

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СИСТЕМІ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

© 2017 **АНДРІЇВ Н. М.**

УДК 339.137.2 (477)

Андріїв Н. М. Сутність та особливості підприємництва в системі внутрішньої торгівлі України

Метою статті є обґрунтування наукових поглядів на проблему сутності підприємництва в системі внутрішньої торгівлі з виділенням його характерних ознак, функцій та видів. Досліджено погляди вчених на проблему сутності підприємництва. Виявлено певні дискусійні положення, зокрема звуження підприємницької діяльності до ініціативної без утворення юридичної особи; будь-якої діяльності, спрямованої на отримання прибутку; будь-якої господарської діяльності. Використовуючи системний підхід, розкрито сутність внутрішньої торгівлі як підсистеми національної економіки, що формується сукупністю відповідних елементів. Обґрунтовано, що підприємництву в системі внутрішньої торгівлі властиві ознаки, які притаманні підприємству загалом (самостійність, ініціативність), а також ознаки, що характеризують лише підприємство в системі внутрішньої торгівлі. Ними є: ризиковість, легітимність, гнучкість, мобільність суб'єктів підприємництва, високий рівень інформованості. На підставі ґрунтовного аналізу запропоновано соціально-економічні функції підприємництва в системі внутрішньої торгівлі.

Ключові слова: підприємництво, внутрішня торгівля, підприємство в системі внутрішньої торгівлі, суб'єкти, оптова торгівля, роздрібна торгівля.

Рис.: 1. **Бібл.:** 13.

Андріїв Наталія Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку, Ужгородський національний університет (пл. Народна, 3, Ужгород, Закарпатська обл., 88000, Україна)

E-mail: st361@ukr.net

УДК 339.137.2 (477)

Андрив Н. Н. Сущность и особенности предпринимательства в системе внутренней торговли Украины

Целью статьи является обоснование научных взглядов на проблему сущности предпринимательства в системе внутренней торговли с выделением его характерных признаков, функций и видов. Исследованы взгляды ученых на проблему сущности предпринимательства. Выявлены определенные дискуссионные положения, в частности сужение предпринимательской деятельности до инициативной без образования юридического лица; любой деятельности, направленной на получение прибыли; любой хозяйственной деятельности. Используя системный подход, раскрыта сущность внутренней торговли как подсистемы национальной экономики, формируемой совокупностью соответствующих элементов. Обосновано, что предпринимательству в системе внутренней торговли свойственны признаки, присущие предпринимательству в целом (самостоятельность, инициативность), а также признаки, характеризующие только предпринимательство в системе внутренней торговли. Ими являются: рискованность, легитимность, гибкость, мобильность субъектов предпринимательства, высокий уровень информированности. На основании проведенного анализа предложены социально-экономические функции предпринимательства в системе внутренней торговли.

Ключевые слова: предпринимательство, внутренняя торговля, предпринимательство в системе внутренней торговли, субъекты, оптовая торговля, розничная торговля.

Рис.: 1. **Библ.:** 13.

Андрив Наталья Николаевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, Ужгородский национальный университет (пл. Народная, 3, Ужгород, Закарпатская обл., 88000, Украина)

E-mail: st361@ukr.net

UDC 339.137.2 (477)

Andriyiv N. M. Essence and Features of Entrepreneurship in the Internal Trade System of Ukraine

The article is aimed at substantiation of scientific views on the issue of essence of entrepreneurship in the internal trade system, allocating its characteristic features, functions, and types. Views of scholars on the issue of essence of entrepreneurship have been researched. Certain controversial provisions have been identified, in particular narrowing of entrepreneurial activity down to an initiative without formation of the legal person; any activity aimed at making profit; any economic activity. Using the systematic approach, the essence of internal trade as a subsystem of the national economy, generated by a combination of matching elements, has been disclosed. It has been substantiated that entrepreneurship in the internal trade system is characterized by the attributes inherent in entrepreneurship as a whole (autonomy, initiative), as well as attributes that characterize the entrepreneurship in the internal trade system as such. They are: riskiness, legitimacy, flexibility, mobility of entities of entrepreneurship, high level of informedness. On the basis of the carried out analysis, the socio-economic functions of entrepreneurship in the internal trade system have been proposed.

Keywords: entrepreneurship, internal trade, entrepreneurship in the system of internal trade, entities, wholesale trade, retail trade.

Fig.: 1. **Bibl.:** 13.

Andriyiv Natalya M. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Accounting, Uzhhorod National University (3 Narodna Square, Uzhgorod, Zakarpattia region, 88000, Ukraine)

E-mail: st361@ukr.net

Підприємництво як складний економічний і соціальний феномен досліджували вчені не одного покоління. В Україні з часів незалежності науковці самостійно почали здійснювати дослідження підприємництва. З'являються нові визначення як в економічній, так і в юридичній літературі, що розкривають сутність поняття підприємництва як загалом, так і у різних сферах економічної діяльності, зокрема у сфері внутрішньої торгівлі.

Відомий учений З. Варналії пояснює підприємництво як економічну категорію, особливий тип госпо-

дарювання, де головним суб'єктом є підприємець, який раціонально поєднує (комбінує) фактори виробництва на інноваційній основі та власну відповідальність, організує та керує виробництвом з метою одержання підприємницького доходу [1, с. 86]. Інші вчені трактують підприємництво як сукупність певних атрибутів, ознак. Зокрема, В. Пилипенко, І. Шевель вирізняють такі його чинники: мотив до дії, що є одночасно мотивом збагачення; механізм дії, який спирається на інвестування в певній сфері економічної діяльності; ризик, пов'язаний

із невпевненістю у прийнятих рішеннях [2, с. 12–15]. Науковець Ю. Пачковський розглядає підприємництво як соціальний феномен кумулятивного типу, що створює підґрунтя для поступального розвитку людської цивілізації, з'являється в певний період формування суспільства або його груп і є запорукою їхнього подальшого руху [3, с. 11–12].

Водночас у науковій літературі, на нашу думку, дискусійними є певні положення та тлумачення. По-перше, деякі фахівці підприємницьку діяльність звужують до ініціативної, самостійної діяльності громадян без утворення юридичної особи. Така позиція є помилковою, бо юридичні особи є основними суб'єктами підприємництва, які створюються в різних організаційно-правових формах і здійснюють ініціативну, самостійну діяльність на власний ризик.

По-друге, підприємництво – це будь-яка діяльність, спрямована на отримання прибутку. Наголошуємо, це діяльність не будь-яка, а та, що заснована на національному законодавстві; здійснюється завдяки залученню як власних коштів, так і опосередкованій участі в такій діяльності шляхом вкладення у справу; має на меті отримання підприємницького доходу тощо.

По-третє, підприємництвом називається будь-яка господарська діяльність. Вважаємо, що це не так. Господарська діяльність – це діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, яка спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність [4, с. 208]. Господарська діяльність може бути комерційною та некомерційною.

Проаналізувавши погляди вчених-економістів різних епох щодо розуміння підприємництва, необхідно зазначити таке:

- ✦ характер підприємницької діяльності, етапи її розвитку і впливу на національну економіку країни залежать від об'єктивних умов, які створює суспільство;
- ✦ основними рисами підприємництва вважаються такі: інноваційний характер, ризикованість, оригінальний підхід до ведення справ, самостійність, ініціативність, особиста відповідальність за результати діяльності, орієнтація на одержання прибутку і формування соціальної відповідальності;
- ✦ більшість сучасних досліджень підприємництва присвячено висвітленню проблем зниження підприємницького ризику, а також дослідженню рушійних сил, що спричиняють розвиток підприємництва;
- ✦ підприємництво постійно змінювалося під впливом різних соціально-економічних чинників, формувалися різні види, які мають свої особливості.

Так, залежно від виду діяльності, вирізняють: *виробниче підприємництво* (передбачає виробництво матеріальних благ); *фінансове підприємництво* (діяльність, об'єктом якої є гроші та різноманітні фінансові інструменти, зокрема цінні папери); *інноваційне підпри-*

ємництво (діяльність щодо розробки та впровадження новітніх технологій); *консалтингове підприємництво* (надання зацікавленим особам консультацій, рекомендацій щодо управління суб'єктом господарювання); *віртуальне підприємництво* (діяльність, здійснювана колективом співробітників, які спілкуються винятково електронними засобами, без особистого контакту обмінюються продуктами своєї праці); *торговельне підприємництво* (діяльність щодо купівлі-продажу, перепродажу товарів). Таке підприємництво може здійснювати як на національному, так і на міжнародному рівні. На національному рівні його формує система зовнішньої та внутрішньої торгівлі. Зовнішня торгівля – це торгівля однієї країни з іншими, яка передбачає експорт та імпорту товарів і послуг. У сукупності зовнішня торгівля різних країн утворює міжнародну торгівлю.

На нашу думку, підґрунтям внутрішньої торгівлі логічно вважати територіальний кордон держави, адже це торгівля, що здійснюється в межах державних кордонів країни. Найчастіше в науці внутрішню торгівлю пояснюють, з одного боку, як вид економічної діяльності, з іншого – як цілісну, керовану систему, що складається з пов'язаних між собою підсистем. Загальна характеристика внутрішньої торгівлі як виду діяльності здійснена на основі Національного класифікатора України ДК0009: 2010 (КВЕД-2010), який на рівні своїх розділів відповідає міжнародній класифікації ISIC, на рівні класів – класифікації ЄС NACE. Згідно з КВЕД внутрішня торгівля належить до складу видів діяльності сфери послуг та отримала більш широке тлумачення. Вона визначається як «оптова і роздрібна торгівля; торгівля транспортними засобами, послуги з ремонту». Відповідно до цього виду економічної діяльності увійшли об'єкти, що надають посередницькі послуги, окремі види побутового обслуговування населення та деякі інші [5].

Розвиток внутрішньої торгівлі на засадах комплексного системного підходу пояснюють деякі вітчизняні науковці. Так, автори монографії «Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку» вважають, що внутрішня торгівля набула ознак організованої соціально-економічної системи, де взаємодіють такі специфічні взаємопов'язані структури: організаційна, функціональна, соціальна і територіальна. Ядро системи становлять організаційні елементи у вигляді підприємств торгівлі, організацій та їх об'єднань, товарно-матеріальні, трудові ресурси і грошові засоби [6, с. 10–11].

Пояснюють торгівлю як складну соціально-економічну систему автори монографії «Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку». Основу системи торгівлі становлять організаційні елементи у вигляді підприємств торгівлі, організацій та їх об'єднань, товарно-матеріальні, трудові ресурси та кошти. Іншими ознаками торгівлі як системи є сукупність взаємопов'язаних елементів: інтегративність, еволюційний характер розвитку, цілісність [7, с. 8–9]. На думку М. Барни, система внутрішньої торгівлі є не лише цілісною, а й керованою задля свого подальшого розвитку (отримання корисного результату). Під час формування системи внутрішньої торгівлі набуває пріоритетного значення система управління нею

та виокремлюються інституціонально-трансформаційні чинники. Основними принципами системи внутрішньої торгівлі автор вважає: результативність, що орієнтує внутрішню торгівлю на досягнення ефективності; керуваність, що передбачає необхідність управляти внутрішньою торгівлею; динамічність, що полягає у пристосованості до трансформації зовнішнього та внутрішнього середовищ внутрішньої торгівлі [8, с. 68].

На нашу думку, об'єктивний процес розвитку внутрішньої торгівлі зумовлює використання системного підходу до її сутності. Внутрішня торгівля як підсистема національної економіки формується сукупністю відповідних елементів – суб'єктів підприємництва (підприємствами різної організаційно-правової форми та величини), їх об'єднаннями, органами управління та регулювання (регіональними та центральними органами виконавчої та законодавчої влади), які перебувають у взаємозв'язку.

Підприємництво в системі внутрішньої торгівлі є складним і багаторівневим. Характер функціонування детермінується особливостями його внутрішньої природи. З одного боку, йому властиві ознаки, які притаманні підприємництву загалом (самостійність, ініціативність), а також ознаки, що характеризують лише підприємництво в системі внутрішньої торгівлі, зумовлені високою динамічністю торговельної діяльності, різноманітністю організаційно-правових форм функціонування.

По-перше, однією з найважливіших ознак підприємництва є *ризиковість*. Без ризику підприємництва не буває. Ризиковість є визначальною рисою кожного виду підприємництва, оскільки навіть у словнику В. Даля термін «ризикувати» тлумачиться як «підприємливість» [9, с. 96]. Ризиковість є ознакою підприємництва в системі внутрішньої торгівлі – може виникати під час постачання товарів для продажу, а також при отриманні товарів для реалізації кінцевим споживачам.

По-друге, підприємництво в системі внутрішньої торгівлі характеризується *легітимністю*. Тобто мають функціонувати такі суб'єкти, які дозволені законодавчими нормами, створені як суб'єкти господарювання, що накладає на них певні зобов'язання, зокрема, податкові. Суб'єкти підприємництва в системі внутрішньої торгівлі перебувають у взаємозв'язку й утворюють певну цілісність та єдність. Це суб'єкти роздрібної та оптової торгівлі, суб'єкти торгового посередництва, які представлені різними організаційно-правовими формами – приватні, колективні, комунальні, акціонерні, товариства з обмеженою відповідальністю тощо.

По-третє, продаж товарів чи послуг в ідеальному варіанті має приносити вигоду найбільшій кількості зацікавлених осіб. Але природно й те, що інтереси і вигоди кожної із сторін можуть різнитися за змістом та величиною, однак має підтримуватися баланс інтересів усіх сторін. Це є запорукою успіху та особливістю будь-якого підприємництва і, зокрема, підприємництва у сфері внутрішньої торгівлі.

По-четверте, важливою особливістю є *гнучкість* суб'єктів підприємництва в системі внутрішньої торгів-

лі, що виявляється в їхній спроможності до своєчасних змін з метою швидкої адаптації до потреб ринку. Ця ознака набула особливого значення в сучасних умовах унаслідок швидкої індивідуалізації та диференціації, зростання асортименту товарів, швидкого реагування на зміни кон'юнктури ринку. Як результат – підприємництво в системі внутрішньої торгівлі характеризується *інноваційністю* – запровадженням нових технологій, методів чи способів реалізації товарів.

П'яте – *мобільність* суб'єктів підприємництва в системі внутрішньої торгівлі. Без особливих труднощів такі суб'єкти створюються як у великих, так і в малих та середніх містах і селах. Їм притаманні: висока маневреність, готовність до виправданого комерційного ризику. Розвиток торговельної мережі позитивно впливає на економічне становище та соціальне середовище, особливо в невеликих містах та селах – у короткі строки створюються нові робочі місця, краще використовуються трудові та сировинні ресурси.

Однією з ознак підприємництва в системі внутрішньої торгівлі є його високий рівень інформованості. Це зумовлено тим, що, працюючи на внутрішньому ринку, суб'єкти підприємництва наближені до свого постачальника та клієнта, тому мають можливість швидко реагувати на будь-яку зміну, зокрема законодавчу чи в потребах та смаках, визначати свої конкурентні переваги в боротьбі за споживача.

Отже, підприємництву в системі внутрішньої торгівлі притаманна сукупність ознак, які формують його економічний зміст і зумовлюють функціональну роль та місце в ринковій економіці. Виокремимо, на наш погляд, головні соціально-економічні функції підприємництва у сфері внутрішньої торгівлі:

1. *Ефективне управління економічними ресурсами, які перебувають у розпорядженні суб'єкта підприємництва*. Оптиміальне комбінування факторів виробництва сприяє найбільш ефективному використанню економічних ресурсів – матеріальних, фінансових, трудових, інтелектуальних тощо. Якщо дану функцію підприємств не виконує, він характеризується як банкрут.

2. *Формування ВВП країни, визначення масштабів та темпів економічного зростання*. Традиційно рушійною силою розвитку національної економіки вважається виробництво. Однак, визначаючи значущість виробничої сфери, не варто применшувати роль внутрішньої торгівлі, завдяки якій створюється значна частка ВВП країни: у 2015 р. вона становила 13,8%, у 2014 р. – 14,2%; у 2013 р. – 12%; у 2012 р. – 11,8%; у 2010 р. – 11,3% [11; 12, с. 6].

3. *Створення соціального захисту та соціальної допомоги*. Активний розвиток підприємництва в системі внутрішньої торгівлі сприяє, з одного боку, зростанню кількості робочих місць, з іншого – збільшенню податкових надходжень, частина яких спрямовується на здійснення соціальних виплат.

4. *Забезпечення мінливих та зростаючих потреб споживачів, підприємців, товаровиробників у товарах і послугах (продукти харчування, непродовольчі товари, послуги тощо)*. Підприємства сфери внутрішньої торг-

гівлі задовольняють особисті та колективні, виробничі потреби в товарах відповідно до обсягів і структури платоспроможного попиту як населення, так і товаровиробників. З іншого боку, забезпечують створення прибутку виробникам товарів. Задовольняючи існуючий попит споживачів унаслідок реалізації товарів, вивчають нові споживачькі потреби та запити.

5. *Налагодження господарських зв'язків між регіонами країни та між галузями народного господарства.* Підприємство сфери внутрішньої торгівлі підтримує їх функціонування та розвиток, зокрема окремих географічних районів та регіонів країни загалом, активізує і розширює обмін, посилює розподіл праці, стимулює процес створення найбільш ефективних організаційно-правових структур із сучасними методами і формами управління. Здійснюючи торговельні операції всередині країни, підприємства ефективно використовують наявні ресурси, переймають сучасний досвід організації та управління господарською діяльністю.

6. *Організація постачання товарів від виробника до споживача посередництвом купівлі-продажу.* Суб'єкти підприємства системи внутрішньої торгівлі організують масове переміщення товарів від виробників до споживачів. Це, з одного боку, дає можливість виробнику раціонально розподілити виготовлені товари та досягнути відповідного рівня прибутковості. З іншого боку, суб'єкти внутрішнього торговельного підприємства, максимально зберігаючи споживчі властивості товарів, пропонують їх споживачам.

Узагальнюючи наукові доробки з питань методології підприємництва, вважаємо, що підприємництво в системі внутрішньої торгівлі – це ризиківана, ініціативна, легітимна діяльність, спрямована на отримання прибутку за результатами купівлі, продажу товарів усередині країни. Це сукупність тих суб'єктів господарювання (юридичних осіб або фізичних осіб – підприємців), які зареєстровані в установленому законом порядку, є гнучкими, мобільними та характеризуються високим рівнем інформованості.

Доповнює розуміння підприємництва системи внутрішньої торгівлі класифікація його суб'єктів. Класифікація визначається різними чинниками, зокрема типом власності, кількістю власників і чисельністю працюючих, характером і складом суб'єктів діяльності, організаційною формою, масштабами діяльності тощо. Наведені класифікаційні ознаки характеризують як підприємство загалом, так і підприємство в системі внутрішньої торгівлі зокрема. За класифікаційною ознакою моделі підприємства виділимо:

- ✦ *класичну модель підприємництва в системі внутрішньої торгівлі, яка незмінно орієнтується на традиційне використання наявних ресурсів та технологій. Її основний економічний мотив – одержання підприємницького доходу за результатами продажу товарів у визначений відомий спосіб – через роздрібну торговельну мережу (традиційні магазини різного розміру) або суб'єкти оптової торгівлі;*

- ✦ *інноваційну модель підприємництва в системі внутрішньої торгівлі, яка передбачає активне використання переважно інноваційних організаційно-управлінських, техніко-технологічних і соціально-економічних рішень у сфері внутрішньої торгівлі. Ця модель відрізняється від класичної тим, що спрямована на просування товарів різного призначення новітніми способами із застосуванням сучасних технологій та інновацій. Їх ознака – значна частка інвестицій у нові сучасні торговельні формати, використання сучасних інформаційних технологій як засобу підтримки процесу продажу та управління продажем.*

За формою торгівлі виокремимо: підприємство у сфері роздрібної торгівлі; підприємство у сфері оптової торгівлі; посередництво у сфері внутрішньої торгівлі.

У вітчизняній науці існує й інша класифікація видів торговельного підприємства: підприємство у сфері роздрібної торгівлі, підприємство у сфері оптової торгівлі, підприємство у сфері оптово-роздрібної торгівлі [10, с. 29–44]. Ми вважаємо, що посередництво в системі внутрішньої торгівлі є підприємництвом, що характеризується певними ознаками.

Підприємство у сфері роздрібної торгівлі – це підприємницька діяльність з купівлі-продажу товарів та послуг безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їхнього особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків. Згідно з чинним законодавством підприємство у сфері роздрібної торгівлі представлено: магазинами, павільйонами, кіосками, ятками, палатками, лотками, наметами, складами товарними, крамницями-складами, магазинами-складами. Найбільш поширеними суб'єктами роздрібного торговельного підприємства є магазини. Спеціалізовані магазини реалізують товари однієї конкретної товарної групи (одяг, взуття, меблі, господарські товари, електротовари, кондитерські вироби тощо). Вузькоспеціалізовані магазини продають товари, що становлять частину товарної групи або підгрупи. Комбіновані магазини реалізують товари декількох груп або підгруп, що відображають спільність попиту, а також задовольняють потреби відповідного кола споживачів. Змішані магазини продають товари різних груп (як продовольчі, так і непродовольчі), що не утворюють спеціалізовані секції.

Набувають поширення неформальні інтегровані об'єднання – торговельні мережі – складна організаційна структура здійснення підприємства в системі внутрішньої торгівлі, утворена внаслідок горизонтальної та вертикальної інтеграції торговельних об'єктів. На кінець 1990-х – початок 2000-х років припадає розвиток торговельних мереж. Переважна більшість таких мереж корпоративні, що сформувалися на ринку роздрібної торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами. Набувають свого розвитку, але меншими темпами, і договірні торговельні мережі, які формуються на засадах франчайзингу. Новими для вітчизняної внутрішньої

торгівлі, але достатньо перспективними, є партнерські мережі.

Підприємництво у сфері оптової торгівлі виконує роль організатора ринку, збалансовуючи інтереси його учасників. Це діяльність, яка, з одного боку, спрямована на активну купівлю-продаж товарів вітчизняних та іноземних товаровиробників, з іншого – забезпечує роздрібну торгівлю необхідним асортиментом товарів. Основним суб'єктом для сфери оптової торгівлі є оптова база. Бази можуть бути: оптово-збутовими, оптово-закупівельними, вихідними, оптово-торговельними. Організаційно-правова форма такого суб'єкта – спільне підприємство, акціонерне підприємство. Для оптової торгівлі можуть використовуватися спеціально пристосовані приміщення для зберігання товарних запасів і формування асортименту товарів.

Посередництво у сфері внутрішньої торгівлі – ініціативна самостійна діяльність щодо купівлі-продажу товарів та встановлення комерційних зв'язків від імені або за дорученням третьої сторони. У Господарському кодексі України визначено, що господарсько-торговельна діяльність може здійснюватися суб'єктами господарювання в різних формах, зокрема як комерційне посередництво у здійсненні торговельної діяльності [13].

На нашу думку, основне завдання посередництва в системі внутрішньої торгівлі – підвищити рівень ефективності роботи виробника шляхом передання посереднику функцій щодо просування товарів до споживачів. Окрім цього, використання посередника у взаємовідносинах між виробником і споживачем суттєво зменшує період оборотності капіталу, а отже, підвищує прибутковість виробництва. Це особливий вид підприємницької діяльності у сфері товарного обігу, що забезпечує виконання таких операцій: купівлі-продажу, комісійних, брокерських, біржових тощо. В Україні посередництво у сфері внутрішньої торгівлі представлене гуртовими посередниками, брокерськими конторами, дистриб'юторами, консигнаційними фірмами.

Запропоновані автором основні характеристики підприємництва в системі внутрішньої торгівлі графічно зображені на *рис. 1*.

ВИСНОВКИ

Отже, теоретичні підходи до сутності підприємництва в системі внутрішньої торгівлі дають змогу розширювати горизонти української науки. Підприємництво у сфері внутрішньої торгівлі виконує важливу економічну, соціальну функцію, що стосується не лише розвинутої ринкової економіки, а й трансформаційних господарських систем. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. посіб. Київ: Знання-Прес, 2006. 350 с.

2. Пилипенко В., Шевель І. Соціологія підприємництва. Київ: Європа, 1997. 104 с.

3. Пачковський Ю. Ф. Підприємництво як предмет соціологічного дослідження (діяльнісно-поведінковий аспект): автореф. дис. ... д-ра соціол. наук: 22.00.04. Київ, 2004. 32 с.

4. Колісник Г. М. Сутність суб'єктів та видів господарської діяльності. *Науковий вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 5. С. 207–214.

5. Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики «Національний класифікатор України: класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010» від 11.10.201 р. № 457. URL: <http://legal.com.ua/document/kodeks/0CH56CH42457609-10.html>

6. Копич І. М., Нестуля О. О. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку: монографія. Львів: Новий Світ-2000, 2014. 565 с.

7. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку: монографія/за ред. О. О. Шубіна, Я. А. Гончарука. Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. 404 с.

8. Барна М. Ю. Теоретичні аспекти формування системи внутрішньої торгівлі. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2013. № 6. С. 66–71.

9. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. 1981. Т. 4. С. 96.

10. Торговельне підприємництво: теорія та практика: монографія/за ред. Л. О. Лігоненко. К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2012. 304 с.

11. Виробництво та розподіл валового внутрішнього продукту за видами економічної діяльності за 2010–2013 рр., 2014 р. URL: <https://ukrstat.org/uk/Noviny>

ПІДПРИЄМНИЦТВО В СИСТЕМІ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ	
<i>це:</i>	– ризикована, ініціативна, легітимна діяльність, спрямована на отримання прибутку за результатами купівлі, продажу, перепродажу товарів усередині країни; – сукупність тих суб'єктів господарювання (юридичних осіб або фізичних осіб – підприємців), які зареєстровані в установленому законом порядку, здійснюють продаж товарів та послуг задля вигоди заінтересованих осіб і отримання прибутку, є гнучкими, мобільними та характеризуються високим рівнем інформованості
<i>характеризується:</i>	ризиковістю, легітимністю, гнучкістю, мобільністю, високим рівнем інформованості
<i>формує:</i>	– ВВП країни; – соціальний захист;
<i>забезпечує:</i>	– зростаючі потреби споживачів; – ефективне управління економічними ресурсами;
<i>охоплює:</i>	– підприємництво у сфері роздрібної торгівлі; – підприємництво у сфері оптової торгівлі; – посередництво у сфері внутрішньої торгівлі

Рис. 1. Характеристика підприємництва у системі внутрішньої торгівлі

12. Національні рахунки України за 2015 рік: статистичний бюлетень. Київ, 2016. 23 с.

13. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

REFERENCES

Barna, M. Yu. "Teoretychni aspekty formuvannia systemy vnutrishnoyi torhivli" [Theoretical aspects of formation of the system of internal trade]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, no. 6 (2013): 66-71.

Dal, V. *Tolkovyyslovarzhivogo velikoruskogo yazyka* [Explanatory dictionary of the living great Russian language]. Vol. 4. 1981.

Kolisnyk, H. M. "Sutnist subiektiv ta vydiv hospodarskoi diialnosti" [The essence of the subjects and types of economic activity]. *Naukovyi visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 5 (2010): 207-214.

Kopych, I. M., and Nestulia, O. O. *Vnutrishnia torhivlia Ukrainy: problemy i perspektyvy rozvytku* [The internal trade of Ukraine: problems and prospects]. Lviv: Novyi Svit-2000, 2014.

[Legal Act of Ukraine] (2010). <http://legal.com.ua/document/kodeks/0CH56CH42457609-10.html>

[Legal Act of Ukraine] (2003). <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

Natsionalni rakhunky Ukrainy za 2015 rik [National accounts of Ukraine for 2015]. Kyiv, 2016.

Pylypenko, V., and Shevel, I. *Sotsiologhiia pidpriemnytstva* [Sociology of entrepreneurship]. Kyiv: Yevropa, 1997.

Pachkovskiy, Yu. F. "Pidpriemnytstvo yak predmet sotsiopsykholohichnoho doslidzhennia (diialnisno-povedinkovy aspekt)" [Entrepreneurship as a subject of sociopsychological study (action-behavioural aspect)]. *Avtoref. dys. ... d-ra sotsiol. nauk: 22.00.04*, 2004.

Torhovelne pidpriemnytstvo: teoriia ta praktyka [Trade entrepreneurship: theory and practice]. Kyiv: KNTEU, 2012.

"Vyrobnnytstvo ta rozpodil valovoho vnutrishnyoho produktu za vydamy ekonomichnoi diialnosti za 2010-2013 rr." [Production and distribution of gross domestic product by kinds of economic activities for 2010-2013]. <https://ukrstat.org/uk/Noviny>

Vnutrishnia torhivlia: rehionalni aspekty rozvytku [Internal trade: regional aspects of development]. Donetsk: DonNUET, 2007.

Varnalii, Z. S. *Osnovy pidpriemnytstva* [Fundamentals of entrepreneurship]. Kyiv: Znannia-Pres, 2006.