

УДК 711

**ВЛИЯНИЕ ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ  
НА ГРАДОСТРОИТЕЛЬНУЮ СИТУАЦИЮ****О.Ю. ЯРМОШ***(Представлено: канд. архитектуры, доц. Г.И. ЗАХАРКИНА)*

*Разобраны особенности формирования торгово-развлекательных центров в городской застройке. Представлена концепция, виды и классификация ТРЦ в градостроительной ситуации.*

Совместно с торговлей начинала развиваться и эпоха развлечений, в итоге все это привело к формированию такого понятия как торгово-развлекательные центры, где под одной крышей собралось несколько функций, с одной стороны разных, но с другой, уже в современном понимании, не возможные существовать друг без друга, как отдельные самостоятельные единицы.

Сегодняшний торговый центр является не только местом совершения покупок, но также и центром развлечений для своих посетителей.

Для большинства покупателей развлечением является и сам шопинг, для других нужны катки, фитнес-центр, SPA, кафе, автоматы и так далее, ограничивает только фантазия и бюджет.

Большие торгово-развлекательные центры расположены как правило за пределами города, на свободных территориях.

ТРЦ перестает быть только магазинами, приобретая все больший размах и все новые функции, он становится своеобразным “городом в городе”. Никого уже не удивляют торгово-развлекательные «города» сети «МЕГА», к которым покупателей доставляет бесплатный транспорт. Во многих странах мира эта тенденция к укрупнению становится все более заметна. Пример привести несложно – Дубай, экономическая и культурная столица арабского мира – в 2009 году там был построен самый крупный в мире торгово-развлекательный центр «Dubai Mall» (рис. 1), общая площадь которого составляет более 1200000 м<sup>2</sup>.



**Рисунок 1. – Торгово-развлекательный центр «Dubai Mall» г. Дубай**

Этот комплекс сложно назвать одним объектом, одним зданием или просто торгово-развлекательным центром в привычном нам понимании. Это торгово-развлекательная территория со сложной внутренней структурой, которая не только оказывает влияние на граничащие с ней территории, но и изменяется сама, отвечая на изменения в городской структуре. В этой связи, необходимо выявить основные закономерности формирования и организации торгово-развлекательных центров как территориальных объектов в структуре крупнейших городов для обеспечения устойчивого развития города в целом.

ТРЦ как градостроительные объекты формируются на определенных территориях городов.

И что немаловажно не только ТРЦ влияет на формирование городского образования, но и городское образование диктует свои правила, влияет на площадь территории, определяет конфигурацию участка, внешний облик, функциональную начинку и т.д.

Место расположения торгово-развлекательного центра в структуре города характеризуется следующими параметрами: размещение относительно центра города; площадь участка; плотность транспортных магистралей; конфигурация участка; требования, предъявляемые к архитектуре сооружения на данном участке; влияние окружающей застройки; пассажиропоток, протекающий через данный участок.

Выделяют следующие виды торговых центров:

- районный;
- окружной;
- суперокружной;
- региональный;
- микрорайонный;
- суперрегиональный;
- специализированный.

Для каждого типа торгового центра применяется свой парковочный индекс, который определяется его концепцией и рассчитывается, отталкиваясь от необходимого количества парковочных мест на 100 м<sup>2</sup> арендной либо общей площади ТЦ.

Концепция торгового центра отражает следующее:

1. Целевые группы покупателей.
2. Тип объекта.
3. Состав арендаторов (якорь, мини-якоря, сопутствующие).

Значения параметров участков зависят от зон, в которых они расположены. С целью точного определения места ТРЦ в структуре города значительное внимание уделено вопросу классификации торговых объектов.

**Районный торговый центр** предполагает продажу товаров повседневного спроса (продовольственные, непродовольственные товары) и услуги (химчистка, прачечная, парикмахерская, ремонт техники и т.д.) для удовлетворения каждодневных потребностей жителей этого района.

**Окружной ТЦ** включает в себя широкий спектр товаров и услуг, с большим выбором товаров. Данный тип торгового центра предлагает более глубокий ассортимент и более широкий ценовой диапазон, в отличие от районного торгового центра.

**Суперокружной торговый центр** соответствует общему профилю окружного центра, но имеет площадь более 20 тыс. м<sup>2</sup>. Можно сказать, что окружной торговый центр является самой сложной категорией торговых центров относительно оценки их размеров и зоны обслуживания.

**Региональный центр** обеспечивает покупателей широким ассортиментом товаров для дома, одежды, мебели, многообразием услуг, а также мест и отдыха, и развлечений. Торговая зона для этого вида торгового центра находится в 40-ка минутах доступности, а количество посетителей более 150 000 человек.

**Микрорайонный ТЦ** предлагает товары первой необходимости и услуги повседневного спроса. Общая арендная площадь до 3 тысяч м<sup>2</sup>. Торговая зона – это территория около 10-ти минут пешей доступности, количество покупателей насчитывается около 10 000 человек.

**Суперрегиональный торговый центр** предлагает широкий ассортимент товаров для дома, одежды, мебели, все для отдыха и развлечений. Арендную площадь около 90 тысяч м<sup>2</sup>. Торговая зона суперрегионального торгового центра достигает около двух часов транспортной доступности, количество покупателей центра – более 300 000 человек.

**Специализированные торговые центры** – это группа магазинов в рамках любого вида торговых центров, который прямо не подходит под вышеперечисленные виды, и имеют специализированную направленность, например, районный ТЦ, имеющий группу специализированных продуктовых магазинов - гастроном, кондитерский магазин, винный, мясной отдел – вместо обозначения супермаркета, может быть назван специализированным районным центром.

Рассмотрев существующую классификацию, можно сделать вывод, что нет классификаций, основанных на градостроительном, а не на объемно-планировочном анализе.

Из всего этого можно сделать вывод, что в каждой городской зоне целесообразней возведение ТРЦ.

В связи с этим были выявлены основные закономерности формирования ТРЦ как территориальных объектов – в случае малых городов, предлагается ранжировать его территорию с учетом следующих составляющих: удаленность участка ТРЦ от городского центра; доступность ТРЦ на общественном транспорте; сеть транспортных магистралей; инвестиционная привлекательность ТРЦ; историко-культурная, архитектурная и туристическая привлекательность территории ТРЦ; наличие охранных зон памятников истории и культуры вблизи от ТРЦ.

В проведенном исследовании изучена взаимосвязь градостроительных условий и основных параметров торговых центров. Разработана модель пошагового анализа градостроительных особенностей участка проектирования для выбора наиболее подходящего типа ТРЦ, в зависимости от городской зоны, в которой находится участок застройки. Предлагаемое постепенное уточнение всех параметров с помощью последовательного рассмотрения участка застройки со всеми типами зонирования, дает возможность понять, каким должен быть торговый центр на данном участке, и использовать эту информацию в последующей работе – при коммерческом обосновании и проектировании ТРЦ.

#### ЛИТЕРАТУРА

- 1 Современные тенденции в архитектурном проектировании [Электронный ресурс] // cont-trend-arch-proect.blogspot.com.by. – Режим доступа: [http://cont-trend-arch-proect.blogspot.com.by/2014/04/blog-post\\_6836.html](http://cont-trend-arch-proect.blogspot.com.by/2014/04/blog-post_6836.html). – Дата доступа: 26.09.2017.
- 2 Дубай Молл [Электронный ресурс] // dubaitrip.ru. – Режим доступа: <https://dubaitrip.ru/shopping/dubai-mall-otzyvy-magaziny.html>. – Дата доступа: 26.09.2017.
- 3 Классификация торговых центров [Электронный ресурс] // trgovlya.info. – Режим доступа: <http://trgovlya.info/trgovye-centry/klassifikacija-trgovyk.html>. – Дата доступа: 26.09.2017.