

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

_____ (підпис)
“ ____ ” _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему:
**«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ
СПРАВИ НА ОСНОВІ ВЕНДИНГУ»**

Виконавець
студентка ФЕУП
Стогорнюк Юлія Павлівна _____
/підпис/

Науковий керівник
к.е.н., викладач
Репушевська Юлія Олександрівна _____
/підпис/

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ПРОЕКТУ ЗАПОЧАТКУВАННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В СФЕРІ ВЕНДИНГУ.....	6
1.1. Характеристика бізнес-ідеї започаткування власної справи в сфері вендингу.....	6
1.2. Вимоги до започаткування та здійснення підприємницької діяльності в сфері вендингу в Україні.....	12
1.3. Обґрунтування організаційно-правової форми та системи оподаткування створюваного вендингового бізнесу	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ ЗАПОЧАТКУВАННЯ ВЕНДИНГОВОГО БІЗНЕСУ	20
2.1. Дослідження конкурентного середовища на ринку вендинг-послуг в місті Одеса.....	20
2.2. Аналіз конкурентних переваг бізнесу в сфері вендингу	24
2.3. Формування стартового капіталу та поточних витрат на функціонування вендинг-бізнесу	31
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ПРОЕКТУ В СФЕРІ ВЕНДИНГУ.....	39
3.1. Прогнозування прибутку від бізнесу в вендинг-сфері.....	39
3.2. Розрахунок економічних показників ефективності проекту.....	47
3.3. Оцінка ризиків для бізнесу в вендинг-сфері та можливі заходи щодо їх мінімізації.....	51
ВИСНОВКИ.....	56
Список використаних джерел.....	62
Додатки.....	65

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний етап розвитку економічних відносин характеризується зміною загальної концепції бізнесу, головними конкурентоспроможними елементами якої стають інновації, спрямовані на оптимізацію виробничих і комерційних процесів. Не є винятком в цьому плані і роздрібна торгівля.

Висока насиченість товарами споживчого ринку, а також динаміка обсягів і структури роздрібних продажів сприяють розвитку різних способів продажу товарів.

Торговельні підприємства сьогодні активно впроваджують в свою роботу позамагазинну форму торгівлі. В сучасних умовах вирішальним фактором стає, по-перше, оптимізація якості обслуговування споживачів, а по-друге, економія витрат підприємства. Вендинг є ідеальним, не вимагає високих інвестицій в бізнес для підприємців.

Слід зазначити, що вендинг не є абсолютно новою технологією продажів як для нашої країни, так і в світовій практиці. Вендинговий бізнес з'явився ще в 19 столітті в США і був зосереджений на торгівлі продуктами харчування. А за часів СРСР популярною була продаж газованої води через торгові автомати. Але цей період вже давно закінчився. Сучасний варіант вендингових машин почав з'являтися в Україні в кінці 90-х років. У нинішній час на ринку представлено широке розмаїття торгових автоматів. Сьогодні спостерігається новий етап розвитку вендингу в Україні, який має свої характерні особливості.

Виходячи з того, що вендинг завойовує все більшу популярність у всьому світі, актуальним стає вивчення сутності цієї технології продажів, а також дослідження тенденцій і перспектив розвитку вендингу в Україні, зокрема в місті Одеса.

Дослідженню різних аспектів та проблем розвитку вендингової торгівлі, присвячені роботи зарубіжних і вітчизняних вчених: Л. М. Баранника,

Л. П. Барішнікова, О. С. Євсейцева, А. Р. Золотницького, Т. Г. Чигарина, А.В. Ющенко та інших. Однак в той час питання розвитку вендингової торгівлі посвячені не в повній мірі і потребують додаткових досліджень.

Цим обґрунтовується актуальність теми дослідження.

Мета роботи – теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи в сфері вендингу.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких **завдань**:

- розглянути загальну концепцію проекту започаткування власної справи в сфері вендингу;
- проаналізувати нормативно-правові вимоги до започаткування та здійснення підприємницької діяльності в сфері вендингу в Україні;
- обґрунтувати вибір організаційно-правової форми та системи оподаткування створюваного вендингового бізнесу;
- дослідити конкурентне середовище на ринку вендинг-послуг в місті Одеса;
- проаналізувати сильні і слабкі сторони підприємства, визначити конкурентні переваги проекту;
- сформулювати стартовий капітал та поточні витрати на функціонування вендинг-бізнесу;
- спрогнозувати прибуток від бізнесу в вендинг-сфері;
- оцінити економічну ефективність проекту;
- запропонувати заходи щодо мінімізації ризиків, пов'язаних з реалізацією проекту.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення власної справи на основі вендингу у м. Одеса.

Предмет дослідження – бізнес проектування започаткування власної справи на основі вендингу.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань в роботі використовувалися різні методи.

Методи теоретичного узагальнення і порівняння (аналіз і синтез, індукція і дедукція) – для дослідження теоретичних та організаційних аспектів проблеми, виявлення сучасних економічних проблем функціонування вендинг-сфери, а також для визначення місця та надання оцінки сучасного стану торгівлі через автомат. Методи збирання, зведення та групування, узагальнення та економіко-статистичні методи – для вивчення місця та відображення тенденцій на ринку роздрібної торгівлі через торговий автомат. Та абстрактно-логічний метод – для теоретичного узагальнення та формулювання висновків. Застосовувалися комп'ютерні програми для обробки й аналізу інформації.

Інформаційною базою дослідження слугували наукові публікації українських учених, нормативно-законодавчі акти України, теоретичні роботи і навчальні видання з даної теми, аналітичні матеріали відповідних державних органів, статті та огляди в спеціальних виданнях, а також матеріали мережі інтернет.

ВИСНОВКИ

1. Вендинг – інноваційний напрямок бізнесу, який полегшує нашу життєдіяльність. Актуальність бізнес ідеї у сфері вендингу полягає в загальній структурі роздрібної торгівлі, яка істотно змінилася за останні десять років на ринку. Тому, розвиток торгівлі саме через автомати є найважливішою умовою подальшого підвищення продуктивності праці та культури торгівлі. Сегмент перспективний і буде користуватися попитом, такий висновок можна зробити навіть з іноземного досвіду. За кордоном вендинг зі снеками популярний і успішний. Це зручно для перекусу в дорозі, а також тим, хто харчується в офісі або не любить готувати вдома, або просто не хоче витратити час у чергах в магазині. Пропонуємо готові продукти в заводській упаковці (наприклад, напої в банках, шоколадки, горіхи, жуйки, дитяче пюре та інше). Такі продукти не вимагають приготування, як кава, чай, солодка вата. Ефективна організація процесів вендингової торгівлі дасть змогу операторам змінити терміни окупності автоматів і операційні витрати, підвищити прибутковість бізнесу й адекватно реагувати на зміни кон'юнктури ринку. Такий бізнес-проект як вендинг є ідеальним для підприємця, це простий і швидкий спосіб почати власну справу, маючи в розпорядженні відносно невеликий капітал, порівняно з іншими проектами. До того ж торгівля через автомати є високотехнологічним, рентабельним і високоприбутковим бізнесом у всьому світі. Це одна з небагатьох сфер бізнесу, яка дає максимум прибутку за мінімум часу: вкладений капітал протягом декількох місяців обертається великими відсотками. Тому, вендинговий бізнес-проект є актуальний і корисний як для стартаперів, так і для споживачів цього сегмента ринку.

2. Цей бізнес буде функціонувати у сфері торгівлі в категорії малого підприємництва. Торговельні автомати відносяться до дрібнороздрібної торговельної мережі. Новостворюваний суб'єкт підприємницької діяльності буде функціонувати у сфері торгівлі. Звернувшись до КВЕД-2010, вид, який найбільш

вдало та повністю відповідає запланованим у процесі обґрунтування ідеї бізнесу знаходиться у Секції G «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» , «Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами» (розділ 47) , «Роздрібна торгівля поза магазинами» (група 47.9), «Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами» (клас 47.99). Цей клас включає інші види роздрібної торгівлі будь-якими товарами, не віднесеної до попередніх класів, а саме торгівлю з використанням торговельних автоматів.

При відкритті вендингового бізнесу у власника торговельного автомату має бути пакет документів, що включає: сертифікат відповідності Держстандарту України, паспорт обладнання, технічні характеристики, комплектація, гарантійні талони та умови для забезпечення тривалої, безперебійної експлуатації.

3. Для бізнесу було обрано організаційно-правову форму – фізична особа-підприємець (далі – ФОП), так як бізнес знаходиться на початкових етапах і він не є сталим, та не вимагає великих інвестицій. Діяльність ФОП буде здійснюватися самостійно та на власний ризик підприємства з метою отримання прибутку. Перевагою обраної організаційно-правової форми, яка призначена для новосворюваного бізнесу, є те що у ФОП мінімальні податки. Тобто, обравши другу групу спрощеної системи оподаткування, фізична особа сплачує фіксовану ставку єдиного податку в місяць. Також, ще один плюс, ведення бухгалтерського обліку є теж мінімальним, та створювати його можна особисто. Реєстрація ФОП проходить швидко та легко, як і його ліквідація. Фізична особа-підприємець може діяти на основі приватного майна фізичної особи, тобто ніякі додаткові документи щодо здійснювання діяльності у власному приміщенні не потрібні. Вендинг – це спосіб продажу товарів за допомогою автоматизованих торгових систем . Тобто, бізнес буде функціонувати у сфері торгівлі. Торговельні автомати відносяться до дрібно-роздрібної торговельної мережі. Згідно з Податковим кодексом України бізнес буде працювати на спрощеній системі оподаткування. Група платників єдиного податку – 2-га. ФОП має право надавати будь-які послуги населенню або платникам єдиного податку, дозволяється виробництво або продаж товарів. ФОП має право використовувати найманих працівників не більше 10 одночасно, це

знадобиться при необхідності, якщо ФОП не буде мати змогу обслуговувати автомат самостійно. Максимальний розмір доходу за рік при виборі 2-ї групи становить 5 млн. грн. ФОП 2-ї групи повинен вести книгу обліку доходів.

4. Їжа, приготована поза домом, найчастіше вживається в обідній час або ж у якості перекусу протягом дня. Однак, купувати таку їжу українці вважають за краще в кафе, піцеріях, кав'ярнях, їдальнях на робочих місцях і тільки 1% покупок припадає на торгові автомати. Подібна ситуація обумовлена двома ключовими взаємопов'язаними причинами: з одного боку, практично відсутнім пропозицією, а з іншого – відсутністю відповідної культури споживання. Таким чином, у місцях розташування снекових вендингових автоматів головну конкуренцію будуть складати кафе, буфети, фуд-корт та невеликі магазини.

5. До переваг новостворюваного СПД можна віднести, те що снекові вендингові автомати є новими для українського ринку, тому привертають додаткової уваги, їм властива мобільність, що дозволяє мати великий вибір каналів продажів і постачань типів продукції та стабільне зростання попиту на товари швидкого харчування. Вендинг-автомат має можливість формування певного підходу до запитів клієнтів по асортименту і обсягу продажу товару в конкретній точці установки. Ще одна з переваг швидкість адаптації до швидко мінливого ринку фаст-фуду. До можливостей вендингового бізнесу можна віднести: розширення бізнесу за рахунок збільшення асортименту товарів продажу через вендор-автомати; можливість роботи з корпоративними клієнтами, громадськими, державними та муніципальними організаціями; можливість створення супутніх видів вендингового бізнесу - організація продажів через вендинг - автомати різних споживчих товарів, надання послуг.

Для «посилення» слабких сторін та усунення погроз новостворюваний бізнес буде проводитися ряд заходів. Для подолання проблеми відсутності культура споживання за допомогою вендингових технологій пропонується активна інформаційна підтримка, спрямованої на формування культури споживання за допомогою вендингових технологій. Також існує ймовірність пошкодження автомату. Частково цей ризик можна мінімізувати, створюючи

ефективні форми зворотного зв'язку, яка допоможе швидко допомогти покупцеві, не змушуючи його наносити пошкодження апарату. Другий момент мінімізації цього виду ризику – розташування апарату на території, що охороняється і отримання гарантій від власника приміщення або території на збереження апарату. Високий рівень витрат на ремонт і технічне обслуговування може виникнути в разі придбання вендингових автоматів низької якості. Торговельний автомат був обраний високої якості, тому ці витрати мінімізовані. Але у разі несправності, виходячи з того що, автомат був обраний у спеціалізованому магазині з гарантією, постачальник обладнання пропонує професійну технічну допомогу за додаткову оплату та безкоштовний інструктаж з використання вендингового автомату. І нарешті, одним з найбільших ризиків в даному бізнесі є неправильний вибір асортименту товарів для даної локації, на якій розташований вендинговий апарат або скорочення обсягів продажів через зниження попиту на певні товарні групи реалізованої продукції. Мінімізувати даний ризик можна оперативним контролем за прибутковістю і оборотом кожної точки. Технічні характеристики вендингу дозволяють перемістити автомат у інше місце, припинивши договір оренди і укласти договір на новій локації. Ця властивість автомату також допоможе, якщо буде розірвано договір оренди. Щодо підвищення орендної плати рішенням цієї проблеми може бути як переміщення автомату, так і підвищення ціни на продукцію, що реалізуються.

6. Структуру та обсяг стартового капіталу на реалізацію проекту буде складатися з придбання нового обладнання – 3 одиниці снекових автоматів, а також, так як платіжна система не включена до автомата, її придбання буде здійснюватися додатково. Постачальником вендингового обладнання виступає ТОВ «Vendcom», яка знаходиться у місті Кривий Ріг. Фірма безкоштовно навчає роботі з обладнанням, особливостями ведення переговорів з потенційними власниками локацій і правилам їх вибору. Також, ТОВ «Vendcom» здійснює доставку у місто Одеса.

Площу під торговельних автомат доцільно взяти в оренду. В якості місця розташування були обрані: ТРЦ «CityCenter Котовський», Обласна клінічна

лікарня, Одеська національна академія харчових технологій в місті Одесса. Для одного автомата знадобиться 1m^2 орендної площі з доступом до електромережі. Тому, додатково оплачується електроенергія, споживана вендинговим автоматом.

Закупівля товарів здійснюється у METRO Cash & Carry, який обслуговує клієнтів, які купують товари для задоволення своїх бізнес-потреб. До них належать приватні підприємці та юридичні установи. Компанія METRO також гарантує доставку протягом 24 годин. До кожного замовлення компанія надає повний пакет супровідної документації: касовий чек, товарну накладну, товарно-транспортну накладну, сертифікати якості та сертифікати відповідності.

Таким чином, загальна сума стартового підприємницького капіталу складає 186 909,10 грн, з яких 86 909,10 грн власні засоби та 100 тис. грн – кредити комерційних банків. Загальні поточні витрати на функціонування СПД за місяць складають 50 379,22 грн, а на рік – 604 550,60 грн.

7. Запланований чистий прибуток від реалізації продукції за червень-грудень 2020 року складе 68 777,74 грн, за 2021 рік – 279 181,48 грн. Та вже у 2022 році буде складати 340 033,15 грн, і за січень-червень 2023 року – 174 871,32 грн.

8. Внаслідок розрахунків показників ефективності проекту були отримані наступні значення. Період окупності новостворюваного проекту складає 5 місяців. Дисконтований період окупності не змінюється, та як і звичайний складає 5 місяців. Середня норма рентабельності (ARR) у гривні та в доларах складає 439,50 %. Чистий приведений дохід або (NPV) за весь час тривалості проекту, а саме за 36 місяців буде складати 600 412,00 грн, або 27 128,00 \$. Індекс прибутковості (PI) визначає, що на одну гривню інвестор отримує 9,48 грн доходу, а на один \$ — 11,34 \$ доходу. Під показником внутрішньої норми рентабельності (IRR) інвестицій розуміють значення ставки дисконтування, при якому NPV проекту дорівнює нулю, у гривні та в доларах це значення дорівнює 3 044,00 %. Показник тривалості або середнього періоду часу до моменту, коли проект почне давати прибуток складає 1,45 року у гривні, та 1,54 року у \$.

9. Як і всі бізнес-проекти, вендинг має ряд ризиків. За допомогою їх класифікації можна оцінити вплив ризику на діяльність підприємства, побачити чинники, що формують конкретний вид ризику, визначити значущість, роль і місце кожного ризику, а надалі, і способи їх мінімізації. Основною проблемою у використанні автоматизованих форм торгівлі є дискомфорт. Для подолання цієї проблеми пропонується активна інформаційна підтримка, спрямована на формування культури споживання за допомогою вендингових технологій. Наступною проблемою є схильність населення до порушення законодавства, а також вандалізм. Тому, автомати варто розташовувати тільки в захищених місцях: з охороною або під камерами спостереження. Неякісне обслуговування вендингового автомату, некоректна інкасація і так далі, теж є проблемою. У зв'язку з цим, у вендингу необхідно використовувати надійні торгові автомати чи розміщувати їх в місці, що охороняється, проходити навчання для персоналу, що обслуговує торговельні точки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. European Vending Association. URL: <https://www.vending-europe.eu/#about> (дата звернення: 15.02.2020).
2. КВЕД-2010: URL: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html (дата звернення: 15.02.2020).
3. Санітарно – гігієчні вимоги реалізації продовольчих товарів. URL: <https://www.victorija.ua/dovidnik/sanitarno-hihiyechni-vymohy-pry-realizatsiyi-prodovolchih-tovariv.html> (дата звернення: 15.02.2020).
4. Про затвердження Правил пожежної безпеки в Україні: Наказ Міністерства внутрішніх справ України від 30.12.2014 № 1417. Дата оновлення: 03.10.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0252-15> (дата звернення: 15.02.2020).
5. Відкриття ФОП. URL: <https://diia.gov.ua/services/reestraciya-fop> (дата звернення: 17.02.2020).
6. Обзор рынка вендинговых автоматов Украины и мира. 2017 год. URL: https://pro-consulting.ua/base/analiz-rynka-ukrainy?level1=retail_trading&level2=vending&stat=1 (дата звернення: 25.02.2020).
7. Євсейцева О. С., Ющенко А.В. Аналіз ринку снекової продукції України. *Вісник Київського Національного Університету Технологій та Дизайну*. 2012. № 6. С. 357-362.
8. Харчування жителів України поза домом, лютий 2018. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=762&t=12&page=1> (дата звернення: 25.02.2020).
9. Свой бизнес: как заработать на вендинговых аппаратах. URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/kak-realizovat-ideyu-vendingovyy-biznes2/> (дата звернення: 17.02.2020).
10. ТОВ «Vendcom»: Снековий автомат BIANCHI BVM 686 URL: <https://vendcom.com.ua/p1096619663-snekovyj-avtomat-bianchi.html> (дата звернення: 19.02.2020).

11. Вікіпедія: METRO Cash & Carry. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/METRO_Cash_%26_Carry (дата звернення: 20.02.2020).
12. Офіційний сайт METRO Cash & Carry. URL: <https://www.metro.ua/> (дата звернення: 20.02.2020).
13. Переваги інтернет-магазину METRO для професійних клієнтів. URL: <https://www.metro.ua/e-shop> (дата звернення: 20.02.2020).
14. Банк Південний: Кредит готівкою URL: <https://bank.com.ua/credit/credit-cash> (дата звернення: 03.03.2020).
15. Окландер М.О. Ринкові методи ціноутворення в роздрібній торгівлі: орієнтація на покупців і конкурентів. *Економіст*. 2013. № 6. С.55-58.
16. Ціноутворення в торгово-посередницькій діяльності. URL: https://pidruchniki.com/marketing/tsinoutvorennya_torgovo-poserednitskiy_diyalnosti (дата звернення: 18.03.2020).
17. Ціноутворення в торгово-посередницькій діяльності: підручник / О.М. Подлевська та ін. Рівне : НУВГП, 2013. 88 с.
18. Колесников О. В. Ціноутворення: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2006. 144с.
19. Вендинг: актуальность и перспектива URL: <https://gudvill.com/blog/vending-aktualnost-i-perspektiva/> (дата звернення: 20.02.2020).
20. Солнцева Н.В. Особливості системи управління персоналом на торговельних підприємствах. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. № 40. С.245-248.
21. Балджи М.Д. Економічний ризик та методи його вимірювання: навчальний посібник. Харків: Промарт, 2015. 300 с.
22. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: навчальний посібник / М.Д. Балджи та ін. Одеса: ОНЕУ, 2013. 670 с.
23. Петрова В.Ф. Методичне забезпечення оцінки ризиків підприємства. *Соціальна економіка*. 2015. № 50. С. 148–153

24. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб./ за заг. ред. д.е.н. Н.В. Сментини. Київ, 2019. 320 с.
25. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса. 2018. 305 с.
26. Вік вендингу. URL: <http://vkusologia.ru/> (дата звернення: 20.03.2020).
27. Чигарин Т. Г.: Енциклопедія вендинг-бізнесу URL: <http://www.evend.ru/> (дата звернення: 21.03.2020).
28. Панов А. І., Коробейников І. О., Стратегічний менеджмент: навч. посіб. Москва: Юнити-дана, 2011. 285 с.
29. Карпов В. А. Планування та аналіз підприємницьких проектів: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2019. 324 с.
30. Торговельне підприємництво: навч. посібник / М. Д. Балджи, Н. В. Добрава, В. О. Однолько, М. М. Осипова. Київ: КОНДОР. 2017. № 8. С. 41-44.
31. Вендінг: Що таке вендінг і історія вендинга. URL: <http://www.evend.ru/subarea/view/47> (дата звернення: 27.03.2020).
32. Тюрин Д. В. Маркетингові дослідження: організація і проведення: монографія. Москва: Юрайт, 2013. 240 с.
33. Офіційний сайт Асоціації вендингового бізнесу. URL: <http://vendingukraine.com.ua/> (дата звернення: 03.04.2020).
34. Лицо современного торгового автомата. URL: <http://www.e-vending.ru/> (дата звернення: 03.04.2020).
35. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учеб. пособ. Москва: Эксмо, 2004. 544 с.
36. Золотницкий А.Р. Теория и практика вендинга. *Эко*. 2004. № 7.
37. Бизнес идея – вендинг. URL: <http://goldruble.ru/> (дата звернення: 05.04.2020).
38. Баранник, А. І. Торгові автомати: вендинг без секретів: монографія Москва: МГУ, 2009. 190 с.
39. Баришнікова, Л.П. Вендінг-маркетинг: сучасний інструмент розвитку бізнесу в республіці. *Торгівля і ринок*. 2016. № 2. С.83-87.