



Футуролог: торгово-развлекательные центры – города «под колпаком»

Сегодня пальму первенства в развитии сети розничных продаж держат гигантские комплексы, именуемые торгово-развлекательными центрами.

В отличие от появившихся ранее гипермаркетов «Метро» или «Лента», они совместили процесс покупки товара с разного рода развлечениями и услугами. Теперь человек может отправиться в такой торговый центр не только за покупками, а чтобы поесть в кафе или встретится с друзьями в кинотеатре.

ТРК представляют собой гигантские сооружения с множеством переходов, соединяющих между собой крупные магазины, составляющие основу комплексов. Большие размеры и длинные переходы – в этом, пожалуй, главный минус этих зданий. Чтобы попасть из ресторана в магазин, приходится преодолевать сотни метров пути.

Технологии строительства придут на помощь покупателю, считает заместитель председателя Общественной палаты Тюменской области, руководитель некоммерческой организации “Центр изучения гражданских инициатив”, социолог, публицист, футуролог Светлана Ярославова.

Светлана Борисовна более тридцати лет работает в сфере прогностики и разработала собственный метод диалектического прогнозирования. По ее словам, торгово-развлекательные комплексы станут похожими на юлу, внутри которой в постоянном движении находятся спиралевидные транспортные ленты, а в сердцевине конструкции – вертикальные скоростные лифты. Посетители будут перемещаться с одного места в другое при помощи транспортной ленты к эскалаторам и лифтам.

Верхний ярус этой своеобразной «юлы» станет не только местом для торговли и развлечений, а, скорее, будет местом пребывания, пространством для жизни – в полном объеме вариаций жизнедеятельности многополярного мегаполиса. В молле будущего, в отличие от современных гипермаркетов и ТРЦ, появится встроенный в «экватор» молла-юлы гостиничный комплекс – на уровне 2-3 этажа.

Около трети всего народонаселения – так называемые мобильные группы. Они любят питаться, общаться, совершать покупки в одном месте. Оценят такое новшество и гости города, которым не придется метаться по незнакомому мегаполису в поисках товара или кафе. Уже сейчас многие семьи выходные дни проводят в чреве гигантских торгово-развлекательных комплексов, молодежь часами «зависает» с ноутбуками и планшетами в кафе, потребляя одну быструю еду за другой, перемежая все это просмотрами фильмов и развлечениями.

Светлана Ярославова считает, что номера в молле будут дешевле, чем в традиционных гостиницах, где на содержание отдельного здания и obsługу тратится большое количество средств.

Постепенно люди все больше будут затягиваться в трясину торгово-развлекательных комплексов, отдавая им последние сбережения. Само пребывание в таких комплексах вызывает особое состояние эйфории, когда человек, созерцающий сверкающий калейдоскоп молла, впадает в иллюзию, что «это все мое». Не исключено, что для комплексного доступа к услугам будет применяться абонемент по принципу «все включено». Для пополнения иссякшего баланса денежных средств появятся в торговом городе услуги по получению кредита.

Торгово-развлекательные монстры обретут совершенно новые очертания – овалов, спиралей, колец, пирамид внутри и прочих геометрических изысков. Они превратятся мини-города со своим внутренним населением из постоянных и случайных посетителей. Для того, чтобы их не покидало ощущение комфорта, появятся ландшафтные экологические уголки, спорткомплексы, которые будут привлекать всех без исключения: и детей, и взрослых.