

## ФУНКЦІОНАЛЬНО-КОМПОНЕНТНА СТРУКТУРА СИСТЕМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ

В статті узагальнено понятійно-термінологічний апарат дослідження системи торговельного обслуговування населення; подається авторське визначення поняттю «система торговельного обслуговування населення» на основі концепції соціогеосистеми та системного підходу в суспільній географії; охарактеризована функціонально-компонентна структура системи, що представлена підсистемою роздрібною торгівлі, у яку входять магазини, торговельні комплекси, ринки, напівстаціонарні об'єкти торгівлі, торгівля поза магазинами; підсистемою ресторанного господарства (кафе, бари, ресторани, їдальні тощо) та підсистемою обслуговуючих підприємств (ремонтно-будівельні, фінансово-кредитні, охоронні, транспортні підприємства тощо). Розглянуто авторські класифікації закладів роздрібною торгівлі та ресторанного господарства за різними критеріями: за формою, типом, ступенем сталості місцезнаходження, формам власності, розмірами, періодичності обслуговування, рівнем цін, асортименту продукції, місцезнаходження тощо. Проаналізовано класифікації товарів народного споживання, які також поділяються за різними критеріями: за терміном використання, віковими особливостями споживачів, приналежністю до галузей, частотою попиту, сировинною ознакою, сезонністю тощо. Досліджено технологічну схему задоволення соціальних потреб через систему торговельного обслуговування населення на основі моделі соціоактогенезу, яка складається з чотирьох послідовних стадій: усвідомлення суспільної потреби, створення системи цілей, формування виконавчої системи та отримання результату.

**Ключові слова:** система торговельного обслуговування населення, функціонально-компонентна структура, роздрібна торгівля, ресторанне господарство, заклад, потреби, товари, соціоактогенез.

**П. А. Кобилин. ФУНКЦИОНАЛЬНО-КОМПОНЕНТНАЯ СТРУКТУРА СИСТЕМЫ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ.** В статье обобщен понятийно-терминологический аппарат исследования системы торгового обслуживания населения, подается авторское определение понятию «система торгового обслуживания населения» на основе концепции соціогеосистемы и системного подхода в общественной географии, охарактеризована функционально-компонентная структура системы, представленная подсистемой розничной торговли, в которую входят магазины, торговые комплексы, рынки, полустационарные объекты торговли, торговля вне магазинов; подсистемой ресторанного хозяйства (кафе, бари, рестораны, столовые и т.п.) и подсистемой обслуживающих предприятий (ремонтно-строительные, финансово-кредитные, охранные, транспортные предприятия и т.д.). Рассмотрены авторские классификации заведений розничной торговли и ресторанного хозяйства по разным критериям: по форме, типу, степени постоянства местонахождения, формам собственности, размерам, периодичности обслуживания, уровню цен, ассортименту продукции, местонахождению и т.п. Проанализированы классификации товаров народного потребления, которые также делятся по разным критериям: по сроку использования, возрастными особенностям потребителей, принадлежностью к отраслям, частотой спроса, сырьевому признаку, сезонностью и т.п. Исследована технологическая схема удовлетворения социальных потребностей через систему торгового обслуживания населения на основе модели соціоактогенеза, которая состоит из четырех последовательных стадий: осознание общественных потребностей, создание системы целей, формирование исполнительной системы и получения результата.

**Ключевые слова:** система торгового обслуживания населения, функционально-компонентная структура, розничная торговля, ресторанное хозяйство, заведение, потребности, товары, соціоактогенез.

**Актуальність.** За останні десятиріччя в системі торговельного обслуговування населення відбулися суттєві якісні зміни. Найбільш помітною прикметою цих змін стала поява в країні великої кількості магазинів роздрібною торгівлі. Це пов'язано з ринковими реформами наприкінці 80-х років ХХ ст., коли з'явилася приватна форма власності. Молоді підприємці почали відкривати магазини з урахуванням потреб населення – біля місця роботи, проживання, відпочинку у необхідній кількості.

Для планової економіки СРСР не були характерні такі поняття як конкуренція, маркетинг тощо, тому не було потреби у широкому асортименті товарів, удосконалення форм торгівлі. У нових соціально-економічних умовах пошук нових форм торгівлі став необхідним. Тому почали зароджуватися нові типи магазинів, зокрема супермаркети, гіпермаркети, торговельно-розважальні центри.

Використання інформаційних технологій сприяло розвитку інтернет-торгівлі, задоволення

потреб через рекламу на телебаченні, з'являються безготівкові електронні платежі, торговельні автомати.

Всі ці зміни впливають на функціонально-компонентну структуру системи торговельного обслуговування населення, яка постійно ускладнюється та потребує детального дослідження, уточнення понятійно-термінологічного апарату тощо.

**Попередні дослідження.** Суспільно-географічним дослідженням системи торговельного обслуговування населення присвячені роботи О. Головні [2], Є. Колосінського [5], О. Корнус [6], М. Мальської [8], О. Мамчур [9], І. Осіпчук [17] та інших вчених, у яких досліджуються теоретичні та прикладні аспекти торговельного обслуговування населення, ринкової інфраструктури, торговельного комплексу, торгово-побутової сфери, сфери обслуговування населення. У науковій літературі зустрічається багато класифікацій об'єктів роздрібною торгівлі, ресторанного господарства, товарів, що мають місце у держав-

них стандартах, нормативно-правових актах [12, 13, 18], а також у роботах В. Апопія [1], С. Ілляшенко [4], Є. Жиряєвої [3], Ф. Котлера [7], В. Марцина [10], Л. Мостової, О. Новікової [11], Н. П'ятницької [16], А. Савощенко [22] та інших. Проте бракує літературних джерел стосовно системного підходу до розуміння торговельного обслуговування населення.

**Метою публікації** є висвітлення особливостей функціонально-компонентної структури системи торговельного обслуговування населення.

**Завдання публікації.** Для реалізації поставленої мети автором було поставлено наступні завдання:

- розкрити зміст поняття «система торговельного обслуговування населення» з позиції концепції соціогеосистеми;
- обґрунтувати компонентну структуру системи торговельного обслуговування населення;
- проаналізувати класифікації закладів роздрібно-торгівлі, ресторанного господарства, товарів;
- розглянути технологічну схему задоволення соціальних потреб.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження системи торговельного обслуговування населення характеризується розвиненим понятійно-термінологічним апаратом. Важливе місце в ньому посідає поняття «торгівля», яке розуміється як «процес, що відбувається у часі та просторі, товарно-грошового обміну, організований з метою своєчасного та якісного задоволення потреб населення у товарах та послугах» (за Є. Щегловою) [24, с.11]. Понятійно-термінологічний апарат цієї сфери охоплює такі поняття як «торгово-побутова сфера», «торговельний кластер», «торговельний комплекс адміністративної області», «торговельне обслуговування населення», «торговельна діяльність», «інфраструктура торгівлі та ресторанного господарства» тощо, які описані у роботах О. Головної [2], Є. Колосінського [5], М. Мальської [8], І. Осіпчук [17] та інших. Згадані поняття трактують по-різному, зокрема як процес, діяльність, галузь економіки, мережа закладів, що здійснюють доведення товарів від виробника до споживача, задовольняють потреби населення у товарах.

У «Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення на ринку споживчих товарів» вказується, що торговельна діяльність здійснюється суб'єктами господарювання у сфері роздрібно-оптової торгівлі, а також ресторанного господарства [19]. Нами акцентується увага на обслуговуванні населення, саме тому в дослідженні не враховується оптова торгівля.

На нашу думку, у суспільно-географічному дослідженні торговельного обслуговування населення доцільно використовувати системний підхід, що дозволяє розкрити обраний об'єкт дослідження комплексно, з різних точок зору, визначити місце торговельного обслуговування населення в регіональній соціально-географічній системі (соціогеосистемі) (сутність концепції соціогеосистем описано у роботах Л. Немець) [15].

Підсумовуючи все вище згадане, розглядаємо *систему торговельного обслуговування населення* як функціональну складову регіональної соціогеосистеми, що являє собою сукупність підприємств, організацій, об'єктів, видів діяльності роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства, обслуговуючих підприємств, які взаємодіють між собою, здійснюють доведення продовольчих та непродовольчих товарів від виробника до кінцевого споживача, поєднують попит і пропозицію на товари, і, таким чином, задовольняють потреби кінцевого споживача (населення) у необхідних товарах та харчуванні.

Функціонально-компонентну структуру системи торговельного обслуговування населення складають її структурні елементи (підприємства, організації, об'єкти, заклади роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства та утворені ними підсистеми – роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства (громадського харчування). (рис. 1). Роздрібна торгівля включає магазини, напівстаціонарні об'єкти, ринки, торгівлю поза магазинами, торговельні комплекси, які в свою чергу мають розгалужену структуру. Ресторанне господарство представлено кафе, барами, ресторанами, їдальнями, буфетами, закусочними, кафетеріями, постачанням готової їжі. Підсистеми роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства є основними компонентами, оскільки здійснюють доведення продовольчих та непродовольчих товарів від виробника до кінцевого споживача, задовольняють його потреби у необхідних товарах та харчуванні. Поряд з ними існують допоміжні структурні елементи, які обслуговують заклади роздрібно-торгівлі, ресторанного господарства, сприяють у доведенні товарів від виробника до споживача – страхові, логістичні, охоронні, ремонтно-технічні, аудиторські, юридичні, інформаційні, ремонтно-будівельні, транспортні, наукові та проектні підприємства тощо (рис. 2).

Вище згадувалося, що основними підсистемами системи торговельного обслуговування населення є роздрібна торгівля та ресторанне господарство (громадське харчування). **Роздрібна торгівля** – «...реалізація товарів населенню для кінцевого споживання» [25, с. 15]. Об'єкти роздрібно-торгівлі мають доволі розгалужену структуру. Їх можна класифікувати за формами, ступе-

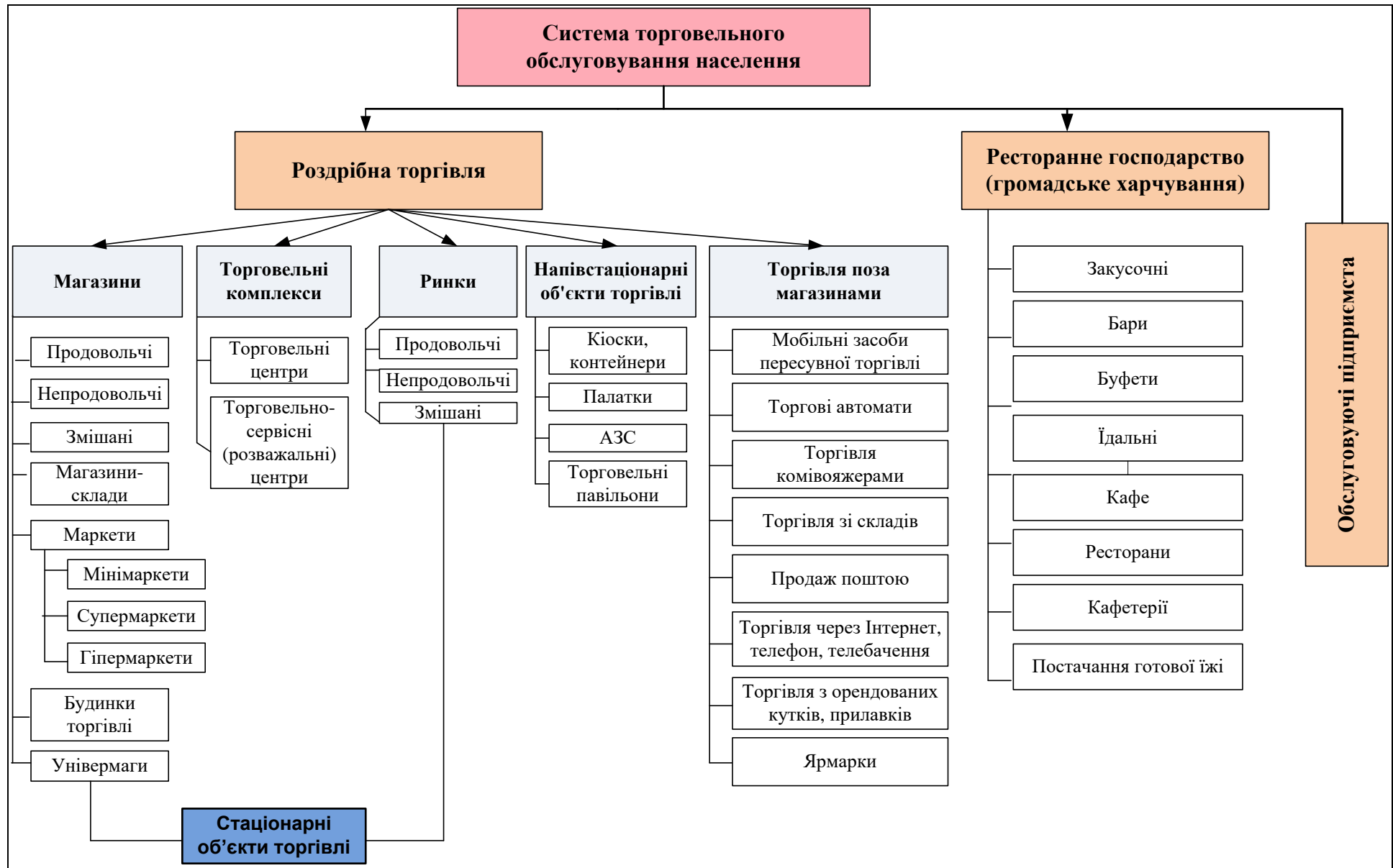


Рис. 1. Функціонально-компонентна структура системи торговельного обслуговування населення (побудовано автором)



Рис. 2. Обслуговуючі підприємства системи торговельного обслуговування населення (побудовано автором)

нем сталості місцезнаходження, суб'єктами господарювання, асортиментом продукції, місцезнаходженням, товарною спеціалізацією, формою власності, рівнем цін, способами продажу товарів, режимом роботи, періодичністю обслуговування, організаційною ознакою, формами обслуговування, розмірами, типами будівель та об'ємно-планувального режиму (рис. 3). Так, за формами об'єкти роздрібної торгівлі поділяються на магазини, напівстаціонарні об'єкти роздрібної торгівлі, об'єкти поза магазинами, ринки, торговельні комплекси, за асортиментом продукції – продовольчі, непродовольчі, змішані.

Згідно законодавства України, **ресторанне господарство** – «...це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього» [20]. Підсистему ресторанного господарства формують заклади ресторанного господарства. Вони також дуже різноманітні та можуть бути класифіковані за видами, доступністю для споживачів, формою власності, місцезнаходженням, розмірами, ступенем сталості місцезнаходження, суб'єктами господарювання, характером обслуговування споживачів, виробничою ознакою, рівнем цін, періодичністю обслуговування, функціональним призначенням, торговельною ознакою, режимом роботи, організаційною ознакою, асортиментом продукції (рис. 4).

Функціонально-компонентна структура системи торговельного обслуговування населення є складною та багатогранною, що обумовлено різноманітністю товарів. Автором розроблено класифікацію товарів, які можна поділити за різними критеріями: за терміном використання, віковими особливостями споживачів, приналежністю до галузей, частотою попиту, сировинною ознакою, сезонністю тощо. Так, за частотою попиту товари поділяються на товари повсякденного, періодичного, епізодичного попиту, за сировинною ознакою – продовольчі, непродовольчі (рис. 5).

Розглядаючи особливості задоволення соціальних потреб, слід зазначити, що людина має низку матеріальних і духовних потреб. Процес задоволення соціальних потреб можливо розглядати через призму соціоактогенезу, що також висвітлено у роботах Л. Немець, К. Немця [14, 15]. На основі моделі соціоактогенезу нами розроблено технологічну схему задоволення соціальних потреб через систему торговельного обслуговування населення. Процес соціоактогенезу складається з чотирьох послідовних стадій (усвідомлення суспільної потреби, створення системи цілей, формування виконавчої системи та отримання результату) [15]. На першій стадії відбувається усвідомлення суспільної потреби на основі накопичення суспільної інформації. Сформовані потреби трансформуються у цілі (систему цілей для досягнення поставленої мети), які залежить від

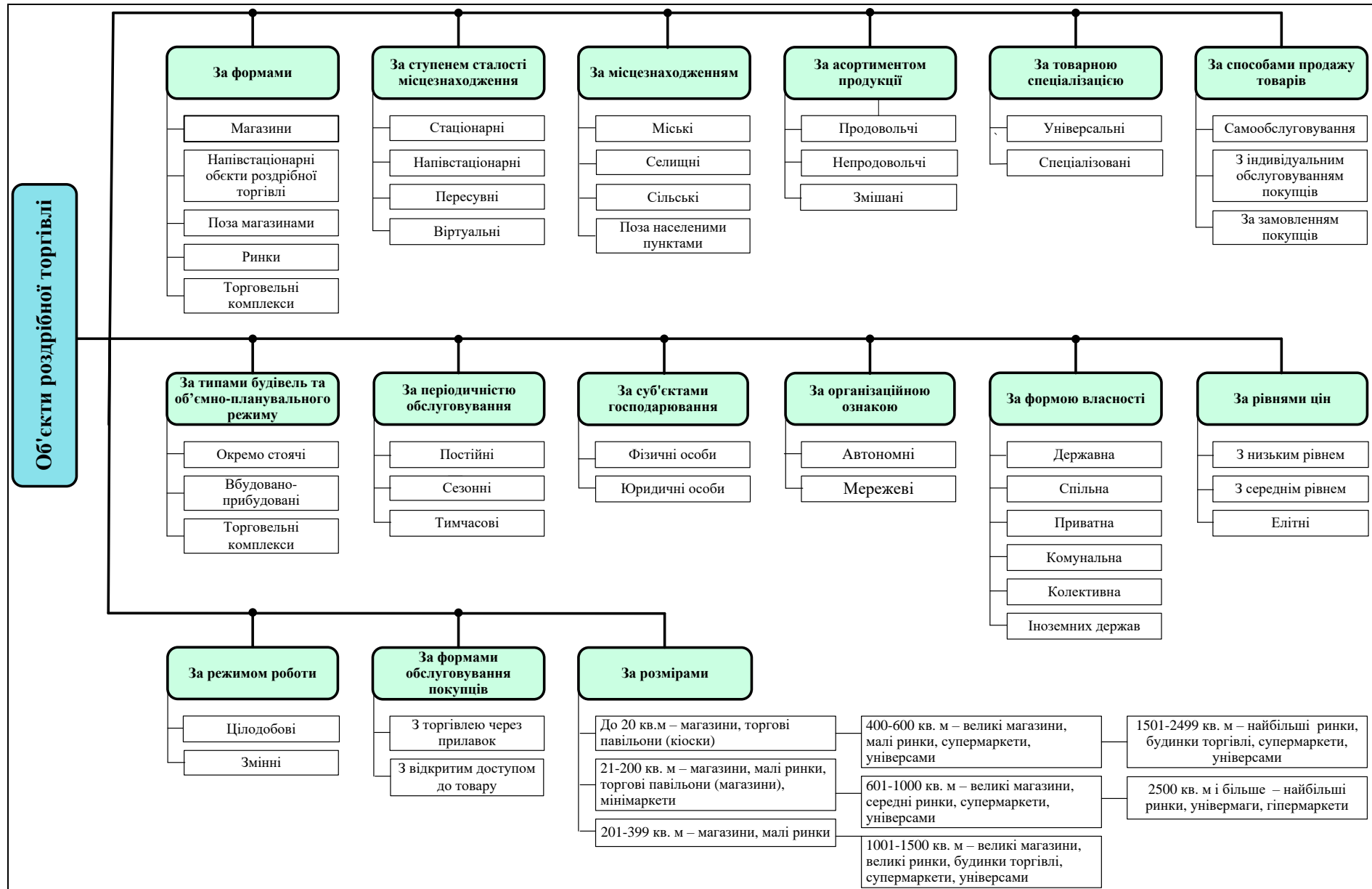


Рис. 3. Класифікація об'єктів роздрібної торгівлі (узагальнено та побудовано автором)

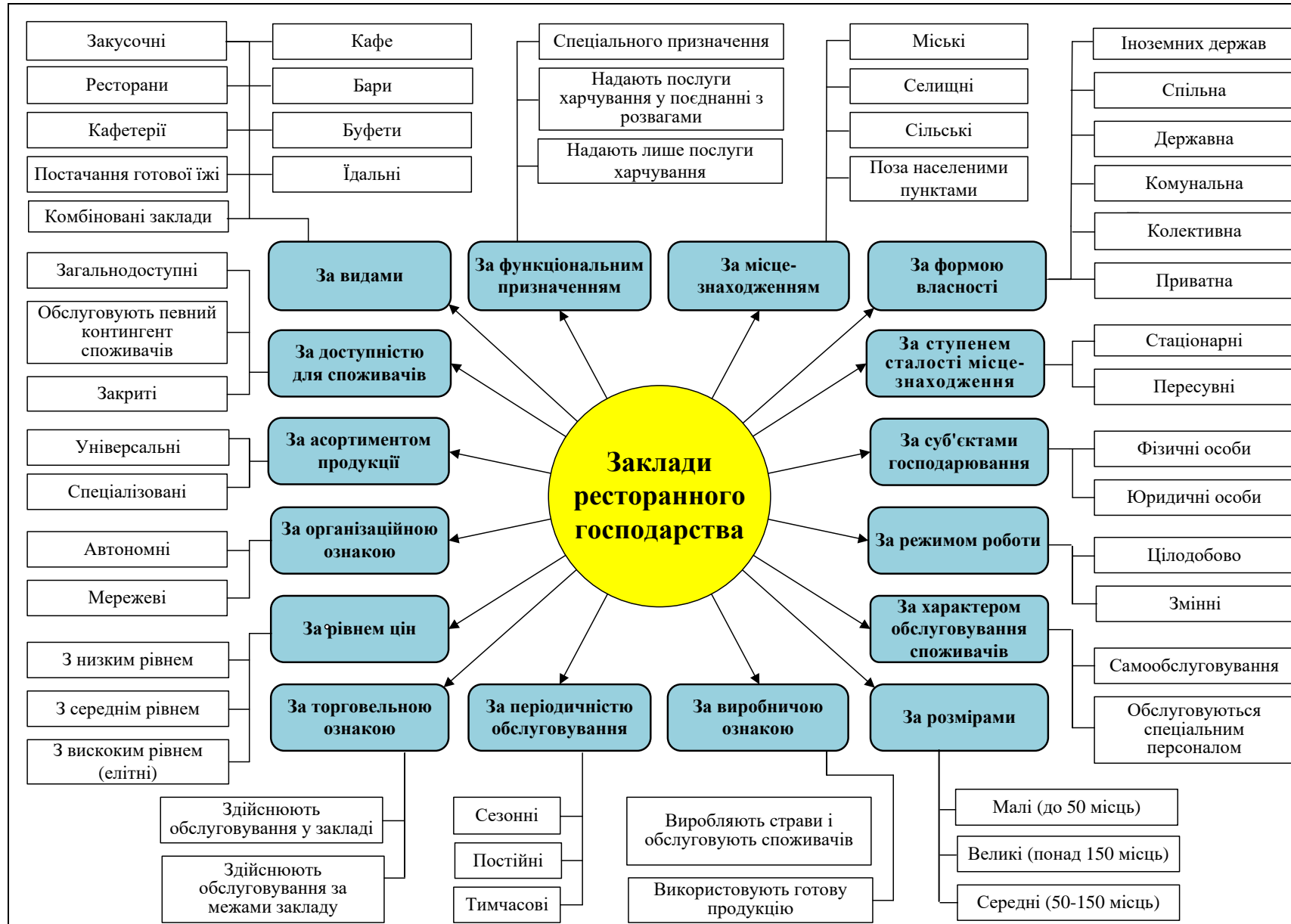


Рис. 4. Класифікація закладів ресторанного господарства (узагальнено та побудовано автором)

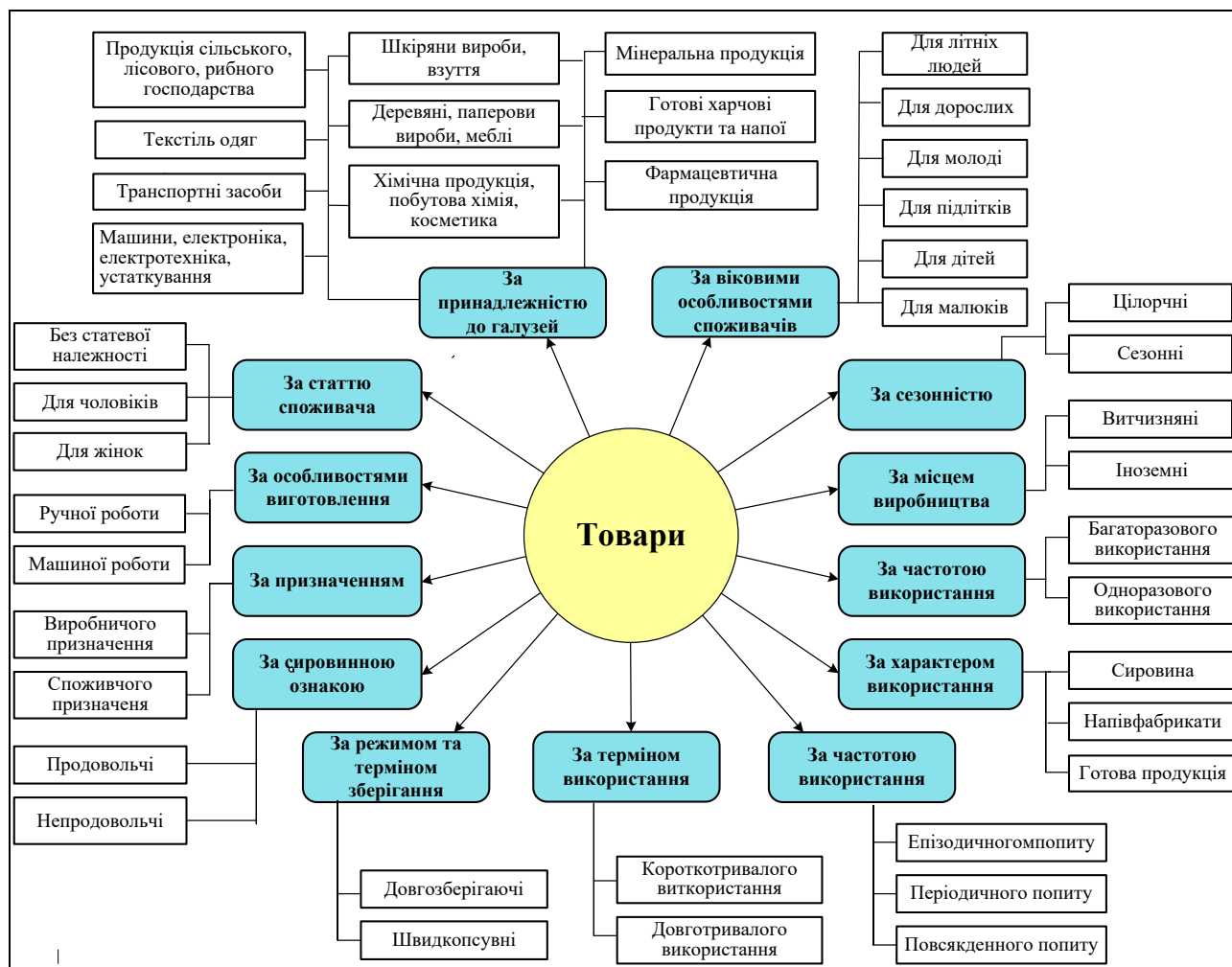


Рис. 5. Класифікація товарів (узагальнено і побудовано автором)

оцінки можливостей соціуму – методів, засобів і умов досягнення цілі. При невідповідності можливостей соціуму потреби необхідно трансформувати (обмежити). Система цілей стимулює створення виконавчої системи, тобто матеріальної основи задоволення соціальних потреб. Виконавча система включає в себе виробника, який здійснює виробництво товарів (визначає пропозицію на них), та ланки руху товарів до споживача, тобто підприємства оптової торгівлі та системи торговельного обслуговування населення. Саме система торговельного обслуговування населення є індикатором взаємодії попиту та пропозиції товарів, оскільки виробник постачає товари (створює їх пропозицію), а соціум (споживач) купує їх (визначає попит) (рис. 6).

Потреби та система цілей мають територіально-ієрархічний характер: від національного до локального. На кожному ієрархічному рівні формуються потреби та системи цілей, які вбирають в себе певні складові потреб і цілей вищого рівня, і, таким чином, досягається принцип несупротивності цілей (за Л. Немець) [15]. Широкий спектр потреб людей впливає на значне різноманіття товарів. Задоволення потреб передбачає

формування системи цілей (необхідність придбання цих товарів). А це стає передумовою створення відповідної виконавчої системи, тобто формування мережі закладів системи торговельного обслуговування населення у населених пунктах, враховуючи асортимент послуг в залежності від людності населених пунктів.

Останньою фазою соціоактогенезу є отримання результату, що передбачає задоволення соціальної потреби та характеризує ефективність виконавчої системи. Якщо потреба споживача не була в цілому або частково задовільнена, виникає необхідність коригування виконавчої системи, наприклад, збільшення асортиментного складу торговельних закладів або відкриття нових. Якщо трансформація виконавчої системи не дає бажаного результату, тоді потребує змін система цілей (наприклад, розвиток позамагазинних форм торгівлі у найбільш віддалених населених пунктах, у яких відсутня стаціонарна торгівля, пошук товарів-замінників тощо).

**Висновки.** На основі концепції соціогеосистеми, застосування системного підходу у суспільній географії було подано авторське визначення поняття «система торговельного обслуговува-

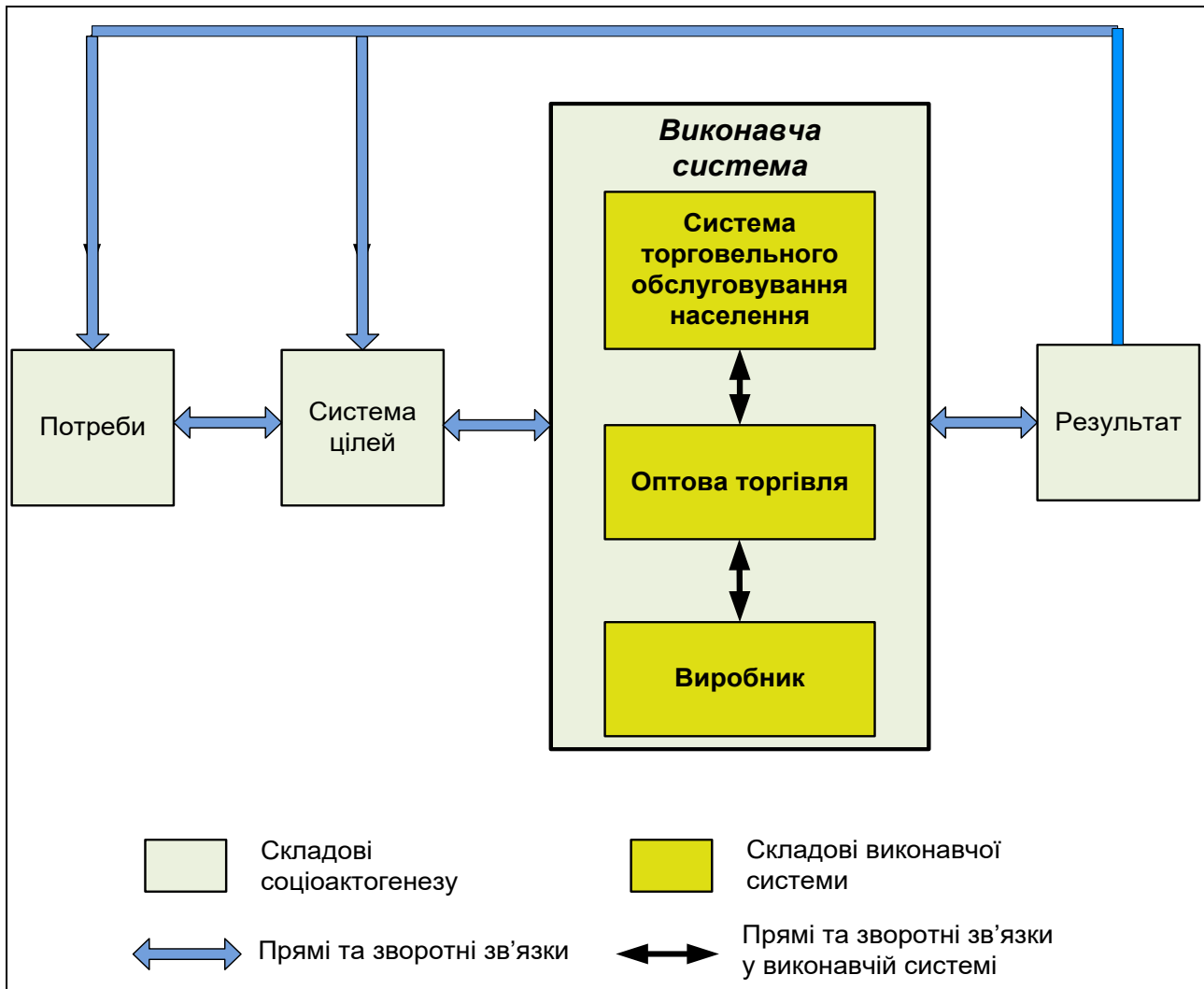


Рис. 6. Технологічна схема задоволення соціальних потреб через систему торговельного обслуговування населення (побудовано автором)

ння населення», під якою розуміється функціональна складова регіональної соціогеосистеми, що являє собою сукупність підприємств, організацій, об'єктів, видів діяльності роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, обслуговуючих підприємств, які взаємодіють між собою, здійснюють доведення продовольчих та непродовольчих товарів від виробника до кінцевого споживача, поєднують попит і пропозицію на товари, і, таким чином, задовольняють потреби кінцевого споживача (населення) у необхідних товарах та харчуванні.

Функціонально-компонентну структуру системи торговельного обслуговування населення складають підприємства, які утворюють підсистеми роздрібної торгівлі, ресторанного господарства, обслуговуючих підприємств. Перші дві підсистеми є основними, оскільки забезпечують задоволення потреб населення у товарах. В останню підсистему входять підприємства, які обслуговують заклади роздрібної торгівлі, ресторанного господарства, сприяють доведенню товарів від виробника до споживача.

Заклади роздрібної торгівлі, ресторанного господарства характеризуються значною різноманітністю, що дає змогу їх класифікувати за різними критеріями, зокрема за формами, асортиментом продукції, режимом роботи, розмірами, періодичністю обслуговування тощо. Різноманітність закладів системи торговельного обслуговування населення обумовлена широким спектром товарів, які також класифікуються за приналежністю до галузей, місцем виготовлення, частотою попиту, сезонністю, призначенням тощо.

Нами розроблено технологічну схему задоволення соціальних потреб через систему торговельного обслуговування населення на основі моделі соціоактогенезу, яка включає в себе чотири послідовні стадії: усвідомлення суспільної потреби, формування системи цілей, створення виконавчої системи та отримання результату. Згідно цієї моделі, система торговельного обслуговування населення є складовою виконавчої системи, зв'язуючою ланкою у русі товарів від виробника до споживача та характеризує співвідношення попиту і пропозиції на товари.



Література

1. Анопій В. В. Організація торгівлі : підручник / [Анопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М. та ін.]; за ред. В. В. Анопія. – [2-е вид.] – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.
2. Головня О. М. Регіональні особливості розвитку торгово-побутової сфери : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» / О. М. Головня. – К., 2007. – 20 с.
3. Жиряева Е. В. Товароведение / Е. В. Жиряева. – 2-е изд. – СПб.; М.; Х.; Минск : Питер, 2004. – 415 с.
4. Ілляшенко С. М., Маркетингова товарна політика: підручник / С. М. Ілляшенко. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 234 с.
5. Колосінський Є. Ю. Трансформація територіальної організації торговельної сфери регіону в умовах розвитку постіндустріальної економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» / Є. Ю. Колосінський. – Ужгород, 2012. – 20 с.
6. Корнус О. Г. Територіальна організація системи обслуговування насе-лення Сумської області та шляхи її вдосконалення: дис. ... кандидата геогр. наук : 11.00.02 / О. Г. Корнус. – Х., 2009. – 210 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Пер с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильяме», 2007 – 656 с.
8. Мальська М. П. Регіональні особливості формування і розвитку торговельного комплексу області : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» / М. П. Мальська. – Львів., 1993. – 20 с.
9. Мамчур О. І. Суспільно-географічні проблеми формування ринкової інфраструктури Львівської області: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук : спец. 11.00.02 «Економічна і соціальна географія» / О. І. Мамчур. – Львів, 2010. – 21 с.
10. Марцин В. С. Економіка торгівлі : підручник / В. С. Марцин. – 2-ге вид., випр. і доп. – Київ : Знання, 2008. – 603 с.
11. Мостова Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства: навчальний посібник / Л. М. Мостова, О. В. Новікова. – К.: Ліра-К, 2010. – 388 с.
12. Національний стандарт України ДСТУ 4281:2004 «Зклади ресторанного господарства. Класифікація» / Наказ Держспоживстандарту України від 31 березня 2004 р. № 59 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.kadrovik01.com.ua/regulations/10637/478269/>
13. Національний стандарт України ДСТУ 4303:2004 «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять» / Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 05.07.2004 р. № 130 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.profiwins.com.ua/uk/directories1/dstu4303.html>
14. Немец К. А. Информационное взаимодействие природных и социальных систем: монография / К. А. Немец. – Х.: Східно-регіональний центр гуманітарно-освітніх ініціатив, 2005. – 428 с.
15. Немец Л. Н. Устойчивое развитие : социально-географические аспекты (на примере Украины): монография / Л. Н. Немец. – Х. : Факт, 2003. – 384 с.
16. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник: [для вищ. навч. закл.] / За ред. Н. О. П'ятницької. – 2-ге вид. перероб. та допов.– К.: Центр учбової літератури, 2011 – 584 с.
17. Осіпчук І. О. Територіальна організація торговельного обслуговування населення Рівненської області : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук : спец. 11.00.02 «Економічна та соціальна географія» / І. О. Осіпчук. – К., 2013. – 20 с.
18. Про затвердження Інструкції щодо заповнення форм державних статистичних спостережень стосовно торгової мережі та мережі ресторанного господарства / Наказ Державного комітету статистики України від 24.10.2005 № 327 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1350-05>
19. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення на ринку споживчих товарів / Постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р. N 833 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>
20. Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства / Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02>
21. Прокопенко О. В. Інфраструктура товарного ринку. [навчальний посібник] / О. В. Прокопенко, В. Ю. Школа, О. О. Дегтяренко, С. М. Махнуша. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.
22. Савоценко А. С. Інфраструктура товарного ринку : навчальний посібник / А. С. Савоценко. – К. : КНЕУ, 2004 – 336 с.
23. Соціальний розвиток України : сучасні трансформації та перспективи / [Бандур С. І., Заяць Т. А., Куценко В. І. та ін.]; під ред.: Б. М. Данилишина. – К.: Брама-Україна, 2006. – 758 с.
24. Щеглова Е. Я. Некоторые аспекты розничной торговли в России / Е. Я. Щеглова // География в школе. – 2010. – №10. – С. 11-14.
25. Ягодка А.Г. Соціальна інфраструктура і політика: навчальний посібник / А.Г. Ягодка. – К.: КНЕУ, 2000. – 212 с.