підприємства та розробка рекомендацій щодо їх вдосконалення» (2016 рр.). Були проведені дослідження ринку залізничних перевезень згідно Концепції державної програми реформування залізничного транспорту (Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2006 р. № 651-р) [12]. Розроблено рекомендації щодо використання вендингової форми роздрібного продажу для залізничних підприємств. Розробка пропозицій щодо напрямів реформування галузі та економічних умов виділення конкурентного середовища на залізничному транспорті.

### **Мета випускної роботи.**

Метою дипломної роботи є визначення теоретично-методичних та практичних підходів щодо розробки та реалізації бізнес-проекту у сфері вендингу на структурних підрозділів залізничного господарства.

### **Завдання випускної роботи.**

Мета обумовлює вирішення наступних завдань:

- надати загальну характеристику поняттю вендинг, та виявити особливості створення бізнесу у цій сфері;
- обґрунтувати організаційно-правову форму та систему оподаткування створюваного бізнес-проекту;
- дослідити ринок послуг пасажирських перевезень на залізничному транспорті

– науково обґрунтувати заходи впровадження вендингу в депо в умовах реалізації Програми реформування (ринкової трансформації) залізничного транспорту;

– визначити основні засади функціонування структурних підрозділів за умов реалізації бізнес-проекту у сфері вендингу.

### **Об'єкт та предмет дослідження**

*Об'єктом дослідження* виступають соціально-економічні процеси, які відбуваються на підприємствах залізничного транспорту в умовах впровадження бізнес-проекту.

*Предмет дослідження* – бізнес-проект у сфері вендингу на підприємстві залізничного транспорту з метою підвищення ефективності його роботи.

### **Методи дослідження.**

Для вирішення поставлених у дипломній роботі задач були використані методи: *метод порівняльного та статистичного економічного аналізу* – для визначення місця та надання оцінки сучасного стану послуг на залізничному транспорті, виявлення сучасних економічних проблем функціонування залізничних підприємств ; *методи логічного узагальнення та моделювання* – для узагальнення та обґрунтування основних пропозицій щодо створення власної справи в умовах реформування залізничного транспорту; *графічний метод* – для представлення ефективності результатів впровадження бізнес-проекту; *абстрактно-логічний метод* – для теоретичного узагальнення та формулювання висновків.

### **Інформаційна база дослідження**

*Інформаційною базою* для наукового дослідження стали роботи вітчизняних і закордонних науковців і спеціалістів, що присвячені розвитку вендингової торгівлі, Закони України стосовно діяльності вендингового бізнесу в Україні, статистична база Міністерства транспорту та зв'язку України (зараз Міністерство інфраструктури), Державного комітету статистики України, Укрзалізниці, матеріали урядових та міністерських програм.

## ВИСНОВКИ

Під час виконання дипломної роботи проаналізовано аналіз ринку вендингового бізнесу, стан ринку надання послуг пасажирських перевезень УкрЗалізниці.

Вендинговий бізнес – це організація продажу товарів, які або послуг через автомати самообслуговування. Фактично вендинг - це торговий бізнес, який дозволяє вести торгівлю без продавців. Це один з найбільш простих і в той же час перспективних форм відкриття бізнесу. Ефективність вендингової торгівлі багато в чому залежить від правильного розташування торгового автомату. В даний час досконалість надання послуг через вендинг-автомати не опрацьовано ні в теоретичному, ні в практичному аспектах. Виходячи, з цього твердження тема дипломної роботи є досить актуальною.

XXI століття зобов'язує до впровадження нових конкурентоспроможних технологій в роздрібній торгівлі, які швидко вдосконалюються, завдяки залученню новаторських ідей і комплексних рішень. Позамагазинна торгівля є успішною альтернативою традиційним роздрібним торговельним підприємствам на недоступних і мало привабливих для торгового бізнесу територіях. Крім того, для даної форми організації торгівлі немає необхідності підтримувати дорогу торговельну інфраструктуру.

В Україні динаміка зростання продажів через сучасні формати торгівлі - гіпермаркети, супермаркети і дискаунтери - досить висока і становить 11,9% в рік. Якщо розглядати поза магазинну форму організації торгівлі, то зростання обороту Інтернет-торгівлі становить близько 19% в рік, через торгові автомати - 72%.

В результаті визначилися шляхи підвищення ефективності організації послуг вендинга. У цього бізнесу є кілька великих переваг, що підвищують його привабливість для бізнесменів. По-перше, якщо потрібно відкрити ресторан або навіть просто поставити торговий лоток, то доведеться отримати мільйон різних дозволів. А при організації вендингу нічого не треба. Немає ніякої звітності, ніяких фіскальних паперів. У законодавстві поки відносно торгівлі через торгові автомати -

пролом. По-друге, починати цей бізнес досить просто. Якщо є якийсь мінімальний стартовий капітал, то можна прямо сьогодні купити кілька торгових автоматів, розставити їх - і справу розпочато. Підприємці, які здійснюють торгівлю через вендинг-апарати повинні мати статус: індивідуального підприємця, юридичної особи або носити інші форми, які не суперечать чинному законодавству.

Для здійснення вендингового бізнесу підприємство є суб'єктом підприємницької діяльності, що знаходиться на загальній системі оподаткування. Згідно КВЕД України реєстрація діяльності отримала код (52.63.0 Роздрібна торгівля поза магазинами, які не віднесена до других групувань), укладений договір на установку вендинг-апаратів.

Так як бізнес-проект «Експрес-Вендинг» відкривається на базі моторвагонного депо. Основне моторвагонне депо — це лінійне виробниче підприємство, до якого приписана певна кількість одиниць моторвагонного рухомого складу, які воно має вчасно видавати в рейс, постійно здійснювати пасажирські перевезення і ремонт. Основне депо працює на самостійному господарському розрахунку.

В роботі був застосований такий вид аналізу, як SWOT на основі якого були визначені сильні та слабкі сторони, можливості та недоліки залізничного підприємства. І можна зробити висновок, що у залізниці є досить наявних можливостей потужна виробнича база, велика кількість висококваліфікованих працівників вузької спеціалізації, є один стратегічний замовник ПАТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ», що дасть змогу надання якісних послуг, які відповідали європейським стандартам, та задовольняли насамперед споживачів, а також приносили високий прибуток підприємству.

У другому розділі дипломної роботи були запропоновані удосконалені термінологічні поняття такі як «конкурентоспроможності пасажирських залізничних перевезень», що пояснюється як перевезення, що мають особливі властивості, які відрізняють їх від інших видів перевезень і відповідають потребам та вимогам конкурентного ринку з урахуванням величини витрат на задоволення запитів пасажирів та таке поняття як «ринок транспортних послуг», що має на меті



умовне місце купівлі та продажу послуги на перевезення пасажирів, які відбуваються на теренах України.

Розроблена класифікація методів конкуренції, які можна використовувати для підвищення конкурентоспроможності пасажирських перевезень.

Запропоновано для підвищення конкурентоспроможності пасажирських перевезень на сучасному транспортному ринку використовувати такі стратегії поведінки: адаптацію, диверсифікацію, диференціацію, інтеграцію інновацію та концентрацію. Надано визначення такого поняття як вендинг та охарактеризовано його тенденцію до зростання в Україні.

Вендинг є одним з найбільш вигідних з точки зору конкурентоспроможності виробництва та одним з найбільш прибуткових напрямів розширення діяльності, саме у цей час і саме для залізничних підприємств, тому що залізничний транспорт з кожним роком все більше занепадає, значна частина вокзалів, залізничних гілок не відповідає європейським стандартам, відсутність належного рівня сервісу на вокзалах та в потягах. Ці проблеми можливо вирішити, але більшість з них пов'язана з потребою залучення вільних грошових коштів. Залізничний транспорт має усі передумови для вирішення своїх проблем у досить короткі строки (покращення свого фінансового стану та закріпити своїх конкурентних позицій на ринку транспортних послуг порівнянно з іншими видами транспорту).

Наведені конкурентні переваги вендингу як найбільш привабливого та не ризикового напрямку розвитку залізничного підприємства, які надають можливість залізничному підприємству збалансувати фінансовий стан та не опинитися у кризовому становищі, а також розширити спектор послуг основної діяльності.

Враховуючи всі переваги вендингу як бізнесу з мінімальним ризиком та початковим інвестування був запропонований проект «Експрес Вендинг» на виробничому підрозділі Моторвагонне депо. Що має на меті встановити кавові автомати в електропоїздах приміського сполучення Одеської філії. Наведено та обґрунтовано стартовий баланс для започаткування цієї справи, який становить 555643 грн. Взято кредит у розмірі 265 тис грн. Але варто зауважити, що великою перевагою відкриття такої справи у ході є саме економія витрат на оренду для

установки кавового автомату, також витрат на електроенергію, так як автомати підключені до власної центральної мережі живлення електропоїзда. Це все робить вагомий внесок для мінімізації витрат та вдалого і успішного відкриття такого бізнес-проекту на залізничному підприємстві.

У третьому розділі дипломного проекту були проаналізовані основні ризики, які виникають доволі часто при веденні вендингового бізнесу, але при правильній стратегії та стратегічних шляхах по виходу зі складних обставин, можливо обійти ризики та досягти успіху в цій справі що склалися на підприємстві. Найсприятливішою для підприємства, зважаючи на сильні та слабкі сторони підприємства та особливості ринку, виявилася одна із стратегій росту, а саме установка в електропоїздах приміського сполучення кавові машини. Основним приводом для застосування саме розширення основної діяльності стала наявність не великої виробничої площі для втілення такого бізнес-проекту, та не великі стартові витрати, а також простота відкриття цього бізнесу .

Новий ринок, на який пропонується вийти підприємству досить молодий і ще тільки формується, а отже характеризується досить легким виходом на нього. Технологія по установці кавових автоматів досить дешева та легка в експлуатації.

Внаслідок попереднього аналізу запропонованого проекту було отримано такі основні показники ефективності:

- рентабельність виробництва (при виробничій потужності в 35%) складає 60,27%;
- точка беззбитковості складає 7314 одиниць продукції на місяць;
- термін окупності проекту 5 місяців;
- загальний очікуваний економічний ефект від впровадження бізнес-проекту складає 1806,46 тис. грн. (при виробничій потужності в 35%).

Отже, виходячи з вищевказаних показників ефективності, можна вважати, що проект є досить ефективним і його слід прийняти.

Значення цього дипломного проекту полягає у результатах поглиблених досліджень та виявленні актуальності і рекомендацій щодо застосування нової для молоді української економіки, що має широке розповсюдження в країнах з

ринковою економікою, але на жаль ще не дуже широко застосовується вітчизняними підприємцями. В результаті досліджень виявилось, що даний бізнес є одним з першочергових в умовах постійного скорочення життєвих циклів товарів та технологій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Режим доступу :[http://bookss.co.ua/book\\_strategiya-pidpriyemstva\\_884/9\\_tema-7-strategiya-diversifikaci-diyalnosti-pidpriyemstva](http://bookss.co.ua/book_strategiya-pidpriyemstva_884/9_tema-7-strategiya-diversifikaci-diyalnosti-pidpriyemstva)
2. Антипин, Ф.А. Вендинговая торгівля: аналіз і перспективи розвитку [Текст] / Ф.А. Антипи // Російське підприємництво. - 2016. - Том 17. - № 8. - с. 1037-1048.
3. Андрющенко, А. Вендінг по-московськи [Електронний ресурс] / А. Андрющенко // Московський бухгалтер. - Електрон. текстові дан. - 2005. - №6. - Режим доступу: <http://www.merchandising.ru/news/vending-po-moskovski>.
4. Баранник, А. Торгові автомати: вендинг без секретів: монографія [Текст] / А. Баранник. - М.: Альпина ... М.: Изд-во МГУ, 2009. - 190 с.
5. Баришнікова, Л.П. Вендінг-маркетинг - сучасний інструмент розвитку бізнесу в республіці [Текст] / Л. П. Баришнікова // Торгівля і ринок: науковий журнал 2016. - Вип. 2. - С.83-87.
6. Бочков, Н.І. Торговий автомат: проблеми застосування ККТ [Електронний ресурс] / Н. І. Бочков // Торгівля: бухгалтерський облік та оподаткування. - Електрон. текстові дан. - 2007. - № 7.
7. Максимова Т.С. Методи визначення параметрів ринку вендингової торгівлі [Текст] // Торгівля і ринок: науч. журн. - Донецьк, 2016. - Вип. 2. - Т.2. - С. 65 - 72.
8. Максимова Т.С. Стан і перспективи розвитку вендингу [Текст] / Інноваційні напрямки розвитку маркетингу: теорія і практика / матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (Луганськ, 14 квітня 2017р.) - С.85-89.
9. Рудецька А.В. Послуги вендинга в сучасній роздрібній торгівлі [Текст]: автореф. дис. к.е.н. : 08.00.05. - Хабаровськ, 2012. - 21с.
10. Третьяков, М.М. Управління послугами вендинга: монографія [Текст] / М.М. Третьяков, А. В. Рудецька А.В. - Хабаровськ, 2014. 150 с.
11. Чигаріні, Т. Г. Вендінг-бізнес: механічні торгові автомати [Текст] / Т. Чигаріні. - Орел: С. В. Зеніна, 2005. - 128 с.
12. Зубенко В. О. Визначення особливостей впровадження концепції "ощадливе виробництво" на підприємствах залізничного транспорту / В. О. Зубенко, М. Л.

- Григорян // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2015. - Вип. 49. - С. 92-95.
- 13.Золотницький А.Р. Теория и практика вендинга / А.Р. Золотницький // ЭКО. – 2004. – № 7
- 14.Особа сучасного торгового автомата [Електронний ресурс]: описовий сайт. - Режим доступу до сайту: <http://www.e-vending.ru/>
15. Стрілець І.А. Нова економіка та інформаційні технології / Стрілець І.А. - М.: Ексмо, 2003. -256 с..=
16. Аванесов Ю.А. Основи комерції / Ю.А. Аванесов, А.Н. Клочко, Е.В. Васькин. - М.: ТОО Люксарт,2008. - 176 с.
17. Вендінг. Що таке вендінг і історія вендинга. EVennd / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.evend.ru/subarea/view/47>
- 18.Чигаріні Т.Г. Енциклопедія вендинг-бізнесу 2005 - 2011 / Т.Г. Чигаріні [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.e-vending.ru>
19. Діон Дж. Роздрібна торгівля: Як відкрити власний магазин / Дж. Діон; [Пер. з англ.]. - М.:Альпіна Бізнес Букс, 2007. - 211 с.
- 20.Статистика ринку товарів і послуг / [Під ред. І.К. Біляївського]. - М.: Фінанси і статистика, 2005. -С. 137.
- 21.11. Іванова М.А. Торгівля через автомати: міфи і реальність / М.А. Іванова // ЕКО. - 2006. - № 2.
- 22.Діон, Дж. Роздрібна торгівля: Як відкрити власний магазин [Текст] / Дж. Діон; пер. з англ. - М.: Альпіна Бізнес Букс, 2007. - 211 с.
- 23.Закон України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» [Електронний ресурс] [прийнятий 06.07.95р№265/95-ВР].-Режимдоступу:  
[http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/Z950265.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z950265.html)
- 24.Довідник основних показників роботи залізниць України (2001-2011роки): Стат.зб.
- 25.[Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.managerhelp.org/hoks-672-1.html>

26. Мукмінова Т.А., Зубко А.Б., Ткаченко О.П. Залізничний транспорт України : [Перспект]// Укрзалізниця.-2004.- С.19
27. [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
<http://ru.wikipedia.org/wiki/диверсифікація>
28. Економічна енциклопедія: у 3 т. / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – Київ : Видавничий центр «Академія», 2000. – Т.1. – 864 с.
29. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учеб. пособ. / Р. А. Фатхутдинов. – Москва : Изд-во Эксмо, 2004. – 544 с.
30. Економічна енциклопедія: у 3 т. / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – Київ : Видавничий центр «Академія», 2002. – Т.3. – 952 с
31. Бизнес идея – вендинг [Электронный ресурс] : описательный сайт. – Режим доступа к сайту :<http://goldruble.ru/>
32. [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
<https://veqvendinga.livejournal.com/33812.html>
33. Лицо современного торгового автомата [Электронный ресурс] : – Режим доступу:  
<http://www.e-vending.ru/>
34. [Електронний ресурс] – Режим доступу:[http://shron1.chtyvo.org.ua/Dakhno\\_Ivan/Zovnishnoekonomichnyi\\_menedzhment.pdf](http://shron1.chtyvo.org.ua/Dakhno_Ivan/Zovnishnoekonomichnyi_menedzhment.pdf)
35. Офіційний сайт Асоціації вендингового бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vendingukraine.com.ua/>
36. Золотницький А.Р. Теория и практика вендинга / А.Р. Золотницький // ЭКО. – 2004. – № 7.
37. [Електронний ресурс] – Режим доступу:[http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2017/27\\_2/12.pdf](http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2017/27_2/12.pdf)
38. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [//easyvending.com.ua/o-nas/stati/biznes-pod-klyuch-otkrytie-torgovoy-tochki-kofeynogo-avtomata/](http://easyvending.com.ua/o-nas/stati/biznes-pod-klyuch-otkrytie-torgovoy-tochki-kofeynogo-avtomata/)
39. [Електронний ресурс] – Режим доступу:<https://www.finalon.com/metodyka-rozrakhunku/229-rentabelnist>

40.Електронний ресурс] – Режим доступа:

[https://uk.wikipedia.org/wiki/Точка\\_беззбитковості](https://uk.wikipedia.org/wiki/Точка_беззбитковості)

## **ДОДАТКИ**