

нестандартных конструкторских разработок. В этом проявилась принципиальная неприспособленность архитектуры авангарда к реальным условиям строительства в Советской Беларуси 1930-х гг.

Литература

1. Морозов, Е. В. Особенности построек архитектурного авангарда в Беларуси на примере работ архитектора-рационалиста И. И. Володько / Е. В. Морозов // Проблемы, исследования, тенденции развития региональной архитектуры: сб. науч. тр. / Мин-во образования Респ. Беларусь, Учреждение образования "Брестский государственный технический университет", Кафедра архитектурного проектирования и рисунка. – Брест, 2016. – С. 52–58.
2. Белстройцентр [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://www.bsc.by/ru/story/gody-ucheby-i-stanovleniya>. – Дата доступа: 22. 04.2018.

УДК 725.1:339.37

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ

Асаенок В.В.

Научный руководитель – Горунович В.В.

Белорусский национальный технический университет,
Минск, Беларусь

В современном мире меняется концепция проектирования торговых зданий. Они превращаются не только в места для приобретения покупок, но и для получения эмоционального и культурного опыта.

Считается, что за покупками приходят только 20% посетителей. Поэтому строить, по мнению специалистов, сегодня нужно не просто торговые, а именно торгово-развлекательные центры. По данным европейских исследований, включение развлекательной составляющей в состав крупного торгового центра способно привлечь интерес еще порядка 40% покупателей, повышая тем самым конкурентоспособность ТРЦ в сравнении с другими объектами.

Совет британских торговых центров говорит, что свыше 38% крупных торговых европейских объектов имеют досугово-развлекательную часть. Так, например, в пригороде Мадрида, ТРЦ «Madrid Xanadu» построен с настоящим – крытым – горнолыжным склоном. Самый популярный магазин в мире сегодня – это торгово-развлекательный центр The Dubai Mall, который в 2013 году посетило 75 млн человек. Более того, дубайский комплекс остается самым популярным уже на протяжении нескольких лет, здесь расположен огромный крытый океанариум, вошедший в Книгу рекордов

Гиннеса благодаря размерам. Кроме того, в Dubai Mall есть тематический парк игровых приставок Sega, ледовая арена олимпийских размеров и симулятор полетов iPilot, где посетители «пилотируют» пассажирские лайнеры Boeing.

В Беларуси также можно проследить тенденцию строительства современных торговых центров, с выделяющейся развлекательной и досуговой составляющей (Рис.1). И тем самым происходит вытеснение государственных универсамов и магазинов.



Рисунок 1. ТЦ «GreenCity» в Минске

В скором времени жители самых дальних районов получают в свое распоряжение современные и удобные торговые центры с ледовой ареной, кинотеатром и брендовыми магазинами в которые не нужно ездить через весь город [1]. Так, по данным Министерства торговли Беларуси, на тысячу столичных жителей сегодня приходится 458 кв.м. торговых площадей. В ближайшее время Мингорисполком планирует довести эту цифру до уровня 600 кв. м, что соответствует среднеевропейскому значению. Для сравнения: в Москве данный показатель составляет 352 кв.м, в Санкт-Петербурге – 489 кв.м, а в Варшаве, которая занимает первое место среди столиц Восточной Европы – 779 кв.м на тысячу человек.

В некоторых областных центрах Беларуси уже появились торговые центры, которые соответствуют современным требованиям. Яркий тому пример – гродненский ТЦ «OldCity» общей площадью 28 тыс. кв.м (Рис. 2). Благодаря продуманной концепции совмещения торговой и развлекательной частей, а также визуального оформления, он пользуется большой популярностью у жителей города.



Рисунок 2. ТЦ «OldCity» в Гродно

Из торговых объектов Витебска можно выделить «Марко Сити» и «Green ЦЕНТР». Однако, несмотря на высокое качество их исполнения, следует отметить невысокую долю развлекательных услуг для посетителей, что впоследствии может негативно повлиять на посещаемость этих объектов.

Среди торговых объектов Могилева можно выделить ТЦ «Парк Сити». На его базе стали проводиться запланированные мероприятия: живые выступления различного формата (музыкальные, художественные, спортивные, мастер-классы и т.п.). Кроме того, возле ТЦ был обустроен скейтпарк, а внутри него – скалодром и батутный парк.

Но стоит отметить, что большие торговые объекты не всегда целесообразно строить в регионах. Необходимо анализировать пешеходные и автомобильные пути, исходить из функциональных, объемно-планировочных решений, учитывать окружение участка застройки. Хороший пример – недавно открытый в спальном районе Бреста ТЦ «Экватор». Его общая площадь всего порядка 10 тыс. кв.м, 5 тыс. кв.м из которых отдано уже знакомому минчанам продуктовому супермаркету «Green», а 4 тыс. кв.м приходится на fashion-галерею. Но подтверждением правильно выбранной концепции является тот факт, что в момент открытия ТЦ был заполнен арендаторами на 85%.

Одним из самых популярных ТЦ Минска является ТЦ «Галилео», площадью 20,4 тыс. кв.м (Рис. 3). За рубежом давно научились извлекать выгоду из совмещения крупных транспортных узлов с торгово-развлекательными центрами. «Галилео» – пример воплощения этой тенденции в Минске. Торговые галереи сформированы десятками магазинов одежды, обуви и аксессуаров. Имеется в ТРЦ кафе с хорошим видом на привокзальную площадь и фуд-корт на 8 кухонь. Так же можно посетить семизальный кинотеатр на 6–7-м этажах.



Рисунок 3. ТЦ «Галилео» в Минске

Наряду с Национальной библиотекой подземный торговый центр «Столица» площадью 25 тыс. кв.м (Рис. 4) стал одной из главных минскихстроек минувшего десятилетия. В подземном комплексе три этажа отданы под торговлю и общественное питание. Достаточно много помещений арендуют белорусские производители. В центральной части ТЦ расположен

атриум, под куполом которого регулярно проходят концерты, презентации и другие праздничные мероприятия. Паркинг рассчитан на 500 автомобилей.

Рисунок 4. Интерьер ТЦ «Столица» в Минске



Крупнейший торгово-развлекательный центр Минска и всей Беларуси «Замок» (39,1 тыс. кв.м) имеет весьма своеобразную архитектуру, сочетающую элементы средневекового замка и современного бизнес-центра. Особенности интерьера – атриум высотой 20 метров. Четвертый этаж стилизован под старинную европейскую улицу с коваными фонарями, скамейками, фасадами домов. Это зона отдыха и развлечений: ледовый каток, ресторан, фуд-корт, детские аттракционы, 3D-кинзалы. Также расположена развлекательная концертная площадка Prime Hall.

Торговый центр, превышающий отметку 40 тыс. кв.м, – «DiaMond» площадью 54,6 тыс. кв.м. Он получился достаточно технологичным. Этажи отличаются цветом элементов и формой, но в целом они похожи. Уровни соединены траволаторами. На втором этаже помимо гипермаркета, магазинов одежды, расположится так называемая «Золотая миля» – галерея ювелирных магазинов различных брендов.

ВТЦ «Palazzo» (Рис. 5) появится первая в Минске аэродинамическая труба под названием iFly. Ее высота – 16,7 м, диаметр – 4,3 м. Торговый центр будет четырехуровневым. Общая площадь – 54 тыс. кв.м. Еще одна новинка – восьмизальный IMAX кинотеатр. Кроме этих развлечений, подготовили каток площадью 2200 кв.м. Если так, то у ледовой площадки в «Замке» появится конкурент [4].

Рисунок 5. ВТЦ «Palazzo» в Минске



Но с постройкой множества торговых центров у них образовался определенный недостаток, это отсутствие так называемой «якорной системы». Это выделение определенного бренда, за которым люди будут приходить именно в этот торговый центр. Либо же это может быть необычная функционально – развлекательная составляющая.

Если сравнить качественные и количественные характеристики торговых центров нашей страны и стран Прибалтики и России, то, например, обеспеченность площадями современных ТЦ (кв.м/чел) у Минска больше Москвы и Киева, но меньше Вильнюса и Талина (Рис. 6).

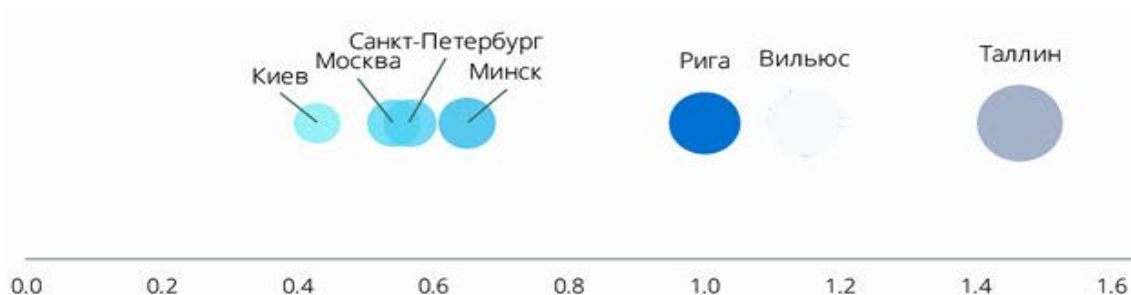


Рисунок 6. Ситуация на рынках торговой недвижимости Беларуси, России, Украины и стран Прибалтики

Недостаток международных брендов и большое количество торговых площадей могут являться прямыми причинами низкой популярности объекта. Поэтому, несмотря на то, что количество торговых центров на душу населения Беларуси не отстает от европейских показателей (Рис. 7), у нас существуют проблемы с малым количеством представленных брендов и разнообразием продукции. В основном ТЦ нашей страны похожи как по брендам, так и по развлекающей составляющей, то есть практически все они однообразны, не имеют якорных притяжений. Это то, что необходимо учитывать, при проектировании торговых центров [5].



Рисунок 7. Показатели вакантных площадей ТЦ Беларуси, России, Украины и стран Прибалтики

Для любого многоэтажного торгового объекта привлечение покупателей на верхние этажи – серьезная задача. На этапе проектирования важно правильное распределение потоков покупателей чтобы верно определить места расположения вертикальных и горизонтальных коммуникаций, а на этапе функционирования магазина – обеспечить эффективное распределение товарных групп по этажам. Если этого не сделать своевременно, «задача верхних этажей» неминуемо превратится в проблему.

Также необходимо учитывать значимость интерьера над внешним обликом торгового центра, с выделением входной зоны. Современные торговые центры выделяют входную зону, практически не делая акцентов на остальных фасадах здания. Этот принцип заметен в ТЦ «Green», «GALLERIA MINSK», но не читается, например, в ТЦ «Dana Mall».

Сейчас потребитель избалован широким выбором торговых объектов различного формата и направленности, именно поэтому важна уникальность торгового центра, для того, чтобы потребитель выбрал именно этот центр и возвращался в него снова и снова.

Литература

1. Торгово-развлекательные центры: кому выгоден союз торговли и веселья? - 2014. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belchas.by/news/ac1f43fb-2d6f-4041-8b23-1c6e080d2cf0.html>
2. Как региональные торговые центры работают над столичными ошибками. -2017. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://probusiness.io/markets/2928-prosto-shopping-uzhe-neinteresen-kak-regionalnye-torgovye-centry-rabotayut-nad-stolichnymi-oshibkami.html>
3. Топ-10 самых крупных торговых центров Минска -2014. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://realt.onliner.by/2014/08/18/top-10-2>
4. Обзор торговых центров, которые откроются в Минске, — с ледовой ареной, кинотеатром и брендовыми магазинами. -2017. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://realt.onliner.by/2017/11/17/mnogo-tc>
5. Основательный обзор торговой недвижимости Беларуси, России, Украины и Прибалтики. -2017. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://probusiness.io/markets/3864-ploshchadey-mnogo...ukrainy-i-ribaltiki.html>