

*О. С. Савицкая, Р. Горшков*

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И СТРОИТЕЛЬСТВА ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ**

Торговля и обмен товарами является одним из важнейших видов человеческой деятельности. Без торговых отношений не существовала бы связь между современными странами мира, деньги потеряли бы свой смысл, а хозяйство обрело бы форму натурального.

К счастью в настоящее время торговля процветает, а ее вид адаптируется под потребности современного человека, темп и стиль его жизни. Хаотические базары на центральных городских площадях сменились улицами с многочисленными домами лавочников, те, в свою очередь, централизованными базарами, затем мелкими магазинами. В советское время широкое распространение получили так называемые ГУМы и ЦУМы, которые позволили централизовать места торговли, тем самым сэкономив человеку время на передвижения от одного магазина к другому.

В современном мире широкое распространение получили супермаркеты — магазины, в которых человек может легко найти практически все необходимое за достаточно короткий срок. Они зачастую специализируются по виду реализуемого товара: бытовая техника, продукты питания, электротовары, мебель и пр. Но в последнее время хождение по магазинам, или так называемый “шоппинг”, приобрело для человека несколько другой характер. Это уже не только форма удовлетворения потребностей в товарах и услугах, но и своего рода спорт, а для многих даже хобби или отдых. Объединение нескольких супермаркетов в один большой торговый центр с собственной инфраструктурой стало тем необходимым решением проблемы шоппинга.

За последние 5-7 лет в Нью-Йорке, Париже, Токио, Лондоне и многих других мегаполисах были выстроены крупнейшие торгово-развлекательные центры, ставшие центром досуга огромной части городского населения. Кроме того, эти сооружения стали своего рода символом современных архитектурно-строительных технологий, изюминкой города, предметом туризма. Собранные в одном месте фирмы-производители предоставляют такой ассортимент продукции, что отпадает потребность ехать в другой конец города за необходимой покупкой, тем самым экономится драгоценное для современного делового человека время. Кроме торговых помещений в инфраструктуру комплекса входят культурно-развлекательные помещения: кинозалы, выставочные комплексы, художественные галереи, сети магазинов “Fast food”, рестораны, концертные площадки, что в свою очередь служит центром духовного и эстетического досуга населения.

К сожалению, на Украине еще не было построено ни одного крупного торгово-развлекательного центра. Наша страна еще не вышла на тот уровень жизни, присущий ведущим странам мира. Но поскольку имеются тенденции к вступлению в ближайшее десятилетие в Евросоюз, есть все основания предполагать, что в скором будущем Украина поднимется на новый социальный, политический, экономический, демографический уровень, и строительство крупных торгово-развлекательных центров обретет свою актуальность.

Начало 21 века охарактеризовалось для большинства стран мира новым шагом в научно-технической революции: практически во всех сферах науки и техники были сделаны открытия, разработаны передовые концепции, введены актуальные инновации и т. д. НТР коснулась также и области строительства: появились новые технологии возведения зданий и сооружений, опытным путем были получены новые марки строительных материалов, были изучены и введены в действие различные сочетания полимеров, строительные машины и механизмы приобрели ряд актуальных технических преимуществ над старыми моделями. Прогрессирующая урбанизация, коснувшаяся всех стран мира, поставила перед архитекторами и

строителями множество новых вопросов, среди которых наиболее актуальными являются такие: как в условиях плотно застроенного мегаполиса возвести новые жилые и общественные комплексы, при этом не нарушив общей целостности и гармонии с существующей исторической застройкой.

Ведущие архитектурные группы пришли к мнению, что точечное (единичное) строительство жилых домов и предприятий соцкультбыта не решит всех потребностей населения, а также приведет к нежелательному искажению существующей городской застройки. Вместо этого было принято решение о разработке комплексов, включающих в себя не какое-либо единственное предназначение (например, только торговое), а набор различных услуг, способных удовлетворить все потребности обывателей.

За последние 5 лет во всех передовых странах мира было построено множество различных комплексов, среди которых важное место занимают торгово-развлекательные центры, более известные под названием “гипермаркеты”. Они включают в себя несколько зон оптовой и розничной торговли, а также культурно-развлекательные зоны.

Уже несколько лет Украинское правительство ведет переговоры со странами ЕС о перспективе вступления Украины в Европейское содружество. Для этого Украина должна соответствовать ряду высоких требований.

К сожалению, в нашей стране уровень развития строительных концепций и технологий намного ниже, чем в зарубежных странах. В России, ближайшем в историческом и географическом плане соседе, ведется активное строительство торгово-развлекательных центров. Многие, уже сданные в эксплуатацию, пользуются колоссальным спросом у потребителей. На Украине обыватель не привык к тому, что можно в одном гипермаркете удовлетворить все потребности: произвести покупки, отдохнуть, уделить время культурному развитию, получить заряд позитивных эмоций от просмотра фильмов и т. д. Чтоб все это сделать необходимо ездить в разные концы города, при этом потратить множество драгоценного времени. Поэтому, ориентируясь на опыт строительства гипермаркетов в ближайшем зарубежье (России, Польше, Чехии) было бы рационально начать строительство торгово-развлекательных центров и на Украине.

Прежде всего, необходимо проанализировать городскую инфраструктуру и выбрать наиболее подходящее для гипермаркета место. Также актуальным является строительство сразу нескольких торгово-развлекательных центров. Это значительно повысило бы уровень сбыта продукции, обеспечило “здоровую” конкуренцию между поставщиками, а также сэкономило бы потребителю время на выбор и покупку интересующей его продукции. Современные гипермаркеты предоставляют возможность приобрести разнообразный товар, посетить кинозалы, пообедать в уютном кафе или ресторане; игровые зоны предоставляют возможность для веселого отдыха детей. Размещение в гипермаркетах картинных галерей, небольших музеев или библиотеки внесет вклад в культурное развитие населения.