

**КОНЦЕПЦІЯ ПРОЕКТУВАННЯ ТОРГІВЕЛЬНО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ЦЕНТРІВ****Князева А. Є.,**студентка каф. Архітектури будівель та споруд  
knyagina.nastya@gmail.com**Єрмуракі О. І.,**ст. викл. каф. Архітектури будівель та споруд,  
ms.yurc.13@gmail.com ORCID: 0000-0002-0623-345X*Архітектурно-художній інститут,  
Одеська державна академія будівництва та архітектури*

**Анотація.** Офіційно торговельні центри визначаються як «одна або кілька будівель, що утворюють комплекс магазинів, що представляють мерчандайзерів, із з'єднаними між собою переходами, які дозволяють відвідувачам ходити від блоку до блоку». Неофіційно вони є серцем і душею спільнот, основою економіки роздрібної торгівлі, і скрізь соціальний притулок для підлітків. Вивчення нових форматів і можливостей комерційної нерухомості. Найбільш інноваційні торгові центри сьогодні зовсім не схожі на своїх попередників. Незважаючи на те, що місце розташування залишається ключовим фактором нерухомості для торгових центрів, диференційований дизайн і структура стають все більш важливими. Торгові центри під відкритим небом значною мірою сприяють створенню атмосфери центру міста, особливо коли вони об'єднують багатоцільову нерухомість.

**Ключові слова:** торгово-розважальні центри, розваги, проектування, інновації, дозвілля.

**Вступ.** Актуальність проектування торгово-розважальних центрів продовжує залишатися високою з кількох причин:

- Зміна споживацьких звичок: Споживачі шукають не тільки місця для покупок, але і місця для розваг та відпочинку. Торгово-розважальні центри поєднують у собі широкий спектр роздрібних магазинів, ресторанів, кінотеатрів, боулінг-клубів, льодових майданчиків та інших розважальних закладів, надаючи клієнтам можливість витратити час і гроші на різноманітні види дозвілля.

- Відповідь на конкуренцію з онлайн-торгівлі: Зростання онлайн-торгівлі та електронних платформ ставить традиційні магазини перед викликом. Проектування торгово розважальних центрів забезпечує конкурентну перевагу, пропонуючи споживачам не тільки місце для покупок, але й унікальний досвід і відпочинок, який не можна отримати через Інтернет.

- Соціальна інтеракція та спільнота: Торгово-розважальні центри стають місцями зустрічей і спілкування, де люди можуть провести час разом з друзями і родиною. Вони створюють атмосферу спільноти та місце, де люди можуть насолоджуватися розвагами та заходами, що сприяє підтримці соціальних зв'язків і позитивному впливу на психологічний стан людей.

- Економічний розвиток: Торгово-розважальні центри мають значний економічний вплив, створюючи робочі місця і збільшуючи податкові надходження.

В останні десятиліття концепція торгових центрів, яка походить із США і стала повномасштабною сучасною тенденцією роздрібної торгівлі там у роки після Другої світової війни, поширилася по всьому світу. Незважаючи на свою популярність, торговий центр, який

він був задуманий протягом останніх півстоліття, перебуває на критичній точці перелому. Буря глобальних тенденцій об'єднується одночасно, змушуючи торгові центри змінювати роль. Вони більше не стосуються переважно покупок. Тепер, коли споживачі відвідують торгові центри, вони шукають досвіду. Тенденції, які сприяють створенню цих змін, включають демографічні зміни, такі як старіння населення та зростання урбанізації, що означає, що більше людей живуть у менших просторах і більшу потребу мають в громадських місцях для спілкування та зрання в компанії.

Занепокоєння щодо сталого розвитку спонукають деяких споживачів віддавати перевагу багатофункціональним забудовам, де вони можуть жити, робити покупки та працювати в межах пішої досяжності – замість того, щоб сідати в автомобіль і їхати до переповненого приміського торгового центру.

Оскільки ці тенденції просуваються на світовій арені, вони змушують операторів торгових центрів переглянути те, як вони задумують та керують своїми об'єктами. Перед лицем цих значних викликів торгові центри прагнуть залишатися актуальними, стимулювати зростання та підвищувати ефективність. Ми бачимо, що успішні гравці інвестують у три ключові напрями:

1. Інноваційні торгові центри включають елементи доданої вартості, які намагаються перетворити торговий центр на новий центр міста, включаючи концерти, мистецькі центри, спа, фітнес-клуби та фермерські ринки. Ці послуги забезпечують такий рівень дозвілля та розваг, який неможливо задовольнити онлайн. Наприклад, *Xanadu*, торговий центр за 30 км від Мадрида (рис.1) [4], зробив усе можливе, щоб надати батькам можливість якісно проводити час зі своїми дітьми. У торговому центрі є гірськолижний схил, картинг, катання на повітряній кулі, боулінг і більярд. Так само в торговому центрі *Mall of America* в Міннесоті (рис.2) [5], є підводний акваріум, тематичний парк і музей прогулянок динозаврів. У Бразилії, наприклад, новий фокус на дозвіллі та розвагах вже сприяє зростанню. У 2013 році доходи торгових центрів від цих пропозицій зросли на 41 відсоток порівняно з 2012 роком. Акцент на вишуканих ресторанах і подіях також допомагає зробити торговельні центри осередком місцевої громади – місцем, де можна якісно провести час з друзями та родиною, а не просто пообідати на фудкорті. У торговому центрі *King of Prussia*, розташованому в 30 км від Філадельфії, є стейкхаус *Morton's* і *Capital Grille*. Торговий центр *Crystal Cove* у Ньюпорт-Біч, штат Каліфорнія, має більше дюжини висококласних ресторанів, зокрема *Tamarind of London* і *Mastro's Ocean Club*. [3]

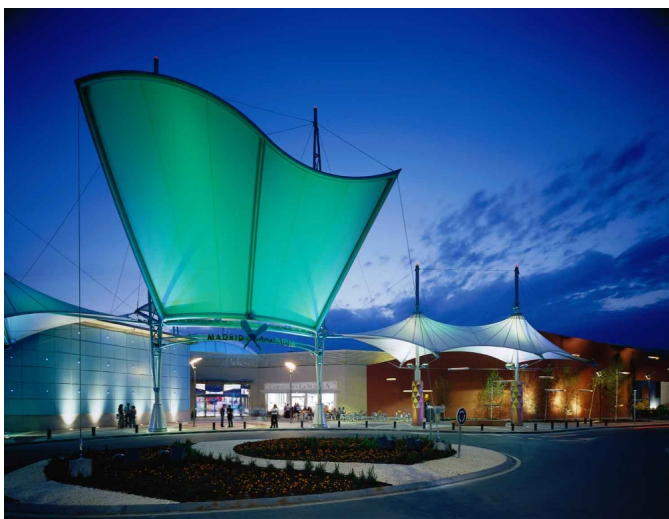


Рис. 1. Xanadu торговий центр за 30 км від Мадрида



Рис. 2. Торговий центр Mall of America в Міннесоті



2. Трансформація торгового центру шляхом використання технологій і багатоканальних стратегій. Цифрове перетворення роздрібною торгівлі – це не лише погана новина для торгових центрів. Навпаки, це надає торговим центрам нові можливості залучати споживачів протягом усього шляху прийняття рішення. Є три основні способи, якими торгові центри використовують технології: Наприклад, технологію можна використовувати для вирішення однієї з найбільших проблем, з якою стикаються покупці в торговому центрі, – пошуку місця для паркування. Датчики, розташовані на паркувальних майданчиках, визначають кількість доступних місць на кожному рівні та дають візуальні індикатори водіям. Опинившись у торговому центрі, мобільні програми можуть запропонувати швидкі та прості путівники, які

допоможуть покупцям знайти те, що вони шукають у сучасних все більших і багаторівневих торгових центрах.

3. Вивчення нових форматів і можливостей комерційної нерухомості. Найбільш інноваційні торгові центри сьогодні зовсім не схожі на своїх попередників. Незважаючи на те, що місце розташування залишається ключовим фактором нерухомості для торгових центрів, диференційований дизайн і структура стають все більш важливими. Торгові центри під відкритим небом значною мірою сприяють створенню атмосфери центру міста, особливо коли вони об'єднують багатоцільову нерухомість. Багато торговельних центрів, які будуються в міських районах, є відкритими та повністю інтегровані в ландшафт. Торговий центр Cabot Circus у Брістолі, Англія (рис. 3) [5], має унікальний скляний дах у формі раковини розміром із півтора футбольних поля.[1] Враховуючи міркування екологічної стійкості, торговий центр доступний громадським транспортом і має систему збору дощової води. Навіть закриті торгові центри тепер створюють більш природну атмосферу у своєму дизайні, встановлюючи рослини та дерева, дерев'яні стіни та підлогу, водоспади та багато скла, щоб забезпечити природне освітлення. Такі елементи допомагають торговим центрам краще поєднатися з оточенням.

Дуже важливо, щоб торгові центри були набагато більше, ніж магазини. Ми бачимо, як співвідношення орендар/громадський простір змінюється від поточних 70/30 до 60/40 або навіть 50/50. Коли це станеться, ці розширені громадські простори потрібно буде планувати та програмувати протягом року, подібно до виставки. Ними керуватимуть більше як контентом і медіа, а не нерухомістю. Змішані вживані розробки пропонують споживачам привабливу інтегровану спільноту, в якій можна жити, працювати та робити покупки. Вони також служать для створення додаткового трафіку для торговельних центрів, максимізуючи віддачу від інвестованого капіталу. Іншими можливостями комерційної нерухомості, які можуть додати альтернативні джерела доходу, є готелі, офісні будівлі та аеропорти.



Рис.3. Торговий центр Cabot Circus у Брістолі, Англія



Рис. 4. Торговий центр WestQuay Англія

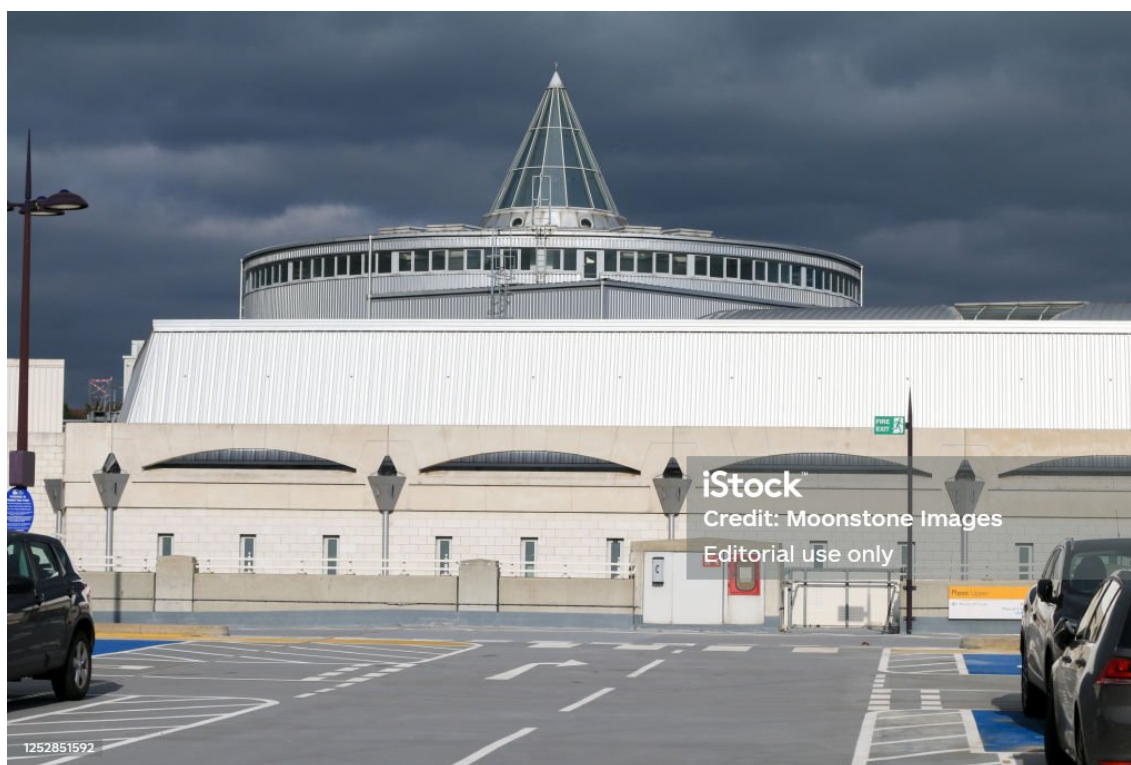


Рис.5. Торговий центр Bluewater в Кент, Англія

**Висновки.** Нарешті, торговельні центри стають все більш популярним альтернативним форматом на більш зрілих ринках, таких як США, особливо після економічного спаду, і вони були ключовим рушієм зростання для багатьох гравців. У країнах із економікою, що розвивається, наприклад у Бразилії, торгові точки також привертають увагу, і ми бачимо, як оператори торгових центрів експериментують із цим форматом як засобом залучення споживачів, які цінують ціну, і тих, хто шукає угоди.

Оскільки сучасні умови та швидкий темп життя міського населення дали зрозуміти, що ТРЦ все більше і більше стають невід'ємною частиною людського буття. Адже в одному

місці зібрані абсолютно різні за призначенням речі, які необхідні людиною. Людям не доводиться бігати з одного магазину до іншого через усе місто, достатньо просто заглянути до одного з ТРЦ, яких у сучасних містах досить багато, тому навіть серед них вже з'явився вибір. Деякі ТРЦ включають в себе не тільки ті чи інші магазини, а й мають призначення задовольняти людські потреби у відпочинку чи навіть оздоровленню. А у нинішньому світі перепочинок та оздоровлення – є найбільшою громадською цінністю.

Торговий центр – специфічний об'єкт, що працює за своїми законами. При проектуванні важливо враховувати кожен нюанс, починаючи з планування, до загальної концепції об'єкта.

Такі великі об'єкти, як торгово-розважальні центри (ТРЦ), вимагають відповідального та професійного підходу до кожного етапу проектування та будівництва.

### Література

- [1.] Як розвивалися українські ТРЦ [Електронний ресурс]. – URL: <https://allretail.ua/analytics/65260-yak-rozvivalisya-ukrajinski-trc-i-shcho-jih-chekayevepochu-e-commerce>
- [2.] Як виглядатимуть ТРЦ майбутнього? [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.ucsc.org.ua/yak-vyglyadatymut-trcz-majbutnogo/>
- [3.] Проектування торгових і торгово-розважальних центрів [Електронний ресурс]. – URL: <https://oneproject.com.ua/s14-proektuvannya-tr>
- [4.] <http://www.madridxanadu.com/>[Електронний ресурс]
- [5.] <https://www.gettyimages.it/immagine/the-mall-of-america>[Електронний ресурс]
- [6.] <https://www.hammerson.com/destinations/cabot-circus>[Електронний ресурс]
- [7.] <https://www.istockphoto.com/uk>[Електронний ресурс]
- [8.] <https://paris-life.info/shopping/3909-samie-popylyarnie-torgovie-centry-v-parizhe>  
[Електронний ресурс]
- [9.] <https://dspace.nau.edu.ua/bitstream>[Електронний ресурс]
- [10.] <https://sakhavtomat.com/news/osnovni-aspekti-budivnictva-trc-ta-torgovih-kompleksiv>  
[Електронний ресурс]

### References

- [1.] Kak razvivalis' ukrainskiye TRTS [Elektronnyy resurs]. – URL: <https://allretail.ua/analytics/65260-yak-rozvivalisya-ukrajinski-trc-i-shcho-jih-chekayevepochu-e-commerce>
- [2.] Kak budut vyglyadet' TRTS budushchego? [Elektronnyy resurs]. – URL: <https://www.ucsc.org.ua/yak-vyglyadatymut-trcz-majbutnogo/>
- [3.] Proyektirovaniye torgovykh i torgovo-razvlekatel'nykh tsentrov [Elektronnyy resurs]. – URL: <https://oneproject.com.ua/s14-proektuvannya-tr>
- [4.] <http://www.madridxanadu.com/>[Elektronnyy resurs]
- [5.] <https://www.gettyimages.it/immagine/the-mall-of-america>[Elektronnyy resurs]
- [6.] <https://www.hammerson.com/destinations/cabot-circus>[Elektronnyy resurs]
- [7.] <https://www.istockphoto.com/uk>[Elektronnyy resurs]
- [8.] <https://paris-life.info/shopping/3909-samie-popylyarnie-torgovie-centry-v-parizhe>  
[Elektronnyy resurs]
- [9.] <https://dspace.nau.edu.ua/bitstream>[Elektronnyy resurs]
- [10.] <https://sakhavtomat.com/news/osnovni-aspekti-budivnictva-trc-ta-torgovih-kompleksiv>  
[Elektronnyy resurs]

## CONCEPT OF DESIGNING SHOPPING AND ENTERTAINMENT CENTERS

**Kniazieva A.,**

Student of Department of Architecture of Buildings and Structures  
knyaginya.nastya@gmail.com

**Yermuraki O.,**

Senior Lecturer, Department of Architecture of Buildings and Structures,  
ms.yurc.13@gmail.com ORCID: 0000-0002-0623-345X

*Architectural and Art Institute,  
Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture*

**Abstract.** Officially, malls are defined as "one or more buildings forming a complex of stores representing merchandisers, with interconnected passages that allow patrons to walk from block to block." Unofficially, they are the heart and soul of communities, the backbone of the retail economy, and a social haven for teenagers everywhere. Study of new formats and possibilities of commercial real estate. The most innovative shopping centers today are not at all like their predecessors. While location remains a key real estate factor for shopping centers, differentiated design and structure are becoming increasingly important. Open-air malls contribute significantly to the downtown atmosphere, especially when they combine mixed-use properties. Finally, shopping malls are becoming an increasingly popular alternative format in more mature markets such as the US, especially after the economic downturn, and they were a key driver of growth for many players. In emerging economies such as Brazil, outlet stores are also gaining traction, and we're seeing mall operators experiment with the format as a means of attracting value-conscious consumers and bargain hunters. Transformation of the shopping center through the use of technology and multi-channel strategies. The digital transformation of retail isn't just bad news for malls. On the contrary, it gives shopping centers new opportunities to engage consumers throughout the decision-making journey. There are three main ways that shopping centers use technology: For example, technology can be used to solve one of the biggest problems that shoppers face in a shopping center – finding a parking space. Social interaction and community: Shopping and entertainment centers are becoming places of meeting and communication where people can spend time together with friends and family. They create a community atmosphere and a place where people can enjoy entertainment and activities that contribute to the maintenance of social ties and a positive impact on the psychological state of people.

**Keywords:** shopping and entertainment centers, entertainment, design, innovation, leisure.