

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ ПРИ ФОРМУВАННІ БАГАТОРІВНЕВОЇ СИСТЕМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ МІСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ

Системний підхід – напрям методології досліджень, який полягає в дослідженні об'єкта як цілісної множини елементів в сукупності відношень і зв'язків між ними, тобто розгляд об'єкта як моделі системи. Системний підхід дозволяє дослідити об'єкт як комплекс взаємопов'язаних підсистем.

Система торговельного обслуговування населення складається з оптової та роздрібно-торговельних мереж.

Оптова торгова мережа – це форма економічних зв'язків між підприємствами й організаціями, які здійснюються з метою доведення товарів від підприємства-виробника до роздрібно-торгівлі або підприємств-споживачів.

Роздрібно-торгова мережа – це тип торгівлі товарами, а також виконання послуг, сукупність роздрібних торгових підприємств і торговельних одиниць орієнтованих безпосередньо на покупця.

Оптова та оптово-роздрібно-торговельна мережа поділяється на оптові підприємства національного, міжрегіонального, регіонального та локального значення [3].

Оптові підприємства національного значення – це найбільш потужні за обсягами діяльності або провідні в конкретному сегменті товарного ринку суб'єкти оптової торгівлі, що здійснюють оптові операції купівлі-продажу практично в усіх регіонах держави.

Оптові підприємства міжрегіонального і регіонального рівня характеризуються суттєво меншими масштабами обігу і значно вужчими зонами впливу. Такі суб'єкти оптової торгівлі зорієнтовані на обслуговування виробничих і торговельних (оптових та роздрібних) підприємств кількох суміжних областей (адміністративних районів), поєднаних у територіально-економічному аспекті.

Оптові підприємства локального значення – це переважно невеликі за обсягами оптового обороту склади (товарні склади районних споживчих товариств, склади роздрібних торговельних асоціацій, великих роздрібних торговельних підприємств).

Роздрібно-торгову мережу формують об'єкти, які можна поділити на чотири рівні [2]:

- 1) торговельна мережа міста;
- 2) торговельні комплекси;
- 3) підприємства торгівлі;

4) торговельні точки.

На кожному рівні об'єкт дослідження визначається як система, що має власну ієрархічну структуру, складається з функціонально-просторових елементів, поєднаних системоутворюючими зв'язками на кожному рівні її ієрархічної структури (горизонтальні зв'язки), а також вертикальними зв'язками між верхніми і нижніми рівнями функціонально-просторової ієрархічної структури торгівельної мережі.

Література

1. ДБН В.2.2-23:2009. Будинки і споруди. Підприємства торгівлі.
2. Автореф. дис... канд. архіт.: 18.00.01 / О.Ю.Сазонова; Харків: Хар. держ. ун-т буд-ва і архіт. – 2009. – 19 с. – укр.
3. Автореф. дис... канд. архіт.: 18.00.01 / Л.В.Шлапко; Львів. нац. ун-т «Львівська політехніка». – К., 2016. – 27 с. – укр.
4. Автореф. дис... канд. архіт.: 18.00.02 / Г.В. Кузьміна; Київ. нац. ун-т буд-ва і архіт. – К., 2005. – 20 с. – укр.
5. Лаврик Г.И. Методологические основы районной планировки. Введение в дэмозкологи. Учебник для вузов. / Г.И. Лаврик // Белгород: БГТУ им. В.Ш. Шухова, 2006. – 116 с.