

SPIS TRESCI

	WSTĘP	7
Rozdział I.	PODSTAWOWE POJĘCIA, OGÓLNY ZAKRES PROBLEMATYKI I CEL PRACY	10
	1. Podstawowe pojęcia i problemy badań	10
	2. Założenia metodyczne i cel pracy	14
Rozdział II.	WARUNKI ZEWNĘTRZNE DETERMINUJĄCE KONSUMPCYJNĄ OBSŁUGĘ LUDNOŚCI WIEJSKIEJ	19
	1. Sposoby ujmowania warunków funkcjonowania handlu	19
	2. Ludność, jej struktura demograficzna i społeczno-zawodowa	20
	3. Spożycie naturalne i wolny rynek	24
	4. Wielkość podstawowych jednostek osadniczych	31
	5. System kierowania gospodarką narodową	35
Rozdział III.	OCENA STANU KONSUMPCYJNEJ OBSŁUGI LUDNOŚCI WIEJSKIEJ	44
	1. Rozwój i stan wiejskiej sieci detalicznej	44
	1.1. Sieć detaliczna artykułów konsumpcyjnych	44
	1.2. Sieć detaliczna artykułów produkcyjnych	55
	2. Oferta towarowa handlu na terenach wiejskich	63
	2.1. Metody badania oferty towarowej	63
	2.2. Artykuły podstawowego zaopatrzenia w sklepach handlu wiejskiego	68

**Rozdział IV: PODSTAWY STRATEGII OBSŁUGI LUDNOŚCI
WIEJSKIEJ**

83

1. Rola rynku w gospodarce jako podstawa modelu
organizacji obsługi ludności wiejskiej

83

2. Możliwości i sposoby kształtowania oferty
towarowej w przedsiębiorstwie handlowym

87

3. Lokalizacja detalicznej sieci handlu wiejskiego
w systemie jednostek osadniczych

90

3.1. Osadnictwo wiejskie jako obszar lokalizacji
stałej sieci detalicznej

90

3.2. Miasta małe w systemie obsługi ludności
wiejskiej

99

4. Obsługa handlowa w zakresie zaopatrzenia wsi
w podstawowe artykuły produkcyjne

106

5. Pozasklepowe formy obsługi ludności wiejskiej

109

ZAKOŃCZENIE

121

ANEKS STATYSTYCZNY

126

BIBLIOGRAFIA

138