

# **Uwarunkowania lokalizacji obiektów wielkopowierzchniowych handlu w Rybniku**

## **Wstęp**

### **Rozdział I.**

Lokalizacja handlu – ujęcie teoretyczne

1.1 Handel – istota, cechy i funkcje handlu

1.2 Podstawowe rodzaje działalności handlowej – handel detaliczny i hurtowy

1.3 Lokalizacja handlu jako determinanta efektywności funkcjonowania

1.3.1 Lokalizacja ogólna handlu detalicznego i hurtowego

1.3.2 Lokalizacja szczegółowa handlu detalicznego i hurtowego

1.4 Handel tradycyjny oraz handel w nowoczesnej postaci (formaty wielkopowierzchniowe) – uwarunkowania lokalizacji

1.5 Rozwój handlu wielkopowierzchniowego w Polsce

1.6 Perspektywy rozwoju handlu wielkopowierzchniowego we współczesnej gospodarce

### **Rozdział II.**

**Obiekty handlu wielkopowierzchniowego w strukturze przestrzeni miasta Rybnika**

2.1 Charakterystyka społeczno – gospodarcza miasta

2.2 Struktura sieci handlu detalicznego w Rybniku

2.3 Wielkopowierzchniowe obiekty handlowe o powierzchni sprzedazowej przekraczajacej 2500 m<sup>2</sup> w Rybniku

2.4 Lokalizacja szczegółowa obiektów handlowych o powierzchni

powyżej 2500 m<sup>2</sup> w Rybniku

2.5 Obiekty wielkopowierzchniowe a Miejscowy Plan Zagospodarowania Przestrzennego

2.6 Uwarunkowania rozwoju obiektów wielkopowierzchniowych w Rybniku w perspektywie przyszłości

### **Rozdział III.**

#### **Funkcjonowanie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych w Rybniku w aspekcie lokalizacji – wyniki badań bezpośrednich**

3.1 Badanie efektywności funkcjonowania handlu wielkopowierzchniowego w aspekcie lokalizacji

3.2 Założenia badawcze

3.3 Funkcjonowanie centrów handlowych w Rybniku w opinii klientów

3.4 Funkcjonowanie centrów handlowych w Rybniku w opinii przedsiębiorców

**Zakończenie**

**Załączniki**

**Spis tablic**

**Spis wykresów**

**Spis rysunków**

**Spis załączników**

**Wykaz źródeł**