

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ НАЗЕМНИХ СПОРУД І АЕРОДРОМІВ
КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДИЗАЙНУ ТА ГРАФІКИ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри
Вікторія ВАСИЛЕНКО

« » 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**
ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 022 «ДИЗАЙН»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ «ДИЗАЙН»

Тема:

ДИЗАЙН ТОРГОВО-РОЗВАЖАЛЬНОГО ЦЕНТРУ В ЕТНОСТИЛІ

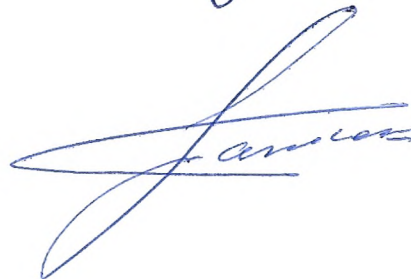
Виконавець:

КЛИМЕНКО Анастасія Віталіївна
ДЗ-401Б



Керівник:

кандидат архітектури, доцент,
доцент кафедри КТДіГ
ГНАТЮК Лілія Романівна



Консультант:

кандидат технічних наук, доцент,
професор кафедри КТДіГ
БАШТА Олена Трифонівна



Нормоконтроль:

доктор архітектури, професор,
професор кафедри КТДіГ
ЧЕРНЯВСЬКИЙ Володимир Георгійович



Київ-2024

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет наземних споруд і аеродромів
Кафедра комп'ютерних технологій дизайну і графіки
Галузь знань: 022 «Культура і мистецтво»
Спеціальність: 02 «Дизайн»

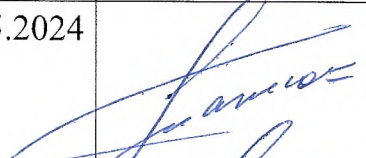
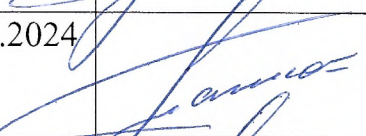
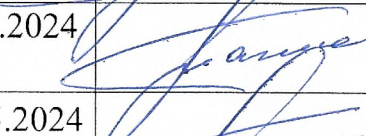
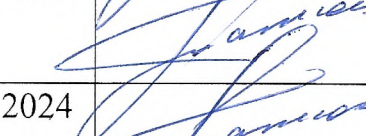
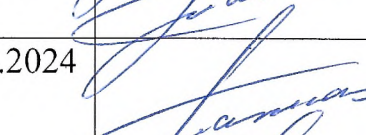
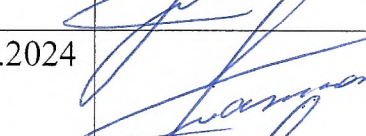
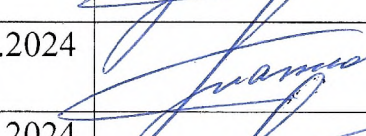
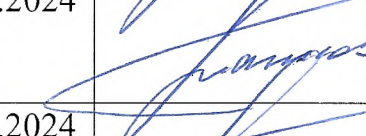
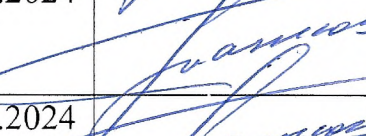
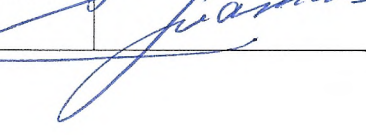

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
« / » 2024 р.

ЗАВДАННЯ на виконання кваліфікаційної роботи




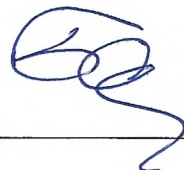
КЛИМЕНКО Анастасії Віталіївни
(прізвище, ім'я, по батькові випускника в родовому відмінку)

1. Тема кваліфікаційної роботи «Дизайн торгово-розважального центру в етностилі», затверджена наказом ректора від «14» березня 2024 р. № 392/ст.
2. Термін виконання: з 20 травня 2024 р. по 16 червня 2024 р.
3. Вихідні дані: ситуаційна схема, плани поверхів.
4. Зміст пояснювальної записки: титульний аркуш, завдання, реферат, зміст, вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, додатки.
5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: ситуаційна схема благоустрою території, план до перепланування приміщень, план зонування приміщень, плани приміщень з розташуванням меблів, перспективні зображення інтер'єру, креслення авторських розробок предметів наповнення інтер'єру.

6. Календарний план-графік

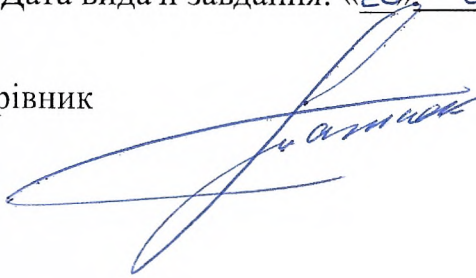
№ з/п	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1	Збір інформації про закордонну та вітчизняну практику дизайну	20.05 – 22.05.2024	
2	Аналіз та систематизація теоретичного матеріалу	20.05 – 25.05.2024	
3	Проектування концепції інтер'єру	22.05 – 25.05.2024	
4	Розробка функціонального зонування	22.05 – 23.05.2024	
5	Розробка планів та розстановка меблів	24.05 – 26.05.2024	
6	Виконання планів підлоги та підбір матеріалів	27.05 – 28.05.2024	
7	Виконання планів освітлення та розгортки стін	29.05 – 30.05.2024	
8	Здійснення візуалізації інтер'єру	27.05 – 30.05.2024	
9	Оформлення пояснювальної записки до диплому	22.05 – 31.05.2024	
10	Приготування презентації та роздаткового матеріалу	03.07 – 07.06.2024	
11	Захист дипломної роботи	10.06 – 16.06.2024	

7. Консультанти з окремих розділів

Розділ	Консультант (посада, П.І.Б)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Нормоконтроль	д. арх., професор, професор КТДіГ ЧЕРНЯВСЬКИЙ Володимир Георгійович		
Консультант	к.т.н., доцент, професор КТДіГ БАШТА Олена Трифонівна		

8. Дата видачі завдання: «20», 05 2024 р.

Керівник



кандидат архітектури, доцент,
доцент кафедри КТДіГ
ГНАТЮК Лілія Романівна

Завдання прийняв до виконання  КЛИМЕНКО Анастасія Віталіївна

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Дизайн торгово-розважального центру в етностилі» складається з: 91 сторінки тексту, 27 рисунків, 50 використаних джерел, 24 додатків.

Ключові слова: ТОРГОВО-РОЗВАЖАЛЬНИЙ ЦЕНТР (ТРЦ), ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ, ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЗОНИ, ЕТНОДИЗАЙН.

Обрана тема є актуальною, оскільки вона сприяє відродженню та популяризації національної ідентичності в Україні, її культурних традицій та мистецтва в дизайні інтер'єру. У сучасних умовах глобалізації важливо зберігати і розвивати власні культурні особливості, які можуть зробити громадські простори унікальними та привабливими. Використання етностилу в дизайні інтер'єру не лише підкреслює національну самобутність, але й створює атмосферу затишку та гармонії, що приваблює відвідувачів і сприяє їхньому емоційному комфорту.

Об'єктом проєктування є торгово-розважальний центр.

Предмет проєктування – дизайн інтер'єрів торгово-розважального центру «Folk Fusion Plaza» в етностилі.

Метою є розробка дизайну інтер'єру, визначення функціонального планування, композиційно-просторових та художньо-образних характеристик середовища торгово-розважального центру в етностилі, що має забезпечити створення комфортних умов для відпочинку, шопінгу та розваг.

Методи проєктування. Провівши аналіз та синтез протягом усієї роботи, можна позначити методи для проєкту торгово-розважального центру, а саме: метод порівняльного аналізу, метод узагальнення, 3D-моделювання.

Практичне значення проєктування полягає в розробці системи планування і формування інтер'єрів при проєктуванні торгово-розважального центру.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ I. ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТОРГОВО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ЦЕНТРІВ	
1.1. Історія виникнення торгово-розважальних центрів.....	9
1.2. Класифікація торгово-розважальних центрів.....	17
1.3. Аналіз дизайну інтер'єрів існуючих торгово-розважальних центрів.....	25
1.4. Сучасні тенденції в оформленні торгово-розважальних центрів.....	34
Висновки до першого розділу.....	39
РОЗДІЛ II. ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПРОСТОРОВІ ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ЦЕНТРІВ	
2.1. Ергономічні норми та рішення в торгово-розважальних центрах.....	40
2.2. Особливості проектування ТРЦ.....	53
2.3. Складові частини торгово-розважальних центрів.....	54
2.4. Безпека в торгово-розважальних центрах.....	58
Висновки до другого розділу.....	61
РОЗДІЛ III. СТВОРЕННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ ТОРГОВО- РОЗВАЖАЛЬНОГО ЦЕНТРУ	
3.1. Вихідні дані.....	62
3.2. Об'ємно-планувальне рішення торгово-розважального центру.....	66
3.3. Концепція дизайн проекту торгово-розважального центру.....	75
3.4. Авторські розробки для торгово-розважального центру.....	81
Висновки до третього розділу.....	84
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86
ДОДАТКИ	91

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі, де різноманітність культур стає все більш визначною, використання елементів унікального етнодизайну в громадських просторах має вельми важливе значення. Українська культура налічує безліч традицій, символів та естетичних досягнень, які через впровадження в дизайн інтер'єру можуть не лише відтворити її дух, але й сприяти культурній самоідентифікації українського народу.

Актуальність теми «Дизайн торгово-розважального центру в етностилі» полягає в потребі створення унікальних та затишних місць, які відображають та відтворюють дух та культурні цінності українського народу. Зростаюча популярність національної культури в сучасному світі спонукає до створення просторів, що віддзеркалюють український етнос в усій його красі та різноманітності.

Ключовими особливостями етностилу в дизайні інтер'єру є:

- використання мотивів народної архітектури та зонування простору при створенні житлових або громадських приміщень;
- використання в інтер'єрах традиційних матеріалів, знайомих українцям, таких як глина, вовна, льон, ясен, вербова лоза, а також незвичайний матеріал – земля, яка є основою всього живого;
- створення зон, які забезпечують близькість до природи, адже це важлива характеристика дизайну, попит на яку зростає у світовій практиці, український етнодизайн має забезпечувати атмосферу, що відображає багатівікове гармонійне співіснування українського побуту з природними ресурсами;
- принцип «нове життя старому», де старовинні елементи (дошки, балки, тканини) включаються в сучасний інтер'єр як для функціональності, так і для естетики;
- орієнтація на простоту, яка виражається не в мінімалізмі геометричних форм модернізму, а у певному примітивізмі та використанні природних, необроблених матеріалів і поверхонь;

– присутність предметів і декоративних елементів стародавніх ремісничих технік, таких як гончарство, ліжникарство, бондарство і плетіння з лози у сучасному дизайні, що можна розглядати як місію зі збереження культурної спадщини України та відродження інтересу до ремесел, що є світовим трендом останніх років;

– використання керамічного декору – як традиційного (раритетні артефакти), так і сучасного за стилістикою;

– максимальне застосування різноманітних фактур на поверхнях і предметах дизайну, які мають високий рівень тактильності, оскільки через дотик людина пізнає світ і встановлює зв'язок з українською природою та культурною історією.

Об'єктом проєктування є торгово-розважальний центр.

Предмет проєктування – дизайн інтер'єрів торгово-розважального центру «Folk Fusion Plaza» в етностилі.

Метою є розробка дизайну інтер'єру, визначення функціонального планування, композиційно-просторових та художньо-образних характеристик середовища торгово-розважального центру в етностилі, що має забезпечити створення комфортних умов для відпочинку, шопінгу та розваг.

Завдання на проєктування торгово-розважального центру в українському етностилі включають у себе вивчення та аналіз традиційного українського дизайну, вибір та використання відповідних елементів декору, створення атмосфери, що відображає культурні особливості різних регіонів України.

Методи проєктування. Провівши аналіз та синтез протягом усієї роботи, можна позначити методи для проєкту торгово-розважального центру, а саме: метод порівняльного аналізу, метод узагальнення, 3D-моделювання.

Практичне значення проєктування полягає в розробці системи планування і формування інтер'єрів при проєктуванні торгово-розважального центру.

РОЗДІЛ І. ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТОРГОВО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ЦЕНТРІВ

1.1. Історія виникнення торгово-розважальних центрів

Торгово-розважальний комплекс, відомий також як мол, складається з однієї чи декількох будівель, які містять сукупність магазинів і різних закладів. Ці заклади надають культурні, розважальні, соціальні та побутові послуги, з'єднані спільними пішохідними зонами. Зазвичай, такі комплекси відрізняються естетичним дизайном і включають в себе місця для паркування. На сьогоднішній день ТРЦ є одними з найбільш відвідуваних громадських просторів завдяки своєму зручному місцерозташуванню, багатофункціональності, компактності і різноманітності послуг та розваг, що приваблюють маси відвідувачів і забезпечують стабільність їх функціонування. З огляду на те, що розвиток таких закладів є відносно новим явищем в Україні, вивчення особливостей їхнього розташування та роботи є дуже актуальним [6, 7].

Початковий концепт терміну «мол» взагалі не пов'язаний з торгівлею чи торговельними комплексами, але його поступова еволюція повністю виправдовує та пояснює сучасне використання цього терміну.

На першому етапі, у XVI–XVII століттях у Лондоні, популярність мав спортивний ігровий захід «pall mall». Ця гра включала два об'єкти: м'яч (*итал.* palla) і молотоподібний предмет (*англ.* mallet). Гра проводилась в основному в парках та на вулицях, і одна з вулиць у місті Вестмінстер навіть отримала назву на честь цієї гри – Pall mall.

Пізніше, на другому етапі, коли гра втратила свою популярність, назва «mall» все ще залишалася у використанні, зокрема, для позначення тіньових прогулянкових алей та вулиць, обрамлених з обох боків зеленими насадженнями [36].

На третьому етапі «mall» почав означати вулиці або алеї, викладені плиткою або вкриті травою, з зеленими насадженнями як роздільними смугами між потоками транспорту [49].

Таким чином, термін став використовуватися як опис певної планувальної організації: це може бути основна вулиця, алея або роздільна смуга, з обох боків якої розташовані зелені насадження. Аналогічну планувальну структуру мають торгово-розважальні центри, де основний простір оточений магазинами, ресторанами та іншими функціональними зонами [50].

Історія проектування торгових центрів є захоплюючою еволюцією уподобань споживачів у сфері покупок, яка йде поруч із революційними змінами в технологіях. Така еволюція та революція постійно знаходяться під впливом базових економічних тенденцій, що спонукають ці процеси [48].

Історія торгово-розважальних центрів починається з епохи постіндустріального суспільства, коли розширення міських територій та зростання автомобілізації змінили споживчі звички населення. Перші прообрази сучасних торгових центрів з'явилися в США на початку XX століття, проте їхній стрімкий розвиток відбувся після Другої світової війни.

Перші торговельні комплекси, які можна вважати прототипами сучасних молів, зазвичай розташовувалися у центральних ділових районах міст. Втім, починаючи з середини XX століття, через зростання субурбанізації та покращення транспортної інфраструктури, почалася активна розбудова торгових центрів за межами міських агломерацій. Одними з перших таких центрів, які з'явилися в США, були комплекси в передмістях Сан-Дієго у 1944 році, Сіетла у 1946 році та Лос-Анджелеса у 1947 році [6, 29].

Швидке зростання автомобільного транспорту та необхідність міських перебудов внесли великий вклад у створення торгово-розважальних центрів, які ефективно впроваджували передові підходи у сферах торгівлі, послуг і розваг. Також значний вплив на це мали глибокі зміни в патернах споживання, коли населення почало активно користуватися особистим транспортом [6].

У 1950-х роках з'явилися перші закриті торгові центри. Початком цієї ери стало відкриття молу у передмісті Едіна, штат Мінесота, США у 1956 році. Одними з найбільших молів того часу були «Roosevelt Field» біля Нью-Йорка,

який також розпочав роботу у 1956 році, а також «Northland Mall» та «Eastland Mall», що відкрилися у 1960-х роках в Колумбусі, Огайо, США [6].

У країнах Західної Європи, створення торговельних центрів розпочалося після Другої світової війни. Навпаки до підходу в США, у європейських містах центри торгівлі зазвичай знаходилися в центральних районах міста, що пов'язано з їхньою реконструкцією. Це призвело до виникнення пішохідної торгової вулиці «Lijnbaan» у Роттердамі (Нідерланди) та пішохідної зони «Precinct shopping area» у Ковентрі (Велика Британія). Перший класичний мол у Великій Британії, «Bull Ring Birmingham», відкрито у 1964 році. У початку 60-х років ХХ століття в містах Західної Європи почали з'являтися пригородні торгові центри. Найпотужніший з них, «Main-Taunus-Zentrum», був побудований на околицях Франкфурта-на-Майні у Німеччині [6].

З плином часу висока ціна на землю в мегаполісах та їх передмістях сприяла виникненню «вертикальних молів», які включають кілька рівнів, на яких розташовані заклади торгівлі та розваг. На сьогоднішній день найбільш поширеними є такі типи торговельно-розважальних центрів: багаторівневі комплекси з вертикальним плануванням та групуванням закладів торгівлі та розваг; торговельно-розважальні центри, які інтегруються з транспортними вузлами; торговельно-розважальні комплекси, що поєднуються з житловими районами [6].

Деякі визначні події в історії інновацій у продуктах американських торгових центрів включають:

1922 рік – відкриття Country Club Plaza в Канзас-Сіті (Міссурі), проєкт J.C. Nichols. Цей проєкт є першим торговим районом у США, що не розташований у центральному бізнес-районі, і управляється та працює як єдиний бізнес-юніт. В кінці 1920-х років починають розвиватися невеликі «стрип-центри» (тип торгових центрів, поширених у Північній Америці та Австралії, де магазини розташовані в ряд із пішохідною доріжкою попереду) відповідно до автомобільних заторів у центральних бізнес-районах країни [47, 48].

1931 рік – Розробник Хью Презер створює Торгове Селище Хайленд-Парк у Далласі, який вважається першим запланованим торговим центром у США. Торгове Селище Хайленд-Парк представляє інновацію в організації торговельного середовища – вітрини магазинів обертаються в середину від вулиць, а весь комплекс розташований на одній ділянці без перетину вулиць [48].

1950 року в Сіетлі відкрився Торговий центр Northgate, перший в країні регіональний торговий центр, який був визначений як «мол». Цей центр має два протилежно розташованих стрип-центри з пішохідними алеями між ними [48].

1951 рік – відкриття першого в країні торгового центру на двох рівнях, «Shoppers World», у Фреймінгемі (Массачусетс) [48].

1954 рік – У Детройті відкривається новий торговий центр «Northland Center», який є удосконаленою версією «Shoppers World». Він відзначається «кластерною структурою», де центральною частиною є один великий універмаг, оточений кільцем прилеглих магазинів, а парковка повністю оточує центр. «Northland Center» також є першим центром, який обладнаний центральним опаленням та кондиціонуванням повітря [48].

1956 рік – відкриття першого сучасного торгового центру в США за межами Міннеаполіса. Торговий центр Southdale в Едіна (Міннесота) є першим повністю закритим торговим центром з двоярусним дизайном. Він має центральне опалення та кондиціонування повітря, комфортні громадські зони і два конкуруючих універмаги в якості якірних орієнтирів торгового центру. Початок будівництва системи міжштатних автомагістралей у середині 1950-х років спричинив еру будівництва регіональних торгових центрів у передмістях за межами центральних бізнес-районів країни після Другої світової війни [48].

1959 рік – перший у країні «пішохідний майданчик» організований у центрі міста Каламазу (Мічиган), заблоковуючи два квартали вулиці Бурдік для автомобільного руху. Перший із багатьох подібних проектів, запланованих компанією Віктора Груена, ці пішохідні зони, як правило, не були успішними до тих пір, поки автомобільний рух не був відновлений в цих «головних вулицях».

Міський пішохідний майданчик у центральних районах – це конкурентна відповідь на розвиток регіональних торгових центрів у передмістях країни [48].

1962 року Сем Волтон відкрив перший магазин Wal-Mart Discount City за адресою: 719 вулиця Волнат в місті Роджерс, штат Арканзас. Досвід Волтона у роздрібній торгівлі сягає 1945 року, коли він придбав (і здійснював діяльність) франшизний магазин різноманітних товарів Ben Franklin в Арканзасі [48].

У 1972 році кількість торгових центрів подвоїлася і склала 13 тисяч 174 одиниці. Регіональні торгові центри, такі як Southdale Center і The Galleria в Хьюстоні (штат Техас), стали невід'ємною частиною багатьох великих ринків, і американці почали насолоджуватися зручністю та задоволенням від покупок у торгових центрах. Протягом 1970-х років сформувалось чимало нових форматів та типів торгових центрів [48].

1974 року в Редінгу (штат Пенсильванія) відкрився торговий центр «Vanity Fair Outlet Mall». Незважаючи на те, що магазини виробників зі знижками почали працювати ще у 1936 році, «Vanity Fair Outlet Mall» став першим багатоповерховим «аутлет-моллом» [47, 48].

У 1976 році компанія Rouse Co привносить цікаву інновацію до роздрібною торгівлі з використанням адаптивного перетворення Faneuil Hall Marketplace у місті Бостон. Faneuil Hall Marketplace є першим з «фестивальних ринків», спорудженим у США компанією The Rouse Company. Проект, який відроджує проблемний центральний ринок міста, зосереджений на продажі продуктів харчування та спеціальних товарів роздрібною торгівлі. Фестивальні ринки, як структурований торговельний центр, займають своє місце в історії проектування торгових центрів [48].

1976 рік – відкриття першого складського клубного магазину – Price Club у Сан-Дієго. Price Club є роздрібним магазином, який зазвичай продає широкий асортимент товарів, придатних для великої оптової кількості продукції магазину, що робить ці клуби привабливими як для любителів вигідних покупок, так і для власників невеликих бізнесів. У 1983 і 1984 роках додаткові роздрібні клубні

роздрібні мережі, такі як Costco Wholesale, PACE Wholesale Club, Sam's Club та BJ's Wholesale Club, також починають свою діяльність [48].

1976 рік також відзначився дебютом першого в країні міського вертикального торгового центру, Water Tower Place, який відкрився у Чикаго на Мічиган-авеню. Для багатьох експертів Water Tower Place з його різноманітним магазином, готелю, офісів, квартир і паркінгу залишається передовим змішаним проектом у США. З відкриттям Water Tower Place та Faneuil Hall Marketplace індустрія торгових центрів повернулася до своїх міських коренів [48].

1979 року Belz Enterprises відкриває перший закритий фабричний аутлет-молл у Лейкленді (Теннессі), передмісті Мемфіса [48].

У 1981 році у місті Вест-Едмонтон відкрився перший суперрегіональний торгово-розважальний торговий центр «West Edmonton Mall». Цей центр представив концепцію повноцінного поєднання розважальних та роздрібних послуг, яку розробник, група Triple Five (заснована братами Гермезіан), повторив у створенні торгового центру Mall of America.

1985 рік – Корпорація Mills представляє перший «великий торговий центр вартісного класу» – Potomac Mills у Вудбрідж (Вірджинія).

У 1986 році Terranomics з Сан-Франциско відкриває перший «центральный центр» за адресою 280 Metro Center у Кольма (Каліфорнія). Центри сили визначаються невизначено як торгові центри площею від 250 000 до 600 000 квадратних футів, в яких приблизно 75% до 90% простору зайнято магазинами-якорями, які є призначеними магазинами для покупців.

1987 рік – відкриття торгових центрів «The Shops of Saddle Creek» у передмісті Мемфіса, міста Джермантаун (штат Теннессі), першого у США торгового центру, що використовує маркетинговий підхід та опис продукту «центр життєвого стилю». Розроблений компанією Roag & McEwen, центр життєвого стилю включає в себе національні спеціалізовані магазини та ресторани, такі як Apple Store, Chico's, Coldwater Creek, J.Jill, J.Crew, Talbots, Williams-Sonoma. Проект складається з трьох окремих центрів, які розташовані

вздовж вулиці Поплар: Saddle Creek North, Saddle Creek South та Saddle Creek West.

1992 року відкривається «Торговий Центр Америки» у Міннеаполісі, створений групою Triple Five і натхненний проектом Торгового Центру West Edmonton групи Triple Five.

1993 року відкривається Universal CityWalk Hollywood в Universal Studios Hollywood, з'єднуючи кінопалац Cineplex Odeon, багатозальний кінотеатр Universal Amphitheatre та головний вхід у тематичний парк Universal Studios Hollywood. Universal Studios CityWalk Hollywood надихає на створення серії «міських центрів розваг» продукції від SONY, Warner Bros. та Disney. Ці міські центри розваг мають свої моменти слави, але стають лише мінливою плямою в історії проектування торгових центрів, коли розважальні студії не вдаються зі своїми пропозиціями або просто вирішують не продовжувати подальших розгортань [48].

1994 рік – відбувається перша онлайн-покупка. В кінці року газета USA Today публікує порівняльний список трендів, які були модними і вийшли з моди у 1994 році, з факсами серед «вже не круті» і Інтернетом, онлайн-покупками та Марлборо Меном на «дуже крутому» списку. Також, невелика стартап-компанія під назвою Cadabra Inc заснована Джефом Безосом 5 липня 1994 року, компанія, яка в кінці кінців буде відома як Amazon.com [48].

У 1999 році відкривається SONY Metreon, «міський розважальний центр», розташований в центрі міста Сан-Франциско. Це чотириповерхова будівля площею 350 000 квадратних футів, побудована над підземним конференц-центром Москоне. SONY Metreon є першим у запропонованому ланцюзі міських розважальних центрів від SONY, які об'єднують ресторани, ігри, музику, виставки, покупки та кінематограф. У 2006 році SONY продає Metreon. Того ж року Нік Свінмурн запускає Shoesite.com, який стане Zappos.com.

2003 рік – розширення торгового центру Fashion Show Mall (Лас-Вегас) – розширення торгового молу, включаючи найбільшу систему шоу у молу, яка коли-небудь встановлювалася в міському середовищі [48].

На даний час в світі спостерігається цікава тенденція – зсув глобальних центрів «мол-буму». Якщо в 90-х роках ХХ століття цю роль виконували США, то зараз перехідну пальму першості перейняли країни Південно-Східної і Східної Азії. Це через доступність земельних ділянок і недорогої робочої сили, що призвело до виникнення величезних торгово-розважальних комплексів в ОАЕ, Китаї та на Філіппінах. У самій Азії розташовано сім з десяти найбільших торгово-розважальних центрів у світі, з яких шість було збудовано після 2004 року. Два найбільших торгово-розважальних центри у світі, South China Mall у Донггуані (з площею 892 тис. кв.м) і Golden Resources Mall у Пекіні (680 тис. кв.м), відзначаються своєрідністю за рахунок наявності вітряків та тематичних парків для дітей. Третє і четверте місця в світовому рейтингу займають два торгово-розважальних центри на Філіппінах (SM City North EDSA та SM Mall of Asia). Не можна не згадати й Дубайський торгово-розважальний центр (The Dubai Mall) в ОАЕ, що має 1200 магазинів, кінотеатр із 22-ма залами і п'ятизірковий готель [6].

В 2001 році в Києві виникають торговельно-розважальні центри, з'являючись серед центральних вулиць та площ міста в процесі реконструкції. Історичними піонерами стали ТРЦ «Глобус» та «Метроград», що відкрили нову епоху торгівлі та розваг українській публіці. Загальна кількість ТРЦ у Києві стрімко зростає в 2003 році, коли на карту міста виставляються такі назви, як «Караван», «Магеллан», «Ритм» та «Україна» [6].

Розвиток торговельно-розважальних центрів в Києві мав свої особливості. Спочатку вони формувалися навколо вже усталених потоків потенційних клієнтів, зокрема, біля виходів з метро (ТРЦ «Метроград», мережа ТРЦ «Квадрат»), і відтак знаходилися під землею, створюючи атмосферу «критих ринків». Хоча це супроводжувалося певними незручностями, такими як відсутність розвиненої сервісної інфраструктури та проблеми з місцями для паркування, їх географічне положення забезпечувало постійний потік клієнтів. Наступним етапом був перехід центрів на поверхню і їх наближення до житлових районів. Такі об'єкти акцентували увагу на продовольчих супермаркетах на

першому поверсі, залишаючи другий і третій для непродовольчих товарів. Ця тенденція залишається актуальною й сьогодні, оскільки центр міста перенасичений торговими закладами, тоді як потенціал житлових масивів, в основному спрямованих на життя в спальних районах, ще не вичерпаний. Цей фактор сприяє популярності таких центрів у цих районах, оскільки для споживача стає все важливішим розташування близько до дому [6].

1.2. Класифікація торгово-розважальних центрів

У сучасному світі торгово-розважальні центри стали не лише місцем для покупок, але й важливим елементом соціокультурного середовища, яке впливає на економічний та культурний розвиток міст та регіонів. Розмаїття цих центрів визначається різними факторами, що включають їх розмір, місце розташування, форму власності, архітектурний дизайн та функціональне спрямування.

Однією з основних характеристик торгово-розважальних центрів є їх розмір. Вони можуть мати великі площі, об'єднуючи велику кількість магазинів, розважальних закладів та інфраструктуру. Такі центри часто стають символами міста та притягують туристів. З іншого боку, є центри, що спеціалізуються на елітних брендах та послугах, маючи меншу площу, але важливі для вишуканої аудиторії.

Локація торгово-розважального центру також грає важливу роль. Центри можуть розміщуватися у центральних частинах міст, у бізнес-центрах або на околицях, що впливає на їх доступність і привабливість для різних категорій клієнтів.

Також важливим фактором є тип власності. Центри можуть бути державними, приватними або змішаними, що визначає їхні характеристики, стратегії розвитку та способи управління.

Архітектурний стиль торгово-розважального центру відображає його ідентичність та естетичний характер. Він може бути сучасним, класичним, етнічним або еkleктичним, відповідно до зовнішнього вигляду та концепції.

Нарешті, функціональне призначення торгово-розважального центру визначає його основну роль в громадському просторі. Це може бути місце для покупок, розваг, спорту, освіти або культурних подій, що впливає на асортимент послуг та інфраструктуру.

Серед різноманітних критеріїв класифікації торговельних центрів, одним із найбільш популярних є розподіл за основним орендарем. Цей підхід визначається популярністю серед клієнтів конкретного закладу, який надає певні послуги. За цим критерієм можна виділити наступні типи центрів [8]:

- торговельно-розважальний центр;
- фестивальний центр;
- торговельно-громадський центр;
- багатофункціональний центр;
- пауер-центр;
- аутлет-центр;
- дискаунт-центр;
- лайфстай-центр;
- бізнес-центр, який включає можливість розміщення бізнес-локацій на території конкретного торговельного центру.

У центрі торгово-розважального центру (ТРЦ) переважають магазини, які основною метою мають продаж одягу та взуття, розважальні комплекси і заклади харчування. Навколо них сформувалися інші послуги, такі як магазини сувенірів, аксесуарів, а також аудіо- та відеопродукції. Це визначає основний сценарій ТРЦ. Одним зі своєрідних видів ТРЦ є те, що вони називають «фестивальними центрами». Їх головним акцентом є забезпечення розваг та можливостей харчування. Такі заклади, як «Блокбастер» та «Ультрамарин» у місті Києві, стають ядром цього формату. Окрім основних зон, тут присутні також магазини одягу, взуття, подарунків, парфумерії, аксесуарів та інші. Часто такі центри розташовані в культурно-історичних районах міста, на його центральних площах [40].

У цих двох типах центрів відзначається особливість, що полягає у різниці у пропорціях простору, призначеного для розважальних активностей. У торгово-розважальних центрах, як правило, значна частина площ відводиться для розважальних закладів, що становить від 30% до 50% від загальної площі орендованого простору. Структура фестивальних центрів, натомість, передбачає, що розважальні можливості переважають над торговельними, утворюючи головну складову їх архітектурного та функціонального обличчя [40].

Торговельно-громадський центр представляє собою унікальне поєднання функцій та можливостей. Він включає у себе різноманітні об'єкти, серед яких можуть бути універмаги, клуби для дітей та дорослих, спортивні та розважальні комплекси, адміністративні приміщення, а також готелі та інші. Основна мета цих центрів – створити комфортне та цікаве середовище для відвідувачів, де вони можуть займатися різними справами та насолоджуватися якісним відпочинком. Крім того, вони можуть містити об'єкти соціального призначення, що додає їм особливого значення та важливості для місцевої спільноти. У своєму асортименті такі центри можуть включати магазини одягу та взуття, товарів для дітей, подарунків, аксесуарів та багато іншого, надаючи відвідувачам можливість придбати все необхідне в одному зручному місці [40].

Багатофункціональний центр – це грандіозний проєкт, що відкриває не менш як три можливості прибуткового використання площі, включаючи роздрібну торгівлю, офісні та житлові приміщення, готельний комплекс і зону відпочинку. Ці різні функції взаємодіють між собою, створюючи єдиний гармонійний комплекс, в якому значна увага приділяється інтеграції як функціональних, так і конструктивних компонентів проєкту. Зокрема, зони вільного руху пішоходів враховуються в цьому процесі, а всі елементи комплексу влітаються в єдиний план розвитку, щоб створити гармонійне середовище для життя та діяльності [40].

Пауер-центр – це унікальний торгово-розважальний комплекс, який відзначається присутністю кількох великих якірних орендарів, що пропонують широкий асортимент товарів у певних категоріях за вигідними цінами. Серед

пропозицій центру можна знайти товари для дому і саду, будівельні матеріали, прикраси для саду, побутову техніку та електроніку та інші. Зазвичай, пауер-центр складається з кількох окремих торгових якорів та мінімальної кількості невеликих торговельних операторів (10–25% від загальної кількості торговельних площ), які об'єднуються в єдиний комплекс. Додатковими орендарями можуть бути автосервіси, АЗС та інші послуги, що робить пауер-центр більш привабливим і зручним для відвідувачів [40].

Аутлет-центр – це комплекс роздрібних закладів, що спеціалізуються на продажі товарів «від виробника». Ці заклади привертають увагу споживачів з середнім та нижчим рівнем доходів і часто включають у свою структуру дискаунтери. Крім того, у складі аутлет-центру можуть бути представлені різноманітні супутні послуги, такі як автосервіси, автозаправні станції та інші [40].

Дискаунт-центр – це концепція торгово-розважального об'єкта, де ключовими є магазини-дискаунтери, що спеціалізуються на продажі продуктів харчування, одягу та взуття, господарських товарів та побутової техніки. Відмінністю є відсутність супутніх орендарів, що підкреслює унікальність цього формату. Дискаунт-центр пропонує широкий, але поверхневий асортимент товарів, часто розташовується у спальних та віддалених районах міста. Порівняно з аутлет-центрами, ці центри зазвичай привертають до себе покупців із більш низькими соціально-економічними можливостями, що підкреслює їхню специфічність та особливий характер [40].

Лайфстай-центр – це унікальний торгово-розважальний комплекс, спрямований на елітну аудиторію та відмінно відображаючий її стиль та смак. Цей центр не тільки пропонує високоякісні товари та послуги, але й створює неперевершену атмосферу ексклюзивності та розкоші. Відмінність Лайфстай-центру полягає в його унікальному підході до обслуговування клієнтів, відсутності анкерних орендарів та концентрації вишуканих брендів. Розташований у самому серці міста, він пропонує елегантні магазини, модні

ресторани та розваги вищого класу, створюючи неперевершену область понад 25 тис. м², яка перевищує 15-20 кілометрів [40].

Відповідно до міжнародних стандартів, існує кілька різновидів класифікації торгово-розважальних центрів, які кожен визначає за своїми унікальними критеріями: площа зданих приміщень, розмір самого центру, цільова аудиторія та інші. Ці стандарти встановлюються міжнародними організаціями, такими як ICSC, NRB та інші, які контролюють відповідність норм торгівлі. Глибокий аналіз цих класифікацій показує, що ключовими факторами успішності торгових центрів є їх розташування, цільова аудиторія та відповідність наданих послуг потребам потенційних покупців. Відповідно, торговельні центри можна умовно поділити на: мікрорайонні, районні, окружні та регіональні [8].

Мікрорайонний торговельний центр – це невеликий торговельний комплекс, який обслуговує потреби мешканців одного або декількох мікрорайонів. Зазвичай такі центри включають супермаркет або продовольчий магазин, аптеки, невеликі магазини одягу, взуття та побутових товарів, а також можуть мати кав'ярні, перукарні, банкомати та інші послуги. Мікрорайонні торговельні центри зручно розташовані на відстані пішої доступності для мешканців прилеглих житлових масивів, забезпечуючи базові повсякденні потреби і створюючи зручність для місцевого населення. Зазвичай, такі торгові приміщення мають площу від 1500 до 3000 м², що є оптимальним для забезпечення потреб населення, яке проживає у радіусі 5-10 кілометрів від центру, і становить приблизно 10-15 тисяч осіб [8].

Районний торговельний центр – це більш великий торговельний комплекс, який обслуговує населення декількох мікрорайонів або цілого району міста. Такі центри включають великий супермаркет або гіпермаркет, численні магазини одягу, взуття, електроніки, товарів для дому, а також ресторани, кінотеатри, спортивні зали, дитячі ігрові зони та інші розважальні заклади. Районні торговельні центри розташовані в зонах зручною транспортною доступністю, часто біля великих транспортних розв'язок або на магістральних вулицях. Вони

забезпечують більш широкий спектр товарів і послуг, задовольняючи потреби різних груп населення і пропонуючи комплексні рішення для покупок та відпочинку. Площа торгових приміщень зазвичай коливається від 3000 до 10000 м², обслуговуванням аудиторії, що налічує до 40 тисяч жителів, які проживають у радіусі до 20 км від об'єкта [8].

Торгово-розважальний центр в окрузі – це великий комплекс, який поєднує в собі функції торговельного і розважального закладу, обслуговуючи мешканців цілого округу або навіть ширшого регіону. Такі центри мають великий асортимент магазинів, включаючи бутіки відомих брендів, супермаркети та гіпермаркети, магазини електроніки, побутової техніки та товарів для дому. Окрім торговельних площ, у них також є широкий вибір розважальних закладів: кінотеатри з декількома залами, боулінг-клуби, зони для ігор, аквапарки, атракціони та тематичні парки.

Ці центри також включають різноманітні заклади харчування, від фуд-кортів до ресторанів з різними кухнями світу, а також кав'ярні та кондитерські. Торгово-розважальні центри часто розташовані у важливих транспортних вузлах, що забезпечує зручний доступ для відвідувачів з різних частин округу або регіону. Вони стають важливими соціальними осередками, де люди не тільки здійснюють покупки, а й проводять дозвілля, зустрічаються з друзями та родиною, відвідують культурні та святкові заходи. Характерною особливістю таких комплексів є оптимальний діапазон цін на продукцію, який задовольняє обидві категорії відвідувачів [8].

Регіональний торгово-розважальний центр – це масштабний комплекс, який обслуговує не тільки мешканців конкретного міста або округу, але й ширшу регіональну аудиторію. Такі центри зазвичай мають величезні торговельні площі, що включають магазини відомих міжнародних і національних брендів, великий супермаркет або гіпермаркет, універмаги, а також спеціалізовані магазини, що продають електроніку, меблі, спортивні товари та інше.

Окрім великого асортименту магазинів, регіональні торгово-розважальні центри пропонують розширені розважальні можливості. Вони часто включають

мультиплекси з численними кінозалами, боулінг-клуби, спортивні комплекси, аквапарки, тематичні парки атракціонів, великі ігрові зони для дітей і навіть концертні майданчики. Різноманітність закладів харчування теж є значною, від фуд-кортів до вишуканих ресторанів, що представляють кухні різних народів світу.

Такі центри зазвичай розташовані в стратегічних місцях з хорошою транспортною доступністю, наприклад, поблизу великих автомагістралей, залізничних станцій або аеропортів, що робить їх зручними для відвідувачів з різних куточків регіону. Регіональні торгово-розважальні центри стають ключовими соціальними і економічними осередками, залучаючи велику кількість відвідувачів, створюючи численні робочі місця і стимулюючи розвиток навколишньої інфраструктури. Площа подібних центрів може коливатися від 25 000 до 100 000 квадратних метрів. Торговельна зона охоплює радіус споживачів у 25 кілометрів. Цей об'єкт розрахований на більше як 150 тисяч відвідувачів [8].

При класифікації торгово-розважальних центрів повинні враховуватися [8]:

- інфраструктура довкола об'єкту;
- цільова аудиторія;
- місце розташування проєктованого об'єкту;
- зручність та можливість використання відвідувачами громадського транспорту;
- торговельна спеціалізація;
- паркінг або повноцінна автостоянка.

Відносно даних ознак додатково можна виділити торговельні комплекси за наступною типологією [8]:

- кіоски або павільйони;
- універмаги, гастрономи, дрібні магазини з товарами повсякденного вжитку;
- спеціалізовані салони.

Залежно від місця розташування та характеру продукції основних потенційних орендарів існує декілька основних планувальних схем [8]:

- пасаж;
- лінійне планування характеризується єдиною зоною благоустрою, кількома торговими точками та загальною компактністю усіх об'єктів;
- П – подібне планування;
- Г – подібне планування;
- кластерний центр (торговельний квартал).

За спеціалізацією торговельно – розважальні центри можна поділити на [8]:

- універсальні центри із загальним спектром товарів та послуг;
- розважальні комплекси із наявною торговельною складовою;
- спеціалізовані центри.

Спеціалізовані торгово-розважальні центри вражають своєю унікальністю, різноманітністю тематичного наповнення та розмірів. Хоча кожен з них має власний унікальний характер, вони мають загальні особливості, що виділяють їх серед інших. Архітектурне планування цих об'єктів відзначається стильною єдністю, створюючи неповторний атмосферний образ. У спеціалізованих ТЦ перевагу віддають окремим магазинам, ресторанам та зонам відпочинку, що відрізняється від традиційних універмагів, супермаркетів та ресторанних комплексів. Торгові оператори, зазвичай, спеціалізуються на неповторному асортименті, дозволяючи кожному центру стати місцем, де кожен знайде щось унікальне [40].

В Україні розважальні центри за видом діяльності можна поділити на [8]:

- дитячі розважальні центри;
- аквапарки;
- сімейні розважальні центри;
- ролледроми;
- центри торгівлі.

Виділення різних категорій ТРЦ базується на їх розмірах, місцеположенні, асортименті товарів та послуг, а також цільовій аудиторії. Така класифікація є

корисною для інвесторів, розробників і менеджерів, оскільки допомагає визначати стратегічні напрямки розвитку та маркетингові стратегії для кожного типу центру. Визначення типу ТРЦ відіграє ключову роль у плануванні його функціональних зон та служб, що безпосередньо впливає на комфорт та задоволення відвідувачів.

1.3. Аналіз дизайну інтер'єрів існуючих торгово-розважальних центрів

Торговий центр «Pivovar» розміщено в місті Децин, Чеська Республіка (рис. 1.3.1). Над проєктом працювати архітектори від Studio acht. Загальна площа – 32 420 м².

Будівля комерційного та соціально-культурного центру розташована на території колишнього пивоварного заводу Децин-Подмокли, Чехія. Складається з двоповерхового торгового центру з більш ніж 60 торговими приміщеннями, загальна орендна площа яких становить 17 500 м².

Основна ідея всього концепту базується на використанні та збереженні первісних будівель у гармонійному балансі з будівництвом нових торговельних просторів та технічних споруд. Двоповерхова частина нової будівлі використовує наявну конфігурацію місцевості – дах нової будівлі утворює продовження схилу і слугує місцем для паркування для 400 автомобілів.

Конфігурація базується на об'єднанні двох попередніх внутрішніх дворів, розташованих у центрі історичної частини. Нові торгові зони об'єднують ці простори високою та яскраво освітленою галереєю, яка функціонує як зона доступу до торгових одиниць.

Архітектори намагалися максимально зберегти оригінальні кольори та матеріали, підкреслюючи їх новими деталями (рис. 1.3.2). Гармонійно реконструйовані фасади історичних будівель у пастельних тонах обрамлені простими бетонними конструкціями з дерев'яними та скляними аксесуарами.

Приділено увагу екологічним аспектам. Для системи кондиціонування в будівлі використовується вода зі свердловин колишньої пивоварні, що дозволило

скоротити потреби в енергії для охолодження приблизно на 30%. Вода зі свердловин також використовується для змиву в санвузлах та зрошення. Зменшенню тепловтрат сприяє конфігурація будівлі, яка являє собою двоповерхову залізобетонну конструкцію, що з двох боків повністю заглиблена у схил [3].



Рис. 1.3.1. Фасад торгового центру «Rivovar», м. Децин, Чеська Республіка

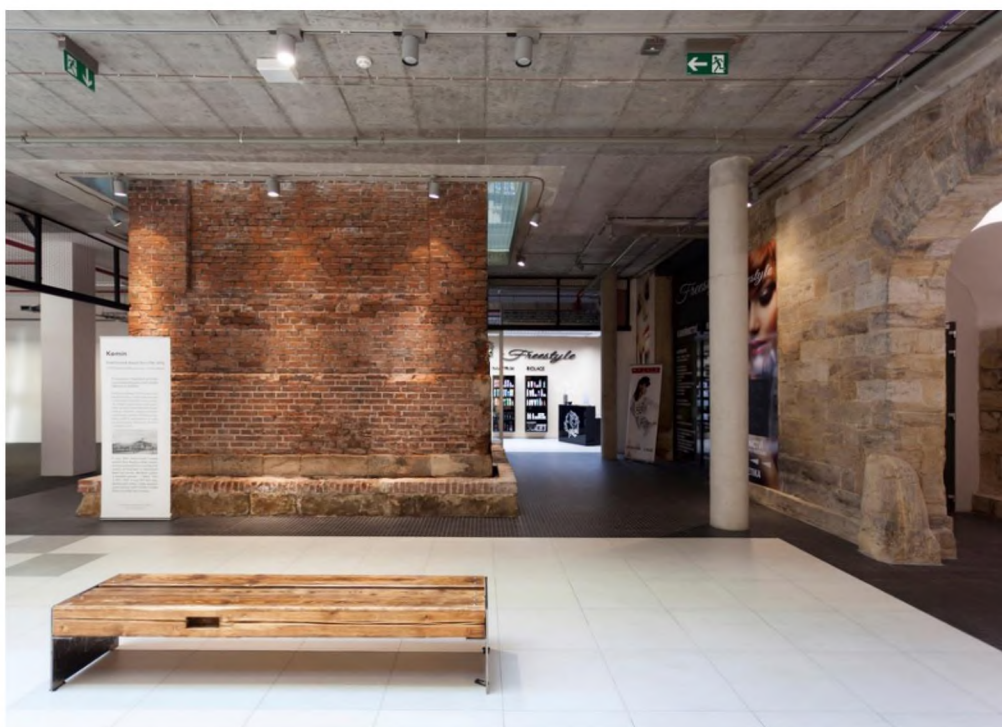


Рис. 1.3.2. Інтер'єр торгового центру «Rivovar», м. Децин, Чеська Республіка

Торговий центр CityLife розміщено в місті Мілан, Італія (рис. 1.3.3). Над проектом працювали архітектори від Zaha Hadid Architects. Загальна площа – 32 000 м².

Торговий центр CityLife включає в себе понад 80 магазинів, 20 ресторанів, барів і кінотеатр. Дизайн інтер'єру будівлі демонструє багатогранність бамбуку і завдяки його характерним вигинам та плавним формам архітектори внесли унікальну динаміку в торговий центр (рис. 1.3.4).

Бамбукова підлога та стеля створюють основу інтер'єру, доповнену чистими білими стінами. Виразні округлі бамбукові стовпи привертають увагу та плавно з'єднують підлогу зі стелею. Завдяки вигинам на стелі створюється враження руху.

У центральній зоні торгового центру, в ресторанах та магазинах також можна побачити меблі з бамбукової деревини. Для цього проєкту було використано понад 2 500 м² бамбукових панелей, 70 000 метрів бамбукових балок і 1 000 м² бамбукового шпону [3].



Рис. 1.3.3. Фасад торгового центру «CityLife», м. Мілан, Італія



Рис. 1.3.4. Інтер'єр торгового центру «CityLife», м. Мілан, Італія

Торговий центр Xintiandi Style II розміщено в місті Шанхай, Китай (рис. 1.3.5). Над проектом працювати архітектори від AIM Architecture. Загальна площа – 26 613 м².

Сама будівля є міським кварталом і функціонує як єдине ціле з кількома входами на протилежних вулицях, які з'єднують житлові, офісні та комерційні приміщення. Одною з головних задач архітекторів було посилити цей зв'язок, щоб торговий центр став сучасним громадським простором для відпочинку та спілкування (рис. 1.3.6).

Концепція сталого розвитку виражена завдяки використанню перероблених матеріалів, придатних для вторинної обробки. Такими матеріалами є відходи від знесення будівель, які подрібнюються, переробляються та повторно використовуються в інших формах. Всі непотрібні матеріали з будівельного майданчика трансформуються в нові оздоблювальні матеріали, меблі та об'єкти.

Торговий центр має три входи в будівлю, кожен з яких відрізняється своєю тематикою. Північний вхід уособлює красу простоти і балансу елементів. Тут можна побачити справжню природу будівлі з оголеними бетонними стінами,

колонами та балками. Середній вхід пояснює важливість переробки відходів, демонструючи скульптурні елементи, створені з перероблених матеріалів. Південний вхід – це зелений портал, який нагадує нам, що природа є невід’ємною частиною нашого життя [3].



Рис. 1.3.5. Фасад торгового центру «Xintiandi Style II», м. Шанхай, Китай



Рис. 1.3.6. Інтер'єр торгового центру «Xintiandi Style II», м. Шанхай, Китай

Торговий центр «Lavina Mall» розміщено в місті Київ, Україна (рис. 1.3.7). Над проектом працювати архітектори від AVG. Загальна площа – 170 280 м².

У кожному з вестибюлів Lavina Mall відкривається просторий хол, що дозволяє відвідувачам звикнути до величезних розмірів центру. Дизайнерська група AVG вибрала матеріали, які створюють враження природного середовища, вкритого снігом. Наприклад, використання підлогової плитки Imola Muse з колірною гамою від білого до темно-сірого сприяє цьому ефекту (рис. 1.3.8).

Головний вхід символізує повітря. Особлива плівка, що накриває скляні верхи атріумів, пропускає достатньо світла для створення відчуття простору, яке властиве горам, але при цьому захищає від осліплюючого світла у сонячні дні. У Fashion галереї створено атмосферу сніжності. Водночас, Premium галерея відтворює мотиви води. Глянсева плитка на підлозі нагадує замерзлу водну поверхню. Відтак, це стало обґрунтованим вибором для зони, де знаходяться ювелірні магазини, адже дорогоцінні камені візуально схожі на шматки льоду [44].

Центральний атріум можна порівняти з втіленням лавини в архітектурі, де всі складові об'єднуються у єдиний образ. У центрі розташований вражаючий за розмірами фонтан площею 175 квадратних метрів та струменями води, що сягають висоти до 9 метрів. Щовечора відбувається захоплююче світломузичне шоу, що нагадує північне сяйво. Для створення цього фонтану залучені провідні фахівці з Італії. На стіні найбільшого атріуму комплексу встановлена інсталяція, що ілюструє сніжну хвилю лавини. Візуальний образ лавини відчувається як футуристичний.

Природність концепції, ретельно прописаний стиль кожної з 500 торгових зон, можливість декорування вітрин та встановлення вивісок, що гармоніюють з загальною ідеєю ТРЦ, призвели до того, що Lavina Mall стала одним з найпопулярніших центрів відпочинку, шопінгу та розваг, зробивши проєкт фінансово успішним, а групі компаній AVG принесла заслужені нагороди [4].



Рис. 1.3.7. Фасад торгово-розважального центру «Lavina Mall», м. Київ, Україна



Рис. 1.3.8. Інтер'єр торгово-розважального центру «Lavina Mall», м. Київ, Україна

Торговий центр «Ocean Plaza» розміщено в місті Київ, Україна (рис. 1.3.9). Над проєктом працювати дизайнери від Charman Taylor. Загальна площа – 165 000 м².

Фасад торгово-розважального центру «Ocean Plaza» оформлений величезною смугою трикутних скляних панелей з блакитним підсвічуванням, що створює ілюзію хвиль на морській поверхні. Дев'ять масштабних світлодіодних екранів, виготовлених українською компанією «ЕКТА», додають фасаду сучасного вигляду та приваблюють відвідувачів.

Всередині ТРЦ розташовано близько 300 магазинів та приблизно 30 ресторанів, що пропонують різноманітні товари та страви для всіх смаків. Парк атракціонів та 4К-кінотеатр «Сінема Сіті Київ» забезпечують розваги для всієї родини. Для зручності відвідувачів є паркінг на понад 1400 місць, що дозволяє легко дістатися до центру на автомобілі [45].

Особливої уваги заслуговує літній комплекс City Beach Club, що розташований на даху будівлі. Площа цього комплексу перевищує 3000 м² і включає два басейни, терасу та відкритий пляж. Комплекс вміщує до 1200 відвідувачів і в вечірній час трансформується у кінотеатр просто неба. Це перший в Україні пляжний комплекс на даху будівлі, що внесений до «Книги рекордів України» за найбільшу терасу і пляж на даху.

Одним з головних матеріалів, що використовується, є скло. Величезні вітрини, скляні перегородки та оздоблення фасаду інтер'єру створюють відчуття простору та світлості. Багато елементів оформлення виконані з металу, що додає сучасності та промислового шарму. Металеві конструкції часто поєднуються зі склом, створюючи стильний контраст (рис. 1.3.10).

Кольорова палітра інтер'єру в основному складається з природних і нейтральних відтінків, таких як бежевий, сірий, білий та чорний. Ці кольори підкреслюють сучасність інтер'єру і дозволяють ефективно використовувати світло.



Рис. 1.3.9. Фасад торгово-розважального центру «Ocean Plaza», м. Київ, Україна



Рис. 1.3.10. Інтер'єр торгово-розважального центру «Ocean Plaza», м. Київ, Україна

ТРЦ «Ocean Plaza» також став першим місцем в Україні, де були представлені деякі світові бренди, включаючи мережу їдалень швидкого харчування KFC, що додало ще більшої унікальності цьому центру.

1.4. Сучасні тенденції в оформленні торгово-розважальних центрів

Еволюція торгово-розважальних центрів (ТРЦ) зумовлена бажанням привернути максимальну кількість клієнтів, тому вони розробляють різноманітні додаткові сервіси для організації відпочинку [9].

Сучасний торговельно-розважальний комплекс є багатофункціональною громадською спорудою, що поєднує різноманітні магазини та розважальні заклади, такі як кафе, бари, казино, кінотеатри, боулінг та інші, які пропонують різноманітні культурно-розважальні та соціально-побутові послуги. Нині визначені ключові стратегії формування сучасних архітектурних споруд торговельного обслуговування в містах [9]:

- місце розташування у міській структурі: від центральних артерій, пішохідних маршрутів та громадських культурних центрів до житлових районів, промислових зон та передмістя;
- взаємодія з архітектурним оточенням: будівлі можуть бути прибудованими, вбудованими, вбудовано-прибудованими або розташованими окремо, використовуючи підземний, наземний або комбінований простір;
- зонування території на різні функціональні зони: торговельна, пішохідна, благоустрій, паркувальна та господарська зони;
- планування приміщень торговельного закладу, включаючи торговельну зону, зони для прийому, зберігання та підготовки товарів, адміністративно-побутові та технічні приміщення;
- розташування торговельного обладнання у залах, забезпечуючи оптимальний доступ та зручність для покупців, використовуючи різні формати розташування, такі як лінійний, боксовий, острівний, а також традиційний варіант вздовж стін.

Сучасні торгово-розважальні центри постійно вдосконалюють свій дизайн, враховуючи нові вимоги споживачів та тенденції ринку. Дизайн цих центрів стає важливим елементом їхнього успіху та конкурентоспроможності, сприяючи створенню привабливого та комфортного середовища для відвідувачів. Серед

основних сучасних тенденцій в оформленні торгово-розважальних центрів можна виділити наступні.

Екологічна стійкість в оформленні торгово-розважальних центрів відображає загальні тенденції суспільної свідомості, спрямовані на збереження природних ресурсів та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Зростаюча увага до екологічних питань змушує власників та розробників торгових центрів переглянути свої підходи до вибору матеріалів та технологій будівництва [3, 14].

У контексті екологічної стійкості, велика увага приділяється використанню екологічно чистих матеріалів, які мають мінімальний негативний вплив на навколишнє середовище під час виробництва, використання та відновлення. Розробники та архітектори активно використовують такі матеріали, як вторинний бетон, біорозкладання пластику, деревина з відновлюваних джерел та інші екологічно чисті альтернативи.

Крім того, збільшується увага до енергоефективних технологій та систем управління, спрямованих на зменшення споживання енергії та викидів вуглекислого газу. Це може включати в себе використання сонячних панелей для виробництва електроенергії, системи енергоефективного опалення та кондиціонування повітря, а також впровадження систем відновлення тепла та води.

Узгодження дизайну та планування з вимогами екологічної стійкості також передбачає оптимізацію використання природного світла та вентиляції, використання рослинності для зменшення температури та підвищення якості повітря у приміщеннях, а також створення відкритих просторів для сприяння здоровому способу життя та підтримки біорізноманіття.

Мультифункціональність сучасних торгово-розважальних центрів відображає їхню здатність виконувати різноманітні функції, які виходять за межі звичайних торговельних об'єктів. Ці центри вже давно перейшли від простого представлення товарів та послуг до створення повноцінних міських об'єктів, які задовольняють потреби сучасного споживача у всіх аспектах життя [30].

Сьогодні сучасні торгово-розважальні центри стають центрами розваг, культурних подій, освіти та спорту. Вони влаштовані так, щоб задовольняти різноманітні потреби клієнтів у забезпеченні розваг, культурних заходів, освітніх програм та можливостей для фізичного активного відпочинку. Наприклад, центри можуть містити кінотеатри, музеї, виставкові зали, курси англійської мови, фітнес-центри, спортивні майданчики та багато іншого.

Це розширення функцій центрів важливе не лише для залучення нової аудиторії, але і для збільшення тривалості перебування в них. Коли центр стає місцем, де можна не лише здійснити покупки, але й провести цілий день або вечір у розважальних, культурних чи спортивних заходах, це стимулює людей проводити більше часу в цьому місці. Це також сприяє розвитку спільноти, створюючи місце для зустрічей, спілкування та взаємодії між людьми різного віку та інтересів.

Концептуальний дизайн є однією з ключових стратегій, яку сучасні торгово-розважальні центри використовують для створення неповторної атмосфери та відмінності від інших схожих закладів. Ця стратегія передбачає розробку унікальної концепції, що лежить в основі дизайну центру, та створення ідентичності, яка змушує центр виділятися серед конкурентів та приваблює увагу відвідувачів [30].

Перш за все, концептуальний дизайн вимагає глибокого аналізу та розуміння цільової аудиторії центру, їхніх потреб, смаків та очікувань. На основі цього аналізу розробляється унікальна концепція, яка може ґрунтуватися на тематиці, історії, культурних аспектах чи сучасних тенденціях. Наприклад, центр може спиратися на історичний контекст свого регіону та інтегрувати елементи місцевої культури у свій дизайн.

Далі, створюючи ідентичність центру, дизайнери враховують різноманітні аспекти, такі як архітектурний стиль, колористика, внутрішнє оформлення, логотип та брендування. Кожен елемент відображає унікальну концепцію центру та створює цілісне враження для відвідувачів.

Не менш важливою частиною концептуального дизайну є здатність центру до адаптації та реагування на зміни в споживчому ринку та суспільстві. Це означає, що концепція повинна бути гнучкою та здатною до модифікацій, щоб відповідати змінюваним потребам та очікуванням відвідувачів.

Отже, концептуальний дизайн торгово-розважального центру не лише відображає його унікальність та ідентичність, але й є ключовим чинником, який визначає його успіх на ринку та приваблює цільову аудиторію.

Просторове планування торгово-розважальних центрів є одним із ключових аспектів їх успішної роботи та конкурентоспроможності. Це складний процес, що передбачає ретельне вивчення та врахування потреб клієнтів, аналіз трафіку та оптимізацію простору для максимального використання його потенціалу [12, 46].

Оптимізація простору полягає в створенні ефективної і логічної організації приміщень, що забезпечує зручне розташування магазинів, ресторанів та розважальних зон. Це включає в себе ретельне планування розміщення торгових площ, зон відпочинку, а також місць для споживання їжі та розваг.

При плануванні простору слід враховувати різноманітність асортименту магазинів, їхню специфіку та потреби у просторі. Також важливо забезпечити оптимальну відстань між закладами, щоб забезпечити комфортний рух відвідувачів та зручний доступ до необхідних послуг.

Добре сплановане просторове розташування магазинів і розважальних зон створює атмосферу зручності та доступності для клієнтів. Це стимулює їхню активність та зацікавленість, а також сприяє позитивному враженню від відвідування та збільшенню тривалості перебування у центрі. Таке планування також допомагає залучати нових клієнтів та збільшувати обіг товарів і послуг, що є ключовими показниками успішності торгово-розважального центру.

Інноваційні технології в оформленні торгово-розважальних центрів є ключовим елементом, який перетворює класичні приміщення в інтерактивні та захоплюючі простори. Впровадження новітніх рішень, таких як інтерактивні екрани, віртуальна реальність, а також інші цифрові технології, сприяє

створенню неповторних експериментальних середовищ, що перетворюють відвідування торгового центру в захоплюючий досвід [34, 46].

Інтерактивні екрани відкривають безліч можливостей для взаємодії з відвідувачами. Вони можуть використовуватися для надання інформації про розташування магазинів, акційні пропозиції, а також для створення ігрових зон та розважальних заходів, що приваблюють увагу та стимулюють активну участь.

Віртуальна реальність відкриває нові горизонти для відвідувачів, що переносить їх у цілком новий вимір реальності. Вона може бути використана для віртуальних екскурсій по торговому центру, відтворення приміщень магазинів та їх товарів у 3D форматі, а також для проведення інтерактивних ігор та розваг.

Крім цього, інші цифрові рішення, такі як мобільні додатки для навігації по центру, бездротові системи оплати та замовлення товарів, а також персоналізовані рекламні пропозиції на основі аналізу даних, допомагають підвищити зручність та ефективність відвідування для кожного клієнта.

Усі ці інноваційні технології не лише залучають увагу відвідувачів, але й створюють комфортну та захоплюючу атмосферу в торгово-розважальному центрі, що підвищує його привабливість та конкурентоспроможність на ринку.

Висновки до першого розділу

1. Історія виникнення торгово-розважальних центрів свідчить про поступове формування цього типу споруд у зв'язку зі змінами у споживчих уподобаннях та економічних умовах. З появою перших торгових галерей у Європі та Америці у ХІХ столітті розпочалася еволюція цих об'єктів, що привела до створення сучасних торгово-розважальних центрів.

2. Класифікація торгово-розважальних центрів дає можливість розрізнити їх за різними ознаками, включаючи розмір, локацію, тип власності, архітектурний стиль та функціональне призначення. Ця класифікація сприяє кращому розумінню різноманітності та специфіки ринку торгово-розважальних центрів.

3. Аналіз дизайну інтер'єрів існуючих торгово-розважальних центрів показує широкий спектр стилів та підходів, застосованих у їхньому оформленні. Від класичного до сучасного, від простого до вишуканого – дизайн цих центрів відображає тенденції споживчого ринку та культурні впливи.

4. Сучасні тенденції в оформленні торгово-розважальних центрів свідчать про зростаючу увагу до екологічних аспектів, мультифункціональності, інтерактивності, концептуального дизайну, просторового планування та використання інноваційних технологій. Ці тенденції відображають не лише сучасні практики у дизайні, але й відповідають потребам та очікуванням сучасного споживача.

РОЗДІЛ II. ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПРОСТОРОВІ ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ЦЕНТРІВ

2.1. Ергономічні норми та рішення в торгово-розважальних центрах

При проектуванні торгово-розважального центру в Україні слід дотримуватись різноманітних нормативних актів, що регулюють будівництво, планування, обладнання та експлуатацію подібних закладів. Ключові нормативні документи включають закони України:

1. Закон України «Про архітектурну діяльність» регулює професійну діяльність архітекторів в Україні, встановлює правові, організаційні та економічні засади архітектурної діяльності, забезпечує охорону об'єктів архітектурної спадщини і створення умов для безпечного, екологічного та комфортного середовища [1].

2. Закон України «Про регулювання містобудівної діяльності» визначає правові та організаційні основи планування, забудови та іншого використання територій в Україні. Він регулює діяльність у сфері містобудування, зокрема визначає порядок розробки та затвердження містобудівної документації, проведення громадських слухань та здійснення державного контролю [2].

Особлива увага при проектуванні приділяється Державним будівельним нормам України (ДБН):

1. ДБН Б.2.2-12:2019 «Містобудування. Планування і забудова населених пунктів» встановлює вимоги до планування та забудови територій населених пунктів, забезпечення їх комплексного розвитку, створення сприятливих умов для життя населення, збереження навколишнього природного середовища та раціонального використання ресурсів [36].

2. ДБН Б.2.2-12:2019 «Планування та забудова територій» встановлює нормативні вимоги до планування та забудови територій, враховуючи необхідність створення комфортних, безпечних і енергоефективних умов для проживання та діяльності населення [39].

3. ДБН В.2.2-23:2009 зі зміною №1 «Будинки і споруди. Підприємства торгівлі» визначає вимоги до проєктування будівель і споруд підприємств торгівлі, зокрема до їх розташування, планування, конструкцій та інженерного обладнання, з урахуванням санітарних, пожежних та інших норм безпеки [37].

4. ДБН В.2.2-9:2018 «Громадські будинки та споруди. Основні положення» регулює вимоги до проєктування громадських будівель і споруд, забезпечуючи комфортні та безпечні умови для користувачів, а також враховує функціональні, технічні та естетичні аспекти [30].

5. ДБН В.2.2-23:2009 «Підприємства торгівлі» містить вимоги до проєктування підприємств торгівлі, охоплюючи аспекти їх планування, конструкції, інженерного обладнання та експлуатації з метою забезпечення ефективної роботи та безпеки [38].

6. ДБН В.2.2-25:2009 «Заклади харчування» визначає вимоги до проєктування закладів харчування, включаючи їх розміщення, планування, обладнання та санітарно-гігієнічні умови з метою забезпечення безпеки і якості обслуговування [40].

7. ДБН В.1.1-7:2016 «Пожежна безпека об'єктів будівництва» встановлює вимоги до забезпечення пожежної безпеки об'єктів будівництва, включаючи вимоги до конструкцій, матеріалів, систем оповіщення та евакуації, а також протипожежного захисту [41].

8. ДБН В.2.2-5-97 «Захисні споруди цивільного захисту» регламентує проєктування, будівництво та експлуатацію захисних споруд цивільного захисту, забезпечуючи їх ефективне використання в разі надзвичайних ситуацій та захист населення [42].

9. ДБН В.2.6-31:2021 «Теплова ізоляція та енергоефективність будівель» визначає вимоги до теплоізоляції будівель та споруд з метою забезпечення енергоефективності, комфортних умов проживання та зниження енергетичних витрат [43].

10. ДБН В.2.2-40:2018 «Інклюзивність будівель і споруд» встановлює вимоги до проєктування будівель і споруд з урахуванням потреб осіб з

інвалідністю та інших маломобільних груп населення, забезпечуючи доступність та комфорт для всіх користувачів [44].

11. ДБН В.1.2-11:2014 «Система забезпечення надійності та безпеки будівельних об'єктів. Основні положення» визначає основні положення системи забезпечення надійності та безпеки будівельних об'єктів, включаючи вимоги до проектування, будівництва, експлуатації та технічного обслуговування [45].

12. ДБН В.2.3-15:2007 «Автостоянки і гаражі для легкових автомобілів» регламентує проектування автостоянок і гаражів для легкових автомобілів, включаючи вимоги до їх розміщення, планування, конструкцій, обладнання та безпеки [46].

Документ ДБН В.2.2-23:2009 зі зміною № 1 містить комплекс вимог, які спрямовані на забезпечення комфортних, безпечних та зручних умов для всіх користувачів торговельних та розважальних закладів. Основною метою цих вимог є створення таких умов, які не тільки сприяють приємному перебуванню відвідувачів у ТРЦ, але й забезпечують ефективну роботу персоналу та загальну безпеку всіх, хто знаходиться у приміщенні [20].

Ця норма охоплює різні аспекти проектування, включаючи планування простору, вимоги до освітлення та акустики, заходи з безпеки, забезпечення безбар'єрного доступу для осіб з обмеженими можливостями та створення ефективної навігації всередині ТРЦ. Усі ці елементи є важливими складовими ергономічного дизайну інтер'єру ТРЦ, який має враховувати потреби та очікування різних груп користувачів.

Ці норми є критично важливими для створення простору, який сприятиме комфортному та безпечному перебуванню відвідувачів, а також забезпечить зручність і ефективність праці для персоналу.

Ергономіка в контексті торговельно-розважальних центрів охоплює створення таких інтер'єрів, які забезпечують максимальну зручність для всіх користувачів, включаючи відвідувачів та персонал. Це багатогранний підхід, який враховує різні аспекти проектування та облаштування приміщень для

досягнення оптимального комфорту, безпеки та ефективності використання простору. Основні принципи ергономіки для ТРЦ включають наступні елементи [13].

Доступність є одним з ключових принципів ергономіки є забезпечення безбар'єрного доступу для всіх категорій населення. Це означає, що всі приміщення ТРЦ повинні бути доступними для людей з обмеженими можливостями, включаючи осіб на інвалідних візках, з вадами зору чи слуху, а також людей похилого віку. Для цього необхідно передбачити, що усі рівні та приміщення повинні бути з'єднані пандусами або ліфтами, які відповідають вимогам щодо нахилу та розміру. Вхідні та внутрішні двері повинні мати достатню ширину для проїзду інвалідних візків. Для людей з вадами зору необхідно забезпечити тактильні доріжки та звукові сигнали на важливих маршрутах та перехрестях всередині ТРЦ [31].

Комфорт та створення умов для зручного та приємного перебування у ТРЦ є важливою складовою ергономіки. Це включає освітлення, яке передбачає використання природного та штучного освітлення, що забезпечує достатню яскравість без створення різких тіней або відблисків. Вентиляція, яка включає забезпечення ефективної системи вентиляції та кондиціонування повітря для підтримання комфортної температури та вологості. Акустичні характеристики, які полягають у використанні матеріалів, що знижують рівень шуму та створюють комфортний акустичний фон, що особливо важливо у великих відкритих зонах та ресторанах.

Безпека відвідувачів та персоналу є пріоритетом у проєктуванні торговельно-розважальних центрів. Основні заходи з безпеки включають вибір підлогових покриттів, які запобігають ковзанню, та належне освітлення всіх зон для уникнення спотикання. Важливим є чітке позначення евакуаційних маршрутів та виходів, забезпечення їхньої доступності та вільного проходу у випадку надзвичайної ситуації. Крім того, приміщення мають бути обладнані системами пожежної сигналізації та гасіння пожеж, а персонал повинен регулярно проходити навчання з цих питань.

Орієнтація в просторі є важливою складовою ергономіки торговельно-розважальних центрів, оскільки чітка навігація та зрозумілість планування сприяють зручній орієнтації відвідувачів у будівлі. Для цього використовуються різні засоби, такі як інформаційні знаки та вказівники, які розміщуються на ключових місцях, включаючи входи, виходи, ліфти, сходи, санвузли та основні маршрути. Важливим елементом є також кольорове кодування зон, що передбачає використання різних кольорів для позначення різних ділянок (наприклад, торгових зон, зон харчування, розважальних зон), що допомагає відвідувачам швидко орієнтуватися. Крім цього, встановлення інформаційних кіосків та електронних карт дозволяє легко знайти потрібний магазин або заклад та прокласти маршрут до нього, що значно покращує загальну зручність користування торговельно-розважальним центром.

Планування простору в торговельно-розважальних центрах є одним з ключових аспектів, що визначає комфорт та зручність відвідувачів. Відповідно до ДБН В.2.2-23:2009 зі зміною № 1, існує низка загальних вимог, які повинні бути враховані при проектуванні та облаштуванні простору ТРЦ [17].

Архітектурні та структурні рішення, застосовані у спорудах роздрібних торгових підприємств, повинні враховувати потреби в сучасних методах торгівлі, таких як самообслуговування, вільний доступ до продуктів, продаж за зразками, а також використання спеціальної тари та обладнання. Вони також мають включати можливості для традиційних торговельних методів. Крім того, ці рішення мають передбачати засоби для ефективної механізації завантаження та розвантаження з використанням вертикального та горизонтального транспорту та забезпечувати комфорт для клієнтів та працівників [17].

У плануванні роздрібних торгових закладів виділяють кілька основних категорій приміщень: торговельні простори та інші зони для обслуговування клієнтів, такі як зони прийому та видачі замовлень, кафетерії та схожі місця; простори для прийому, зберігання, підготовки товарів до продажу, такі як приймальні, розвантажувальні зони, склади, холодильні камери та приміщення

для фасування та комплектації; допоміжні простори, де зберігаються упаковка, інвентар та спецодяг; адміністративні та побутові зони для персоналу, включаючи офіси, пожежні пости, персональні кімнати, гардероби, душові та туалети; технічні приміщення для устаткування, такі як вентиляційні камери, машинні зали ліфтів, холодильних систем, теплові вузли та насосні станції пожежогасіння. Необхідно забезпечити відповідну відстань мінімум 15 метрів між цими групами приміщень та іншими будівлями або спорудами [17].

Однією з основних вимог до планування простору є забезпечення достатньої ширини коридорів для зручного пересування відвідувачів. Мінімальна ширина основних коридорів у ТРЦ повинна бути не менше 1.8 метра. Це дозволяє комфортно переміщуватися як поодиноким відвідувачам, так і групам людей, а також забезпечує достатній простір для проїзду дитячих та крісел колісних. Широкі коридори також сприяють уникненню скупчення людей у пікові години та полегшують евакуацію у разі надзвичайних ситуацій.

Приміщення у ТРЦ повинні мати такі розміри, щоб забезпечувати вільний простір для пересування та створювати комфортні умови для відпочинку. Важливо, щоб кожне приміщення відповідало своєму призначенню і мало достатньо місця для розміщення необхідного обладнання, меблів та відвідувачів. Наприклад, торгові зали повинні бути достатньо просторими для зручного розташування торгових полиць і забезпечення простору між ними для вільного пересування покупців. Зони відпочинку, такі як кафетерії або місця для сидіння, повинні мати достатньо місця для зручного розміщення столиків та крісел, а також для пересування між ними.

Висота стель у приміщеннях ТРЦ повинна забезпечувати достатній об'єм повітря для відвідувачів та відповідати вимогам до освітлення і акустики. Високі стелі сприяють кращій циркуляції повітря, що забезпечує комфортний мікроклімат у приміщеннях, особливо при великій кількості відвідувачів. Крім того, висота стель впливає на розташування освітлювальних приладів, що важливо для створення рівномірного освітлення без утворення різких тіней. Акустичні властивості приміщень також залежать від висоти

стель – високі стелі можуть допомогти зменшити рівень шуму, покращуючи загальний комфорт для відвідувачів.

Зазвичай висота стель у будівлях становить 3,3 метра, але не менше 3,0 метрів від підлоги до стелі. За певних умов, наприклад, для розміщення специфічного обладнання або за вимогами проекту, можливе збільшення висоти стель у торгових залах. Для торговельних залів з мезонінами можна встановлювати висоту до 5,8 метрів.

Для торгових підприємств площею до 250 м², які інтегровані в житлові будинки, висота стель може відповідати висоті стель у самій житловій будівлі, проте вона не повинна бути нижчою за 2,8 метра.

У випадку коридорів, складських і допоміжних приміщень допускається зниження мінімальної висоти стель до 2,2 метра, а у технічних приміщеннях, де перебування людей не передбачається на постійній основі, мінімальна висота проходів до обладнання може складати 1,9 метра [17].

Таким чином, відповідне планування простору у ТРЦ є важливою складовою, що впливає на зручність та безпеку відвідувачів. Врахування мінімальної ширини коридорів, відповідних розмірів приміщень та висоти стель дозволяє створити комфортне середовище, яке задовольняє потреби різних груп користувачів та сприяє приємному перебуванню у торговельно-розважальному центрі.

У торговельно-розважальних центрах (ТРЦ) особливу увагу слід приділити створенню зон відпочинку, де відвідувачі зможуть відпочити та розслабитися під час перебування у закладі.

Місця для сидіння повинні бути розташовані на різних рівнях та місцях в ТРЦ для зручності відвідувачів. Це дозволить людям обирати місця згідно їхніх переваг та потреб. Наприклад, деякі відвідувачі можуть віддати перевагу місцям з видом на фонтани або вітрини магазинів, тоді як інші можуть шукати тихіші куточки для спокійного відпочинку. Крім того, місця для сидіння мають бути обладнані зручними сидіннями та столиками, що дозволить відвідувачам відпочивати з комфортом та зручністю. Важливо також передбачити достатню

кількість місць для сидіння, щоб уникнути ситуацій, коли всі доступні місця зайняті, і відвідувачам доводиться шукати місце для відпочинку.

Особливу увагу слід приділити створенню безпечних та привабливих ігрових зон для дітей. Ці зони повинні бути розташовані таким чином, щоб вони були видимими з різних точок ТРЦ, що дозволить батькам тримати під контролем своїх дітей під час їх гри. Важливо, щоб ігрові зони були обладнані безпечними іграшками та спорудами, виготовленими з нетоксичних матеріалів, щоб уникнути потенційної небезпеки для здоров'я дітей. Додатково, ігрові зони можуть бути тематичними, що створює додатковий інтерес та заохочує дітей до активного та креативного відпочинку.

Створення зон відпочинку у ТРЦ забезпечує відвідувачам можливість відпочити та насолодитися атмосферою центру, що сприяє збільшенню тривалості їх перебування і, відповідно, збільшенню витрат. Правильно облаштовані та організовані місця для сидіння та ігрові зони додають цінності до досвіду відвідувачів ТРЦ та сприяють створенню дружньої та гостинної атмосфери.

Освітлення в торговельно-розважальних центрах є важливим елементом ергономічного дизайну, який впливає не тільки на естетичну привабливість приміщень, але й на комфорт та безпеку відвідувачів і персоналу. Згідно з вимогами ДБН В.2.2-23:2009, освітлення має бути ретельно продуманим, щоб забезпечити оптимальне використання як природного, так і штучного світла.

Зазвичай рекомендується обладнати приміщення роздрібних підприємств, де люди перебувають довго, такі як торговельні зали та різноманітні виробничі майстерні, природним світлом. Втім, існує можливість організувати торговельні простори без доступу до природного світла. Це стосується таких приміщень, як зали для збуту, зони приймання скляних тар, складські ареали, допоміжні комори для зберігання тари, контейнерів та інвентарю, у тому числі приладів для прибирання, а також побутові та технічні приміщення для персоналу. Ці простори можуть бути розташовані у

підвальних поверхах відповідно до норм ДБН В.2.2-9 та можуть бути оснащені тільки штучним освітленням згідно з ДБН В.2.5-28 [20, 24].

Щодо штучного освітлення, воно має бути розподілене таким чином, щоб уникнути різких тіней та забезпечити достатнє освітлення в усіх частинах ТРЦ. Особлива увага приділяється ключовим зонам, таким як касові зони, входи і виходи, а також зони ескалаторів і ліфтів. В цих місцях потрібне добре освітлення для безпечного та зручного переміщення відвідувачів і персоналу. Також важливо розглядати освітлення як інструмент для створення візуальних акцентів і привертання уваги до різних торгових точок і рекламних зон.

Врахування цих аспектів дозволяє створити в ТРЦ атмосферу, яка є як функціональною, так і естетично привабливою, підвищуючи загальний досвід відвідувачів та ефективність комерційної діяльності.

Акустика в торгово-розважальних центрах є важливим аспектом, що впливає на загальний комфорт і затишок в приміщенні. Необхідно враховувати різні фактори для забезпечення оптимального акустичного середовища.

Зниження рівня шуму є критично важливим завданням для створення комфортної атмосфери в ТРЦ. Для досягнення цієї мети, необхідно використовувати спеціальні звукоізоляційні матеріали для підлоги, стін і стелі. Вони допомагають поглинати ізолювати звук, запобігаючи його розповсюдженню і зменшуючи загальний рівень шуму в приміщенні. Це особливо важливо у торгових зонах, де шум від великої кількості людей та музичних систем може бути досить високим.

Оптимальний рівень звуку в ТРЦ повинен знаходитися в межах комфортних значень, які зазвичай становлять від 60 до 65 ДЦ. Важливо, щоб звуковий фон не був або надто голосним, або надто тихим, оскільки обидва випадки можуть викликати дискомфорт у відвідувачів. Для досягнення цього, системи звукового оформлення повинні бути налаштовані таким чином, щоб забезпечити приємний та збалансований акустичний фон у всіх зонах ТРЦ, включаючи торгові, ресторанні та розважальні зони [17].

Покращення акустичного середовища може також включати в себе використання спеціальних технологій, таких як акустичні панелі, що дозволяють поглинати та розсіювати звук, зменшуючи його відбиття та виправляючи акустичні аномалії. Крім того, важливо проводити систематичний моніторинг рівня звуку і вчасно коригувати параметри звукового обладнання для підтримання оптимального акустичного середовища.

Врахування вимог до акустики в процесі проектування та експлуатації торгово-розважальних центрів є критично важливим для створення комфортної та привабливої атмосфери для відвідувачів. Забезпечення оптимального рівня шуму та звуку сприяє покращенню загального враження від перебування в ТРЦ та підвищенню задоволення від відвідування цього типу закладів.

Доступність та безбар'єрність є ключовими аспектами при проектуванні торгово-розважальних центрів (ТРЦ). Забезпечення доступності цих об'єктів для всіх категорій населення, включаючи людей з інвалідністю, є важливим завданням, яке вимагає комплексного підходу та виконання ряду специфічних вимог [31].

По-перше, необхідно встановити пандуси та ліфти, які забезпечують безперешкодний доступ до всіх рівнів та приміщень ТРЦ для людей на візках чи з іншими обмеженими можливостями. Це означає, що кожен поверх має бути доступним через ліфт або пандус, які повинні відповідати встановленим нормам щодо розміру, безпеки та зручності використання.

Санвузли ТРЦ повинні бути обладнані з урахуванням потреб людей з обмеженими можливостями. Це означає встановлення спеціальних сантехнічних пристроїв, які забезпечують комфорт та безпеку для користувачів з різними фізичними потребами. Розміри кабінок, розташування та обладнання мають відповідати стандартам, щоб забезпечити зручність та доступність для всіх цільових груп.

При проектуванні громадських туалетів важливо враховувати потреби різних груп користувачів, встановлюючи окремі зони для чоловіків та жінок. У таких туалетах рекомендовано облаштувати:

- кабінки з мінімальною шириною 0,8 метра та глибиною 1,2 метра;
- принаймні одну кабінку для людей з обмеженими можливостями, оснащену для зручності користувачів на інвалідних візках, із шириною не менше 1,65 метра та глибиною 1,8 метра;
- кабінку, обладнану поручнями з обох боків, для осіб, які пересуваються за допомогою милиць та інших допоміжних засобів;
- хоча б один пісуар на висоті максимум 0,4 метра з вертикальними опорами по боках для людей з інвалідністю;
- мінімум одну умивальник, розташований не вище ніж на 0,8 метра від підлоги та на відстані не менше ніж 0,2 метра від бокової стіни, з поручнями для підтримки [17].

Також важливо встановлювати тактильні покриття на підлогах, що допомагають людям з вадами зору орієнтуватися у просторі. Ці покриття можуть вказувати напрямок руху, межі зон та іншу корисну інформацію, що полегшує навігацію для цієї категорії відвідувачів.

Узагальнюючи, забезпечення доступності та безбар'єрного середовища в ТРЦ є важливим завданням, яке вимагає уваги до деталей та впровадження відповідних заходів з планування та обладнання приміщень. Це дозволяє створити комфортні та безпечні умови для всіх відвідувачів, підвищуючи загальну якість обслуговування та репутацію ТРЦ. Підлоги в зонах, де відбувається переміщення товарів та евакуація з торгових приміщень, мають бути без порогів. Використання асфальтованої підлоги дозволене лише у місцях для розвантаження та на паркових площадках. Для інших приміщень тип підлогового покриття повинен відповідати вимогам ДБН В.1.1-7 та ДБН В.2.2-9 [20, 23].

Ефективна навігація в торгово-розважальних центрах є ключовим аспектом, який сприяє комфортному та зручному перебуванню відвідувачів. Це

важливо не лише для їхнього зручного пересування всередині приміщень, але й для створення позитивного враження та підвищення рівня задоволення від відвідування ТРЦ. У торговельній залі мають бути щонайменше два розташовані далеко один від одного виходи для евакуації, які можуть вивести людей безпосередньо на вулицю або у спеціальні евакуаційні коридори або сходові клітки. Допускається розрахувати один з виходів з торговельного залу, якщо його площа не перевищує 150 м², а відстань від будь-якої точки підлоги приміщення до евакуаційного виходу не перевищує 25 метрів [17].

Знаки та вказівники в ТРЦ мають бути чіткими та зрозумілими. Вони розташовуються на видимих місцях, щоб відвідувачі могли легко знайти необхідний напрямок та місце, куди вони бажають потрапити. Це може включати напрямні стрілки, вказівки на локації магазинів, ресторанів та інших об'єктів, що знаходяться всередині ТРЦ.

Інформаційні екрани в ТРЦ відіграють важливу роль у наданні корисної інформації відвідувачам. Вони використовуються для відображення мапи ТРЦ, розкладів заходів, акцій та іншої корисної інформації. Ці екрани розташовані на видимих місцях, таких як входи, ліфти або перехрестя коридорів, щоб забезпечити максимальну доступність для відвідувачів.

Інтерактивні системи, такі як кіоски для пошуку інформації та маршрутів всередині ТРЦ, допомагають відвідувачам ефективно орієнтуватися. Вони дозволяють швидко знайти необхідну інформацію про магазини, ресторани, кінотеатри та інші об'єкти, що знаходяться всередині ТРЦ. Ці системи зазвичай обладнані сенсорними екранами та інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом, що спрощує процес пошуку потрібної інформації для відвідувачів.

В цілому, належна організація навігаційних та інформаційних систем у ТРЦ сприяє зручному та ефективному перебуванню відвідувачів, створює позитивне враження від відвідування цього приміщення та сприяє підвищенню його популярності.

Дотримання ергономічних норм у проектуванні торгово-розважальних центрів (ТРЦ) є ключовим фактором для створення привабливого та комфортного середовища для відвідувачів. Посилення уваги до цих аспектів дозволяє не лише забезпечити безпеку та комфорт для користувачів, але й позитивно впливає на їхнє загальне враження від відвідування ТРЦ.

Організація простору відіграє важливу роль у створенні приємного та зручного середовища для відвідувачів. Вільне пересування та належно розташовані зони відпочинку сприяють комфорту та забезпечують відповідний рівень зручності для кожного відвідувача.

Якісне освітлення та акустика також мають велике значення. Вони створюють приємну атмосферу в приміщенні, підсилюють візуальне та аудіальне враження від відвідування ТРЦ.

Доступність для всіх категорій населення, включаючи людей з обмеженими можливостями, є невід'ємною частиною ергономічного проектування. Забезпечення безбар'єрного доступу та використання спеціальних рішень для людей з інвалідністю робить ТРЦ більш дружнім та доступним для всіх.

Навігаційні системи, які допомагають відвідувачам орієнтуватися всередині ТРЦ, мають велике значення для створення комфорту та зручності. Вони допомагають відвідувачам ефективно знаходити необхідні місця та послуги, що робить їхнє перебування більш приємним та продуктивним.

Узагальнюючи, дотримання ергономічних норм при проектуванні ТРЦ є ключовим аспектом, який сприяє забезпеченню комфорту, безпеки та задоволення від відвідування цих приміщень. Врахування цих аспектів поліпшує загальне враження від ТРЦ і сприяє підвищенню його популярності серед відвідувачів, роблячи його привабливим місцем для відпочинку та шопінгу.

2.2. Особливості проєктування ТРЦ

Проєктування торгово-розважальних центрів (ТРЦ) вимагає інтегрованого підходу, що враховує не тільки ергономічні вимоги, але й унікальні архітектурні та інженерні рішення, здатні задовольнити різноманітні потреби відвідувачів та орендарів [9].

Мультифункціональність є однією з основних характеристик сучасних ТРЦ. Ці об'єкти часто включають в себе не лише роздрібні магазини, але й кінотеатри, зони відпочинку, спортивні комплекси та ресторани, що потребує від архітекторів ретельного планування загальної композиції простору. Проєктування таких комплексів вимагає оптимізації потоків відвідувачів, що забезпечують легкий доступ до усіх зон і при цьому не створюють заторів [4].

Інноваційні технології також відіграють важливу роль у проєктуванні ТРЦ. Сучасні технологічні рішення, такі як автоматизовані системи управління будівлями (BMS), енергоефективні системи освітлення та клімат-контроль, стають стандартом для зменшення оперативних витрат та підвищення екологічності об'єктів. Ці системи дозволяють керувати різними процесами в будівлі, такими як освітлення, опалення, вентиляція та кондиціонування, оптимізуючи їх використання та зменшуючи загальне енергоспоживання [39].

Естетичний вигляд ТРЦ також має велике значення, оскільки він впливає на привабливість об'єкта для відвідувачів. Архітектурний дизайн повинен відображати сучасні тенденції та культурні особливості регіону. Використання скла та інших прозорих матеріалів допомагає створити відчуття відкритості та простору, тоді як елементи природнього озеленення всередині та зовні будівлі можуть підсилити екологічний аспект та зробити середовище більш привітним.

Безпека є ще одним критичним аспектом у проєктуванні ТРЦ. Розробка ефективних систем безпеки, що включають відеонагляд, контроль доступу, системи пожежної безпеки та евакуаційні маршрути, є життєвонеобхідною для забезпечення захисту відвідувачів та персоналу.

Гнучкість використання простору дозволяє ТРЦ адаптуватися до змінних трендів ринку та потреб орендарів. Здатність швидко переформатувати простір під нові магазини чи розважальні зони без значних витрат чи затримок є значним конкурентним перевагою.

Комплексне розуміння цих особливостей допомагає архітекторам та розробникам створити ТРЦ, який буде не лише функціональним та ефективним, але й привабливим для відвідувачів та орендарів. Підкреслення унікальності об'єкта та впровадження інноваційних рішень допомагають ТРЦ вирізнятися на ринку та залучати більше клієнтів. Органічне поєднання всіх цих аспектів в проектуванні створює простір, який не лише задовольняє потреби споживачів, але й створює незабутні враження та відчуття комфорту та задоволення від перебування. Такий підхід є ключовим для успішного створення та ефективного функціонування сучасного торгово-розважального центру [12].

2.3. Складові частини торгово-розважальних центрів

Торгово-розважальні центри (ТРЦ) є складними та багатограними спорудами, які об'єднують у собі різноманітні компоненти з метою забезпечити відвідувачам максимальний комфорт та різноманіття послуг. Кожен елемент внутрішнього обладнання ТРЦ відіграє ключову роль у формуванні приємної та привабливої атмосфери, яка привертає та утримує відвідувачів. Поглибимося у розгляд основних складових частин, які зазвичай входять до складу ТРЦ, і розкриємо їх роль у створенні цілісного та функціонального середовища для відвідувачів [9].

Торгові зони є не лише серцем, а й головним елементом ідентичності та визначальною складовою частиною торгово-розважальних центрів (ТРЦ). Ці зони створюють атмосферу торговельного майданчика, де відбувається постійний потік клієнтів та торговельна активність [42].

У ТРЦ можна знайти різноманітні магазини, починаючи від великих роздрібних магазинів, які пропонують широкий асортимент товарів на всі

випадки життя, до ексклюзивних бутиків, які спеціалізуються на предметах розкішного споживання. Окрім цього, магазини-анкери, які є основними орендарями ТРЦ, зазвичай пропонують великі площі з широким вибором товарів, від одягу та взуття до електроніки та домашнього обладнання.

Ці торгові зони є не лише місцем для покупок, але й місцем, де відвідувачі можуть насолоджуватися процесом шопінгу, досліджуючи нові бренди та продукти, отримувати консультацію від фахівців та взаємодіяти з іншими відвідувачами. Також, торгові зони ТРЦ створюють платформу для проведення різноманітних заходів, акцій та розпродажів, що залучають увагу клієнтів та стимулюють продажі.

Загалом, торгові зони в ТРЦ не лише задовольняють потреби в споживчих товарах, але й створюють соціальні та культурні простори, які сприяють активному та приємному відпочинку відвідувачів [42].

Розважальні зони в торгово-розважальних центрах є важливою складовою, яка додає цінності та привабливості для відвідувачів. Ці зони створюють атмосферу розваг, яка пропонує додаткові можливості для відпочинку та насолоди для відвідувачів будь-якого віку. Розважальні зони в ТРЦ можуть бути досить різноманітними та включати в себе широкий спектр можливостей.

Кінотеатри є одним з найпопулярніших елементів розважальних зон. Вони пропонують відвідувачам можливість перегляду нових кінофільмів у зручному та сучасному середовищі. Кінотеатри в ТРЦ зазвичай обладнані високоякісною аудіо- та відеоапаратурою, комфортними кріслами та іншими зручностями для максимального задоволення глядачів [9].

Боулінг та ігрові зони також є популярними серед відвідувачів, особливо серед молоді та сімей з дітьми. Боулінгові доріжки, більярдні столи, ігрові автомати та інші атракції надають можливість активно провести час та насолодитися спільним відпочинком з друзями та сім'єю.

Атракціони, такі як каруселі, атракціони з водою, відеоігри та інші розважальні споруди, пропонують додаткові емоційні враження та веселощі

для відвідувачів. Ці атракції особливо популярні серед дітей та підлітків, але також можуть бути цікавими для дорослих.

Узагальнюючи, розважальні зони створюють атмосферу веселощів та насолоди, яка робить ТРЦ привабливим для відвідувачів будь-якого віку та інтересів. Вони додають різноманітності та можливостей для відпочинку та розваг, що робить перебування в ТРЦ більш приємним та незабутнім досвідом.

Ресторани та кафе у торгово-розважальних центрах не лише служать місцем, де відвідувачі можуть насолоджуватися смачними стравами та напоями, але й вони створюють особливу атмосферу, яка додає відчуття комфорту та задоволення від перебування у центрі. Ресторани та кафе в ТРЦ - це не просто місця харчування, але й справжні місця соціального збору та спілкування [13].

Розміщення ресторанів може бути різним. Деякі з них знаходяться усередині самого ТРЦ, що дозволяє відвідувачам зручно перервати шопінг та насолодитися вишуканими стравами без необхідності покидати приміщення. Це особливо зручно під час холодної або дощової погоди, коли відвідувачам не хочеться виходити на вулицю.

Зони відпочинку та зони сімейного відпочинку в торгово-розважальних центрах є не лише місцями фізичного відпочинку, але й зонами, спеціально створеними для психологічного та емоційного розслаблення відвідувачів. Ці зони можуть бути різноманітними та містити різноманітні елементи, які роблять перебування в ТРЦ більш приємним [9].

Паркові зони в ТРЦ можуть бути оздоблені в різноманітному стилі, від класичних геометричних ландшафтів до сучасних міні-парків з інтерактивними елементами. Вони створюють затишну атмосферу для прогулянок та відпочинку на свіжому повітрі, що дозволяє відвідувачам відпочити від шуму та гаму міського життя.

Дитячі майданчики в ТРЦ є особливо важливими для сімейного відпочинку. Вони створюють безпечні умови для гри та розваг для дітей,

дозволяючи батькам спокійно здійснювати покупки чи відпочивати, знаючи, що їхні діти в безпеці та розважаються.

Усі ці елементи зон відпочинку та сімейного відпочинку працюють разом, щоб створити гармонійне та приємне середовище для відвідувачів ТРЦ, де вони можуть насолоджуватися часом, проведеним у цьому унікальному просторі.

Адміністративні приміщення та служби обслуговування в ТРЦ відіграють важливу роль у забезпеченні ефективності та безперебійності його роботи. Це більше, ніж просто офісні приміщення – це центр керування та координації всіх процесів, що відбуваються всередині об'єкта [9].

Одні з найважливіших складових цих приміщень – відділення безпеки. Забезпечення безпеки в ТРЦ – це першочергове завдання, оскільки велика кількість відвідувачів та об'єм руху товарів може створити ризики для безпеки. Відділення безпеки відповідає за нагляд за системами відеоспостереження, контроль доступу, взаємодію з правоохоронними органами та реагування на будь-які надзвичайні ситуації [9].

Крім того, адміністрація ТРЦ відповідає за управління всіма аспектами його діяльності. Це включає в себе планування та координацію заходів, взаємодію з орендарями, вирішення спірних питань та надання підтримки відвідувачам. Адміністративний персонал також відповідає за розвиток стратегій маркетингу та реклами, спрямованих на привертання нових відвідувачів та збільшення прибутку.

Також важливою складовою є технічне обслуговування, яке відповідає за правильне функціонування технічних систем і обладнання в ТРЦ. Це включає в себе регулярне технічне обслуговування електричних систем, систем кондиціонування повітря, ліфтів, ескалаторів та іншого обладнання, що забезпечує комфорт та безпеку для відвідувачів [9].

В цілому, адміністративні приміщення та служби обслуговування в ТРЦ відіграють ключову роль у забезпеченні безперебійної та ефективної роботи об'єкта. Вони є серцем та мозком центру, яке координує всі аспекти його

діяльності, забезпечуючи безпеку, комфорт та задоволення для відвідувачів та орендарів.

Кожна з цих складових частин взаємодіє між собою, створюючи унікальну атмосферу та пропонуючи різноманітні можливості для відвідувачів ТРЦ. Такий різноманітний функціонал дозволяє ТРЦ стати не лише місцем для шопінгу, але й центром соціального та культурного життя в місті.

2.4. Безпека в торгово-розважальних центрах

Безпека в торгово-розважальних центрах (ТРЦ) відіграє критичну роль у забезпеченні комфорту та безпеки як для відвідувачів, так і для працюючого персоналу. Цей аспект є ключовим у формуванні сприятливого і безпечного довкілля, яке сприяє не тільки залученню більшої кількості людей, але й їхньому бажанню повертатися. В умовах високої конкуренції та зростаючих вимог споживачів до якості обслуговування, безпека стає важливим фактором у підтримці репутації та довіри до торговельного закладу.

Державні будівельні норми ДБН В.2.2-23:2009 та ДБН В.1.1-7:2016 встановлюють чіткі критерії та вимоги до проектування та експлуатації ТРЦ, забезпечуючи систематичний підхід до аспектів безпеки. Ці норми охоплюють широкий спектр критеріїв, від пожежної безпеки, систем евакуації, до управління ризиками та заходів з недопущення нещасних випадків. Встановлення вимог до мінімальної ширини евакуаційних виходів, належного розміщення пожежних гідрантів, систем оповіщення та евакуаційного освітлення, а також обладнання приміщень відповідними засобами пожежогасіння є лише деякими з ключових параметрів, регульованих цими нормами [17, 23].

ДБН В.1.1-7:2016 встановлює основні принципи та вимоги до забезпечення пожежної безпеки під час проектування, будівництва та експлуатації об'єктів. Цей документ має на меті мінімізувати ризики виникнення пожеж та їхніх наслідків, забезпечити ефективну евакуацію людей у випадку пожежі та оптимізувати умови для дій пожежної служби [23].

Загальні положення норми акцентують на необхідності інтеграції систем пожежної безпеки на ранніх стадіях проектування будівель та споруд. Важливим є вибір матеріалів, що володіють відповідними пожежно-технічними характеристиками, забезпечення належного розміщення та обсягів пожежних відсіків, наявність дієвих засобів автоматичного пожежогасіння та пожежної сигналізації.

Окрім того, норма передбачає впровадження комплексних заходів щодо обмеження поширення диму та газів у випадку пожежі, що включає системи димовидалення та вентиляції. ДБН також звертає увагу на важливість доступності та ефективності шляхів евакуації, їх освітленості та обладнання вказівниками безпеки, що сприяє швидкому та безпечному переміщенню людей у надзвичайній ситуації.

Крім того, стандартизація процедур оцінки пожежного ризику та регулярні перевірки стану систем пожежної безпеки є обов'язковими аспектами для всіх типів об'єктів, з метою гарантування їх постійної готовності до дій у критичні моменти.

Забезпечення безпеки в торгово-розважальних центрах не обмежується лише технічними засобами контролю та пожежогасінням, але також включає в себе ретельну підготовку персоналу. Підготовка співробітників до ефективних дій у кризових ситуаціях є критично важливим аспектом загальної стратегії безпеки. Це включає проведення регулярних навчальних сесій, семінарів та тренувань, під час яких співробітники вчаться реагувати на різноманітні ситуації, такі як пожежі, евакуація, медичні надзвичайні ситуації та інші потенційні загрози.

Отже, дотримання державних будівельних норм та стандартів у сфері безпеки в торгово-розважальних центрах відображає відповідальний підхід до проектування та експлуатації цих об'єктів. Це не лише юридичний обов'язок, а й гарантія того, що ТРЦ буде здатний ефективно реагувати на будь-які можливі небезпеки та забезпечувати безпеку для всіх його користувачів.

Дотримання цих норм включає в себе не лише встановлення необхідних систем безпеки, але й їхню ретельну перевірку та підтримку протягом усього періоду експлуатації. Це означає, що обладнання для пожежогасіння, системи оповіщення та евакуації, контроль доступу та інші аспекти безпеки повинні регулярно перевірятися, тестуватися та підтримуватися у належному стані.

Забезпечення високого рівня безпеки створює сприятливу атмосферу для відвідувачів ТРЦ, що сприяє збереженню їхнього комфорту та спокою під час перебування в об'єкті. Крім того, це також впливає на імідж ТРЦ як надійного та відповідального партнера для орендарів та бізнес-партнерів, що може сприяти залученню нових інвестицій та розвитку об'єкта.

Висновки до другого розділу

1. Виявлено основні функціонально-просторові особливості торгово-розважальних центрів, зосередившись на ергономічних нормах, особливостях проектування, структурі об'єктів та аспектах безпеки. Значення цих аспектів важко переоцінити, адже вони забезпечують комфорт, безпеку і функціональність простору, що є вирішальним для успіху будь-якого ТРЦ.

2. Ергономічні норми забезпечують зручність і комфорт відвідувачів, що включає належне освітлення, акустику, доступність простору та ефективну навігацію. Особливості проектування відіграють ключову роль у забезпеченні ефективного використання простору і ресурсів, розташуванні різних зон та врахуванні потреб різних груп відвідувачів.

3. Складові частини ТРЦ, такі як торговельні зони, зони харчування, розважальні об'єкти та адміністративні приміщення, вимагають особливої уваги при проектуванні, щоб вони відповідали очікуванням відвідувачів і були оптимально інтегровані одна з одною.

4. Безпека в ТРЦ є одним із пріоритетних напрямків, оскільки вона впливає на захист життя і здоров'я відвідувачів та персоналу. Застосування сучасних технологій та дотримання високих стандартів безпеки може значно знизити ризики та забезпечити спокійне перебування відвідувачів в центрі.

РОЗДІЛ III. СТВОРЕННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ ТОРГОВО-РОЗВАЖАЛЬНОГО ЦЕНТРУ

3.1. Вихідні дані

Об'єктом проєктування є торгово-розважальний центр «Київ», розташований у місті Полтава за адресою вул. Зіньківська, 6/1А (рис 3.1.1, рис. 3.1.2, рис 3.1.3, рис 3.1.4). Цей центр є значним осередком торгівлі та розваг для мешканців Полтави та навколишніх районів. Після проведеного перепланування та модернізації, центр отримав нову назву – «Folk Fusion Plaza». Це рішення було прийняте для того, щоб краще відобразити нову концепцію дизайну, яка тепер зосереджена на українському етностилі.

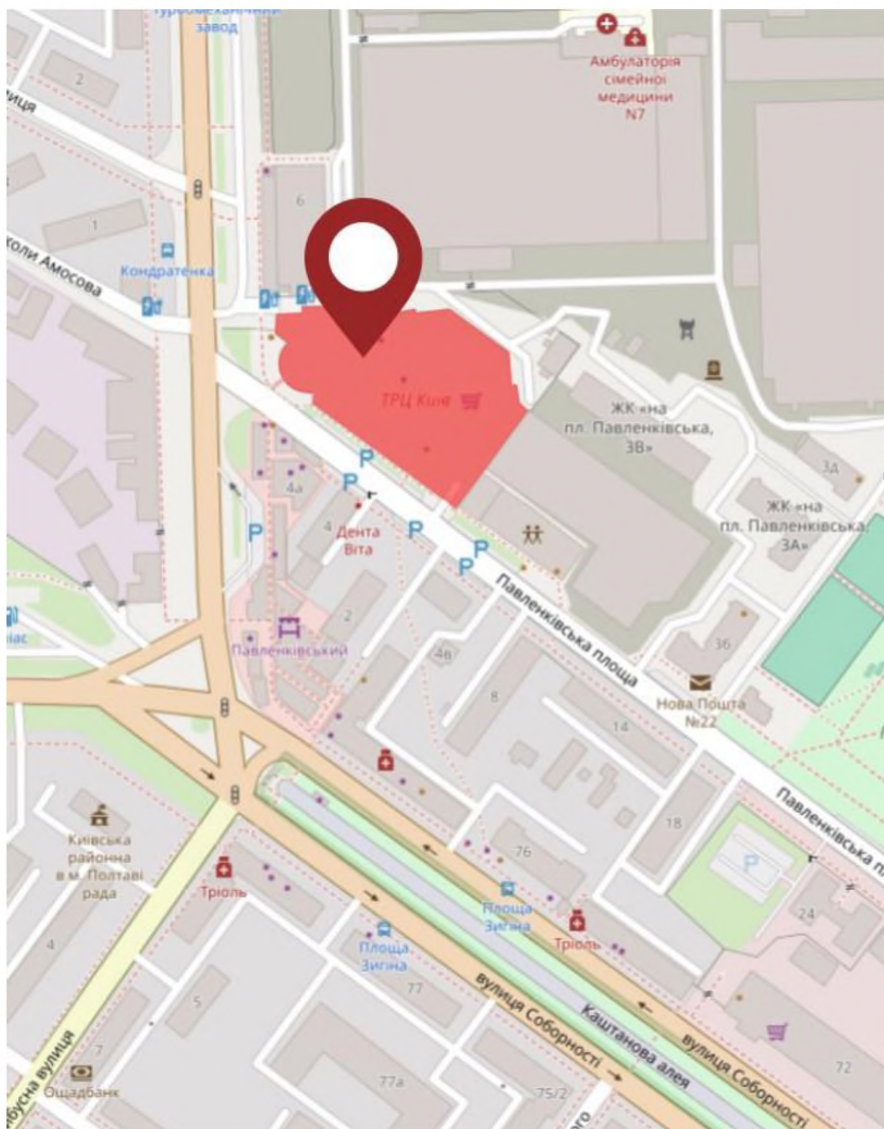
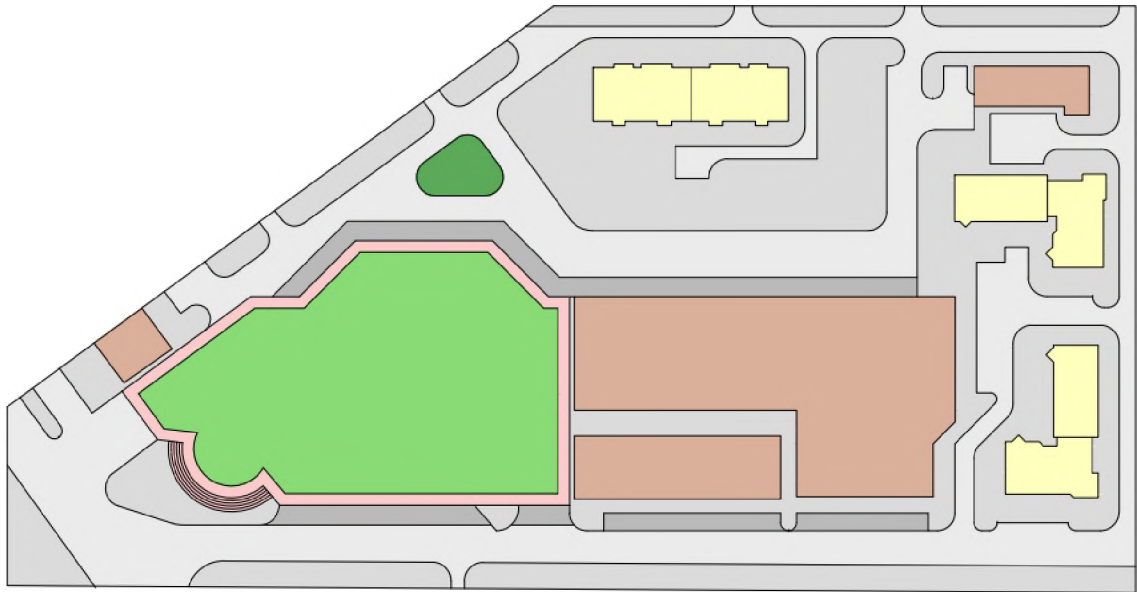


Рис. 1.3.1. Ситуаційна схема



УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ:









- | | | | |
|---|-------------------|---|--|
|  | - проїзна частина |  | - житлові будинки |
|  | - вимощення |  | - громадські споруди |
|  | - парковка |  | - проєтований об'єкт ТРЦ "Київ" |
|  | - озеленення |  | - експлуатована покрівля з озелененням |

Рис. 3.1.2. Схема благоустрою території



Рис. 3.1.3. Фотофіксація екстер'єру

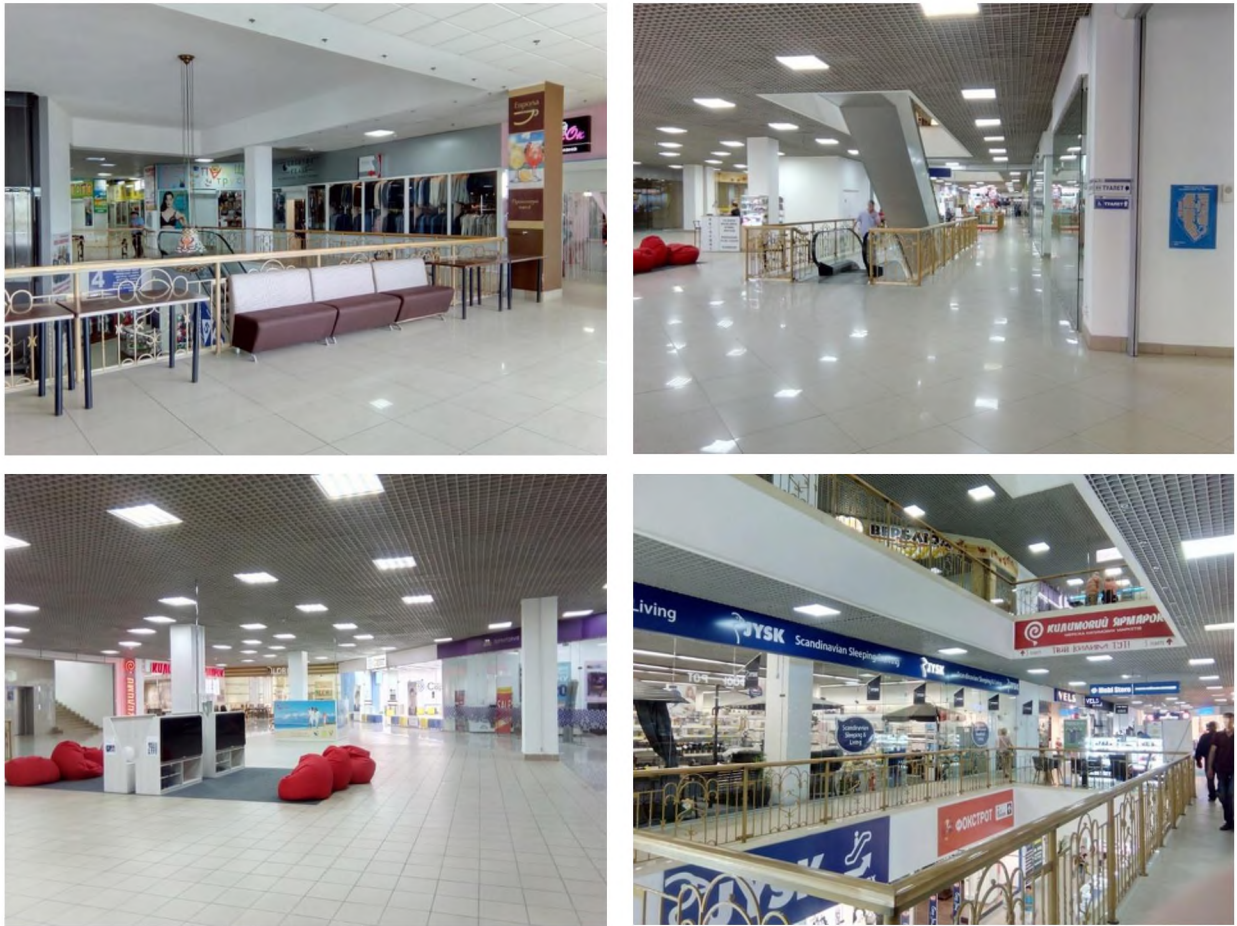


Рис. 3.1.4. Фотофіксація інтер'єру

Концепція «Folk Fusion Plaza» відображає поєднання традиційного українського стилю з сучасними архітектурними тенденціями, створюючи унікальне та впізнаване середовище. Дизайн інтер'єру центру натхненний багатим культурним спадком України, що проявляється у використанні орнаментів, характерних для українського народного мистецтва, традиційних кольорових схем та природних матеріалів. Внутрішні простори центру оформлені з акцентом на автентичні деталі, такі як декоративні елементи, що імітують народні мотиви, та сучасні інсталяції, натхненні фольклором.

Цей підхід до дизайну створює теплу та гостинну атмосферу, що привертає відвідувачів та підкреслює унікальність торгово-розважального центру «Folk Fusion Plaza». Перепланування також включало значні поліпшення у функціональності та зручності для відвідувачів, зокрема збільшення кількості торгових і розважальних зон, оновлення інфраструктури та впровадження новітніх технологій для покращення сервісу.

ТРЦ «Folk Fusion Plaza» вигідно розташований поблизу житлових комплексів, що забезпечує зручний доступ для мешканців без необхідності використовувати автомобіль. Крім того, центр має зручну транспортну розв'язку, що робить його доступним для відвідувачів з різних частин міста.

Цей торгово-розважальний центр має шість рівнів, один з яких – цокольний поверх, що використовується як приміщення подвійного призначення: укриття та розважальна зона. Особлива увага була приділена проектуванню саме цокольного рівня (рис. 1.3.5). Тут розташовані різноманітні розважальні зони для дітей та дорослих, включаючи спортзал, кінотеатр, дитячий салон краси та заклади громадського харчування. Цей простір спроектовано таким чином, щоб під час повітряної тривоги відвідувачі могли перебувати у безпеці, не перериваючи свій відпочинок.

На першому рівні торгово-розважального центру розташовані торгові приміщення різного призначення (рис. 1.3.6). Це магазини дитячих, побутових, продуктових товарів, а також ювелірні, спортивні, магазини одягу і взуття. Така різноманітність забезпечує відвідувачам можливість знайти все необхідне в одному місці, роблячи шопінг зручним, швидким та приємним.

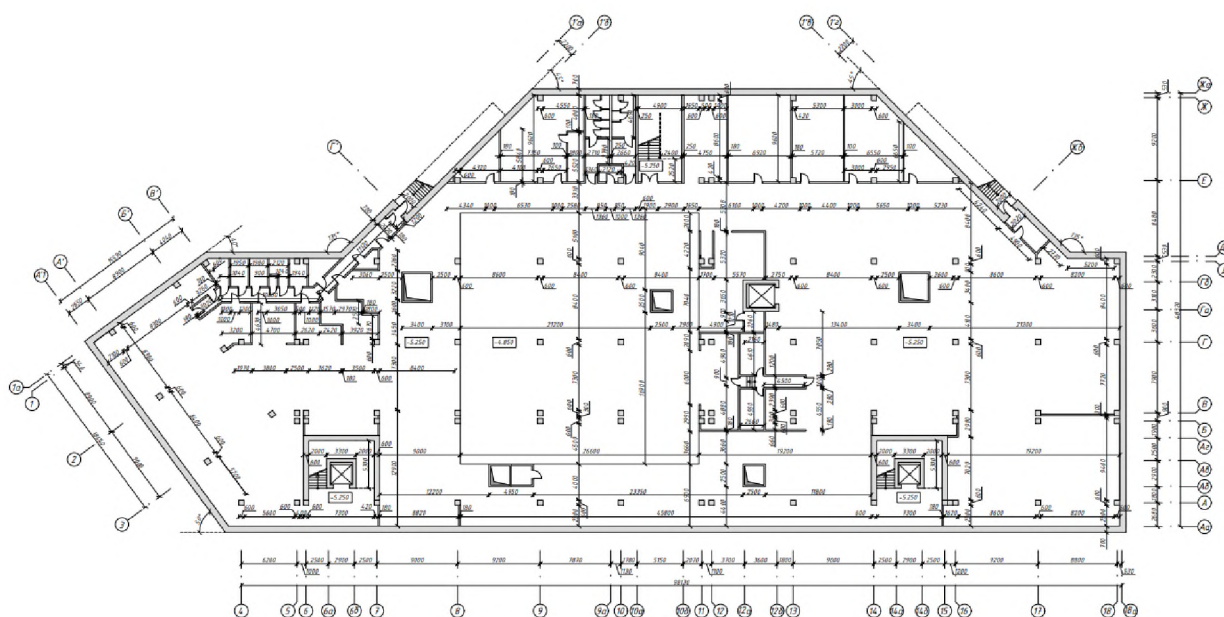


Рис. 3.1.5. Обмірний план ТРЦ на відмітці -5.250

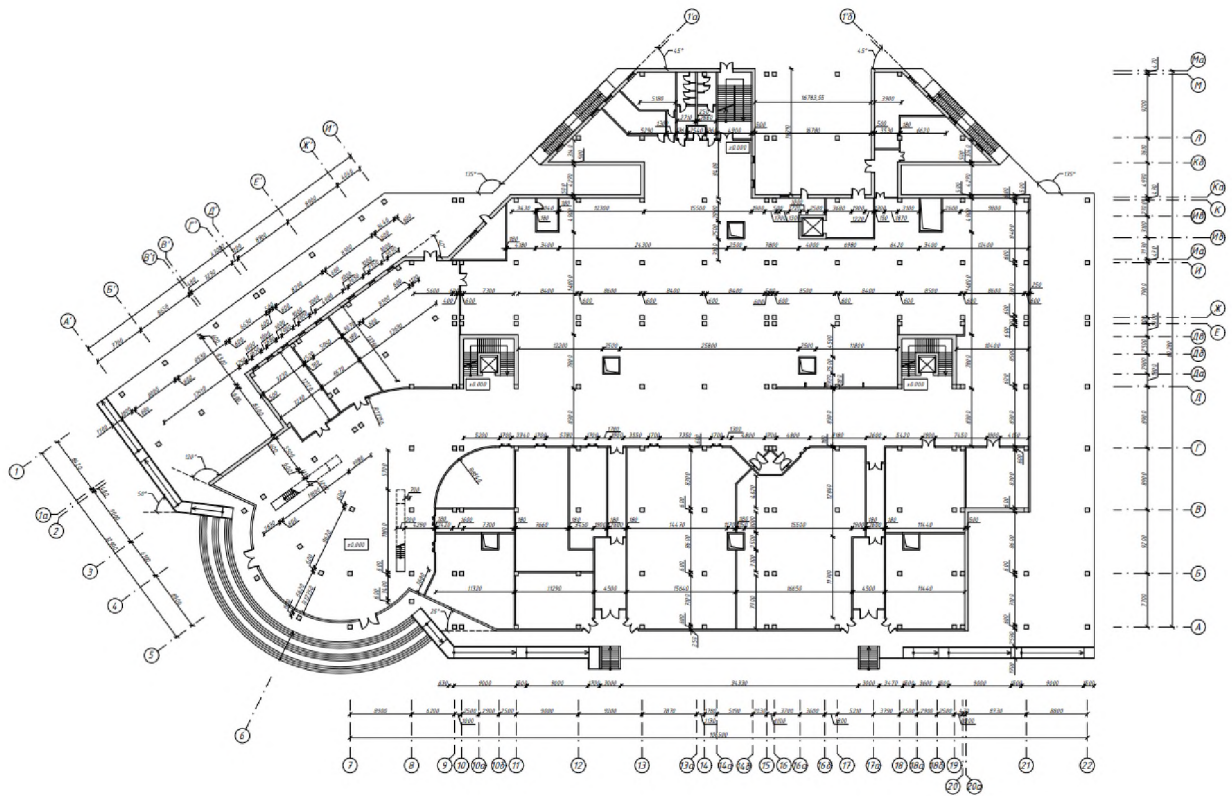


Рис. 3.1.5. Обмірний план ТРЦ на відмітці ± 0.000

3.2. Об'ємно-планувальне рішення торгово-розважального центру

У вихідному плані торгово-розважального центру було проведено значну реконструкцію, яка включала демонтаж деяких стін та перегородок і монтаж нових (рис. 3.2.1, рис. 3.2.2). Ці зміни були необхідні для того, щоб зробити приміщення просторішими, більш функціональними та логічно організованими за своїм плануванням. Мета полягала у створенні відкритих, зручних просторів, які могли б краще задовольняти потреби відвідувачів та відповідати сучасним вимогам до комерційних об'єктів.

Особливу увагу було приділено цокольному поверху, де раніше розташовувалась зона фудкортів. Було вирішено, що для покращення зручності та атмосфери необхідно знести майже всі наявні перегородки в цій зоні. На їх місці планується створити окремі заклади громадського харчування, такі як ресторан, кафе та кав'ярня. Це рішення дозволяє не лише збільшити площу для розміщення столів і зон відпочинку, але й забезпечити більш інтимну та комфортну атмосферу для відвідувачів.

Нові планувальні рішення також враховують розташування входів і виходів, зон для очікування, санітарних вузлів та інших важливих елементів інфраструктури, щоб оптимізувати потоки людей і забезпечити легкий доступ до різних частин торгово-розважального центру. Завдяки таким змінам приміщення стали не тільки більш привабливими з естетичної точки зору, але й значно зручнішими для користування.

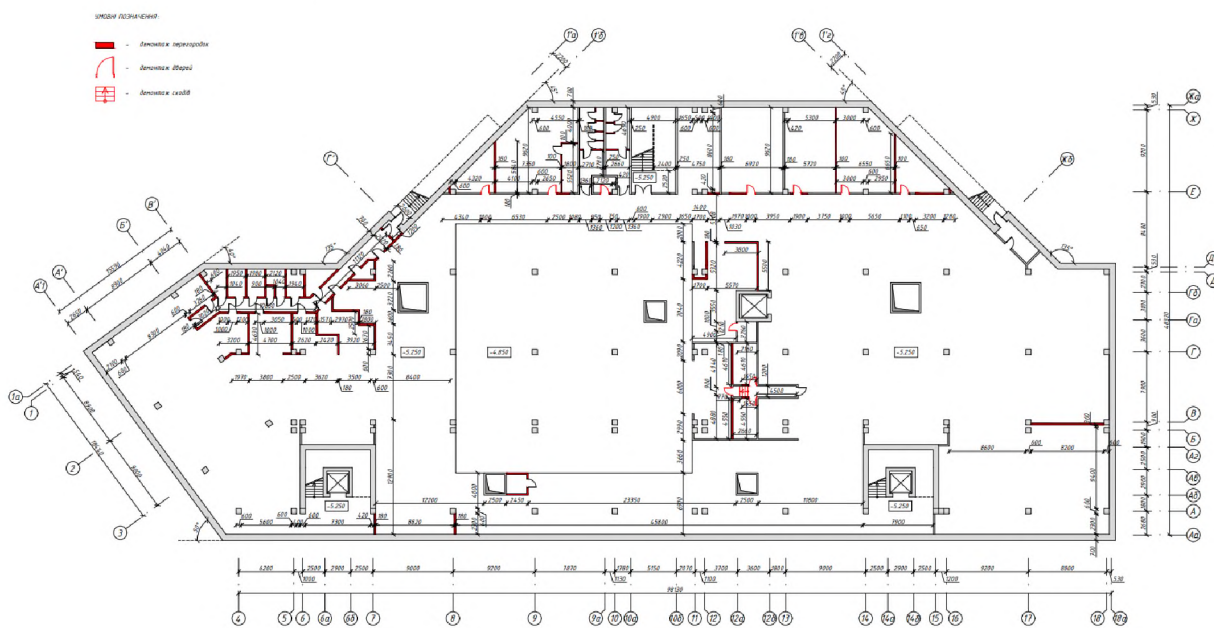


Рис. 3.2.1. План демонтажу ТРЦ на відмітці -5.250

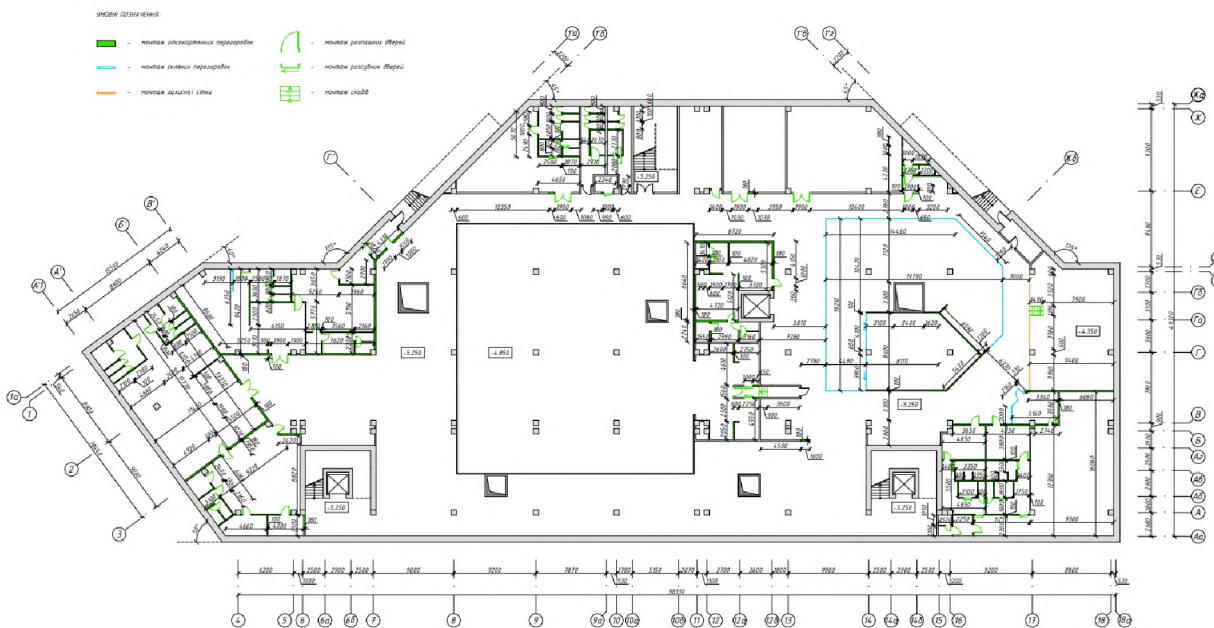


Рис. 3.2.2. План монтажу ТРЦ на відмітці -5.250

Функціональне зонування є надзвичайно важливим аспектом проектування торгово-розважального центру, оскільки воно визначає, як простір буде використовуватись та як ефективно відвідувачі будуть взаємодіяти з різними частинами центру. Правильне зонування забезпечує комфорт, безпеку, зручність та ефективність, що впливає на загальний досвід відвідувачів і успішність комерційного об'єкта.

Функціональне зонування допомагає чітко організувати простір, розділяючи його на окремі зони для різних видів діяльності. Це сприяє створенню логічної і зрозумілої структури, що полегшує орієнтацію для відвідувачів та робить перебування в центрі більш приємним. Зонування допомагає контролювати потоки відвідувачів, спрямовуючи їх у потрібні напрямки. Це зменшує скупчення людей у певних місцях, що підвищує безпеку та комфорт, особливо у випадках надзвичайних ситуацій. Завдяки зонуванню, кожна частина центру може бути використана максимально ефективно. Наприклад, комерційні зони можуть бути розташовані у найбільш прохідних місцях, а зони відпочинку та розваг – у більш тихих та затишних куточках. Різні зони відповідають різним потребам відвідувачів. Наприклад, наявність окремих зон для дітей, зон відпочинку, зон громадського харчування та інших дозволяє відвідувачам знайти все необхідне в одному місці, підвищуючи комфорт їх перебування. Зонування дозволяє раціонально використовувати ресурси, такі як освітлення, опалення та вентиляція, забезпечуючи оптимальні умови в кожній зоні. Це сприяє енергоефективності та зниженню експлуатаційних витрат. Зони з високим трафіком можуть бути виділені для розміщення магазинів та інших комерційних об'єктів, що підвищує їх видимість та привабливість для клієнтів. Це сприяє збільшенню продажів і успішності бізнесу орендарів.

Функціональне зонування цокольного поверху торгово-розважального центру складається з таких зон як (рис. 3.2.3):

- зона зберігання речей (тут відвідувачі можуть залишити свої речі у спеціальних шафках або камерах схову, що забезпечує їм зручність та безпеку особистих речей під час перебування у торгово-розважальному центрі);
- розважальна зона (призначена для активного відпочинку та розваг для дорослих і дітей. Тут розташовані ігрові автомати, ігрові кімнати та інші атракціони);
- зона кінотеатру (простір для перегляду фільмів, оснащений сучасним обладнанням та комфортними місцями для глядачів. Це популярне місце для відпочинку та проведення дозвілля);
- зона для дітей (спеціально обладнана для найменших відвідувачів з ігровими майданчиками, творчими студіями та зонами відпочинку, де діти можуть безпечно гратися та розвиватися);
- зона каси (місце, де відвідувачі можуть придбати квитки на атракціони або інші послуги, що надаються у торгово-розважальному центрі);
- зона спортивного залу (оснащена сучасним тренажерним обладнанням та забезпечує відвідувачам можливість займатися спортом і підтримувати фізичну форму);
- зона відпочинку (комфортні місця з м'якими меблями, де відвідувачі можуть перепочити, поспілкуватися або просто відпочити після шопінгу чи інших активностей);
- зона ролледрому (місце для катання на роликах, що забезпечує активний відпочинок та розваги для всієї родини);
- барна зона (тут відвідувачі можуть насолодитися напоями та закусками, відпочити в затишній атмосфері після розваг або шопінгу);
- зона громадського харчування (ресторан, кафе та кав'ярня, що пропонують різноманітні страви та напої, де відвідувачі можуть смачно поїсти та приємно провести час);
- зона санвузла (важлива для забезпечення гігієнічних потреб відвідувачів, включаючи туалети, умивальники та приміщення для гігієни);

– зона матері і дитини (обладнана для комфортного перебування матерів з маленькими дітьми, включаючи пеленальні столики, місця для годування та відпочинку);

– транзитна зона (призначена для зручного пересування відвідувачів між різними функціональними зонами, забезпечуючи легкий доступ до всіх частин торгово-розважального центру).



Колір	Найменування	Площа
Пурпур	Зона зберігання речей	44,18
Зелений	Розважальна зона	217,65
Жовтий	Зона кінотеатру	133,89
Рожевий	Зона для дітей	437,30
Оранжевий	Зона каси	22,43
Бурштиновий	Зона спортивного залу	261,91
Темно-зелений	Зона відпочинку	175,75
Світло-блакитний	Зона ролейдрому	792,51
Бурштиновий	Барна зона	45,23
Світло-коричневий	Зона громадського харчування	591,38
Блакитний	Зона санвузла	41,73
Темно-зелений	Зона матері і дитини	4,37
Сірий	Транзитна зона	1270,20
Загальна площа		4038,60

Рис. 3.2.3. Схема функціонального зонування ТРЦ на відмітці -5.250

Функціональне зонування першого рівня торгово-розважального центру складається з таких зон як (рис. 3.2.4):

– вхідна зона (основний вхід до торгово-розважального центру, що забезпечує зручний доступ для відвідувачів та перше враження від об'єкта);

- зона продуктів харчування (магазини та супермаркети, що пропонують широкий асортимент харчових продуктів для повсякденних потреб);
- зона одягу та аксесуарів (магазини, що спеціалізуються на продажу одягу та аксесуарів для всієї родини, забезпечуючи широкий вибір модних товарів);
- зона взуття (пропонує різноманітні моделі взуття для чоловіків, жінок та дітей, від спортивного до класичного);
- зона дитячих товарів (магазини, де продаються іграшки, одяг, аксесуари та інші товари для дітей різного віку);
- зона ювелірних прикрас (бутики, що пропонують широкий вибір ювелірних виробів, включаючи прикраси з золота, срібла та дорогоцінного каміння);
- зона гаджетів та девайсів (магазини електроніки, де відвідувачі можуть придбати сучасні гаджети, аксесуари для мобільних пристроїв, комп'ютерну техніку тощо);
- зона спортивних товарів (пропонує різноманітне спортивне обладнання, одяг та аксесуари для активного відпочинку та спорту);
- зона господарських товарів (магазини, що спеціалізуються на товарах для дому та господарства, включаючи побутову хімію, інструменти, декоративні елементи);
- зона аптеки (місце, де можна придбати ліки, медичні засоби та товари для здоров'я);
- зона косметики (магазини, що пропонують косметику, парфумерію та засоби догляду за тілом);
- зона електропобутової техніки (пропонує широкий асортимент побутової техніки, включаючи кухонне обладнання, пральні машини, холодильники та інше);
- барна зона;
- зона санвузлів;

- зона персоналу (спеціальні приміщення для співробітників торгово-розважального центру, включаючи кімнати для відпочинку, офіси та технічні приміщення);
- зона складу (приміщення для зберігання товарів та запасів, що забезпечує ефективну роботу магазинів та інших закладів);
- Транзитна зона.



Колір	Найменування	Площа, м ²
Пурпур	Вхідна зона	362,56
Зелений	Зона продуктів харчування	2072,86
Жовтий	Зона одягу та аксесуарів	552,27
Розовий	Зона взуття	225,71
Синій	Зона дитячих товарів	159,89
Бурштиновий	Зона ювелірних прикрас	134,68
Лимонний	Зона гаджетів та девайсів	186,55
Лавандовий	Зона спортивних товарів	408,20
Бордовий	Зона господарських товарів	78,40
Світло-синій	Зона аптеки	147,63
Темно-зелений	Зона косметики	117,32
Оранжевий	Зона електропобутової техніки	280,36
Коричневий	Барна зона	36,49
Червоний	Зона складу	177,57
Жовтий	Зона персоналу	134,87
Синій	Зона санвузлів	24,83
Світло-сірий	Транзитна зона	1196,86
	Загальна площа	6297,05

Рис. 3.2.4. Схема функціонального зонування ТРЦ на відмітці ±0.000

Особлива увага була приділена умеблюванню цокольного рівня, оскільки це приміщення виконує подвійне призначення і має відповідати високим стандартам безпеки, доступності та інклюзивності (рис. 3.2.5). Враховуючи потреби людей з обмеженими можливостями, були застосовані спеціальні архітектурні рішення. Зокрема, коридори зроблені достатньо широкими, щоб забезпечити вільне пересування на кріслах колісних, а двері мають ширину мінімум 900 мм, що дозволяє безперешкодно проходити через них. Відсутність порогів сприяє безпечному пересуванню, а великі ліфти дозволяють легко переміщатися між поверхами людям на кріслі колісному. Інклюзивні санвузли обладнані всім необхідним для зручності та безпеки людей з інвалідністю.

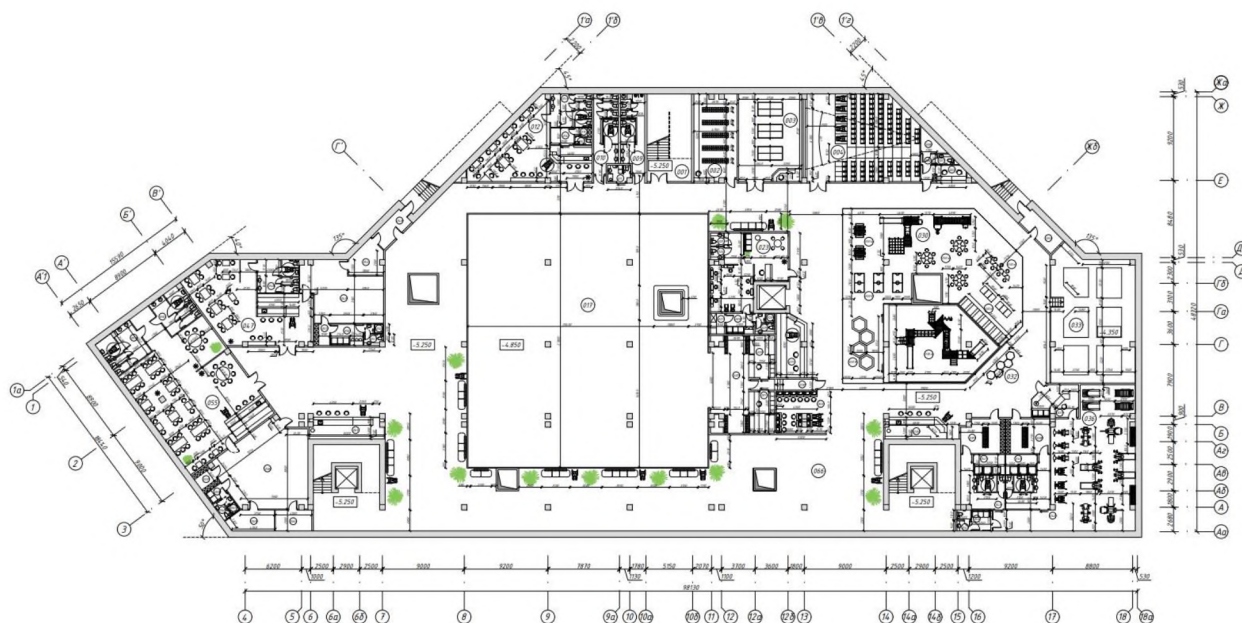
Заклади громадського харчування також запроєктовано з урахуванням принципів доступності. Простір між столами достатньо великий, щоб забезпечити вільний прохід, а барні стійки мають різну висоту, що дозволяє зручно користуватися ними всім відвідувачам, незалежно від їх фізичних можливостей. Інклюзивні санвузли в ресторанах і кафе обладнані всім необхідним для комфорту відвідувачів.

Кімната для настільного тенісу обладнана столами, які можуть регулюватися по висоті, що робить гру доступною для всіх, включаючи людей на кріслах колісних. Кінотеатр має спеціально відведені місця для людей з обмеженими можливостями, що забезпечує комфортний перегляд фільмів для всіх відвідувачів.

Спортзал також обладнаний з урахуванням інклюзивності: тут є санвузли, душові кабінки та роздягальні, адаптовані для людей з інвалідністю. Це забезпечує можливість безперешкодно займатися спортом всім бажаючим.

Зона ігрових автоматів має спеціально обладнані місця, щоб забезпечити доступність для всіх відвідувачів.

Ролледром, у разі потреби, може бути перетворений на зону для тимчасового укриття під час повітряної тривоги. Для цього тут передбачено місце для зберігання матів, які можуть бути видані відвідувачам для зручного розміщення.



№	Найменування	Площа, м ²
001	Сходовий майданчик	4,7,14
002	Гардероб	44,18
003	Кімната настільного тенісу	66,57
004	Зал кінотеатру	116,45
005	Каса кінотеатру	9,12
006	Транзит для персоналу	2,05
007	Санвузол для персоналу	1,83
008	Технічне приміщення	4,44
009	Санвузол чоловічий	21,58
010	Санвузол жіночий	22,32
011	Кімната матері й дитини	4,37
012	Зал кав'ярні	71,07
013	Санвузол кав'ярні	16,61
014	Кухня	4,70
015	Роздягальня для персоналу	1,72
016	Санвузол для персоналу	1,50
017	Роледром	737,04
018	Транзит	8,60
019	Кімната видачі ролкових ковзанів	12,88
020	Простір для перевзування	28,84
021	Гардероб для взуття	12,71
022	Простір для іграшних автоматів	25,03
023	Дитячий салон краси	55,96
024	Санвузол для дівчаток	2,00
025	Санвузол для хлопчиків	2,00
026	Кімната для персоналу	25,03

027	Комора	3,50
028	Душова для персоналу	2,17
029	Санвузол для персоналу	2,49
030	Зона для дітей	330,40
030 а	Зона настільного футболу	
030 б	Зона аерохокею	
030 в	Зона ватутів	
030 г	Басейн з кульками	
030 д	Зона лабіринтів	
030 е	Зона майстер-класів	
030 ж	Зона настільних ігор	
031	Головна каса	22,79
032	Зона столжів для пісочної анімації	17,49
033	Простір для ватутів	128,49
034	Транзит	9,90
035	Фітобар	23,44
036	Спортивний зал	149,95
037	Рецепція спортзалу	16,94
038	Роздягальня для жінок	18,43
039	Роздягальня для чоловіків	17,35
040	Душова для жінок	7,37
041	Душова для чоловіків	7,37
042	Санвузол для жінок	21,17
043	Санвузол для чоловіків	20,57

044	Кімната для персоналу	5,18
045	Санвузол для персоналу	3,50
046	Транзит	8,71
047	Зал кафе	91,25
048	Санвузол	16,61
049	Кухня	51,18
050	Кімната для персоналу	8,29
051	Роздягальня для персоналу	3,96
052	Душова для персоналу	2,17
053	Санвузол для персоналу	2,47
054	Склад	11,71
055	Зал ресторану	163,13
056	Санвузол для жінок	17,13
057	Санвузол для чоловіків	19,10
058	Кухня	79,23
059	Роздягальня для персоналу	5,03
060	Кімната для персоналу	2,73
061	Душова для персоналу	2,17
062	Санвузол для персоналу	2,13
063	Склад	11,05
064	Морозильна камера	9,20
065	Бар	21,91
066	Загальний транзит	1355,10
Загальна площа		4038,60

Рис. 3.2.5. Схема умеблювання ТРЦ на відмітці -5.250

Таким чином, умеблювання цокольного рівня було продумане до найменших деталей, щоб забезпечити максимальний комфорт, безпеку та доступність для всіх відвідувачів, незалежно від їх фізичних можливостей. Це робить торгово-розважальний центр не тільки зручним і привабливим місцем для проведення часу, але й прикладом сучасного підходу до інклюзивного дизайну.

3.3. Концепція дизайн проєкту торгово-розважального центру

Еволюція етнічного стилю на українських землях має багатотисячолітню історію, під час якої поступово збагачувалася культурні спадщини. Цей процес охоплює як духовні, так і матеріальні аспекти народного життя та його предметного світу [35].

Етнодизайн зародився як відображення культурної спадщини певного народу, що розвивалася на протязі тисячоліть через стилізацію та інновації. Включає у себе багатство національних традицій, духовних та культурних вартостей, які відтворюються у художніх та архітектурних формах, важливих як для національної, так і для світової культури [10, 11].

Етнічний стиль відтворює унікальність і художнє бачення специфічного народу або культурного регіону через предмети, які стають основою для дизайну нових виробів. Слугує фундаментом для формування духовно-матеріальної культури, підприємливості та інноваційних практик, оцінки дизайнерського процесу і його кінцевих результатів [27, 35].

Етнодизайн являє собою процес і кінцевий результат створення корисних, зручних та естетично привабливих предметів у рамках етнічного стилю. Цей підхід ефективно вирішує практичні, ергономічні та естетичні завдання, інтегруючи творчий підхід художника. Виступає як вияв духовної та матеріальної культури, засіб національної ідентифікації, самореалізації та самовираження митця в рамках сучасного соціокультурного контексту, посилюючи зв'язок зі столітньою культурою предків [15, 35].

Етнічний стиль у дизайні не просто відтворює традиційні мотиви, але і служить потужним засобом збереження національної ідентичності. Через кожен виріб, будь то вишитий рушник або розписана кераміка, проглядається історія народу, його духовні цінності та естетичні орієнтири. Етнодизайн не тільки перетворює традиційні форми в сучасні об'єкти побуту, але і дозволяє глибше зрозуміти, як національна культура може бути інтегрована в повсякденне життя, стаючи частиною нашої сучасної ідентичності. Це відображення національної самобутності через етнічний стиль дозволяє зберігати зв'язок між поколіннями,

відновлюючи та поширюючи знання про рідну культуру в глобалізованому світі [41].

Останнім часом все більше людей прагнуть повернутися до коренів, шукаючи те, що здається їм більш природним. Паралельно з цим, ми стаємо свідками розширення культурного горизонту і відкриття нових можливостей для культурних та етнічних зв'язків в умовах глобалізації, що сприяє більшій кількості міждержавних культурних взаємодій і, як результат, взаємному впливу різних культур. У цьому контексті міжкультурне та міжетнічне спілкування набуває нового значення, відроджується інтерес до національної ідентичності, що стимулює бажання включати елементи національного колориту в повсякденне життя, в тому числі через організацію житлового простору та вибір меблів. Таким чином, дизайнери вдаються до стилістичних та просторових рішень, які відображають атмосферу різноманітних етнічних культур [32, 33].

Для сучасного українського етнічного стилю характерні неповторні особливості, такі як простота, натуральність, екологічність та виразні кольорові палітри, що мають історичні корені та сприяють атмосфері відпочинку і релаксу. Приміщення, оформлені в цьому стилі, можуть мати різноманітні варіації, адже етностиль відрізняється своєрідністю у використанні природних матеріалів, таких як камінь, дерево, мармур, граніт, текстиль та природна сировина. Основою дизайну етнічного стилю є національні традиції, колорит та звичаї, властиві певним народам. Характерний для етнічного інтер'єру є ручний декор, текстильні вироби та меблі, що відповідають етнічній тематиці. Важливо відзначити, що фахівці рекомендують уникати використання пластикових та полімерних матеріалів у дизайні приміщення в етностилі [27].

Дизайн-концепція інтер'єру торгово-розважального центру «Folk Fusion Plaza» ґрунтується на використанні елементів українського етностилу, що відтіняється у кожному аспекті приміщення. Загальна атмосфера закладу зберігає привітність та затишність, яка створюється завдяки вдалому поєднанню українських мотивів з сучасними дизайнерськими рішеннями. Це робить

торгово-розважальний центр привабливим та комфортним для різних категорій відвідувачів.

Торгові, розважальні зони та зони громадського харчування відображають єдиний стиль у виконанні вітрин, меблів та інших деталей інтер'єру. Кожна зона пропонує специфічні елементи дизайну, що відповідають загальній концепції та підкреслюють український характер закладу.

Основна кольорова палітра включає природні, теплі відтінки коричневого, бежевого, теракотового та зелені. Ці кольори не лише створюють атмосферу затишку, а й відображають природну красу українських пейзажів, роблячи приміщення затишним і спокійним. З давніх епох, колір виступав як ключовий засіб візуальної комунікації, символіка та прикраса. Кожен колір несе у собі власне значення, естетичний вплив, асоціації та емоційне забарвлення [38].

У центрі використовуються в основному природні матеріали, такі як дерево, бетон, глина, а також елементи меблів з вербової лози та льону. Ці матеріали додають приміщенню органічності та природності, створюючи враження гармонії з природою.

Для декору використовуються текстури глини, мазанки, елементи кераміки, а також композиції з рослин та сухоцвітів. Ці деталі додають інтер'єру особливого шарму та індивідуальності, підкреслюючи українську тематику та створюючи унікальний образ торгово-розважального центру.

В інтер'єрі ресторану зроблено акцент на теплі та природні відтінки білого та коричневого, які надають приміщенню затишку та природності. Підлога облаштована плиткою, що імітує паркет, з метою забезпечення не лише естетичного вигляду, а й високої стійкості до зношування. Це особливо важливо у громадських приміщеннях, де великий потік відвідувачів може призвести до швидкого зношування дерев'яної підлоги.

Три стіни оздоблені штукатуркою у вигляді мазанки, що є характерною особливістю українського етностилю. На стінах є дерев'яні панелі з мінімалістичним українським візерунком. Четверта стіна оздоблена білою матовою плиткою, яка доповнює загальну концепцію інтер'єру.

Стеля оформлена у темному горіховому кольорі з фризівих панелей. Це вибір обумовлений високими стелями приміщення, адже темні кольори допомагають створити затишність та візуально зменшити висоту приміщення.

Основна частина меблів в ресторані виготовлена з дерева, що підкреслює природність та теплоту інтер'єру. В якості декору використано великі сухі гілки, розташовані по периметру стін, а також букети з очерету та колосків, що додають відчуття природності та натуральності (рис 3.3.1).



Рис. 3.3.1. Візуалізації ресторану

Дитячу зону оформлено в світлих відтінках, що створюють атмосферу тепла та затишку. Підлогу вистелено гумовою плиткою, що забезпечує м'якість та амортизацію, щоб діти могли гратися і бігати без ризику отримати травму при падінні. Цей матеріал також є стійким до зношування та легким у догляді, що робить його ідеальним для дитячих приміщень (рис. 3.3.2).

Стіни дитячої зони прикрашені декоративною штукатуркою, яка не лише додає приміщенню естетичної привабливості, але й є практичним рішенням з точки зору догляду та довговічності. Додатковим акцентом є декоративні елементи у вигляді українського орнаменту.

Меблі для дитячої зони обрані переважно дерев'яні. Дерево є природним матеріалом, який відомий своєю екологічністю та безпекою. Дерев'яні меблі не лише безпечніші у використанні, але й приємніші на дотик, що сприяє комфорту дітей під час гри та відпочинку. Дизайн меблів продуманий таким чином, щоб уникнути гострих кутів і інших потенційно небезпечних елементів, забезпечуючи максимальний рівень безпеки для маленьких відвідувачів.



Рис. 3.3.2. Візуалізації зони для дітей

Салон краси для дітей оформлено у теплих, природних відтінках, які не лише створюють атмосферу затишку, але і сприяють відчуттю природності та натуральності. Підлогу у салоні облаштовано бежевою матовою плиткою, що додає приміщенню теплоти та спокою (рис. 3.3.3).



Рис. 3.3.3. Візуалізації салону краси для дітей

Стіни салону прикрашені декоративною штукатуркою, яка нагадує про старовинні українські хати, створюючи враження старовинного та затишного середовища. Перегородки оздоблені фризівими горіховими панелями, які додають елегантності та додаткової текстури приміщенню.

Меблі для дітей виготовлені з урахуванням їхніх вподобань та комфорту. Виконані з використанням анімалістичного принту шкіри корови, що додає гри з образами та викликає радість та зацікавлення маленьких відвідувачів. Деякі крісла мають форму дерев'яних машинок, що створює додаткову атмосферу гри та веселощів.

Для декору використано гілочки очерету, які розміщені у глиняних вазах, що надають приміщенню органічного, природного вигляду, створюючи атмосферу близькості до природи та сприяючи спокою та зосередженості.

3.4. Авторські розробки для торгово-розважального центру

Для зони очікування та відпочинку в дитячому салоні краси розроблено ансамбль меблів, який призначений забезпечити комфорт та безпеку для маленьких клієнтів, а також створити захоплююче та цікаве середовище для їхнього відпочинку. При проектуванні ансамблю особлива увага була приділена не лише естетичному вигляду, але й його функціональності та зручності для використання.

Основна мета цього ансамблю полягає в тому, щоб діти відчували себе комфортно та затишно у цьому просторі, а також знаходили в ньому стимул для творчості та позитивних емоцій. Для досягнення цієї мети була розроблена концепція дизайну, яка базується на поєднанні комфортних та стильних меблів з колекції «Моо», що включає в себе диван (рис. 3.4.1), стільчик (рис. 3.4.2) та підвісний світильник (рис. 3.4.3).



Рис. 3.4.1. Авторська розробка. Диван



Рис. 3.4.2. Авторська розробка. Стілець



Рис. 3.4.3. Авторська розробка. Підвісний світильник

Ансамбль меблів виготовлено з урахуванням вимог безпеки та зручності використання для дітей. Каркас стільця та дивану виконаний з дерева ясену, а наповнювач сидіння складається з синтепону високої щільності Mater Land, який зберігає тепло та запобігає розмноженню бактерій.

Оббивка меблів виконана з високоякісних матеріалів, таких як штучне середньоворсове хутро «Корова» від бренду «Gardina» та велюр Toptextil Magic Velvet. Ці матеріали мають не лише естетичні переваги, але й є зносостійкими та легкими у догляді.

Плафон підвісного світильника також виготовлений з ясену та міцного поліпропіленового канату Safety, що забезпечує надійне кріплення та додаткову безпеку. Всі ці деталі дозволяють створити привабливий, функціональний та безпечний простір для відпочинку та розваг дітей у салоні краси.

Висновки до третього розділу

1. У процесі створення дизайну інтер'єру торгово-розважального центру враховано різноманітні аспекти, що дозволило розробити комплексне та ефективне рішення для створення привабливого та функціонального простору.

2. Об'ємно-планувальне рішення ретельно пророблено з урахуванням потреб користувачів, оптимізації потоків людей та максимальної використання простору. Концепція дизайну проекту визначена з урахуванням естетичних, ергономічних та функціональних вимог, що дозволило створити унікальну та стильну атмосферу.

3. Авторські розробки для торгово-розважального центру включають в себе інноваційні рішення та творчий підхід до створення простору, що робить його відмінним та привабливим для відвідувачів. Завдяки цим розробкам досягнуто високого рівня комфорту, безпеки та естетичності приміщень торгово-розважального центру.

4. У цілому, створення дизайну інтер'єру торгово-розважального центру є складним, але цікавим та результативним процесом, який дозволив створити привабливий, функціональний та сучасний простір для відвідувачів.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. У сучасному світі торгово-розважальні центри стають не лише місцями для покупок, але й важливими соціокультурними центрами, що об'єднують людей різних вікових категорій і соціальних груп. Передумови їх виникнення і розвитку полягають у взаємодії економічних, технологічних, культурних та соціальних факторів. Зростання населення міст, зростання доходів та зміни в споживчих звичках викликають попит на сучасні торгові та розважальні простори, що відповідають вимогам сучасного споживача.

2. Функціонально-просторові особливості торгово-розважальних центрів визначають їхні можливості створення комфортного, безпечного та цікавого середовища для відвідувачів. Ефективне планування та зонування простору є важливими етапами у створенні торгово-розважального центру. Це означає розташування торгових точок, розважальних об'єктів у такий спосіб, щоб відвідувачам було максимально зручно ними користуватися. Створення зон відпочинку та послуг також є ключовим аспектом функціонально-просторового планування, що створює можливості для відпочинку, соціалізації та розваг, що робить торгово-розважальні центри привабливими для широкого кола відвідувачів.

3. Створення дизайну інтер'єру торгово-розважального центру – це процес, що вимагає уваги до деталей, творчості та функціональності. Об'єднання естетичних та практичних аспектів в дизайні інтер'єру допомагає створити привабливе та затишне середовище для відвідувачів, сприяючи їхньому комфортному перебуванню та задоволенню від відвідування центру.

4. Отже, торгово-розважальні центри відіграють важливу роль у формуванні сучасного міського простору та покращенні якості життя мешканців. Їхнє успішне функціонування залежить від здатності адаптуватися до змінних потреб суспільства та постійного удосконалення простору та сервісу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про архітектурну діяльність: Закон України від 20.05.1999 р. № 687-XIV: станом на 31 берез. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/687-14#Text> (дата звернення: 29.05.2024).
2. Про регулювання містобудівної діяльності: Закон України від 17.02.2011 р. № 3038-VI: станом на 28 трав. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3038-17#Text> (дата звернення: 29.05.2024).
3. Агліуллін Р., Боева А., Закутенко В. Екологічні тенденції та їх вплив на дизайн інтер'єру готелів. Актуальні проблеми сучасного дизайну: Міжнар. науково-практ. конф. К., 2022. С. 189–192.
4. Актуальні тренди дизайну інтер'єру у 2023-2024. Home Interiors Design. URL: <https://homeinteriors.com.ua/trendy-dyzaynu-interyeru/> (дата звернення: 26.05.2024).
5. Аутлет. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Аутлет> (дата звернення: 26.05.2024).
6. Бура Т., Мезенцева Н. Торговельно-розважальні центри України: суспільно-географічні аспекти дослідження. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2014. № 1/62. С. 41–45.
7. Бура Т., Мезенцев К., Мезенцева Н., Трансформація публічних просторів у великих містах України на прикладі торговельно-розважальних центрів. Економічна та соціальна географія. № 63. С. 172–184.
8. Вихор Л. В. Питання просторової організації багатофункціональних розважальних комплексів. Вісник ХДАДМ. 2009. № 1. С. 16–19.
9. Вьюник А. С., Кузьменко Т. Ю. Сучасні тенденції формування торгово-розважальних центрів. Архітектура: Естетика + Екологія + Економіка: Міжнар. науково-практ. конф. Полтава, 2018.
10. Ганоцька О., Маслак В. Передумови розвитку етностилю в сучасному українському дизайні. «актуальні проблеми сучасного дизайну»: Міжнар. науково-практ. конф. К., 2022. С. 16–19.

11. Гнатюк Л. Р., Музиченко О. А., Поліщук Я. І. Етнодизайн в інтер'єрі готельно-ресторанних комплексів. Теорія та практика дизайну. Мистецтвознавство. 2015. № 7. С. 46–52.

12. Гнатюк Л. Р., Олійник О., Чернявський В. Г. Основи дизайну інтер'єру : навч. посіб. К.: НАУ, 2011. 164 с.

13. Гнатюк Л. Р., Поліщук Я. І. Вплив ергономічних вимог на створення комфорту та зручності ресторанів, як закладів громадського харчування. Сучасні проблеми архітектури та містобудування. 2014. № 37. С. 125-131.

14. Горобець Я. І. Особливості застосування екодизайну в інтер'єрі. Політ. Дизайн інтер'єру. К., 2021. С. 133-135.

15. Громнюк А. І. Етностиль як об'єкт системного осмислення в контексті формування архітектури інтер'єру на теренах індустріального і постіндустріального суспільства. Сучасні проблеми архітектури та містобудування. 2013. № 33. С. 36–48.

16. ДБН В.2.3-15:2007 Споруди транспорту. Автостоянки і гаражі для легкових автомобілів. Зі Змінами № 1, № 2 та № 3. К.: Закрите акціонерне товариство інститут «ГППРОЦИВІЛЬПРОМБУД», 2022. 47 с.

17. ДБН В.2.2-23:2009 Будинки і споруди. Підприємства торгівлі. Зі Зміною № 1. К.: Український зональний науково-дослідний і проектний інститут по цивільному будівництву (КИЇВЗНДІЕП), 2019. 58 с.

18. ДБН В.2.2-25:2009 Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства). Зі Змінами № 1 та № 2. К.: Український зональний науково-дослідний і проектний інститут по цивільному будівництву (КИЇВЗНДІЕП), 2022. 53 с.

19. ДБН В.2.2-5:2023 Захисні споруди цивільного захисту. К.: Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України, 2023. 123 с.

20. ДБН В.2.2-9:2018 Будинки і споруди. Громадські будинки та споруди. Основні положення. Зі Зміною № 1. К.: Державне підприємство «Український науково-дослідний і проектний інститут цивільного будівництва» (УКРНДПЦІВІЛЬБУД), 2022. 43 с.

21. ДБН В.2.2-40:2018 Інклюзивність будівель і споруд. Основні положення. Із Зміною № 1. К.: Український зональний науково-дослідний і проектний інститут по цивільному будівництву (КИЇВЗНДІЕП), 2022. 68 с.
22. ДБН Б.2.2-12:2019 Планування та забудова територій. К.: Український державний науково-дослідний інститут проектування міст «Діпромісто» імені Ю. М. Білоконя, 2019. 177 с.
23. ДБН В.1.1-7:2016 Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги. К.: Український науково-дослідний інститут цивільного захисту УкрНДЦЗ, 2016. 41 с.
24. ДБН В.2.5-28:2018 Природне і штучне освітлення. К.: ДП «Державний науково-дослідний інститут будівельних конструкцій» (НДІБК), 2018. 133 с.
25. ДБН В.1.2-14:2018 Система забезпечення надійності та безпеки будівельних об'єктів. Загальні принципи забезпечення надійності та конструктивної безпеки будівель і споруд. Зі Зміною № 1. К.: Український науково-дослідний та проектний інститут сталевих конструкцій ім. В.М. Шимановського (УкрНДІпроектстальконструкція), 2022. 35 с.
26. ДБН В.2.6-31:2021 Теплова ізоляція та енергоефективність будівель. К.: ДП «Державний науково-дослідний інститут будівельних конструкцій» (НДІБК), 2022. 23 с.
27. Етнічний стиль в інтер'єрі – стиль національних традицій. Vip design. URL: <https://vipdesign.kiev.ua/ua/etnicheskiy-stil-ua/> (дата звернення: 26.05.2024).
28. Клименко А. В. Використання українського етностилю в дизайні громадських просторів. POLIT. Challenges of science today: Міжнар. науково-практ. конф. К., 2024.
29. Ключко Т. Сучасні особливості процесів субурбанізації. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. 2013. № 1(61). С. 63–66.
30. Король А., Пасько О. Концептуальний дизайн: дослідження термінологічної бази. Актуальні проблеми сучасного дизайну: Міжнар. науково-практ. конф. К., 2022. С. 34–37.

31. Краус К. М., Марченко О. В. Інклюзивний та універсальний дизайн сучасного міста в умовах цифрової трансформації економіки. Ефективна економіка – наукове фахове видання з питань економіки. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2022/91.pdf (дата звернення: 26.05.2024).
32. Кривенцова Н. А., Челомбітько В. Ф. Український етностиль в оздобленні предметів інтер'єру. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: Міжнар. науково-техн. конф. Х., 2017. С. 92–93.
33. Крилатова О. Вектори розвитку етностилю в сучасному дизайні громадських інтер'єрів України. Вісник Львівської національної академії мистецтв. № 24. С. 27–38.
34. Мараховський А. А., Кузнецова І. О. Інноваційні аспекти у дизайні. URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/11938/1/9.pdf> (дата звернення: 26.05.2024).
35. Мачача Т. Етностиль як основа дизайн-проектування нових виробів учнями профільної середньої технологічної освіти. Актуальні проблеми сучасного дизайну: Міжнар. наук. конф. К., 2020. С. 311–314.
36. Марущак І. В., Щербатюк К. А. Принципи формування офісно-торговельних комплексів. Енергоефективність в галузях економіки України: Міжнар. науково-техн. конф. Вінниця, 2019. С. 175–179.
37. Обуховська Л. Сучасний український етнодизайн інтер'єру: стрімка динаміка і світове визнання. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2020. Т. 3, № 2. С. 202–220.
38. Прищенко С. В. Візуальна мова кольору: авторська концепція комплексного дослідження. Мистецтвознавчі записки. 2020. № 37. С. 16–21.
39. Система управління будівлею. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Система_управління_будівлею (дата звернення: 26.05.2024).
40. Чернікова Г. С. Класифікація торговельних центрів. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2010. № 5 (44). С. 153–158.

41. Черкес Б. С. Національна ідентичність в архітектурі міста: монографія. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2008. 268 с.
42. Goss, J. The magic of the mall: form and function in the retail built environment. *Annals of the Association of American Geographers*. 1993. №83(1). С. 18–47.
43. Ivanechko N. The formation of shopping centers market in Ukraine. *Science and Education a New Dimension. Economics*. 2015. No. 1(72). P. 6–8.
44. Lavina mall. AVG. URL: <https://avg.world/uk/projects/lavina-mall/> (дата звернення: 28.05.2024).
45. Ocean Plaza. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Ocean_Plaza (дата звернення: 26.05.2024).
46. Rizhova I., Shmarina A. The impact of innovative technologies on a design of the spatial – object environment as a factor of gradual development. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2019. № 76. P. 90–102.
47. Strip mall – Wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Strip_mall (date of access: 26.05.2024).
48. The History of Shopping Center Design. The Adventure Entertainment Cos. LLC. URL: <https://adventure-entertainment.com/the-history-of-shopping-center-design/> (date of access: 28.05.2024).
49. The Merriam-Webster New Book of Word Histories. Springfield. 1991. 544 p.
50. Müller-Hagedorn L. Zur Wirkung von Shopping Centern auf ihre Besucher / Müller-Hagedorn Lothar, Marcus Schuckel, Carola Viehöver. – Köln : Handel und Distribution der Universität zu Köln. 2003. 66 p.

ДОДАТКИ