

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІНСТИТУЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

© 2016 ЛУПАК Р. Л., ХОМИЦЬКИЙ А. І., НАДІЛЬНИЙ О. М.

УДК 658.86+339.33

Лупак Р. Л., Хомицький А. І., Надільний О. М.

Методичні основи формування та реалізації інституційно-економічного механізму функціонування підприємств оптової торгівлі

Мета статті полягає у науковому обґрунтуванні теоретико-методичних засад формування та реалізації інституційно-економічного механізму функціонування підприємств оптової торгівлі. У результаті дослідження узагальнено теоретико-методичні основи поняття «механізм» безпосередньо в оптовій торгівлі та зроблено висновки, що в науковій літературі немає єдиного його трактування. Виявлено найбільш поширені в економічній теорії та господарській практиці підприємств сфери оптової торгівлі види механізмів і розкрито їх сутність відносно функціональної спрямованості. Наведено концептуальну побудову інституційно-економічного механізму функціонування підприємства оптової торгівлі, який враховує комплексний характер торговельно-посередницьких відносин, їх особливості стосовно сфер виробництва, обміну, розподілу та споживання, та визначено сутність елементів механізму, взаємозв'язки між ними, послідовність реалізації, зворотний зв'язок. Встановлено, що головною рушійною силою інституційно-економічного механізму функціонування підприємств оптової торгівлі є суб'єкти, які діють залежно від власних мотивів. За суб'єктивним складом визначено економічні й інституційні мотиви. З огляду на склад та мотиви суб'єктів обрано об'єкти інституційно-економічного механізму, які розподілено на групи, що формують економічні стимули та створюють інституційний базис функціонування підприємств оптової торгівлі. Для забезпечення результативності інституційно-економічного механізму виокремлено функціональні блоки, у яких обґрунтовано його мету та завдання (стратегічно-управлінський), функції, методи та заходи (операційний блок), сфери взаємовпливу (блок взаємодії).

Ключові слова: підприємство оптової торгівлі, інституційно-економічний механізм, функціонування, формування, реалізація.

Рис.: 1. Бібл.: 10.

Лупак Руслан Любомирович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет (вул. Туган-Барановського, 10, Львів, 79005, Україна)

E-mail: economist_555@mail.ru

Хомицький Андрій Іванович – асистент, кафедра економіки, Львівський торговельно-економічний університет (вул. Туган-Барановського, 10, Львів, 79005, Україна)

E-mail: adorosh@ukr.net

Надільний Олег Михайлович – магістрант, Львівський торговельно-економічний університет (вул. Туган-Барановського, 10, Львів, 79005, Україна)

E-mail: olegn21@ukr.net

УДК 658.86+339.33

UDC 658.86+339.33

Лупак Р. Л., Хомицький А. І., Надельный О. М. Методические основы формирования и реализации институционально-экономического механизма функционирования предприятий оптовой торговли

Lupak R. L., Khomytskyi A. I., Nadilnyy O. M. Methodological Bases of Forming and Implementing the Institutional and Economic Mechanism of Wholesale Enterprise Operation

Цель статьи заключается в научном обосновании теоретико-методических основ формирования и реализации институционально-экономического механизма функционирования предприятий оптовой торговли. В результате исследования обобщены теоретико-методические основы понятия «механизм» непосредственно в оптовой торговле, и сделаны выводы, что в научной литературе нет единого его толкования. Выявлены наиболее распространенные в экономической теории и хозяйственной практике предприятий сферы оптовой торговли виды механизмов, и раскрыта их сущность относительно функциональной направленности. Представлено концептуальное построение институционально-экономического механизма функционирования предприятия оптовой торговли, который учитывает комплексный характер торгово-посреднических отношений, их особенности в отношении сфер производства, обмена, распределения и потребления, а также определена сущность элементов механизма, взаимосвязи между ними, последовательность реализации, обратная связь. Установлено, что главной движущей силой институционально-экономического механизма функционирования предприятий оптовой торговли являются субъекты, действующие в зависимости от собственных мотивов. По субъективному составу определены экономи-

The aim of the article is providing the scientific rationale for theoretical and methodological bases of forming and implementing the institutional and economic mechanism of wholesale enterprise operation. As a result of the study there generalized theoretical and methodical bases of the concept of «mechanism» with respect to wholesale trade, and it is concluded that scientific literature does not present its uniform interpretation. The most common in the economic theory and practice of wholesale enterprises types of mechanisms are identified, and their essence in terms of functional orientation is revealed. There presented a conceptual structure of the institutional and economic mechanism of wholesale enterprise operation taking into account the complex nature of trade and intermediary relationships, their peculiarities concerning production areas, exchange, distribution and consumption. The essence of the mechanism elements, relationships between them, the implementation sequence and feedback are defined as well. It was found that the main driving force of the institutional and economic mechanism of wholesale enterprise operation is subjects that operate depending on their own motives. According to the subject composition, economic and institutional motives are determined. With consideration to the composition and motives of the subjects, there defined objects of the institutional and economic mechanism, which are divided into

ческие и институциональные мотивы. Учитывая состав и мотивы субъектов, определены объекты институционально-экономического механизма, которые распределены на группы, формирующие экономические стимулы и создающие институциональный базис функционирования предприятий оптовой торговли. Для обеспечения результативности институционально-экономического механизма выделены функциональные блоки, в которых обоснованы его цели и задачи (стратегически-управленческий), функции, методы и мероприятия (операционный блок), сферы взаимовлияния (блок взаимодействия).

Ключевые слова: предприятие оптовой торговли, институционально-экономический механизм, функционирование, формирование, реализация.

Рис.: 1. Библ.: 10.

Лупак Руслан Любомирович – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики, Львовский торгово-экономический университет (ул. Туган-Барановского, 10, Львов, 79005, Украина)

E-mail: economist_555@mail.ru

Хомицкий Андрей Иванович – ассистент, кафедра экономики, Львовский торгово-экономический университет (ул. Туган-Барановского, 10, Львов, 79005, Украина)

E-mail: adorosh@ukr.net

Надельный Олег Михайлович – магистрант, Львовский торгово-экономический университет (ул. Туган-Барановского, 10, Львов, 79005, Украина)

E-mail: olegn21@ukr.net

Вступ. Еволюційно сформувалося та підтвердилося господарською практикою те, що підприємства оптової торгівлі, утворюючи окремих сектор сфери товарного обігу, є його невід'ємним елементом і виконують власну специфічну та важливу роль у функціонуванні системи національного господарства. Вони як доповнюють роздрібну торгівлю та прямий продаж товарів виробником в процесі їх просування до кінцевого споживача, так і виконують низку функцій і завдань, що для роздрібно торгівлі, АПК чи промислового виробництва не властиві або економічно менш вигідні й ірраціональні. У цьому значною мірою проявляються особливості підприємств оптової торгівлі.

Роль підприємств оптової торгівлі актуалізується здебільшого в умовах нарощування критичних деформацій та диспропорцій функціонування внутрішньої торгівлі, зниження її як економічної, так і соціальної ефективності. Таким чином, активізація діяльності оптових підприємств дозволяє ініціювати та забезпечити необхідні інституціональні зміни та структурні реформи в галузі торгівлі. Але для цього слід усвідомлювати елементний склад, чинники та засоби формування і реалізації відповідного інституційно-економічного механізму ефективного функціонування підприємств оптової торгівлі.

Функціонування підприємств оптової торгівлі, так само, як і виконання ними важливих соціально-економічних функцій та завдань, має бути процесом, який ретельно планується та керується. Більше того, сучасні підходи до організації бізнес-процесів та управління ними схиляються до тенденції, за якої вони стандартизуються та уніфікуються. Тобто чітко ідентифікуються елементи системи, взаємозв'язки між ними, визначаються функції,

groups comprising those that form economic incentives and the ones that create an institutional basis for wholesale enterprise operation. To ensure effectiveness of the institutional and economic mechanism, there singled out functional blocks that justify its goals and objectives (strategic and managerial block); functions, methods, and measures (operational block); spheres of mutual influence (block of interaction).

Keywords: wholesale enterprise, institutional and economic mechanism, operation, formation, implementation.

Fig.: 1. Bibl.: 10.

Lupak Ruslan L. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Lviv University of Trade and Economics (10 Tuhun-Baranovskoho Str., Lviv, 79005, Ukraine)

E-mail: economist_555@mail.ru

Khomytskyi Andriy I. – Assistant, Department of Economics, Lviv University of Trade and Economics (10 Tuhun-Baranovskoho Str., Lviv, 79005, Ukraine)

E-mail: adorosh@ukr.net

Nadilnuy Oleg M. – Graduate Student, Lviv University of Trade and Economics (10 Tuhun-Baranovskoho Str., Lviv, 79005, Ukraine)

E-mail: olegn21@ukr.net

завдання та дії, які мають виконувати суб'єкти управління у певній послідовності чи згідно з наперед заданим алгоритмом.

Йдеться про інституційно-економічний механізм функціонування як, з одного боку, щось менше, ніж стандартизована система, але з іншого – більш досконале, оскільки не лише визначає порядок здійснення тих чи інших організаційних і управлінських заходів, але й ініціює і постійно забезпечує перетворення руху одного або декількох елементів системи у потрібний рух інших складових. Інституційно-економічний механізм також покликаний забезпечити сукупність форм і методів формування та використання ресурсного забезпечення оптового підприємства з метою створення доданої вартості та кінцевого продукту, здатного задовольнити потреби інших суб'єктів, у тому числі державних структур, суб'єктів господарювання інших видів економічної діяльності та населення. Ефективне застосування інституційно-економічного механізму, власне, і застосовується з метою створення сприятливих умов для економічного і соціального розвитку підприємства оптової торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти функціонування оптової торгівлі та діяльності оптових підприємств знайшли висвітлення у наукових працях таких провідних вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, як В. Апопія, Л. Балабанової, І. Бланка, М. Виноградського, Н. Власової, А. Войчака, Н. Голошубової, В. Даненбурга, Ж. Жале, С. Загладіної, Ф. Котлера, А. Кріє, А. Мазаракі, Р. Монкріфа, В. Тейлора, Ч. Фатрела, Т. Хопкінса. Проте недостатньо обґрунтованими залишаються питання концептуальної побудови інституційно-економічного механізму функціонування підприємств

оптової торгівлі, що враховує особливості цього виду бізнесу та відображає його внутрішні елементи, взаємозв'язки між ними, послідовність реалізації, зворотний зв'язок.

Метою статті є наукове обґрунтування теоретико-методичних засад формування та реалізації інституційно-економічного механізму функціонування підприємств оптової торгівлі.

З урахуванням визначеної мети в статті поставлено і вирішено такі завдання: узагальнити теоретико-методичні основи поняття «механізм» безпосередньо в оптовій торгівлі; виявити найбільш поширені в економічній теорії та господарській практиці сфери оптової торгівлі види механізмів; представити концептуальну побудову інституційно-економічного механізму функціонування підприємства оптової торгівлі та визначити сутність його елементів, взаємозв'язки між ними, послідовність реалізації, зворотний зв'язок.

Виклад основного матеріалу. За результатами узагальнення теоретико-методичних основ поняття «механізм» безпосередньо в оптовій торгівлі є підстави зробити висновки, що в науковій літературі немає єдиного його трактування. Так, науковцями механізм оптової торговельної діяльності розглядається як: комплекс взаємопов'язаних бізнес-процесів, які здійснюються у певній послідовності і у своїй сукупності складають цей вид діяльності [8, с. 7]; сукупність взаємозв'язків між товарною, фінансово-економічною, ціною, закупівельною, збутовою, інвестиційною, комунікаційною, кадровою та організаційною політиками підприємства [10, с. 13–14]; група макро- та мікроекономічних функцій оптової торгівлі [2, с. 14–15]; сукупність засобів забезпечення ефективності торговельної діяльності в міру поглиблення ринкових процесів та розширення організаційно-економічної, соціальної, технологічної функцій оптової торгівлі [1, с. 8].

В науковій, зокрема економічній, літературі широко наведено й класифікацію різних типів і видів механізмів. Передусім вони поділяються за функціональною спрямованістю, термінами і періодами реалізації та очікуваними результатами, суб'єктами, чинниками та визначальними ресурсами і важелями тощо. Для досягнення тих чи інших цілей здійснюється обрання певної сукупності механізмів. Надалі визначається їх структура, якісне наповнення і здійснюється реалізація. Проте найбільшого поширення як в економічній теорії, так і в господарській практиці набуло застосування механізмів за функціональною спрямованістю. Так, відомі економічний, господарський, організаційний, інституційний, суспільно-психологічний, соціальний, інвестиційно-інноваційний, макроекономічний та ін. механізми, які достатньо широко застосовуються в різних сферах і рівнях управління.

Що стосується безпосередньо сфери оптової торгівлі, то тут найбільш часто застосовуються організаційно-економічний, інституційний, інвестиційний, інноваційний, фінансовий, маркетинговий механізми. Так, використання підприємствами оптової торгівлі організаційно-економічного механізму засноване на взаємодії структурних елементів (інструментів, засобів і спрямованості напрямів впливу) та системі організаційних форм, економічних важелів і регуляторів, правових норм, що забезпечує ефективний розвиток і функціонування [8, с. 14–15].

Часто в науковій літературі наголошується, що становлення оптової торгівлі як ефективної складової внутрішньої торгівлі ускладнене наявністю проблем емпіричного характеру. Ми поділяємо думку, обґрунтовану у праці [7, с. 54–55], що сукупність проблем ефективного функціонування підприємства оптової торгівлі формують складові його господарського механізму. Таким чином, застосування господарського механізму спрямоване на підсилення ролі оптової торгівлі у сфері товарного обігу та, відповідно, підвищення ефективності виконання основних її функцій.

Для збереження стабільності та зростання фінансово-економічних результатів підприємства оптової торгівлі перебувають у постійному пошуку нових джерел фінансового забезпечення та залучення капіталу. А це є головною метою реалізації інвестиційного механізму [4, с. 100–103; 5, с. 26–27]. На нашу думку, концептуальною характеристикою інвестиційного механізму у сфері оптової торгівлі слід вважати підвищення ефективності закупівельно-збутових і складських операцій, що в подальшому може активізувати комерційні зв'язки між сферами виробництва і споживання.

Об'єктивно, що інвестиційна підтримка стосується інноваційного розвитку суб'єкта господарювання, а отже, і виникає потреба у відповідному механізмі. У сфері оптової торгівлі формування та реалізація інноваційного механізму відбувається за комбінаційною схемою, в якій інвестиційні ресурси забезпечують впровадження нововведень в усі сфери діяльності та бізнес-процеси. Вважаємо, що інноваційна діяльність є ефективною за умови системного впровадження нової бізнес-моделі, яка передбачатиме формування комбінаційних зв'язків між усіма напрямками функціонування підприємства.

Оскільки значну частину операцій підприємств оптової торгівлі займають операції матеріально-технічного постачання та збуту товарів, що безперервно супроводжуються фінансовими потоками, то важливе місце у їх функціонуванні відноситься до фінансового механізму. Окрім того, науковці притримуються думки, що фінансовий механізм у сфері оптової торгівлі повинен бути структурованим згідно з макро- та мікрорівнями функціонування підприємства; характеризувати процеси управління дебіторською та кредиторською заборгованістю, яка формується на етапах закупівель і збуту товарів [3, с. 198–200].

В багатьох наукових працях, зокрема [6, с. 134–135; 9, с. 10–18; 10, с. 12–20], наголошується, що ефективність діяльності будь-яких підприємств, в тому числі й оптових, значною мірою визначається функціонуванням маркетингової системи, а отже, і механізму, що забезпечує її результативність. Так, згідно з маркетинговим механізмом діяльність підприємства оптової торгівлі спрямована на створення позитивного іміджу у суспільстві, забезпечення та підтримання високого рівня лояльності споживача, налагоджування тісних взаємовигідних партнерських стосунків із державою, громадськістю, підприємствами-конкурентами.

Резюмуючи результати вищевказаного, визначимо аргументи на користь доцільності та переваг побудови господарського механізму управління функціонуванням підприємств оптової торгівлі на основі його інституційної та економічної компонент.

Інституційна складова механізму управління функціонування підприємства має своє особливе призначення в оптовій торгівлі. Тут важливі завдання відводяться організації складського та транспортного господарства, товароруку, а також відповідному юридичному оформленню взаємозв'язків і відносин. Отже, інституційно-організаційний та інституційно-правовий аспекти – одні з найбільш визначальних в оптовій торгівлі порівняно з іншими видами економічної діяльності.

Від інституційної не відстає й економічна компонента механізму. Це, з одного боку, такі спільні для різних видів бізнесу положення, як забезпечення мотивації усіх суб'єктів управління, залучення ресурсів, досягнення та збереження рівня прийнятної ефективності господарювання, а з іншого – особливості оптової торгівлі, пов'язані з налагодженням взаємовідносин із широким колом контрагентів, постачальників, споживачів, залежність від системи постачання, складування, транспортування товарів, надання супутніх послуг, налагодження контактів і співпраці з обмеженою (порівняно з роздрібною торгівлею) кількістю споживачів.

Звичайно, завдання практичної апробації інституційно-економічного механізму управління функціонування підприємства оптової торгівлі доволі складне, у тому числі через системність і комплексність завдань, які належить вирішити, варіативність відносин з великою чисельністю суб'єктів зовнішнього та внутрішнього середовища, різні обсяги, спеціалізацію та особливості діяльності суб'єктів оптової торгівлі. Передусім слід визначитися з теоретико-методичною основою та концептуальними положеннями відповідного механізму. Це дозволить зрозуміти склад його елементів і взаємозв'язків між ними, послідовність формування та реалізації, місце і роль у більш складному господарському механізмі внутрішнього ринку тощо.

Наведемо на рис. 1 концептуальну побудову інституційно-економічного механізму функціонування підприємства оптової торгівлі, що враховує наведені вище положення, особливості цього виду бізнесу та відображає його внутрішні елементи, взаємозв'язки між ними, послідовність реалізації, зворотний зв'язок. Зокрема, показано, яким чином перетворюється «рух» (мотиви, стимули, інституційні зобов'язання тощо) одних елементів механізму у «діяльність» його інших складових. Також механізм функціонування підприємства не може існувати відособлено від систем (механізмів, порядків, надбудов, конструкцій) вищих рівнів. У такому випадку це сфера торговельно-посередницьких відносин, обміну та торгівлі товарами проміжного споживання та виробничого призначення. Отже, нами відображено головні зв'язки, які забезпечують підприємства оптової торгівлі у системі координат відносин між сферами виробництва, обміну, розподілу та споживання.

Запропонований механізм має яскраво виражені ознаки комплексності в управлінні та, відповідно, забезпеченні ефективності його формування і реалізації. Це підтверджується усвідомленням ролі та включенням до переліку його суб'єктів органів державного управління та інституційних елементів інфраструктури товарного ринку,

що надалі визначило склад об'єктів, параметри стратегічно-управлінського й операційного блоків, зорієнтованість на врахування зовнішніх і внутрішніх чинників, узгодження економічних інтересів функціонування підприємств оптової торгівлі з-поміж засновників і керівників, персоналу, зовнішніх контрагентів, а також доцільність врахування макроекономічного соціально-економічного ефекту.

Відзначимо, що ефективність інституційно-економічного механізму підприємства оптової торгівлі забезпечується суб'єктами, які беруть участь у його розробці, реалізації та діють залежно від покладених на них функцій і власних мотивів. Вважаємо за доцільне виокремити таких суб'єктів, як власники, керівники, персонал, органи державного управління, ринкові та інші інституції. Необхідно зауважити, що при забезпеченні ефективності функціонування підприємства оптової торгівлі кожен із суб'єктів має власні економічні й інституційні мотиви, зокрема: власники (отримання віддачі від вкладеного капіталу, системне регулювання внутрішнього ринку), персонал (збереження зайнятості, покращення умов праці та якості трудового життя, формування розвитку сфери товарного обігу з вбудованими стабілізаторами), органи державного управління (соціально-економічний розвиток галузі, ділова активність населення, швидкість товаропотоків), суб'єкти ринкової інфраструктури, інші інституції (розширення джерел формування капіталу, посилення інтеграційних зв'язків і співробітництва, структурна збалансованість ринку).

З огляду на склад та мотиви суб'єктів, які будуть розробляти та реалізовувати інституційно-економічний механізм, важливо правильно обрати об'єкти, що дозвлять сформувати економічні стимули та створити інституційний базис ефективного функціонування підприємства оптової торгівлі. Так, вважаємо за доцільне виокремити такі об'єкти, як капітал і фінансові результати, матеріальні та нематеріальні активи, фінансово-економічні зв'язки та відносини, товарні запаси, складське, транспортне господарство, що формують економічні стимули й організаційна структура управління та інститути регулювання, формування власності, інститути логістично-постачальницької та транспортної інфраструктури, що створюють інституційний базис.

Одним з головних завдань, що визначається в рамках інституційно-організаційної складової аналізованого механізму функціонування підприємств оптової торгівлі, на наш погляд, є обрання найбільш доречної організаційно-правової форми бізнесу, а також формування раціональної організаційної структури управління ним. Щодо другого, то тут можливе впровадження практично будь-якого типу організаційної структури. Все залежить від розмірів та специфіки ведення оптової торговельної діяльності. Хоча практика доводить про превалювання різного роду дивізіональних підходів, все ж вважаємо, що це справа практики.

З огляду на сукупність суб'єктів, об'єктів і змістовність організаційно-правового базису оптової торговельної діяльності, важливо раціонально визначити мету функціонування підприємств та обрати завдання для її досягнення. Так, враховуючи особливості сфери оптової торгівлі, головною метою їх функціонування слід вважати

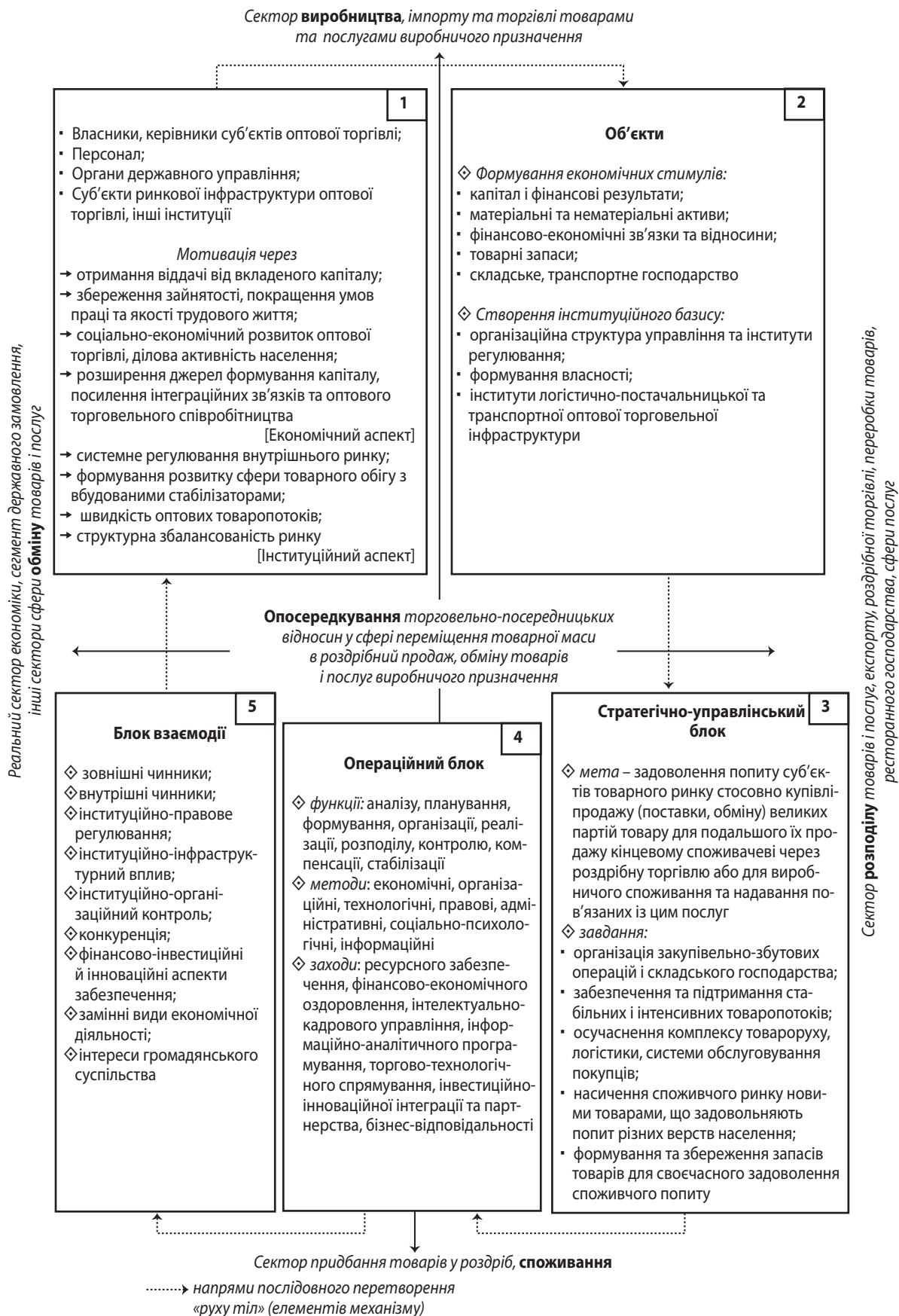


Рис. 1. Інституційно-економічний механізм функціонування підприємств оптової торгівлі

Джерело: сформовано авторами

задоволення попиту суб'єктів товарного ринку стосовно купівлі-продажу (поставки, обміну) великих партій товару для подальшого їх продажу кінцевому споживачеві через роздрібну торгівлю або для виробничого споживання та надавання пов'язаних із цим послуг.

Відповідно до обраної мети до завдань підприємства оптової торгівлі слід віднести: (1) організацію закупівельно-операцій і складського господарства; (2) забезпечення та підтримання стабільних і інтенсивних товаропотоків; (3) осучаснення комплексу товароруку, логістики, системи обслуговування покупців; (4) насичення споживчого ринку новими товарами, що задовольняють попит різних верств населення; (5) формування та збереження запасів товарів для своєчасного задоволення споживчого попиту.

Важливу роль у процесах як формування, так і реалізації інституційно-економічного механізму функціонування підприємств оптової торгівлі, на наш погляд, відводиться такому елементу, як функції. Причому аспект комплексності аналізованого механізму доводить необхідність урахування, а в подальшому – і виконання функцій на макро- і на мікроекономічному рівнях.

Більш того, досягнення результатів оптової торговельної діяльності залежить від методів, які здатні забезпечити та підтримувати прийнятний рівень ефективності функціонування підприємства. Так, вважаємо за доцільне використовувати в управлінні функціонуванням підприємства оптової торгівлі такі методи, як економічні, організаційні, технологічні, правові, адміністративні, соціально-психологічні, інформаційні тощо. Водночас такі методи слід розглядати як базові, що за різних обставин можуть диференціюватись, оновлюватись або втратити на певний час актуальність.

Проте в умовах значних трансформаційних змін на внутрішньому ринку для підприємств оптової торгівлі стає актуально раціонально визначити та реалізувати низку операційних заходів, які дозволять забезпечити реалізацію інституційно-економічного механізму його ефективного функціонування. Так, вважаємо за доцільне у сфері оптової торгівлі підприємствам реалізовувати заходи ресурсного забезпечення, фінансово-економічного оздоровлення, інтелектуально-кадрового управління, інформаційно-аналітичного програмування, торгово-технологічного спрямування, інвестиційно-інноваційної інтеграції та партнерства, бізнес-відповідальності.

Вивчення складу суб'єктів вітчизняної оптової торгівлі засвідчує, що під впливом трансформаційних процесів у галузі торгівлі відбулися помітні зміни у структурі та спеціалізації основних і допоміжних організаційних формувань, зайнятих оптовою торговельною діяльністю та обслуговуванням учасників оптового ринку. Загалом має місце не звичайне екстенсивне розширення переліку учасників оптового ринку, а поглиблення внутрішньовидової спеціалізації у складі оптових торговельних підприємств, посередників, інфраструктурних суб'єктів. Таким чином, ефективність функціонування підприємств оптової торгівлі визначається здатністю взаємодіяти та адаптуватись до зовнішніх і внутрішніх чинників, інституційно-правового регулювання, інституційно-інфраструктурного впливу, інституційно-

організаційного контролю, конкуренції, фінансово-інвестиційного та інноваційного середовища, замінних видів економічної діяльності, інтересів суспільства.

Висновок. Інституційно-економічний механізм покликаний реалізувати економічні, організаційні, мотиваційні, ресурсні та інші завдання, пов'язані зі створенням, становленням, ефективним господарюванням і розвитком підприємств оптової торгівлі, виконанням ними функцій опосередкування відносин з суб'єктами секторів виробництва, обміну, розподілу та споживання в цілях належного функціонування галузі як однієї з ланок просування товарів у сфері товарного обігу. Отже, на різних етапах життєвого циклу підприємства оптової торгівлі інституційно-економічний механізм виконує загалом як спільну, так водночас і специфічну роль, маючи постійний характер.

Крім того, його структура об'єктивно деформується під впливом інституційних чинників, а також ринкових законів, серед яких – мотивація суб'єктів, їх соціально-економічні інтереси, причини поведінки. Таким чином, механізм еволюціонує і потребує належного управління, передусім сфокусованого на збереженні суб'єктно-об'єктного складу, його структури, мети і головних завдань.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабан М. П. Ефективність функціонування та стратегія розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.07.05. Харків, 2004. 20 с.
2. Близнюк О. П. Економіко-організаційний механізм функціонування оптової торгівлі: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.07.05. Харків, 2001. 19 с.
3. Власова Н. О., Носач Л. Л. Управління дебіторською і кредиторською заборгованостями в системі управління підприємствами оптової торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2010. Вип. 1. С. 194–201.
4. Гончаренко М. Л. Особливості реальних інвестицій на підприємствах торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2013. Вип. 2 (1). С. 98–104.
5. Жувагіна І. Концептуальна модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі. *Схід: аналіт.-інформ. журнал*. 2011. № 5 (112). С. 24–30.
6. Жуковські В. Місце і роль оптової торгівлі на основі маркетингу. *Молодь і ринок*. 2014. № 4. С. 133–137.
7. Мамчин М. М., Лозинський В. Т., Прокопенко І. В. Теоретичні засади формування системи оптової торгівлі. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Логістика. 2015. № 833. С. 50–56.
8. Носуліч А. М. Організаційно-економічний механізм оптової торговельної діяльності: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Київ, 2010. 21 с.
9. Трішкіна Н. І. Товарна політика оптового підприємства в системі маркетингу: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01. Київ, 2006. 25 с.
10. Markides C. C. *Game-Changing Strategies: How to Create New Market Space in Established Industries by Breaking the Rules*. San Francisco, USA: Jossey-Bass, 2014.

REFERENCES

- Balaban, M. P. «Efektyvnist funktsionuvannia ta stratehiia rozvytku optovoi torhivli spozhyvchoi kooperatsii» [Efficiency of functioning and development strategy of wholesale trade of consumer cooperation]. *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.07.05, 2004.*
- Blyzniuk, O. P. «Ekonomiko-orhanizatsiinyi mekhanizm funktsionuvannia optovoi torhivli» [Economic-organizing mechanism of the functioning of wholesale trade]. *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.07.05, 2001.*
- Honcharenko, M. L. «Osoblyvosti realnykh investysii na pidpriemstvakh torhivli. Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh» [Features of real investments in the trade. Economic strategy and prospects of development of sphere of trade and services]. , no. 2(1) (2013): 98-104.
- Mamchyn, M. M., Lozynskyyi, V. T., and Prokopenko, I. V. «Teoretychni zasady formuvannia systemy optovoi torhivli» [Theoretical bases of formation of system of wholesale trade]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha». Seriya: Lohistyka*, no. 833 (2015): 50-56.
- Markides, C. C. *Game-Changing Strategies: How to Create New Market Space in Established Industries by Breaking the Rules* San Francisco, USA: Jossey-Bass, 2014.
- Nosulich, A. M. «Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm optovoi torhovelnoi diialnosti» [Organizational-economic mechanism of wholesale trading activities]. *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04, 2010.*
- Trishkina, N. I. «Tovarna polityka optovoho pidpriemstva v systemi marketynhu» [Wholesale commodity policy of the enterprise in the marketing system]. *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.06.01, 2006.*
- Vlasova, N. O., and Nosach, L. L. «Upravlinnia debitorskoiu i kredytorskoiu zaborhovanostiamy v systemi upravlinnia pidpriemstvamy optovoi torhivli» [Management of payables and receivables in the system of management of the enterprises of wholesale trade]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, no. 1 (2010): 194-201.
- Zhukovski, V. «Mistse i rol optovoi torhivli na osnovi marketingu» [The place and role of wholesale trade based on marketing]. *Molod i rynek*, no. 4 (2014): 133-137.
- Zhuvahina, I. «Kontseptualna model otsinky investysiinoho potentsialu pidpriemstva torhivli» [A conceptual model of evaluating the investment potential of a trade enterprise]. *Skhid*, no. 5(112) (2011): 24-30.