

УДК 314; 711.435

**ФАКТОРЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МЕСТА РАСПОЛОЖЕНИЯ
ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ КОМПЛЕКСОВ****О.Ю. ЯРМОШ***(Представлено: канд. арх. Г.И. ЗАХАРКИНА)*

Рассмотрены факторы определения места расположения торгово-развлекательных центров. Проведен анализ демографического изменения населения за период с 2000 по 2016 гг. На примере полоцкого торгово-развлекательного центра «Манеж» проанализировано архитектурно-планировочное решение.

В настоящее время наметился возрастающий интерес к торгово-развлекательным комплексам. И это неспроста, поскольку люди ценят время и удобства. А такие центры объединяют под одной крышей много функций, что делает их более привлекательными чем по сравнению с мономагазинами.

Выделяют две модели торговых центров – европейскую и американскую. Основная масса европейских торговых центров, как правило, сосредоточена в пределах города, в местах наибольшего скопления покупателей, с хорошей пешеходной доступностью. Кроме того, для европейских торговых центров характерна концепция привлечения нескольких «якорных» арендаторов и возведение торговых галерей, построенных по классическому принципу. В США же более распространена концепция моллов за городом. В них посетители приезжают на автомобилях. Это легко объяснимо: основная масса населения США проживает в собственных домах в пригородах.

Поскольку Беларусь приближена к европейской модели торговых центров, важным условием является доступность, так как в слишком отдаленный торговый центр привлечь посетителей будет непросто. Место для строительства торгового центра определяется его концепцией, размерами и бюджетом.

Необходимо также учитывать уровень развития инфраструктуры района и конкурентное окружение. *Genius loci* переводится с латинского как «гений места». Это выражение используется для описания мест, которые надолго остаются в памяти благодаря своей архитектуре и производимому впечатлению.

Одной из целей настоящей научной работы является определение мест расположения торгово-развлекательных центров.

Кроме областных центров Беларуси, 14 % городов имеют население в пределах 221–100 тыс. жителей (табл. 1).

Таблица 1

Динамика изменения численности населения в городах стотысячниках.

Название города	2000 г. (тыс. чел.)	2009 г. (тыс. чел.)	2016 г. (тыс. чел.)
Бобруйск	221	219	218
Барановичи	168	169	179
Борисов	151	150	144
Орша	136	117	116
Пинск	131	131	137
Мозырь	110	112	112
Новополоцк	107	107	102
Солигорск	101	101	106

В представленных городах целесообразно строить многофункциональные торгово-развлекательные центры, площадью (20.000 м²) поскольку они будут окупаемы по сравнению с городами, где численность населения меньше 100 тысяч. Естественно их размещают в черте города на пересечении магистральных улиц, что увеличивает уровень посещаемости, так как такие комплексы будут посещать не только горожане, но и приезжие.

Так в городе Полоцке можно увидеть пример компактного и удобного расположения многофункционального торгового комплекса «Манеж» общей площадью более 20.000 м², с торговой площадью 15 640 м² и бесплатными парковочными местами [3]. На площади торгового центра разместились более 50 магазинов белорусских и мировых брендов (30% абсолютно новых брендов для Полоцкого района), операторы фуд-корта, бар, гипермаркет «Евроопт» с площадью более 3 900 м² и каток. Торгово-развлекательный центр размещен в уровень одного этажа. Помимо супермаркета «ЕВРООПТ» в состав торгового центра входит торговая галерея, супермаркет бытовой техники, первые представители фуд-корта в регионе, а также каток, детский центр, аптека и многое другое (рис. 1).



Рис. 1. Торгово-развлекательный центр «Манеж», Полоцк

Торгово-развлекательный центр расположен в юго-западной части г. Полоцка в районе транспортной развязки на пересечении улиц П. Бровки, М. Богдановича (рис. 2). Расположение торгового центра в данном районе обеспечивает доставку посетителей на автобусах городских и пригородных маршрутов. Для посетителей, прибывающих на личном транспорте, предусмотрена наземная парковка на 630 машиномест, что является важным фактором для обеспечения удобства посещения торговых центров.



Рис. 2. Схема расположения ТРЦ «Манеж», Полоцк

Парковочные места играют также важную роль в посещаемости торговых-развлекательных центров. Даже если объект хорошо спроектирован, посещаемость этих объектов снизится, если плохо организован подъезд и недостаточное количество парковочных мест. Проанализировав статистику количества населения разных периодов времени, можно прогнозировать прирост или уменьшение численности населения, что позволит определить места экономически выгодного расположения торговых-развлекательных центров. Исследовав торговый-развлекательный центр «Манеж» можно выделить несколько преимуществ, которые могут являться примерами при проектировании торговых-развлекательных центров:

- первый региональный торговый центр окружного формата с развлекательной функцией - каток, детский центр;
- расположение на пересечении крупных автомагистралей Р-45, Р-46.
- в зоне охвата города Полоцк и Новополоцк (г. Полоцк - 83 тыс. человек, г. Новополоцк - 107 тыс. человек);
- хорошее визуальное восприятие (контраст цветов).
- доступность для населения жителей города и приезжих.

ЛИТЕРАТУРА

1. bobr.by [Электронный ресурс] / Численность населения в 14 городах Беларуси превышает 100 тыс. человек. – Режим доступа: <http://bobr.by/news/kaleidoscope/3590.htm> l. – Дата доступа: 15.09.2016.
2. belstat.gov.by [Электронный ресурс] / Численность населения на 1 января 2016 г. и среднегодовая численность населения за 2015 год по Республике Беларусь в разрезе областей, районов, городов и поселков городского типа. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/demografiya_2/metodologiya-otvetstvennye-za-informatsionnoe-s_2/index_4945/. – Дата доступа: 15.09.2016.
3. realt.by [Электронный ресурс] / Торгово-развлекательный центр «Манеж» в Полоцке. – Режим доступа: <http://realt.by/vitebsk-region/rent/offices/object/618497/>. – Дата доступа: 15.09.2016.