

УДК – 725.21

С. Б. Зиміна

кандидат архітектури доцент каф. основ архітектури і АП КНУБА

НАБЛИЖЕНЕ ТОРГОВЕЛЬНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ. СУЧАСНИЙ СТАН.

Анотація: в статті розглянуто деякі нові аспекти наближеного торговельного обслуговування на сучасному етапі розвитку суспільства.

Ключові слова: наближене торговельне обслуговування, торгівля по заказам, споживач, потоки руху.

На сьомому кілометрі траси Київ – Обухів, не зважаючи на кризу, рекордними темпами був побудований і відкрився Мега-Маркет. Торговельний комплекс має площу 15 тис. кв.м, широкий асортимент товарів - як продовольчих, так і промислових. Планується ввести цілий ряд комплексів обслуговування оздоровчого типу (фітнес, кафе, бари, ігрову дитячу кімнату, і таке інше). Найближчий населений пункт знаходиться на відстані кількох кілометрів, тобто мега-маркет не для них. Мешканці Києва мають свої



улюблені пункти закупки. На кого розрахований мегамаркет? Виключно на власників автомобілів, що мчать по трасі за своїми справами, заклопотані, і не встигли купити продукти першої необхідності (словосполучення з далеких радянських нормативів, але, як показав час, термін не втратив своєї актуальності), або на тих, хто нікуди не поспішає і може дозволити собі в дорозі

«чашечку кофе и ванну».

Що незвичного в такому торговому центрі? Чи є в типі цього підприємства новизна? Підприємство має типову побудову торгових залів, стандартний набір функцій, універсальну архітектуру. Єдине, що його відрізняє від своїх споруд-близнюків – розташування на трасі. Ідея будівництва торговельних центрів на «вилітних» магістралях великого міста – не нова. Вона виникла в 80 роках попереднього століття. Такими центрами пропонувалось розвантажити торгові точки великих міст, куди за покупками їхали мешканці прилеглих населених пунктів. У 1985 році була захищена дисертація архітектора Приймака В.В. «Формування центрів обслуговування регіонального значення», в якій була опрацьована типологія центрів

обслуговування регіонального значення і номенклатура складових підприємств.

Приблизно в той же час, а саме в 1987 році була захищена дисертація на тему: «Формування архітектури підприємств торгівлі наближеного обслуговування», в якій доводилось, що торгові підприємства можуть бути класифіковані за ознакою наближеності їх до споживача. Торгове обслуговування могло бути наближене до житла, до потоків руху, до підприємств, а також до місць відпочинку. За формою обслуговування вони поділялися на магазинну і поза магазинну.

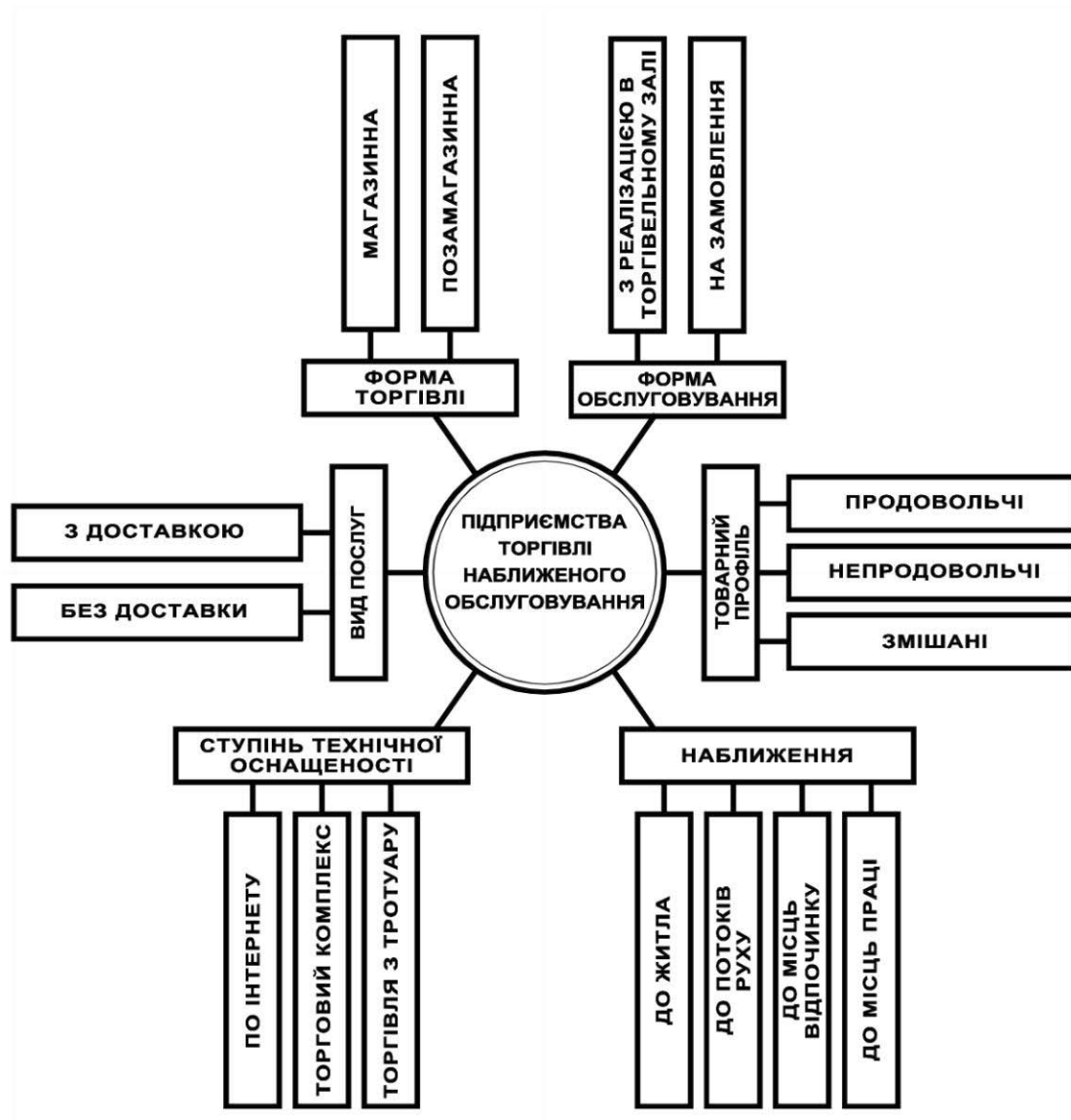
Торговельне обслуговування, таке, що наближене до місць проживання, можна розділити на три категорії: торгівля по замовленням (посилторг і спец замовлення для пільгових категорій – ветерани ВОВ і працівники партії, інваліди, пенсіонери і т. інше), і магазинна форма, в яку входили магазини повсякденного, первинного попиту обслуговування, магазини, що розташовані в будь-якому мікрорайоні, і в які бігали робітники, переважно робітниці в перерву і під час робочого дня.

Торгівля при місцях відпочинку найбільш специфічна, тому що обмежена різноманітністю попиту на товар. Це товари, що безпосередньо пов'язані з конкретним видом відпочинку і сезоном.



Нарешті, тип торговельного обслуговування, що наближений до транзиту, транспортних комунікацій. Розглянувши схему вулиць, будь-якої частки міста, можна встановити чітку закономірність по розташуванню торговельних точок. Їх скупченість біля зупинок транспорту і на перетині різних видів громадського транспорту, вздовж пішохідних потоків, що рухаються від крупних транспортних вузлів.

Але особливе місце займала форма обслуговування «по замовленням» (як продовольчих, так і промислових). Коли на підприємство привозили фасовані продовольчі «замовлення» із однаковим для всіх набором продуктів. Була розвинена і торгівля промисловими товарами, коли торгували товаром легкої промисловості, так званим «дефіцитом». Це була закрита форма торгівлі, тобто тільки для своїх, для тих, хто працює на даному підприємстві. Для такого обслуговування не потрібно було окремої площі, штату продавців та



Класифікація підприємств торгівлі наближеного обслуговування.

обслуговуючого персоналу. Торгівля могла розгорнутися в вестибюлі, актовому залі, тощо. Ця поза магазинна форма обслуговування була найбільш поширена.

Тобто, форми наближеного торгового обслуговування були досить різноманітними, вони гнучко пристосовувались до сучасних умов, підприємства набували різних форм, з успіхом функціонували. Це давало підставу сподіватись, що вони будуть розвиватись і надалі, і до існуючих необхідно додати нові перспективні типи.

Відтоді минуло без малого 25 років (майже як за Дюма). Змінилась держава, змінились форми власності, змінився споживач. Однак прагнення людини наблизити до себе обслуговування і завдяки цьому підвищити його комфортність – залишилось. Наближена торгівля частково змінила свою форму, а частково залишилась, майже без змін. До останньої можна віднести поза магазинну форму торгівлі, що наближається до пішохідних потоків. Ця мало

цивілізована форма продажу (інколи з землі, або з ящиків) продовжує існувати, не дивлячись на доблесну боротьбу правоохоронців з нею. До протилежного полюсу розвиненої цивілізації поза магазинної форми торгівлі можна віднести інтернетівські послуги, купівля «on line», з доставкою в будь-яку точку міста. Ця форма торгівлі поглинула такі види наближеної торгівлі, як «по каталогах» та колективні замовлення (для підприємств, для пільгових категорій населення).

Між цими двома полюсами і розмістився Мега-Маркет, з якого починається стаття. Так, це торговий центр регіонального значення, але водночас, це підприємство торгівлі наближеного обслуговування. Наближеність його обумовлена розташуванням біля транспортної магістралі, по якій відбувається потік руху споживача, що рухається на власному автомобілі.

Спливає час, змінюються соціальні та економічні умови в державі, однак, бажання людини мати комфортні умови споживання – залишаються. Один з факторів, що впливає на рівень споживання, є ступінь наближеності до покупця, і у зв'язку з цим, наближеність послуг буде розвиватись і в подальшому і набувати інших різних форм.

Список літератури:

1. Приймак В.В. Автореферат на здобуття ступеня кандидата архітектури «Формування центрів обслуговування регіонального значення» 1985., ЗНІЕП, К. 30 с.
2. Зиміна С.Б. «Формування архітектури підприємств торгівлі наближеного обслуговування» Дисертація. КІБІ, 1987. 178 С.
3. Статистика рынка товаров и услуг. Под редакцией И.К.Белявского. М.: Финансы и статистика, 1995.- 430с.

Аннотация

В статье рассмотрены некоторые новые аспекты приближенного торгового обслуживания на современном этапе развития общества.

Ключевые слова: приближенное торговое обслуживание, торговля по заказам, потребитель, потоки движения.

Abstract

The article analyzes some new aspects of close-to-public retailing at the present stage of social development.

Keywords: close-to-public retailing, order retail, consumer, movement streams.