

УДК 725.21:747

<sup>1</sup>КУЛИК А. В., <sup>1</sup>ШВЕЦЬ І. В., <sup>2</sup>АБИЗОВ В. А.<sup>1</sup>Київський національний університет культури і мистецтв<sup>2</sup>Київський національний університет технологій та дизайну

DOI:10.30857/261

7-0272.2021.2.11.

**ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТИПОЛОГІЇ ВХІДНИХ ГРУП ВБУДОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

**Мета:** виявлення особливостей формування та типології вхідних груп вбудованих підприємств обслуговування.

**Методологія** дослідження полягає в застосуванні загальнонаукових методів аналізу, синтезу, порівняльного аналізу, а також у формуванні класифікації за проблемою дослідження.

**Результати.** Публікація розкриває узагальнений підхід до теоретичних напрацювань з питання класифікації вбудованих підприємств торгівлі та їх вхідних груп. Особливу увагу приділено чинникам формування вхідних груп вбудованих підприємств торгівлі, таких як: природно-кліматичні, екологічні, ергономічні, містобудівні, типологічні, функціонально-планувальні, архітектурно-просторові, конструктивно-технологічні, соціально-економічні, естетичні (стильові).

**Наукова новизна.** Розглядаються характерні риси та широкий спектр класифікації вбудованих підприємств торгівлі, їх розвиток у взаємодії із розвитком ринку дизайну та маркетингу.

**Практична значущість.** Класифікація вбудованих підприємств торгівлі є внеском у формування цілісної картини теоретичних основ. Розуміння принципів формування вхідних груп напряму залежать від класифікації вбудованих підприємств торгівлі, таким чином має практичне значення для концептуалізації теоретичного базису сучасного дизайну та наукової проблематики, пов'язаної з дослідженням дизайну середовища.

**Ключові слова:** вхідна група; вбудоване підприємство торгівлі; підприємство торгівлі; підприємство обслуговування; типологія; класифікація; технічне завдання; формотворчі фактори; дизайн.

**Вступ. Аналіз попередніх досліджень.** Вхідна група є однією з важливих складових дизайну вбудованих підприємств торгівлі та впливає на визначення подальшої перспективи вигляду фасаду будівлі. Тому, в дизайні велика увага приділяється більш глибокому вивченню формотворчих процесів вхідної групи, а також класифікаціям підприємств торгівлі та підприємств обслуговування. Аналіз сучасної літератури засвідчує про наявність великого обсягу інформації про будівництво, організацію підприємств обслуговування та торгівлі в науці та архітектурі, який досить важко використати тому, що дизайн вхідних груп не є широко та ґрунтовно дослідженим. Аналіз наукових напрацювань по формотворенню міста та

його середовища показує неоднозначність теоретичної бази та практики використання для різних областей мистецтва та архітектури.

В. Абизов [1, 2] розглядає формотворення підприємств обслуговування в житлових будинках, як важливий фактор присутності і описує всю складність їх розміщення в житлових будинках; Г. Андріанова [3, 4] досліджувала логіку архітектурно-просторової особливості та соціальні проблеми підприємств обслуговування; А. Гайдученя [6] описував методику та рекомендації стосовно проектування підприємств торгівлі; крім того, даною проблематикою займалися Г. Кузьміна [7], В. Куцевич [8], Ю. Репін [10] та ін.

**Постановка завдання.** Сучасний темп розвитку міста потребує новітніх підходів до дизайн-проекування вхідних груп підприємств торгівлі. Таким чином, невпинно зростає попит на оригінальні, дизайнерські інтерпретації фасадів вбудованих та вбудовано-прибудованих підприємств, які є центром композиції вхідного простору та звертають на себе увагу. Одним із провідних завдань, в сучасних умовах стрімкого розвитку архітектури та торгівлі, є задоволення потреб споживачів підприємств торгівлі, які знаходяться в загальній доступності житлових будинків. Важливим аспектом дизайн-проекування вхідної групи є дотримання правил оформлення композиції та врахування всіх факторів. Такий процес потребує постійного удосконалення та детального опрацювання з метою застосування новітніх методів оформлення входу підприємств торгівлі, різних практичних елементів дизайну вхідних груп із впровадженням норм інклюзії.

Вхідна група, як засіб візуальної комунікації та об'єкт дизайну середовища, має прямий взаємозв'язок з зовнішніми факторами, тому бажано звернути увагу на дослідження особливостей дизайну вбудованих підприємств торгівлі та естетичного вигляду вулиці. Дизайн вхідної групи постійно змінюється в залежності від багатьох факторів, які напряму впливають на комерцію та ідеологію закладу.

**Результати дослідження.** Необхідно зазначити, що для проектування будь-якого типу громадських закладів необхідно сформулювати технічне завдання для його створення (типологія, загальна площа, перелік необхідних приміщень тощо). Типологія передбачає створення відповідної класифікації для відповідних типів будівель. Даною роботою автор намагається розробити необхідні рекомендації щодо проектування вхідних груп вбудованих та вбудовано-прибудованих підприємств торгівлі та обслуговування в існуючих, а

також тільки запроєктованих житлових будинках та комплексах.

Ефективне проектування вхідних груп повинно передбачати дотримання декількох аспектів формоутворення: вхід та його супровідні елементи, освітлення, реклама підприємств торгівлі, торгівля і забезпечення її функціонування, інклюзія (доступність), необхідний благоустрій прилеглої території, парковка (паркінги) і необхідна інфраструктура, енергоефективність проектованого об'єкта – це головні елементи формування вхідної групи, однак можуть виникати додаткові аспекти, обумовлені специфікою проектованого закладу (адвокатська контора, автосалон, філія банку, магазин тощо).

Класифікація сприяє типологічній ідентифікації об'єкта та його модернізації за умов проектування, покращення функціонально-планувальної схеми та об'ємно-просторового вирішення. Класифікація завжди базується на типологічних ознаках тих будівель, для яких розробляються базові рекомендації. Базові рекомендації для проектування вхідних груп, вбудованих та вбудовано-прибудованих підприємств торгівлі, а також їх обслуговування базуються, перш за все, на систематизації саме вхідних груп та тих житлових будинків і комплексів, в яких вони розміщуються. Це допомагає систематизувати методіку і підходи до вирішення кожної конкретної проблеми з організації простору вхідної групи. Комплексна класифікація відповідного типу досліджуваного об'єкта має базуватись на системному аналізі всіх можливих факторів впливу та критеріїв оцінки їх ефективного функціонування в подальшому.

Перш за все, нам необхідно визначити формотворчі фактори, що впливають на формування об'ємно-просторової організації вхідних груп, вбудованих та вбудовано-прибудованих підприємств торгівлі і обслуговування населення. Серед подібних формотворчих факторів можна виділити групу

чинників, що не змінюються в часі (природно-кліматичні, екологічні та ергономічні), а також впливові чинники, що постійно і системно змінюються (рис. 1).

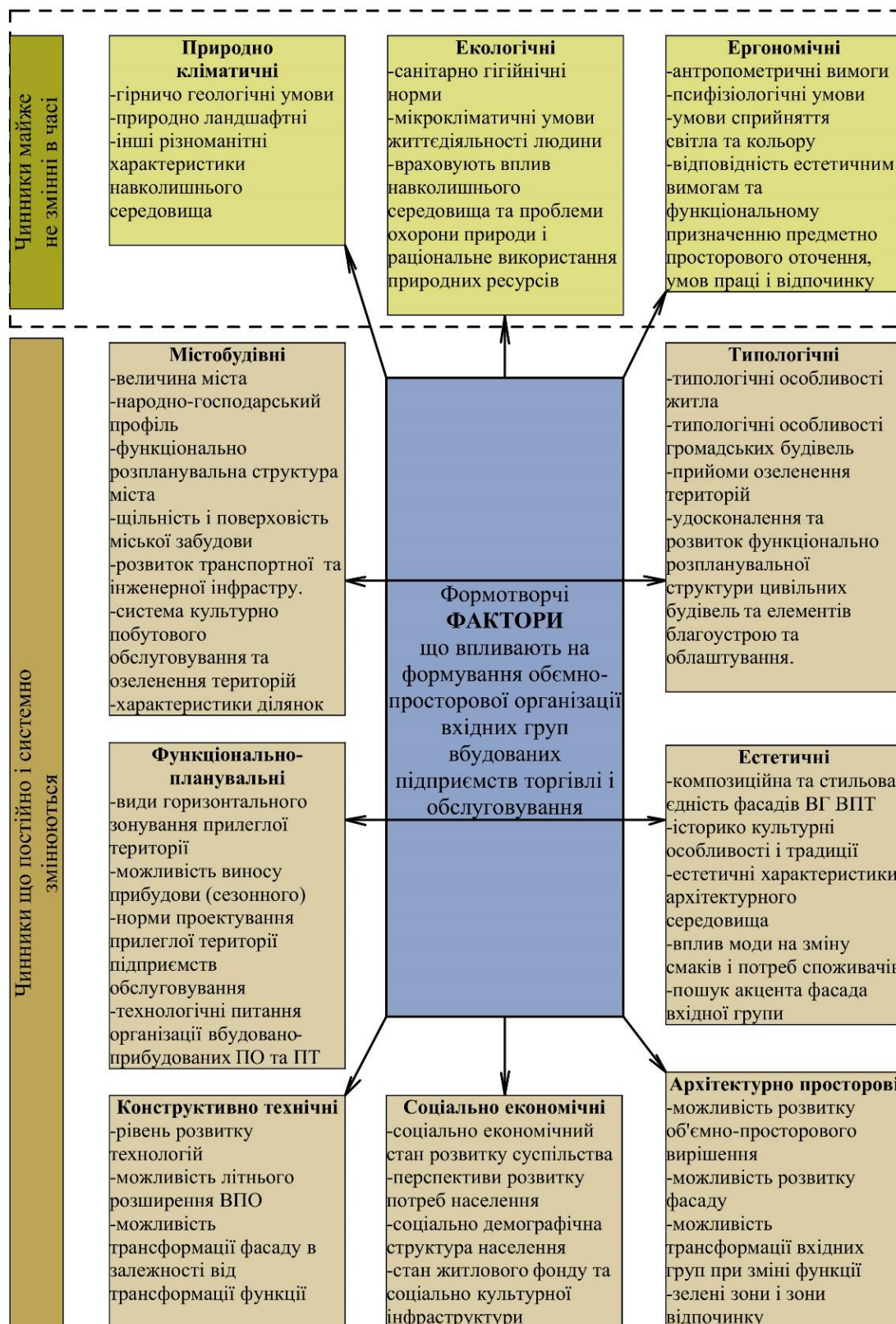


Рис. 1. Основні формотворчі фактори, що впливають на формування вхідних груп вбудованих підприємств торгівлі

*Містобудівні чинники* є одним з найбільш вагомих для формування та розвитку вхідних груп підприємств торгівлі. До них належать: розміщення у структурі міста, їх віддаленість від центральної частини міста та транспортних вузлів, транспортної доступності до підприємства торгівлі, функціонального використання середовища, сформованої функціонально-планувальної структури прилеглої території підприємства торгівлі;

*Типологічні чинники* стосуються, в першу чергу, в якому типі або серії будівлі організували підприємство торгівлі, таким чином і прилегла територія буде різною. Вхідні групи вбудованих підприємств торгівлі будуть відрізнятися і принципом, і розміром так, як вони можуть бути з часом реконструйовані або вже від початку, передбачені на перших поверхах житлових будинків;

*Функціонально-планувальні чинники* – це чинники тематики або способу обслуговуванню вбудованого підприємства торгівлі. За нормами проектування та законодавства, можливе сезонне розширення прилеглої території, як вертикально так і горизонтально (прикладом може бути літнє кафе).

*Архітектурно-просторові чинники* – це базові фактори розміщення так, як до них відноситься системне формування загального ансамблю забудови вулиці, таким чином, часто в даному випадку вхідні групи організуються однотипні. Стилiстика головного фасаду будiвель має композиційно-стилістичну єдність художнього образу. Можливість трансформації вхідної групи та збільшення експозиційно-рекламної площі підпорядковані правилам. Аналогічно прилегла територія спільна з усім архітектурним ансамблем;

*Конструктивно-технологічні чинники* стосуються рівня розвитку технологій. Технічне забезпечення природнього освітлення (інсоляція) та штучного, встановлення камер

спостереження, автономність електропостачання, прилади, які забезпечують повноцінне відвідування підприємства торгівлі людей з вадами (пневмо ліфти та пандуси), клавіши виклику, цікава світлова або лазерна реклама, а також новітні технології автоматичної трансформації банерів, вітрини або вхідної групи;

*Соціально-економічні чинники* пов'язані з соціальною структурою населення та їх платоспроможністю. Тобто, вхідні групи вбудованих підприємств торгівлі в малих містах та в обласних містах будуть відрізнятися дизайном, матеріалами та складовими. Ще важливо вказати, що перспективи зростання потреб населення та їх споживчий кошик також вплине на вхідні групи вбудованих підприємств торгівлі. В одному і тому місті на вхідні групи вбудованих підприємств торгівлі вплине соціально-демографічна структура населення та його ситуативні потреби в товарах та послугах. До цього чинника можна віднести: стан житлового фонду та соціально-культурну інфраструктуру. Як показала практика, вхідні групи вбудованих підприємств торгівлі нових або багатих районів міста, виглядають якісніше так, як переважна більшість запроектована або передбачена проектом в житловому будинку заздалегідь. А в будинках старого житлового фонду більшість вхідних груп вбудованих підприємств торгівлі реконструйовано з житлового в громадський простір;

*Естетичні (стильові) чинники* є також визначальними для формування вхідних груп вбудованих підприємств торгівлі, як об'єкту дизайн середовища. До них відносять: ідею цілісної композиції фасаду, композиційна та стильова єдність фасадів і вхідних груп вбудованих підприємств торгівлі, історико-культурні особливості регіону і національні традиції формоутворення, естетичні характеристики архітектурного середовища місцевості, вплив моди на зміну смаків і потреб споживачів продукції підприємств торгівлі.

Дизайн вхідних груп підприємства торгівлі створюється на контрасті або на нюансі фасаду житлового будинку.

Ці чинники передбачають вхідну групу підприємства торгівлі та обслуговування, як акцент у вирішенні композиції фасаду, системний зв'язок між внутрішнім і зовнішнім простором підприємств торгівлі (перед простір), цілісне сприйняття композиції фасаду будинку (рис. 2) [14].

Серед вбудованих, вбудовано-прибудованих підприємств обслуговування та торгівлі можна виділити три великі групи підприємств торгівлі: підприємства роздрібно торгівлі в промислових будівлях; підприємства обслуговування і торгівлі,

розміщені в громадських будівлях іншого призначення (профілю); підприємства обслуговування і підприємства торгівлі, розміщені в перших поверхах саме житлових будинків та в житлових комплексах. Вбудовані та вбудовано-прибудовані підприємства торгівлі на перших поверхах, в свою чергу, можуть включати: підприємства торгівлі продовольчими товарами; підприємства торгівлі непродовольчими товарами; підприємства громадського харчування; підприємства надання населенню різноманітних побутових і соціальних послуг; комбіновані підприємства торгівлі і надання послуг.

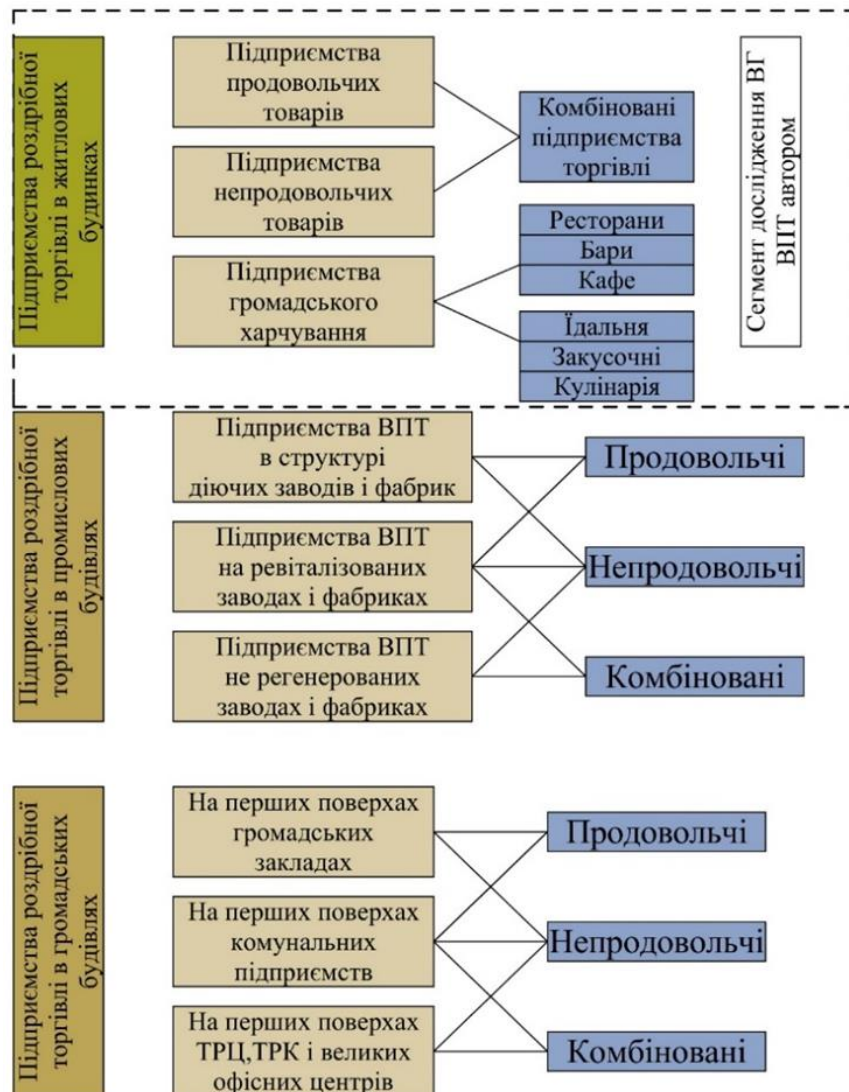


Рис. 2. Типологія підприємств торгівельно-побутового обслуговування

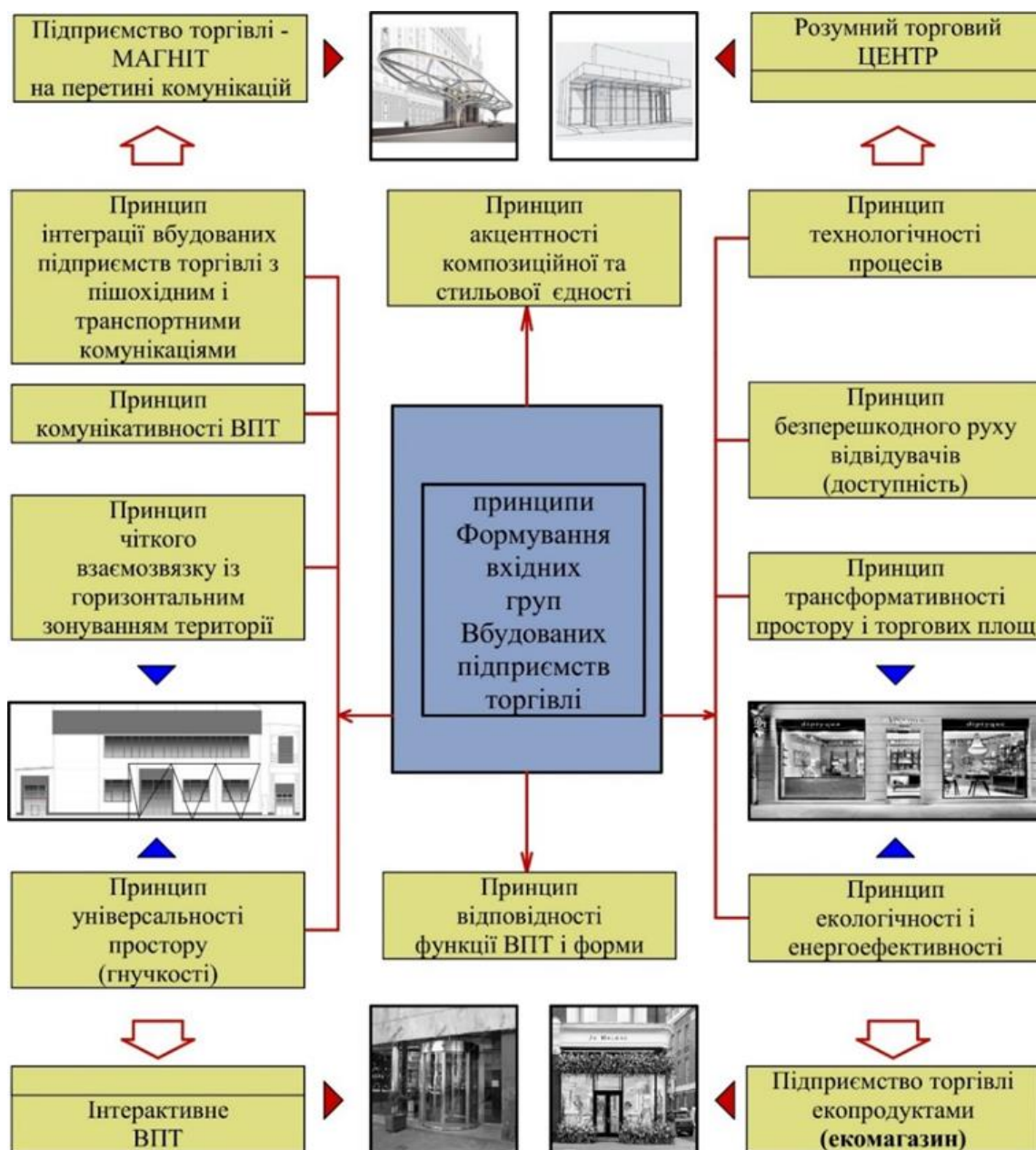


Рис. 3. Основні принципи формування вхідних груп вбудованих підприємств торгівлі

Перед тим, як братися до проектування архітектурного об'єкта необхідно чітко визначити його типологічну приналежність і скласти технічне завдання з повним викладом вимог, враховуючи площу підприємства та перелік його приміщень. Розглядаючи вхідні групи підприємств торгівлі, вбудованих та вбудовано-прибудованих в житлових будинках, потрібно чітко визначити їх класифікацію і зробити це у тісному взаємозв'язку з типологією тих житлових

будинків і житлових комплексів, щодо яких розглядається вирішення вхідних груп.

Класифікація вбудованих підприємств торгівлі може здійснюватися за наступними категоріями:

за величиною (малі, середні, великі, комплекси, в залежності від величини і площі магазину, розраховується і величина фасаду з боку вхідної групи);

за формою власності (державні, муніципальні (міські), приватні);

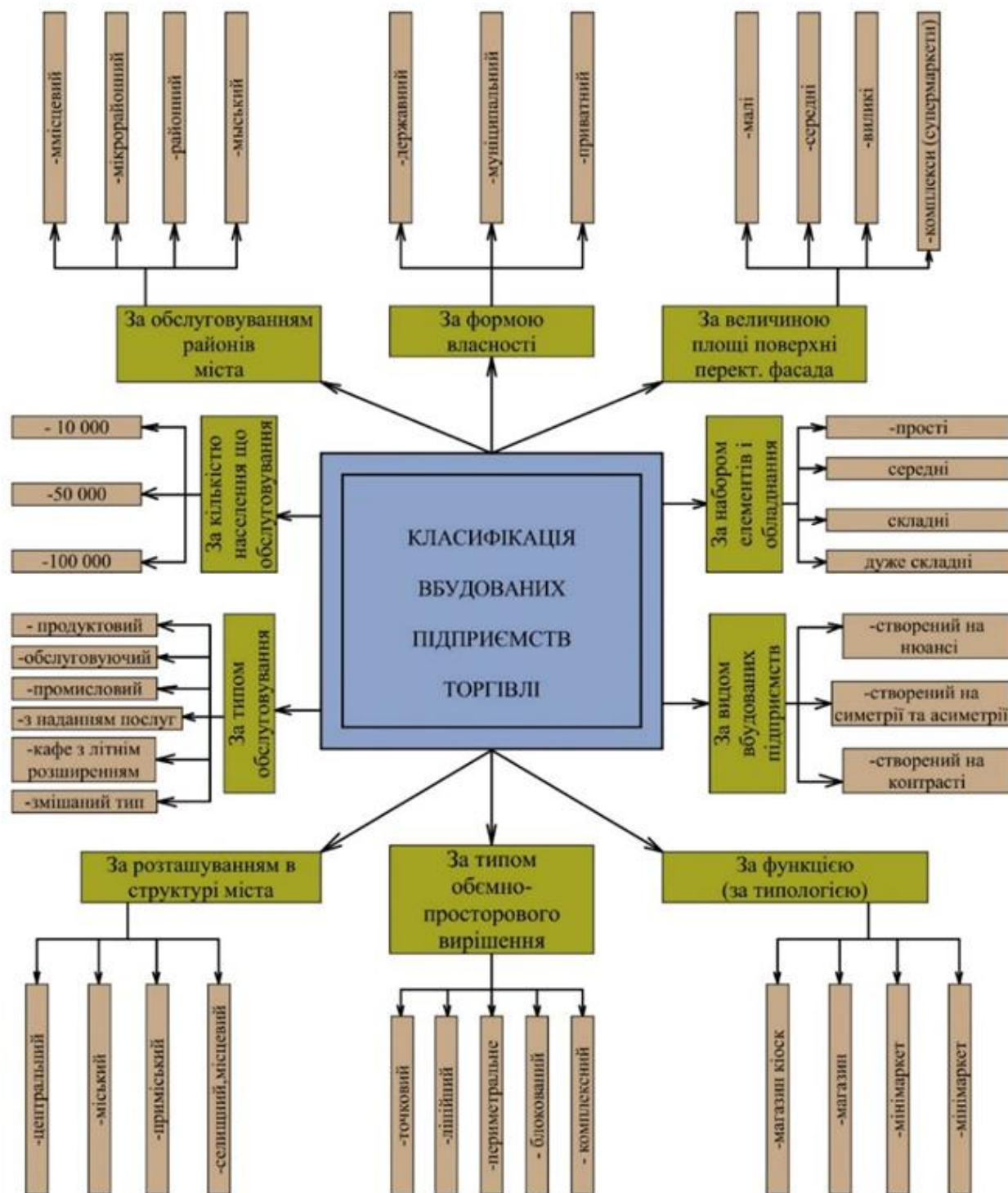


Рис. 4. Види вбудованих підприємств торгівлі

за рівнем обслуговування (місцевий, сільський), мікрорайонний, районний, міський (центральний універмаг міста, столичний тощо);

за ступенем вбудованості (вбудований, прибудований, вбудовано-прибудований, стоїть окремо);

за типологією (виносний кіоск, кіоск, магазин, обслуговуюче підприємство, мінімаркет, супермаркет);

за типом об'ємно-просторового вирішення (залежить від ОПВ житлового будинку – точковий (односекційний),

лінійний (багатосекційний), периметральний, зблокований, комплексний);

за набором елементів і обладнання (прості, середні, складні, дуже складні);

за типом засобів архітектурної композиції (на контрасті або нюансі, на симетрії або асиметрії, з застосуванням ритму або метру) на фасаді 1-го поверху;

за розташуванням в структурі міста (місцевий (в зоні контакту міської та селищної забудови), приміський, міський, центральний);

за типом обслуговування (послуг, що надаються) – продуктивний, промисловий, змішаний, з надання комунальних та соціальних послуг, комбінований;

за кількістю населення, що обслуговуються в рік (10000, 50000, 100000 чол. тощо), як показано на (рис. 3) [2, 3].

В процесі роботи над розробкою рекомендацій з проектування вхідних груп вбудованих і вбудовано-прибудованих підприємств торгівлі та обслуговування населення, було виявлено основні принципи їх формування (рис. 4): принцип акцентності, композиційної та стильової єдності з головним фасадом; принцип технологічності основних процесів; принцип інформативності простору; принцип інтеграції вбудованих підприємств торгівлі з пішохідними і транспортними комунікаціями; принцип комунікативності; принцип трансформативності внутрішнього і зовнішнього простору; принцип універсальності (гнучкості) простору; принцип чіткого взаємозв'язку з горизонтальним зонуванням прилеглої території; принцип доступності та безперешкодного руху відвідувачів (покупців, споживачів послуг тощо); принцип екологічності та енергоефективності підприємства.

**Висновки.** Формування та розвиток вхідних груп вбудованих підприємств торгівлі визначається наступними групами факторів: містобудівні, типологічні, функціо-

нально-планувальні, архітектурно-просторові, конструктивно-технологічні, соціально-економічні, естетичні (стильові). Кожна група факторів визначає вимоги до дизайну вхідних груп вбудованих підприємств торгівлі, їх форми, розташування та тематики. Виявлені три великі групи підприємств торгівлі: підприємства роздрібно-торгівлі розміщені в промислових будівлях; підприємства обслуговування і торгівлі розміщені в громадських будівлях іншого призначення; підприємства обслуговування і підприємств торгівлі розміщені в перших поверхах житлових будинків та житлових комплексів. Сформовано загальну класифікацію вбудованих підприємств торгівлі за такими категоріями: за величиною; за рівнем обслуговування; за ступенем убудованості; за типологією; за типом об'ємно-просторового вирішення; за набором елементів і обладнання; за розташуванням в структурі міста; за типом обслуговування; за кількістю населення.

При створенні рекомендацій до проектування вхідних груп вбудованих підприємств торгівлі було виявлено ряд принципів та їх формування: принцип акцентності, композиційної та стильової єдності з головним фасадом; принцип технологічності основних процесів; принцип інформативності простору; принцип інтеграції вбудованих підприємств торгівлі з пішохідними і транспортними комунікаціями; принцип комунікативності; принцип трансформативності внутрішнього і зовнішнього простору; принцип універсальності (гнучкості) простору; принцип чіткого взаємозв'язку з горизонтальним зонуванням прилеглої території; принцип доступності та безперешкодного руху відвідувачів (покупців, споживачів послуг тощо); принцип екологічності та енергоефективності підприємства.



**Література**

1.Абизов В.А., Кулик А.В. Методичні положення щодо формування дизайну вхідних груп підприємств обслуговування, вбудованих і вбудовано-прибудованих в житлові будинки. Art and Design. 2019. № 1 (05). С. 22-32. DOI:10.30857/2617-0272.2019.1.2

2.Абизов В.А. Фактори та умови, що визначають дизайн середовищних систем і об'єктів. Вісник КНУКіМ. 2008. № 19 . С. 3-10.

3.Андріанова Г.А. Громадське обслуговування житлових кварталів. Архітектурно-просторові особливості та соціальні проблеми. Сучасні проблеми архітектури та містобудування. Зб. наук. праць. Київ: КНУБА, 2004. С. 83-89.

4.Андріанова Г.А. Прийоми архітектурно-художньої виразності об'єктів громадського обслуговування в структурі житлової забудови. Перспективні напрямки проектування житлових та громадських будівель. Соціальні напрямки розвитку архітектури та будівництва. Зб. наук. праць. Київ: КиївЗНДІЕП, 2005. С.87-92.

5.Дьомін М.М., Фільваров Г.Й., Фомін І.О. Проблеми і перспективи містобудування в Україні. Вісник Української Академії архітектури. Київ, 1998. №5. С.12-20.

6.Гайдученя А.А. Методические рекомендации по улучшению встроеннопристроенных предприятий розничной торговли. Київ: КиївЗНДІЕП, 1975. 45с.

7.Кузьміна Г.В. Принципи комплексного формування підприємств дрібнороздрібною торгівлі: дисс. канд. архітектури: 18.00.02. Київ, 2005. 175с.

8.Куцевич В.В. Проблеми сучасної архітектурної і наукової політики у цивільному будівництві. Будівництво України. 2002. №3. С.26-32.

9.Містобудування. Довідник проектувальника. за ред. Т.Ф. Панченко. Київ: Укрархбудінформ, 2001. 192с.

10. Репин Ю.Г. Архитектура жилища. Київ: КП"НИИСЕП"-ППЦ"Тираж", 2003. 288с.

11. Малаков Д.В. Прибуткові будинки Києва. Київ: Кий, 2009. 383с.

12. Чернявская Е.М. Методика формирования планировочной структуры объектов первой степени обслуживания населения жилого района города: автореф. дис. ... канд. арх.: 18.00.04. Москва, 1990. 25с.

13. Toolkit for mixed-use development. City of Sunnyvale. 2015. 30 s. URL: <https://sunnyvale.ca.gov/civicax/filebank/blobdload.aspx?BlobID=23800>

14. Downtown Urban Design Guidelines. Cambridge, 2013. 68 s. URL: <https://www.cambridge.ca/en/build-invest-grow/resources/Downtown-Urban-Design-Guidelines.pdf>

**References**

1. Abyzov, V.A., Kulyk, A.V. (2019). Metodichni polozhennia schodo formuvannia dyzajnu vkhidnykh hrup pidpriemstv obsluhovuvannia, vbudovanykh i vbudovano-pribudovanykh v zhytlovi budynky [Methodical provisions on the formation of the design of the input groups of service enterprises, built-in and built-in-attached to residential buildings]. Art and Design, 1 (05). 22-32. DOI:10.30857/2617-0272.2019.1.2 [in Ukrainian].

2. Abyzov, V.A. (2008). Faktory ta umovy, scho vyznachaiut' dyzajn seredovyschnykh system i ob'iektiv [Factors and conditions that determine the design of environmental systems and facilities]. Visnyk KNUKiM - Bulletin of KNUKiM, 19. 3-10 [in Ukrainian].

3. Andrianova, H.A. (2004). Hromads'ke obsluhovuvannia zhytlovykh kvartaliv. Arkhitekturno-prostorovi osoblyvosti ta sotsial'ni problem [Public service of residential neighborhoods. Architectural and spatial features and social problems]. Suchasni problemy arkhitektury ta mistobuduvannia - Modern problems of architecture and urban planning. Zb. nauk. prats'. Kyiv: KNUBA. 83-89 [in Ukrainian].

4. Andrianova, H.A. (2005). Pryjomy arkhitekturno-khudozhn'oi vyraznosti ob'iektiv hromads'koho obsluhovuvannia v strukturi zhytlovoi zabudovy. Perspektyvni napriamky proektuvannia zhytlovykh ta hromads'kykh budivel' [Techniques of architectural and artistic expression of public service objects in the structure of housing. Promising areas of design of residential and public buildings]. Sotsial'ni napriamky rozvytku arkhitektury ta budivnytstva - Social directions of architecture and construction development. Zb. nauk. prats'. Kyiv: KyivZNDIEP.87-92 [in Ukrainian].

5. D'omin, M.M., Fil'varov, H.J., Fomin, I.O. (1998). Problemy i perspektyvy mistobuduvannia v Ukraini [Problems and prospects of urban planning in Ukraine]. Visnyk Ukrain'skoi Akademii arkhitektury - Bulletin of the Ukrainian Academy of Architecture. Kyiv, 5.12-20 [in Ukrainian].

6. Hajduchenia, A.A. (1975). Metodycheskye rekomendatsyy po uluchshenyiu vstroennoprystroennykh predpriatij roznychnoj torhovly [Methodical recommendations for the improvement of built-in retail enterprises]. Kyiv [in Russian].

7. Kuz'mina, H.V. (2005). Pryntsyepy kompleksnoho formuvannia pidpriemstv dribnorozdribnoi torhivli [Principles of complex formation of retail trade enterprises]. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv. [in Ukrainian].

8. Kutsevych, V.V. (2002). Problemy suchasnoi arkhitekturnoi i naukovoï polityky u tsyvylnomu budivnytstvi [Problems of modern architectural and scientific policy in civil engineering]. Budivnytstvo Ukrainy - Construction of Ukraine, 3. 26-32 [in Ukrainian].

9. Panchenko, T.F. (Eds.). (2001). Mistobuduvannia. Dovidnyk proektual'nyka [Urban planning. Designer's Guide]. Kyiv: Ukrarkhbudininform [in Ukrainian].

10. Repyn, Yu.H. (2003). Arkhytektura zhylysha [Housing architecture]. Kyiv [in Russian].

11. Malakov, D.V. (2009). Prybutkovi budynky Kyieva [Apartment houses in Kyiv]. Kyiv. [in Ukrainian].

12. Cherniavskaia, E.M. (1990). Metodyka formirovaniya planyrovochnoj struktury ob'ektov pervoj stupeny obsluzhivaniya naseleniia zhyloho rajona horoda [Methods of forming the planning structure of the first stage of service to the population of the residential area of the city]. Extended abstract of candidate's thesis. Moscow [in Russian].

13. Toolkit for mixed-use development. (2015). City of Sunnyvale. URL: <https://sunnyvale.ca.gov/civicax/filebank/blobdownload.aspx?BlobID=23800> [in English].

14. Downtown Urban Design Guidelines. (2013). Cambridge. URL: <https://www.cambridge.ca/en/build-invest-grow/resources/Downtown-Urban-Design-Guidelines.pdf> [in English].

#### FACTORS OF FORMATION AND SPECIAL TYPOLOGY OF INPUT GROUPS OF BUILT-IN SERVICE COMPANIES

KULIK A.V.<sup>1</sup>, SHVETS I.V.<sup>1</sup>, ABIZOV V.A.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Kyiv National University of Culture and Arts

<sup>2</sup>Kyiv National University of Technology and Design

**Purpose:** to identify the peculiarities of the formation and typology of incoming groups of built-in service enterprises.

**The methodology** consists in the application of general scientific methods of analysis, synthesis, comparative analysis, as well as in the formation of classification according to the research problem.

**Results.** The publication reveals a generalized approach to theoretical developments on the classification of embedded trade enterprises and their incoming groups. Particular attention is paid to the factors of formation of incoming groups of built-in trade enterprises, such as: natural-climatic, ecological, ergonomic, urban, typological, functional-planning, architectural-spatial, structural-technological, socio-

#### ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ТИПОЛОГИИ ВХОДНЫХ ГРУПП ВСТРОЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБСЛУЖИВАНИЯ

КУЛИК А.В.<sup>1</sup>, ШВЕЦ И.В.<sup>1</sup>, АБЫЗОВ В.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Киевский национальный университет культуры и искусств

<sup>2</sup>Киевский национальный университет технологий и дизайна

**Цель:** выявление особенностей формирования и типологии входных групп встроенных предприятий обслуживания.

**Методология** исследования заключается в применении общенаучных методов анализа, синтеза, сравнительного анализа, а также в формировании классификации по проблеме исследования.

**Результаты.** Публикация раскрывает обобщенный подход к теоретическим наработкам по вопросу классификации встроенных предприятий торговли и их входных групп. Особое внимание уделено факторам формирования входных групп встроенных предприятий торговли, таких как: природно-климатические, экологические, эргономические, градостроительные, типологические, функционально-планировочные, архитектурно-пространственные,

economic, aesthetic (stylistic).

**Scientific novelty.** Characteristic features and a wide range of classification of the built-in enterprises of trade, their development of interaction with development of the market of design and marketing are considered.

**Practical significance.** Classification of embedded trade enterprises - is a contribution to the formation of a holistic picture of the theoretical foundations. Understanding the principles of formation of input groups directly depends on the classification of embedded trade enterprises, so it is of practical importance for the conceptualization of the theoretical basis of modern design and scientific issues related to the study of environmental design.

**Key words:** entrance group, built-in service company, service enterprise, typology, classification, technical task, formative factors, design.

конструктивно-технологические, социально-экономические, эстетические (стилевые).

**Научная новизна.** Рассматриваются характерные черты и широкий спектр классификации встроенных предприятий торговли, их развитие взаимодействия с развитием рынка дизайна и маркетинга.

**Практическая значимость.** Классификация встроенных предприятий торговли - является вкладом в формирование целостной картины теоретических основ. Понимание принципов формирования входных групп напрямую зависят от классификации встроенных предприятий торговли, таким образом имеет практическое значение для концептуализации теоретического базиса современного дизайна и научной проблематики, связанной с исследованием дизайна среды.

**Ключевые слова:** входная группа, встроенное предприятие обслуживания, предприятие торговли, типология, классификация, техническое задание, формообразующие факторы, дизайн.

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:

**Кулик Андрій Віталійович**, старший викладач кафедри дизайну середовища, Київський національний університет культури і мистецтв, ORCID 0000-0002-9722-5585, **e-mail:** antikandrey7@gmail.com

**Швець Ірина Владиславівна**, кандидат біологічних наук, старший викладач кафедри дизайну і технологій, Київський національний університет культури і мистецтв, ORCID 0000-0003-1508-6364, **e-mail:** iradesign@ukr.net

**Абизов Вадим Адільєвич**, д-р. архітектури, професор, професор кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-5494-8230, Scopus 57196951264, **e-mail:** vaddimm77@gmail.com

**Цитування за ДСТУ:** Кулик А. В., Швець І. В., Абизов В. А. Чинники формування та особливості типології вхідних груп вбудованих підприємств обслуговування. *Art and design*. 2021. №2(14). С. 118–128.

**Citation APA:** Кулик, А. В., Швець, І. В., Абизов, В. А. (2021) Чинники формування та особливості типології вхідних груп вбудованих підприємств обслуговування. *Art and design*. 2(14). 118–128.

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2021.2.11](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.2.11)