

УДК 72.012.1

ФАКТОРЫ ВЫБОРА МЕСТА РАСПОЛОЖЕНИЯ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОГО ОБЩЕСТВЕННОГО ЦЕНТРА

О.Ю. ЯРМОШ

(Представлено: канд. архитектуры, доц. Г.И. ЗАХАРКИНА)

Рассмотрены вопросы местоположения многофункционального общественного центра. Показана важность освоения территории перед проектированием. Также рассмотрен метод западной оценки расположения многофункционального общественного центра.

В условиях высокой конкуренции в торговой сфере, важным этапом при проектировании новых и реконструкции действующих многофункциональных общественных центров (МОЦ) становится освоение территории. Это делается для того, чтобы созданные объекты могли успешно функционировать продолжительное время, быть конкурентоспособными и удобными для своих посетителей.

В настоящее время расстояние до торгового центра не имеет особого значения, наряду с тем, что можно в одном месте найти широчайший ассортимент предлагаемых товаров, а не довольствоваться скудным предложением ближайшего маленького магазина. Одним из таких примеров может служить «BIGZZ» в городе Минске (рисунок 1).



Рисунок 1. – Торгово-развлекательный центр «BIGZZ» в Минске

Таким образом, выбор местоположения МОЦ является одним из самых важных вопросов, которые должны решаться на стадии проектирования. С одной стороны, местоположение МОЦ определяет потенциальное количество посетителей и оборот. С другой – в зависимости от места стоимость получения прав на строительство и аренду земли может различаться в несколько раз. Наконец, размещение МОЦ влияет на его имидж. Но если арендная плата и стоимость получения прав на строительство известны заранее, оборот можно только прогнозировать. Поэтому прогнозирование оборота является центральной и наиболее сложной процедурой при выборе местоположения.

В условиях высокой конкуренции в торговой сфере важным этапом при проектировании новых и реконструкции действующих МОЦ объектов становится освоение территории. Это делается для того, чтобы созданные объекты могли успешно функционировать продолжительное время, быть конкурентоспособными и удобными для своих посетителей и местных жителей.

Основным фактором, влияющим на выбор места расположения МОЦ, является непосредственная близость к станциям метрополитена, к крупным транспортным узлам и магистралям общегородского значения. Одним из таких примеров является расположение Торгово-развлекательного комплекса «Galleria Minsk» (рисунок 2) в Минске по улице Победителей. Торгово-развлекательный комплекс построен в историческом и культурном центре Минска. Рядом располагается большинство достопримечательностей города. Рядом с Galleria Minsk находятся 2 станции метро, остановки 11 автобусных и троллейбусных маршрутов, 17 маршрутных такси.



Рисунок 2. – Торгово-развлекательный комплекс «Galleria Minsk»

На западе для оценки местоположения объектов проектирования – торгово-развлекательных центров (ТРЦ) – применяют комбинированный метод Берри и Парра и методы Боулби, Брехени и Фута [1].

При использовании комбинированного метода оценивают макро- и микrorасположение объекта.

Показатели, рассматриваемые на стадии оценки микrorасположения, основаны на сведениях о состоянии экономики и демографической ситуации в предполагаемом для основания ТРЦ регионе на момент проведения исследования.

При оценке демографической ситуации рассматриваются численность и плотность населения, количество трудоспособного населения, уровень доходов и уровень безработицы.

При оценке экономической ситуации рассматривается объем и динамика ВВП, прямые зарубежные инвестиции, объем промышленного производства, уровень и динамика розничного товарооборота (как показатель платежеспособности населения).

Оценка микrorасположения подразумевает исследования:

- географического положения участка, его физических характеристик;
- инфраструктуры района, а именно доступность торгового центра для потенциальных клиентов, общий пассажиропоток прилегающей зоны (количество автомобилистов, общественного транспорта и пешеходов);
- транспортной доступности объекта на общественном транспорте;
- временной доступности объекта, а именно пешеходная, транспортная и пешеходно-транспортная зоны;
- улично-дорожной сети, а именно удобство подъезда к торговому центру;
- возможности размещения парковки;
- визуальной доступности объекта.

При определении формата торгового центра необходимо ориентироваться на определенный социальный класс или создать смешанную структуру, размещая бутики и недорогие магазины в одном месте. Это соединение может оказать позитивное воздействие на ТРЦ и привлечь в него дополнительное количество покупателей.

На основе вышерассмотренных показателей и методов оценки на территории города Минска выбраны несколько перспективных точек для расположения МОЦ: центральный район; трасса 62 через МКАД около аквапарка «Лебяжий»; исторический центр города Минска на улице Янки Купалы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Dis.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dis.ru/library/520/25648/>. – Дата доступа: 26.06.2018.
2. Torgovlya.info [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://torgovlya.info/torgovye-centry/factory-kotorye-vlijajut.html>. – Дата доступа: 26.06.2018.