

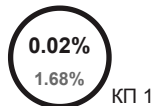
Звіт подібності

Метадані

| | | | | |
|--|--------------------|---|------------------|--------------|
| Назва організації | | підрозділ | | |
| Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas | | Каф. АіД | | |
| Заголовок | | | | |
| 2025_Бойчук Д.А._АіД_АМм-24-1 | | | | |
| Автор | | Науковий керівник / Експерт | | |
| Бойчук Денис Андрійович | | к. арх., професор кафедри АіД Яценко О.Ф. | | |
| Кількість слів | Кількість символів | Дата звіту | Дата редагування | ІД документу |
| 26758 | 223546 | 12/12/2025 | 12/12/2025 | 332845520 |

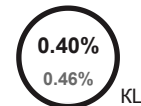
Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



26758

Кількість слів








223546

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

| | | |
|------------------------|---|----|
| Заміна букв |  | 1 |
| Інтервали |  | 0 |
| Мікропробіли |  | 65 |
| Білі знаки |  | 6 |
| Парафрази (SmartMarks) |  | 6 |

Джерела

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

| ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР | НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ) | Колір тексту |
|---------------------|--|---|
| | | КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ) |
| 1 | 2025_Лящук_А.В._ІАБ_АіД_АМ-21-2 6/15/2025 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Каф. АіД) | 88 0.33 % |
| 2 | 2024_Сербенюк_Д.Р._ІАБЕ_АМ_АМм_23_1 12/15/2024 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Каф. АіД) | 26 0.10 % |
| 3 | https://allrefs.ru/2-32358.html | 24 0.09 % |

| | | |
|----|--|-----------|
| 4 | 2022_Чорна_BB_ІАБЕ_кафедра_архітектури_та_містобудування_АМм_21.docx 12/20/2022 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas) | 22 0.08 % |
| 5 | 2022_Чорна_BB_ІАБЕ_кафедра_архітектури_та_містобудування_АМм_21.docx 12/20/2022 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas) | 20 0.07 % |
| 6 | 2022_Генега_ОП_ІАБЕ_кафедра_архітектури_та_містобудування_АМм-21-1.docx 12/20/2022 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas) | 18 0.07 % |
| 7 | 2022_Чорна_BB_ІАБЕ_кафедра_архітектури_та_містобудування_АМм_21.docx 12/20/2022 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas) | 17 0.06 % |
| 8 | https://e-construction.gov.ua/document_detail/doc_id=2951001602632189596/optype=2 | 17 0.06 % |
| 9 | 2022_Генега_ОП_ІАБЕ_кафедра_архітектури_та_містобудування_АМм-21-1.docx 12/20/2022 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas) | 17 0.06 % |
| 10 | https://nuczu.edu.ua/images/topmenu/science/spetsializovani-vcheni-rady/DisPomaza-Ponomarenko.pdf | 16 0.06 % |

з домашньої бази даних (1.09 %)



| ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР | ЗАГОЛОВОК | КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ) |
|---------------------|--|---|
| 1 | 2022_Чорна_BB_ІАБЕ_кафедра_архітектури_та_містобудування_АМм_21.docx 12/20/2022 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas) | 103 (7) 0.38 % |
| 2 | 2025_Ляшук_А.В._ІАБ_АіД_АМ-21-2 6/15/2025 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Каф. АіД) | 88 (1) 0.33 % |
| 3 | 2024_Сербенюк_Д.Р._ІАБЕ_АМ_АМм_23_1 12/15/2024 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Каф. АіД) | 61 (4) 0.23 % |
| 4 | 2022_Генега_ОП_ІАБЕ_кафедра_архітектури_та_містобудування_АМм-21-1.docx 12/20/2022 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas) | 41 (3) 0.15 % |

з програми обміну базами даних (0.06 %)



| ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР | ЗАГОЛОВОК | КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ) |
|---------------------|---|---|
| 5 | Дипломна Бочкалова 11/25/2024 State University of Trade and Economics (Кафедра готельно-ресторанного бізнесу) | 10 (1) 0.04 % |
| 6 | Курсова робота 4/30/2025 King Danylo University (King Danylo University) | 5 (1) 0.02 % |

з Інтернету (0.53 %)



| ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР | ДЖЕРЕЛО URL | КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ) |
|---------------------|---|---|
| 7 | https://iino.knuba.edu.ua/images/2023/Metod_rek_do_zakhystu_KRM_OS_Magistr_IINO_2022.pdf | 34 (5) 0.13 % |
| 8 | https://e-construction.gov.ua/document_detail/doc_id=2951001602632189596/optype=2 | 32 (3) 0.12 % |
| 9 | https://allrefs.ru/2-32358.html | 24 (1) 0.09 % |
| 10 | https://nuczu.edu.ua/images/topmenu/science/spetsializovani-vcheni-rady/DisPomaza-Ponomarenko.pdf | 16 (1) 0.06 % |
| 11 | https://naiu.org.ua/rezultaty-monitoryngu-gromadskyyh-pryjmalen-mzs-dms-ta-kmda-shhodo-arhitekturnoyi-dostupnosti-dlya-osib-z-invalidnistyu-ta-inshyh-malomobilnyh-grup-naselennya/ | 11 (1) 0.04 % |
| 12 | http://eprints.library.odeku.edu.ua/4525/1/Fomicheva_Mod_ocin_energo_M_2018.pdf | 10 (2) 0.04 % |
| 13 | https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/forms/Forma_25_Zavdannia_na_dyplomnyy_proekt_doc | 10 (1) 0.04 % |
| 14 | https://ep3.nuwm.edu.ua/26707/1/03-08-102%D0%9C.pdf | 5 (1) 0.02 % |

Список прийнятих фрагментів

| ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР | ЗМІСТ | КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ) |
|--|--|--|
| 2024_Сербенюк_Д.Р._ІАБЕ_АМ_АМм_23_1 | | 61 (0.23%) |
| 1 | Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу Інститут а... | 26 (0.10%) |
| 2 | Архітектура та містобудування (назва ... | 14 (0.05%) |
| 3 | Освітній рівень магістр ... | 16 (0.06%) |
| 4 | Керівник роботи Яценко О.Ф | 5 (0.02%) |
| 2022_Чорна_ВВ_ІАБЕ_кафедра_архітектури_та_містоб... | | 103 (0.38%) |
| 1 | підпис, ініціали та прізвище здобувача освітнього ступеня) Науковий к... | 9 (0.03%) |
| 2 | прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання) Допущено до захи... | 16 (0.06%) |
| 3 | посада) (підпис) (дата) (ініціали та прізвище) Робота | 7 (0.03%) |
| 4 | Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу Інститут ар... | 17 (0.06%) |
| 5 | 2022 року З А В Д А Н Н Я НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ чорна вікторія вас... | 22 (0.08%) |
| 6 | Затверджені наказом закладу вищої освіти від "21" листопада 2022 рок... | 12 (0.04%) |
| 7 | магістерської роботи Термін виконання етапів роботи Примітка ... | 20 (0.07%) |
| https://nuczu.edu.ua/images/topmenu/science/spet... | | 16 (0.06%) |
| 1 | містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів... | 16 (0.06%) |
| http://eprints.library.odeku.edu.ua/4525/1/Fomic... | | 10 (0.04%) |
| 1 | 2.Срок подання студентом роботи | 5 (0.02%) |
| 2 | 3. Вихідні дані до роботи | 5 (0.02%) |
| 2025_Лящук_А.В._ІАБ_АіД_АМ-21-2 | | 88 (0.33%) |
| 1 | Охорона праці та безпеки життєдіяльності; додаткові матеріали,РЗ. Рішення ген... | 88 (0.33%) |

| | | |
|---|---|-------------------|
| | https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/forms/Forma_25... | 10 (0.04%) |
| 1 | 4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки(перелік питань, які потрібно розро... | 10 (0.04%) |
| | https://iino.knuba.edu.ua/images/2023/Metod_rek_... | 34 (0.13%) |
| 1 | Наукове обґрунтування теми дипломної роботи; 2. Передпроектний аналіз; | 8 (0.03%) |
| 2 | Конструктивне рішення і будівельно-оздоблювальні матеріали | 6 (0.02%) |
| 3 | Р.6. консультант розділу iii Охорона навколишнього середовища; Р.7. | 7 (0.03%) |
| 4 | альбом форматних креслень (А3 | 5 (0.02%) |
| 5 | генеральний план (М 1:500, М1:1000 | 8 (0.03%) |
| | https://ep3.nuwm.edu.ua/26707/1/03-08-102%D0%9C.... | 5 (0.02%) |
| 1 | М 1:100, м 1:200 | 5 (0.02%) |
| | https://allrefrs.ru/2-32358.html | 24 (0.09%) |
| 1 | роботи Розділ Прізвище, ініціали та посада консультанта Підпис, дата завданн... | 24 (0.09%) |
| | 2022_Генега_ОП_ІАБЕ_кафедра_архітектури_та_місто... | 41 (0.15%) |
| 1 | Об'єкт дослідження: Архітектура каплиць. Предмет дослідження: Планувальна орга... | 17 (0.06%) |
| 2 | Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, в... | 18 (0.07%) |
| 3 | 1.1 Еволюція архітектурно-планувального розвитку каплиць | 6 (0.02%) |
| | Дипломна Бочкалова | 10 (0.04%) |
| 1 | системи збору та повторного використання дощової води, сонячні панелі для | 10 (0.04%) |
| | Курсова робота | 5 (0.02%) |
| 1 | чинних державних будівельних норм України | 5 (0.02%) |
| | https://e-construction.gov.ua/document_detail/do... | 26 (0.10%) |
| 1 | ДБН В.2.2-9:2018 "Будинки і споруди. Громадські будинки та споруди. Основні по... | 17 (0.06%) |
| 2 | ДБН В.1.1-7:2016 "Пожежна безпека об'єктів будівництва | 9 (0.03%) |
| | https://naiu.org.ua/rezultaty-monitoryngu-gromad... | 11 (0.04%) |
| 1 | та кмда щодо архітектурної доступності для осіб з інвалідністю та інших маломо... | 11 (0.04%) |

3 Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу Інститут архітектури, будівництва та енергетики Кафедра архітектури та містобудування
Бойчук Денис

(прізвище, ім'я, по батькові) УДК _____ (індекс) МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

Просторово-організаційні принципи формування торгово-розважальних центрів у системі середнього міста

3 Архітектура та містобудування
(назва освітньої програми)

191 Архітектура та містобудування
(шифр і назва спеціальності)

Здобувач освітнього ступеня

Бойчук Денис Андрійович

1 (підпис, ініціали та прізвище здобувача освітнього ступеня)

Науковий керівник

Яценко.О.Ф

(¹ прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту

В.о. завідувача кафедри

проф. ЯЩЕНКО О.Ф.

Рецензент

ЯЩЕНКО О.Ф.

(¹ посада) (підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Робота ¹⁰ містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Івано-Франківськ - 2022

¹ Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Інститут архітектури, будівництва та енергетики

Кафедра архітектури та містобудування

³ Освітній рівень магістр

Спеціальність 191 Архітектура та містобудування

(шифр і на зва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри _____

Василишин Я. В.

« ____ » _____ ¹ 2022 року З А В Д А Н Н Я НА МАГІСТЕРСЬКУ

РОБОТУ СТУДЕНТОВІ

Бойчук Денис Андрійович

(прізвище, ім'я, по батькові) ¹ 1. Тема роботи Просторово-організаційні принципи формування торгово-розважальних центрів у системі середнього міста

³ Керівник роботи Яценко О.Ф

¹ Затверджені наказом закладу вищої освіти від "21" листопада 2022 року No 602/ 7

¹² 2.Срок подання студентом роботи: 15.12.15

¹² 3. Вихідні дані до роботи ² Інтернет-ресурси; дисертаційний фонд; літературні джерела; опорний план території проєктування; фотоматеріали місцевості та об'єктів розташованих поруч із запланованим об'єктом; графічні матеріали та дані обстеження місця для розміщення проєкту.

¹³ 4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки(перелік питань, які потрібно розробити): перелік використаних термінів та скорочень; вступ; огляд використаних джерел і вибір напрямків дослідження; Р.1. ⁷ Наукове обґрунтування теми дипломної роботи; Р.2. ⁷ Передпроєктний аналіз; Р.3. Рішення генерального плану; Р.4. Архітектурно-планувальні рішення; Р.5. ⁷ Конструктивне рішення і будівельно-оздоблювальні матеріали; Р.6. ⁷ Охорона навколишнього середовища; Р.7. ⁷ Охорона праці та безпеки життєдіяльності; додаткові матеріали, ⁷ альбом форматних креслень (А3) (ел. вар.).

5. Перелік графічного матеріалу: наукове обґрунтування теми; ситуаційна схема; схема функціонального зонування території; транспортно-пішохідні зв'язки; ⁷ генеральний план (М 1:500, М1:1000); плани ¹⁴ (М 1:100, 1:200, 1:500); вузли; наочні зображення об'єкту (перспектива, аксонометрія); візуалізації.

6. Консультанти розділів ⁹ роботи

Розділ Прізвище, ініціали та посада

консультанта Підпис, дата

завдання видав завдання прийняв

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п Назва етапів ¹ магістерської роботи Термін виконання етапів роботи Примітка

Студент _____ (підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____

ЗМІСТ**Вступ 4**

Розділ I. Теоретичні основи формування торгово-розважальних центрів у системі міста 7

1.1 Поняття та типологія торгово-розважальних центрів 7

1.2 Просторово-організаційні принципи формування ТРЦ 14

1.3 Роль ТРЦ у розвитку середнього міст 34

Висновок до розділу I 36

Розділ II. Аналіз проектних рішень та реалізованих торгово-розважальних центрів 37

2.1 Світові тенденції формування торгово-розважальних центрів 37

2.2 Сучасні архітектурні рішення ТРЦ в Україні 40

2.3 Інтерпретація сучасних проектних рішень та їх адаптація до умов середнього міста 43

Висновок до розділу II. 47

Розділ III. Проектне рішення ТРЦ В м.Івано-Франківськ 48

3.1 Містобудівний аналіз та характеристика ділянки 48

3.2 Транспортно-пішохідні зв'язки.. 52

3.3 Функціональна структура та внутрішня організація простору ТРЦ 58

Висновок до розділу III. 60

Висновки 62

Джерела: 62

Вступ

У сучасних умовах соціально-економічного розвитку міст особливу роль відіграють багатофункціональні громадські комплекси, серед яких торгово-розважальні центри посідають провідне місце в структурі міського середовища. Вони перестали бути виключно просторами купівлі та продажу товарів і трансформувалися у центри соціальної активності, відпочинку та комунікації населення. Торгово-розважальні центри формують нові типи громадських просторів, впливають на щоденні маршрути мешканців, транспортні потоки та архітектурний образ міста в цілому.

Особливого значення набуває формування торгово-розважальних центрів у системі середнього міста, де такі об'єкти часто виступають містоутворювальними елементами, здатними суттєво змінити просторову структуру міста та активізувати розвиток прилеглих територій. На відміну від великих мегаполісів, у середніх містах торгові центри мають сильніший вплив на міське життя, оскільки стають осередками тяжіння для мешканців різних районів, формують нові транспортні вузли та змінюють структуру громадських просторів.

Сучасні торгово-розважальні центри характеризуються складною просторово-функціональною організацією, що поєднує торговельні зони, заклади харчування, розважальні простори, громадські зони відпочинку та різноманітні сервісні функції. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває дослідження просторово-організаційних принципів формування ТРЦ, які забезпечують ефективне функціонування будівлі, зручність користування для відвідувачів та гармонійну інтеграцію об'єкта у міське середовище.

В умовах сучасних викликів, пов'язаних з урбанізацією, зростанням транспортного навантаження та зміною соціальних запитів населення, питання комплексного планування торгово-розважальних центрів набуває нового змісту. Архітектурні рішення таких об'єктів повинні враховувати не лише комерційну ефективність, а й соціальну доцільність, безпеку, доступність для маломобільних груп населення, екологічні аспекти та вплив на навколишній простір.

Таким чином, дослідження просторово-організаційних принципів формування торгово-розважальних центрів у системі середнього міста є актуальним та важливим завданням сучасної архітектурної науки і практики, що зумовлює необхідність комплексного аналізу тенденцій формування таких об'єктів, узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду, а також розробки методичних рекомендацій для архітектурного проєктування.

4 Об'єкт дослідження: Архітектура каплиць.**Предмет дослідження: Планувальна організація та об'ємно-просторове вирішення каплиць.**

Метою дослідження ослідження просторово-організаційних принципів формування торгово-розважальних центрів у системі середнього міста та розробка архітектурно-планувального рішення торгово-розважального центру з урахуванням містобудівного контексту, функціональної доцільності, безпеки та соціальної значущості об'єкта. дослідницькі завдання:

1. Проаналізувати етапи розвитку торгово-розважальних центрів у сучасній архітектурі.
2. Узагальнити світові та українські проектні підходи до формування ТРЦ.
3. Дослідити типологію торгово-розважальних центрів.
4. Визначити основні чинники впливу на архітектуру ТРЦ.
5. Розробити рекомендації щодо формування ТРЦ у структурі середнього міста.

Хронологічні межі дослідження: Хронологічні межі дослідження охоплюють період від середини ХХ століття до сучасного часу. Нижня межа обумовлена появою перших торгових центрів сучасного типу, що поєднували торговельну та громадсько-дозвільну функції. Верхня межа дослідження обмежується сучасним етапом розвитку торгово-розважальних центрів, який характеризується їх трансформацією у багатофункціональні простори соціальної активності.

4 Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел та літератури.

Розділ I. Теоретичні основи формування торгово-розважальних центрів

4 1.1 Еволюція архітектурно-планувального розвитку каплиць.

Формування торгово-розважальних центрів у сучасній архітектурі є результатом складної взаємодії соціально-економічних процесів, урбаністичних трансформацій та еволюції сложивчої культури, що розвивалися протягом останніх десятиліть. Торгово-розважальний центр у сучасному розумінні постає не лише як комерційний об'єкт, призначений для купівлі-продажу товарів, а як багатофункціональний просторово-соціальний феномен, здатний кардинально змінювати ритм міського життя, формувати нові точки тяжіння в міській тканині та створювати альтернативні громадські простори в загальній структурі міста. Ці об'єкти стали невід'ємною частиною сучасного урбаністичного ландшафту,

впливаючи на соціальні відносини, культурні практики та економічні процеси в межах міста.

Теоретичні основи формування ТРЦ спираються на комплексний міждисциплінарний підхід, у якому архітектура, урбаністика, соціологія, психологія середовища та економіка нерухомості розглядаються як взаємопов'язані та взаємозалежні складові єдиної системи. Кожна з цих дисциплін вносить свій унікальний внесок у розуміння того, як саме повинен функціонувати та розвиватися сучасний торгово-розважальний центр. Архітектура визначає просторову організацію та естетичні характеристики, урбаністика - інтеграцію об'єкта в міську структуру, соціологія досліджує поведінкові моделі користувачів, психологія середовища аналізує вплив простору на емоційний стан відвідувачів, а економіка нерухомості забезпечує фінансову обґрунтованість проектних рішень.

Архітектурно-урбаністичні концепції формування ТРЦ

У теорії архітектури торгово-розважальний центр все частіше розглядається як складна модель «міста в місті», де внутрішні простори свідомо імітують структуру традиційного урбаністичного середовища з його характерними елементами та організаційними принципами. Це не випадкове порівняння, а усвідомлена проектна стратегія, що дозволяє створити знайоме та комфортне середовище для відвідувачів. Галереї виконують роль міських вулиць з їхньою лінійною структурою та послідовністю фасадів, атріуми функціонують як міські площі - відкриті простори для збору людей та проведення заходів, зони харчування та відпочинку стають місцями соціальної взаємодії, аналогічними кав'ярням та ресторанам на міських бульварах, а ядра вертикальних комунікацій працюють як транспортні вузли, що з'єднують різні «рівні» цього штучного міста.

Така просторова організація дозволяє створювати контрольоване та передбачуване середовище з чітко визначеними маршрутами руху, зонами активності та відпочинку, що формує певний сценарій користування будівлею. На відміну від стихійного міського середовища, де людина самостійно обирає шлях та місце відвідування, ТРЦ пропонує керований досвід, у якому кожен елемент має своє призначення та місце в загальній композиції. Відвідувач не сприймає ТРЦ як механічний набір окремих приміщень чи магазинів - він взаємодіє з єдиною просторовою системою, яка впливає на його поведінку, визначає тривалість перебування та формує загальне відчуття комфорту. Ця система працює на різних рівнях сприйняття: від загальної планувальної структури до дрібних деталей оздоблення та меблювання.

З позицій урбаністичної теорії торгово-розважальні центри постають як потужні осередки міської активності, що можуть формувати нові підцентри в поліцентричній структурі середнього міста, змінюючи традиційні патерни міського життя. У багатьох випадках, особливо в містах з недостатньо розвинутою системою громадських просторів, саме ТРЦ перебирають на себе роль громадського ядра, пропонуючи комфортний простір для соціальних контактів, дозвілля, харчування та культурних подій. Це явище особливо помітне в країнах з несприятливим кліматом або в містах, де відкриті громадські простори не забезпечують достатнього рівня комфорту та безпеки.

У цьому контексті важливою є концепція «третього місця», розроблена американським соціологом Реєм Олденбургом, згідно з якою торгово-розважальні центри можуть виконувати функції специфічного простору між домом (першим місцем) і роботою (другим місцем), де відбувається неформальне спілкування та формування локальних спільнот. Для середніх міст ця функція набуває особливої ваги та значущості, оскільки дефіцит якісних відкритих громадських просторів - парків, площ, пішохідних зон - часто компенсується саме внутрішніми просторами ТРЦ, які стають місцем регулярних зустрічей, прогулянок та проведення вільного часу для різних вікових та соціальних груп населення.

Функціональна організація та планувальні принципи

Важливу роль у теорії формування ТРЦ відіграє функціоналізм як одна з фундаментальних архітектурних доктрин, який передбачає чітке зонування простору відповідно до функціонального призначення кожної зони та логічні взаємозв'язки між різними функціональними блоками.

Традиційно у структурі сучасного торгово-розважального центру виокремлюють декілька основних функціональних зон: торговельні зони різного масштабу та спеціалізації, розважальний блок, що може включати кінотеатри, боулінг, ігрові зони, зони харчування з ресторанами та фуд-кортами, сервісні простори для побутових послуг, адміністративні приміщення для управління комплексом, а також технічні зони для забезпечення функціонування інженерних систем.

Взаємне розташування цих елементів підпорядковується складній логіці пересування відвідувачів: від входів та паркінгів до «якорних» об'єктів - великих магазинів чи розважальних закладів, що генерують основний потік відвідувачів, - і через торгові галереї з дрібними магазинами та бутіками. Такий продуманий підхід дозволяє забезпечити як максимальну зручність користування будівлею для відвідувачів, так і високу комерційну ефективність для орендарів, адже правильно організовані потоки людей гарантують, що кожен магазин отримає свою частку потенційних покупців.

Економічна теорія розглядає ТРЦ як складну систему, що функціонує за принципом «якорної» моделі, яка довела свою ефективність у світовій практиці торгової нерухомості. Великі торгові оператори - супермаркети, гіпермаркети, відомі мережеві магазини, кінотеатри - формують основний потік відвідувачів, приваблюючи людей своїми брендами та широким асортиментом, тоді як дрібні магазини та бутіки отримують значні переваги завдяки вигідному розташуванню на маршрутах транзитного руху між цими «якорями». Архітектурна організація простору в цьому випадку безпосередньо підпорядковується бізнес-логіці та економічним імперативам: необхідно забезпечити максимальну візуальну видимість вітрин, комфорт орієнтації в просторі без надмірної складності, безперервність та інтуїтивність маршрутів руху.

Паралельно зростає значення гнучких планувальних рішень, які дозволяють адаптувати простір до постійних змін ринкової ситуації, появи нових форматів торгівлі та зміни потреб орендарів без серйозного втручання в основні конструктивні елементи будівлі. Модульна система планування, уніфіковані розміри торгових приміщень, можливість об'єднання або поділу площ - все це елементи проектної філософії, орієнтованої на довгострокову життєздатність об'єкта.

Психологія середовища та емоційний вплив простору

Важливою складовою теоретичних основ проектування ТРЦ є середовищна психологія - наукова дисципліна, що досліджує вплив архітектурного середовища на емоційний стан людини, її поведінку та психологічний комфорт. Численні дослідження доводять, що такі параметри як висота приміщень, пропорції простору, рівень природного та штучного освітлення, кольорова гама інтер'єрів, акустичні характеристики та тактильні якості матеріалів безпосередньо впливають на сприйняття простору і тривалість перебування в ньому, а також на емоційний стан відвідувачів та їхню готовність до покупок.

У сучасних торгово-розважальних центрах активно застосовуються принципи біофілічного дизайну - відносно нового підходу в архітектурі, що ґрунтується на природженій потребі людини контактувати з природними елементами. Це включає використання природного денного світла через скляні дахи та фасади, створення внутрішніх садів та зелених зон з живими рослинами, включення елементів води у вигляді фонтанів та каскадів, використання природних матеріалів - дерева, каменю, тканин. Все це сприяє створенню психологічно комфортного середовища, зниженню стресу та формуванню позитивних емоцій. Атріуми зі скляними перекриттями, внутрішні сади та продумані зони відпочинку з м'якими меблями формують відчуття відкритості та зв'язку з зовнішнім світом навіть у межах фізично замкнутого простору великої будівлі.

Сценаріографія поведінки та досвід простору

Не менш значущим є теоретичний підхід, що трактує архітектуру ТРЦ як «сценаріографію поведінки» - свідому режисуру людської активності через просторові засоби. Простір проектується не лише як функціональна оболонка для торгівлі та розваг, а як продумана послідовність подій та

вражень: динамічний рух по галереях, несподівані зустрічі, зупинки біля вітрин, відпочинок у комфортних зонах, споглядання атріумного простору. Архітектура в такому випадку виконує роль невидимого «режисера», який формує сценарій користування простором через ритм галерей, продуману зміну вузьких та широких ділянок, чергування відкритих та більш камерних інтимних зон, розміщення візуальних домінант та вузлів орієнтації. Людина не просто механічно користується простором для досягнення утилітарних цілей - вона проживає в ньому певний емоційний досвід, формує враження та спогади.

Символічний вимір архітектури ТРЦ також входить до теоретичних основ формування таких об'єктів як важливий аспект міської ідентичності. Згідно з класичними теоріями образу міста, розробленими Кевіном Лінчем та іншими дослідниками, впізнавані архітектурні об'єкти формують структуру міської пам'яті та колективної свідомості мешканців. ТРЦ в умовах середнього міста часто стають архітектурними домінантами, що визначають ідентичність цілого району або навіть усього міста, особливо якщо це перший або найбільший об'єкт такого типу в регіоні. Виразні фасади, добре організовані громадські простори перед будівлею, яскраве нічне освітлення та запам'ятовувані інтер'єри працюють як потужний інструмент створення бренду території, формують впізнаваність та конкурентні переваги.

Екологічна відповідальність та сталий розвиток

Сучасні теоретичні концепції проектування та експлуатації ТРЦ обов'язково включають принципи сталого розвитку, які передбачають високу енергоефективність будівлі, екологічну відповідальність у виборі матеріалів та технологій, а також раціональне використання природних ресурсів протягом усього життєвого циклу будівлі. Торгово-розважальні центри дедалі частіше проектується з урахуванням зелених експлуатованих дахів, що знижують теплове навантаження, систем рекуперації тепла для зменшення енергоспоживання, використання сонячної енергії через фотоелектричні панелі, систем збору та повторного використання дощової води для технічних потреб та поливу зелених насаджень. Це кардинально змінює традиційне уявлення про торговий центр як надмірно енергозатратну споруду з високими експлуатаційними витратами та формує нову прогресивну екологічну модель громадської архітектури, адаптовану до викликів зміни клімату.

Окреме важливе місце в теорії сучасного проектування займають питання безпеки людей та архітектурної інклюзії різних груп користувачів. Торгово-розважальні центри за своєю природою належать до об'єктів з масовим одночасним перебуванням великої кількості людей і тому повинні відповідати суворим нормативним вимогам пожежної безпеки, організації евакуації в надзвичайних ситуаціях та принципам безбар'єрного середовища. Незадимлювані сходові клітки з припливною вентиляцією, протипожежні відсіки, що обмежують поширення вогню, доступні маршрути для людей з інвалідністю та маломобільних груп населення, включаючи пандуси, ліфти та спеціальні санвузли, інтегруються в архітектурну структуру не як другорядні додаткові елементи, а як повноцінні та органічні складові загальної просторової організації.

Концепція місця та емоційна прив'язаність

У сучасній теорії архітектури та урбаністики значна увага приділяється філософському поняттю «місця» (place) на протипагу просто «простору» (space) як чиннику формування сталих соціальних зв'язків та емоційної прив'язаності користувачів до конкретного середовища. Торгово-розважальний центр у цьому теоретичному контексті розглядається не лише як функціональний універсальний контейнер для стандартизованих комерційних процесів, а як унікальне середовище, здатне формувати власну яскраву ідентичність та характер. Ідентичність конкретного ТРЦ виникає та зміцнюється через складне поєднання візуального образу будівлі, сценаріїв повсякденного використання простору різними групами людей, символічних архітектурних елементів та сталих маршрутів руху, що стають звичними для регулярних відвідувачів.

Теорія «placemaking» (формування місця) - сучасний підхід у міському плануванні - застосовується до ТРЦ через цілеспрямоване створення впізнаваних та запам'ятовуваних зон: центральних багатопверхових атріумів з природним освітленням, подієвих площ для проведення виставок та концертів, тематичних інтер'єрів, що розповідають історію чи створюють певну атмосферу, рекреаційних «оаз» з зеленню та зонами відпочинку. Такі ретельно спроектовані простори мають не лише очевидну утилітарну функціональну складову, а й потужну емоційну компоненту, що суттєво підвищує лояльність користувачів, формує позитивні асоціації та перетворює ТРЦ на повноцінну невід'ємну частину повсякденного життя міста та його мешканців.

Просторові патерни та принципи модульності

Архітектурна теорія, що базується на аналізі численних реалізованих проектів, дедалі частіше використовує операційне поняття «просторових патернів» як універсальних типологічних рішень, що повторюються в найбільш успішних та ефективних торгових комплексах по всьому світу. До таких перевірених практикою патернів належать: організація центрального багатосвітлового атріуму як візуального та функціонального ядра тяжіння всієї композиції; створення кільцевих або петльових маршрутів руху, що забезпечують повернення відвідувачів до вихідної точки; продумане зонування простору за рівнем інтенсивності людського руху та комерційної активності; стратегічне винесення великих «якорних» орендарів на периферію плану для створення транзитних потоків; концентрація вертикальних комунікацій - ескалаторів, ліфтів, сходів - у ключових вузлах активності.

Ці випробувані патерни формують відносно передбачувану та зрозумілу просторову структуру, що значно полегшує орієнтацію відвідувачів у просторі та забезпечує інтуїтивність користування будівлею без необхідності постійно звертатися до схем чи персоналу. Людина підсвідомо зчитує логіку організації простору та може самостійно прокладати маршрути до потрібних об'єктів.

Питання модульності та уніфікації також входить до фундаментальних теоретичних основ формування сучасних ТРЦ як гнучких адаптивних систем. Використання модульних сіток у плануванні, уніфікація типових розмірів торгових приміщень, стандартизація глибини магазинів та висоти поверхів створюють необхідні передумови для максимальної гнучкості планування та можливості трансформації. Теорія модульного простору, розроблена ще в епоху модернізму, доводить, що адаптивні структури, здатні змінюватися відповідно до нових вимог, мають значно вищу економічну життєздатність та довговічність у порівнянні з жорстко фіксованими та спеціалізованими схемами, що швидко застарівають. Теорія потоків та просторова економіка

Людські потоки в ТРЦ з точки зору теорії розглядаються як пряма аналогія транспортних потоків у міській структурі: вони можуть мати різну інтенсивність у часі та просторі, чіткий напрям руху, специфічний характер та швидкість. В умовах масового одночасного обслуговування великої кількості людей ТРЦ свідомо проєктуються як системи регульованого та керованого руху, де архітектурні засоби - ширина коридорів, розташування ескалаторів, відкритість оглядів - формують бажані патерни поведінки. Теорія просторової економіки переконливо пояснює, що конкретний розподіл людських потоків безпосередньо впливає на рівень фізичної та візуальної доступності окремих ділянок будівлі, а отже - на їхню комерційну привабливість та конкурентоспроможність для потенційних орендарів.

У цьому теоретичному аспекті активно використовуються: класична теорія центральності, що описує тяжіння до ключових точок; принцип візуальної доступності та видимості; сучасні методи просторового аналізу, такі як Space Syntax, що дозволяють математично моделювати потоки; а також концепція найкоротших та найзручніших маршрутів, якими інстинктивно рухаються люди. ТРЦ у результаті стає не просто будівлею, а просторово організованою економічною системою, де грамотні архітектурні рішення впливають на кінцевий комерційний результат так само суттєво, як і маркетингова політика чи асортиментна стратегія.

Досвід користувача в архітектурі громадських просторів

Окремим перспективним теоретичним напрямом останніх років є адаптація концепцій UX-дизайну (user experience design) з цифрової сфери до фізичної архітектури громадських будівель. У контексті ТРЦ комплексний досвід користувача формується через множини взаємопов'язаних факторів: інтуїтивну логіку навігації в просторі; зрозумілість маршрутів без надмірної складності; високу якість природного та штучного освітлення на різних ділянках; комфортний акустичний режим, що виключає надмірний шум; оптимальний температурний режим та якість повітря у всіх зонах; а також продуману зручність зон очікування та відпочинку з комфортними меблями.

Теорія UX передбачає проектування середовища не лише механічно за формальними нормами та мінімальними стандартами, а передусім з точки зору суб'єктивного сприйняття та емоційного відгуку реальної людини. Архітектура має бути «пояснена» та інтуїтивно зрозуміла користувачу без необхідності вивчати інструкції чи звертатися по допомогу - виключно через організацію простору, характер освітлення, зміну масштабу та візуальні акценти, що природно направляють рух.

Інклюзивність та універсальний дизайн

Концепція інклюзивного простору є невід'ємною складовою сучасних прогресивних теоретичних підходів до проектування об'єктів громадського призначення. ТРЦ як простір масового щоденного відвідування людьми повинен бути фізично та психологічно доступним для максимально широких груп населення незалежно від віку, фізичних можливостей, соціального статусу чи культурного бекграунду. Інклюзивний підхід передбачає реалізацію принципів універсального дизайну, що робить середовище зручним для всіх без створення спеціалізованих сегрегованих рішень; організацію повністю безбар'єрних маршрутів з відповідною шириною проходів та ухилами; розміщення тактильних покриттів та візуальних орієнтирів для людей з вадами зору; облаштування доступних санвузлів з достатнім простором для маневрування; створення зрозумілої багаторівневої навігації з пікт грамами та дублюванням інформації різними способами.

ТРЦ в умовах сучасного демократичного міста - це не лише прибутковий комерційний простір для власників та орендарів, а соціально відповідальне середовище, що враховує потреби та особливості всіх груп населення, сприяє соціальній інтеграції та рівному доступу до послуг та можливостей для відпочинку.

Адаптивність та трансформація

З огляду на надзвичайно швидку зміну споживчих моделей, еволюцію форматів торгівлі, розвиток електронної комерції та мінливість культурних практик, сучасні теоретичні підходи до формування ТРЦ обов'язково включають концепцію адаптивної або трансформативної архітектури.

Простір має бути спроектований з внутрішнім потенціалом та готовністю до майбутніх трансформацій: зміни первинних функцій окремих зон чи всього об'єкта; швидкої перебудови та перепланування приміщень під нових орендарів; можливого перепрофілювання об'єктів при зміні ринкової ситуації; безболісного введення нових технологій без руйнування існуючої структури.

Теорія адаптивності формує практику проектування «пластичної» архітектури, здатної еволюціонувати та змінюватись разом із суспільством без втрати цілісності архітектурного образу та основної конструктивної системи. Це вимагає від архітекторів особливого підходу - думати не лише про поточні потреби замовника, а й про майбутні сценарії використання об'єкта протягом десятиліть.

Цифровізація просторів та смарт-технології

Сучасні ТРЦ формуються та розвиваються в контексті цифрової урбаністики та повсюдного впровадження інформаційних технологій у фізичне середовище: інтерактивна цифрова навігація через мобільні додатки та інформаційні кіоски; інтелектуальні смарт-системи керування мікрокліматом, освітленням та енергоспоживанням; цифрові динамічні вітрини та медіафасади; системи аналітики людських потоків на основі відеоспостереження та датчиків; системи адаптивного освітлення, що реагують на природну освітленість та присутність людей; інтеграція з платіжними системами та програмами лояльності.

Ця цифрова інфраструктура не просто додається до традиційної архітектури, а стає її органічною частиною, впливаючи на проектні рішення та створюючи принципово нові можливості для взаємодії людини з простором, персоналізації досвіду та оптимізації роботи всього комплексу.

- Просторово-організаційні принципи формування торгово-розважальних центрів

Просторово-організаційна структура торгово-розважального центру формується як складна система взаємопов'язаних та взаємозалежних елементів, що забезпечують не лише функціональну цілісність будівлі як єдиного організму, а й максимальну зручність користування для різних категорій відвідувачів, високий рівень комфорту перебування протягом тривалого часу та економічну ефективність комерційного функціонування об'єкта для всіх зацікавлених сторін - орендарів, керуючої компанії та власників. У сучасній теорії архітектури та урбаністики ТРЦ розглядаються як складні багатовимірні середовища, де кожне планувальне рішення, навіть на перший погляд незначне, впливає не лише на зовнішній естетичний вигляд будівлі та її архітектурний образ, а й на конкретні сценарії поведінки користувачів, тривалість їхнього перебування, інтенсивність споживання та загальне емоційне враження від відвідування.

Основною специфічною особливістю просторової організації сучасних торгово-розважальних центрів є об'єктивна необхідність органічного поєднання принципово різних за своєю природою функцій в єдиному архітектурному об'ємі без втрати якості кожної з них. Архітектурна структура повинна забезпечувати логічну, зручну та ефективну взаємодію між торговельними площами різних форматів, розважальними закладами з їхніми специфічними вимогами, рекреаційними зонами для відпочинку та відновлення сил, а також сервісними зонами для обслуговування всієї системи. Особлива увага в процесі проектування приділяється формуванню чіткої, інтуїтивно зрозумілої системи просторової орієнтації, яка дозволяє відвідувачу природно та без зусиль знаходити потрібні функціональні елементи, не відчуваючи дискомфорту від складності структури та не перевантажуючи простір надмірною кількістю навігаційних засобів, покажчиків та схем.

Принцип функціонального зонування як основа організації

Функціональне зонування є фундаментальним базовим принципом у формуванні раціональної планувальної структури будь-якого торгово-розважального центру, незалежно від його масштабу та місця розташування. Сутність цього принципу полягає в продуманому логічному розподілі всього доступного простору відповідно до видів діяльності, що в ньому відбуваються, інтенсивності використання різних зон протягом дня та специфічних вимог до кожної функціональної групи приміщень. Правильне зонування створює передумови для комфортного та безконфліктного співіснування різних процесів у межах одного об'єкта.

Традиційно в структурі сучасного багатофункціонального ТРЦ виділяють такі основні функціональні зони, кожна з яких має свої чіткі характеристики:

Громадсько-комунікаційна зона включає вхідні групи, вестибюлі, атріуми, центральні галереї та транзитні простори, де відбувається основний рух відвідувачів. Ця зона є «обличчям» комплексу та найбільш інтенсивно використовується протягом усього часу роботи. Вона повинна бути максимально відкритою, світлою та зрозумілою для орієнтації, створювати позитивне перше враження та задавати загальний тон сприйняття всього об'єкта.

Торговельна зона є основною за площею та комерційною значущістю. Вона включає великі «якорні» магазини, середні торгові приміщення та невеликі бутіки, розташовані вздовж торгових галерей. Організація торгової зони підпорядковується логіці максимальної видимості вітрин, створення різноманітних за характером торгових середовищ - від великих відкритих просторів до камерних галерей з ексклюзивними магазинами, забезпечення зручності для покупців та персоналу.

Розважальна зона може включати кінотеатри з декількома залами, боулінг-центри, ігрові зони для дітей та підлітків, атракціони, спортивні симулятори та інші формати активного дозвілля. Ця зона має специфічні вимоги щодо звукоізоляції, висоти приміщень, інженерного забезпечення та безпеки. Розважальні функції часто виносяться на верхні поверхи або формують окремі об'ємно-планувальні блоки, що дозволяє мінімізувати вплив шуму на інші зони.

Зона харчування традиційно включає ресторани різних форматів, кафе, фаст-фуд заклади та фуд-корт - великі спільні простори з численними точками харчування та загальними місцями для споживання їжі. Фуд-корт стає важливим соціальним простором, де люди зустрічаються, спілкуються та відпочивають. Організація зони харчування вимагає забезпечення якісної вентиляції та витяжки, зручних зв'язків з кухнями, продуманої системи обслуговування та прибирання.

Адміністративно-службова зона включає офіси керуючої компанії, служби безпеки та моніторингу, технічні диспетчерські, приміщення для персоналу з роздягальнями та кімнатами відпочинку, медичний пункт. Ця зона має бути відокремлена від публічних просторів, але водночас забезпечувати оперативний доступ до всіх ділянок комплексу для швидкого реагування на будь-які ситуації.

Технічна зона містить котельні або теплопункти, вентиляційні камери та холодильне обладнання, електрощитові та серверні кімнати, насосні станції, сміттєзбірники та простори для зберігання інвентарю. Технічні приміщення займають значну площу - до 15-20% від загальної площі комплексу - і потребують продуманого розміщення для забезпечення ефективності систем життєзабезпечення та зручності обслуговування.

Паркінгова зона може бути організована як наземний відкритий паркінг, підземний або багаторівневий надземний паркінг, інтегрований у структуру будівлі. Організація паркінгу критично важлива для загального функціонування ТРЦ, оскільки більшість відвідувачів прибувають власним транспортом. Паркінг повинен забезпечувати зручні зв'язки з торговими входами, достатню кількість місць у пікові години, комфорт та безпеку користування.

Кожна з цих функціональних зон має власні специфічні просторові характеристики, інженерні вимоги щодо освітлення, вентиляції, опалення, електропостачання, а їх взаємне розташування в плані та об'ємі будівлі визначає загальну ефективність функціонування об'єкта в цілому. У внутрішній просторовій структурі критично важливо уникати конфліктів між різними типами потоків - відвідувачів, персоналу, службового обслуговування та вантажних поставок, які відбуваються одночасно, але мають різні маршрути та вимоги.

Принцип ієрархії просторів: від публічного до приватного

У торгово-розважальному центрі увесь внутрішній простір організовується за чітким принципом ієрархічності - від найбільш відкритих, активних та публічних до камерних, спокійних і службових приміщень. Ця ієрархія створює багатозорову структуру, де кожен рівень має своє призначення та характер.

Ієрархічна структура включає декілька послідовних рівнів:

Центральні репрезентативні простори - атріуми з природним освітленням, форуми для масових заходів, подієві зони для виставок та презентацій - формують архітектурне та функціональне ядро всього ТРЦ та відіграють роль міських площ у структурі «міста в місті». Ці простори мають найбільшу висоту, максимальну відкритість, найкраще освітлення та найбільшу візуальну виразність. Вони створюють яскраві емоційні акценти та служать орієнтирами для навігації.

Транзитні галереї різної ширини та характеру виконують роль внутрішніх «вулиць» та «бульварів», з'єднуючи різні частини комплексу. Вони забезпечують безперервний рух відвідувачів та формують основні композиційні осі планувальної структури. Галереї мають середню висоту приміщень та помірну інтенсивність освітлення, створюючи комфортне середовище для прогулянок та огляду вітрин.

Локальні торгові блоки та тематичні зони формують більш камерні простори з особливою атмосферою, призначені для конкретних сегментів відвідувачів. Наприклад, зона преміальних бутіків має інший характер порівняно з зоною демократичних магазинів або дитячим кварталом. Ці простори мають власну ідентичність та створюють відчуття різноманітності в межах єдиного комплексу.

Рекреаційні осередки та зони відпочинку розташовуються в тихих частинах комплексу, часто поблизу атріумів або зон харчування. Вони пропонують можливість зупинитися, відпочити на комфортних меблях, подивитися на інших людей або помилуватися архітектурою простору.

Рекреаційні зони часто включають елементи озеленення, фонтани, м'яке освітлення.

Службові та технічні приміщення займають найменш престижні ділянки будівлі та максимально приховані від очей відвідувачів. Вони мають мінімальні архітектурні вимоги, але повинні забезпечувати функціональну ефективність та зручність для персоналу.

Центральні простори формують архітектурне ядро ТРЦ та відіграють роль символічних міських площ, місць соціальної взаємодії та культурних подій, у той час як другорядні функціональні зони логічно доповнюють основний сценарій використання комплексу та створюють різноманітність просторових вражень. Така багаторівнева ієрархія робить структуру зрозумілою та передбачуваною для користувачів.

Принцип формування та регулювання потоків

Сучасна архітектурна теорія розглядає ТРЦ як складну систему регульованого та керованого руху великої кількості людей, де потоки формуються, направляються та контролюються архітектурними засобами. Відповідно, грамотне формування різних типів потоків є ключовим аспектом просторової організації, що безпосередньо впливає на ефективність функціонування та безпеку об'єкта.

Основні типи потоків, що одночасно існують у структурі ТРЦ:

Потоки відвідувачів є найбільш масовими та різноспрямованими. Вони включають вхідні потоки, що розподіляються по різних напрямках, транзитні потоки по галереях, локальні потоки в межах окремих магазинів та зон, вертикальні потоки між поверхами. Організація руху відвідувачів підпорядковується логіці зручності, видовідкритості, комфорту та безпеки.

Потоки персоналу торгових точок, ресторанів, розважальних закладів та служб комплексу мають відбуватися по окремих маршрутах, максимально відокремлених від публічних зон. Персонал повинен мати можливість потрапити до свого робочого місця, не перетинаючи активні зони відвідувачів, через службові входи, коридори та ліфти.

Потоки постачання товарів, вивезення сміття та технічного обслуговування організовуються через окремі вантажні під'їзди, рампи, вантажні ліфти та коридори. Ці потоки повинні бути повністю ізольовані від публічних просторів з міркувань естетики, безпеки та санітарних норм. Зони розвантаження, тимчасового зберігання та обробки товарів розміщуються на периферії плану або на окремих технічних поверхах.

Маршрути екстреної евакуації проєктуються за суворими нормами пожежної безпеки та забезпечують можливість швидкого виходу всіх людей з будівлі в надзвичайній ситуації. Евакуаційні шляхи мають бути максимально прямими, добре освітленими, з дублюючим аварійним освітленням, захищені від задимлення та вести до безпечних виходів назовні або в незадимлювані сходові клітки.

Успішна та ефективна організація всіх цих потоків передбачає виконання декількох ключових умов:

Чітке розмежування транзитних маршрутів різного призначення - публічних та службових - на всіх рівнях будівлі від підвалу до даху. Це досягається через подвійні коридорні системи, окремі ядра вертикальних комунікацій, зонування за функціями.

Мінімізацію критичних перетинів різних потоків, особливо відвідувачів та службових потоків. У місцях неминучих перетинів застосовуються часові розділення (різний час роботи) або просторові рішення (різні рівні, тунелі, мости).

Візуальну прозорість маршрутів для відвідувачів, що дозволяє бачити кінцеву мету руху - вхід до магазину, атриум, ескалатор. Візуальна доступність значно полегшує орієнтацію та створює психологічний комфорт.

Послідовне скорочення «мертвих зон» ділянок з низькою видимістю, поганою освітленістю, відсутністю активності, куди люди не хочуть заходити. Мертві зони знижують комерційну ефективність та створюють проблеми безпеки.

Важливим практичним принципом є концепція кільцевих або петльових маршрутів, які природно стимулюють рівномірний розподіл відвідувачів по всій площі комплексу та гарантують повернення до вихідної точки. Кільцевий маршрут дозволяє відвідувачу обійти весь ТРЦ, побачити всі пропозиції та повернутися до входу або паркінгу без необхідності проходити тими ж шляхами назад.

Принцип формування входів та ключових вузлів

Вхідні групи є основними критичними точками формування сприйняття простору та початку взаємодії користувача з об'єктом. Архітектура входів визначає перше враження від ТРЦ, яке значною мірою впливає на загальну оцінку якості комплексу та бажання його відвідувати регулярно. Вхід - це місце переходу з одного середовища в інше, і цей перехід має бути комфортним, зрозумілим та привабливим.

Ефективна сучасна система входів повинна відповідати декільком ключовим вимогам:

Множинність доступних точок наявність декількох входів з різних сторін будівлі дозволяє рівномірно розподілити потоки відвідувачів, зменшити навантаження на одну вхідну зону та забезпечити зручність для людей, що прибувають з різних напрямків - від станції громадського транспорту, з паркінгу, пішки з прилеглих територій.

Інтеграція з транспортною системою міста та прилеглою територією - входи повинні бути логічно пов'язані з зупинками автобусів, трамваїв, станціями метро, пішохідними маршрутами. Якісна транспортна доступність критична для успіху ТРЦ, особливо в середніх містах.

Забезпечення безбар'єрного доступу для всіх категорій відвідувачів, включаючи людей з інвалідністю, батьків з дитячими візками, літніх людей.

Це означає відсутність порогів та сходів, наявність пандусів з нормативними ухилами, автоматичні двері достатньої ширини, тактильні покриття. Формування чіткого візуального акценту - вхідна зона має бути архітектурно виразною, добре помітною з відстані, легко впізнаваною. Козирки, навіси, яскраве освітлення, характерні матеріали оздоблення, вивіски - все це працює на впізнаваність входу.

Просторова структура вхідної зони повинна забезпечувати низку функцій: логічний та комфортний перехід між зовнішнім міським середовищем та внутрішнім контрольованим простором комплексу; формування зони психологічної адаптації, де людина може зупинитися, оглянутися, зорієнтуватися; включати необхідні функціональні елементи - тамбури для температурного шлюзу, системи навігації з схемами комплексу, інформаційні стійки та каси (якщо потрібно), зручні зони очікування з місцями для сидіння.

Особлива роль у просторовій організації належить комунікаційним вузлам - ключовим точкам, де перетинаються різні потоки та концентруються різноманітні функції. Ефективні комунікаційні вузли поєднують у своїй структурі:

Вертикальні зв'язки - групи ескалаторів, ліфтів, відкритих сходів, що забезпечують інтенсивний рух між поверхами. Візуальна доступність вертикальних комунікацій критично важлива для орієнтації.

Санітарні приміщення - громадські туалети, пеленальні кімнати, які повинні бути легко доступні, але не надто видимі з основних галерей.

Адміністративні сервіси - інформаційні стійки, служба безпеки, камери зберігання, пункти втрачених речей, що надають необхідні послуги відвідувачам.

Евакуаційні шляхи - незадимлювані сходові клітки, що забезпечують безпечну евакуацію в надзвичайних ситуаціях.

Такі багатофункціональні вузли стають природними місцями зустрічей, орієнтирами для навігації та точками максимальної активності в структурі ТРЦ.

Принцип вертикальної організації багаторівневого простору

Багаторівнева просторова структура сучасного ТРЦ, що може включати від двох до п'яти-шести надземних поверхів плюс підземні рівні, об'єктивно потребує чіткої та ефективної системи вертикального зв'язку між рівнями, яка має бути зручною, безпечною та психологічно комфортною для відвідувачів. Система вертикальних комунікацій включає декілька типів обладнання:

Ліфти (пасажирські та вантажні) забезпечують зручний доступ для людей з обмеженими можливостями, батьків з дитячими візками, літніх людей, а також транспортування великих покупок. Ліфти повинні мати достатню пропускну здатність, розміщуватися в доступних та зрозумілих місцях, мати інформаційне обладнання для людей з вадами зору та слуху.

Ескалатори є основним засобом масового вертикального переміщення відвідувачів у ТРЦ. Вони забезпечують безперервний рух великих потоків людей, зручні для користування з покупками, дозволяють оглядати простір під час руху. Ескалатори розміщуються каскадами, часто у відкритих атриумних просторах, створюючи видовищні динамічні композиції.

Відкриті декоративні сходи в атриумах виконують не лише функціональну, а й естетичну роль, формуючи архітектурні акценти та пропонуючи альтернативний маршрут для тих, хто не поспішає або хоче отримати краще оглядання простору.

Пандуси з нормативними ухилами забезпечують безбар'єрний доступ між рівнями з невеликою різницею висот, особливо важливі у вхідних зонах та на переходах між різними частинами комплексу.

Евакуаційні сходи в незадимлюваних сходових клітках гарантують безпечну евакуацію в надзвичайних ситуаціях і повинні бути рівномірно розподілені по площі поверхів.

Стратегічне розміщення вертикальних комунікацій безпосередньо формує основні маршрути руху відвідувачів і визначає інтенсивність відвідування різних поверхів. Як правило, нижні поверхи мають найбільший трафік, тому важливо створити стимули для руху на верхні рівні - розміщення там якорних орендарів (кінотеатри, розважальні центри, популярні ресторани), створення атракційних просторів, забезпечення видовідкритості та цікавих візуальних зв'язків між поверхами.

Принцип адаптивності та трансформації простору

Сучасні торгово-розважальні центри, розраховані на десятиліття експлуатації в умовах постійних змін ринку, технологій та споживчих переваг, повинні зберігати високу здатність до трансформації та адаптації без фундаментальних перебудов. Принцип адаптивності закладається на етапі проектування через низку конкретних рішень:

Можливість перепланування магазинів без втручання в несучі конструкції - використання каркасної системи з великим прогоном між колонами (6-9 метрів), застосування легких трансформованих перегородок, модульних систем торгового обладнання. Це дозволяє змінювати площі приміщень відповідно до потреб нових орендарів.

Зміна напрямків руху та переорієнтація потоків при зміні концепції комплексу чи появі нових якорних орендарів - можливість перенесення

входів, створення нових зв'язків, блокування старих маршрутів.

Модернізація та зміна функцій Цілих зон - наприклад, трансформація частини торгових площ у коворкінг або фітнес-центр, що стає актуальним у сучасних умовах диверсифікації функцій ТРЦ.

Інтеграція нових технологій - цифрових систем навігації, інтерактивних вітрин, систем розумного управління будівлею - без порушення архітектурної цілісності та необхідності масштабних ремонтів.

Гнучкість просторової структури є ключовою вимогою для довготривалої успішної експлуатації комплексу та збереження його конкурентоспроможності на ринку протягом десятиліть.

Принцип інклюзивності та універсальної доступності

Сучасний інклюзивний підхід до проектування громадських будівель означає створення середовища, рівно комфортного та доступного для всіх категорій користувачів без виключення та дискримінації. Для ТРЦ це означає реалізацію низки конкретних вимог:

Безпорогові входи з автоматичними дверима достатньої ширини (не менше 1,5 м у світлі), що дозволяють вільний прохід людям на візках, з візками для покупок, дитячими колясками.

Доступні ліфти достатньої місткості з кнопками на доступній висоті, дублюванням інформації шрифтом Брайля, звуковим супроводом, достатнім простором для маневрування візка.

Зрозуміла багаторівнева навігація з великими контрастними написами, піктограмами, тактильними покриттями на підлозі, звуковими маяками для людей з вадами зору, схемами на доступній висоті.

Адаптований простір для маломобільних груп населення (МГН) - достатня ширина проходів у галереях (не менше 2,5-3 м), наявність зон відпочинку з можливістю під'їзду візка, доступні санвузли з достатнім простором та спеціальним обладнанням у всіх функціональних зонах.

Безпечні та зрозумілі маршрути без складних поворотів, перепадів рівня, непомічених сходинок, з контрастним виділенням початку та кінця сходів, з поручнями на пандусах та сходах.

Інклюзивність - це не лише виконання формальних нормативних вимог, а й прояв соціальної відповідальності та поваги до всіх членів суспільства, що формує позитивний імідж комплексу.

Принцип гармонізації з міським середовищем

Торгово-розважальний центр, особливо великий за масштабом, не може і не повинен існувати ізольовано від навколишнього міського контексту. Навпаки, якісна просторова структура сучасного ТРЦ має органічно інтегруватися в міську тканину та позитивно впливати на розвиток прилеглих територій. Це досягається через:

Продовження міської тканини - архітектура та планування ТРЦ повинні враховувати масштаб, ритм та характер існуючої забудови, не створюючи різкого контрасту або бар'єру, а логічно продовжуючи міський ансамбль.

Інтеграцію у систему вулиць - головні входи орієнтовані на основні вулиці та площі, пішохідні зв'язки продовжують існуючі маршрути, створюються зручні переходи.

Формування відкритих громадських просторів площ, бульварів, скверів перед входами - які стають частиною міського публічного простору, доступного не лише відвідувачам ТРЦ, а й всім мешканцям.

Підтримку пішохідних зв'язків між різними районами міста через територію комплексу або навколо неї, створення безпечних та комфортних пішохідних маршрутів.

Такий підхід перетворює ТРЦ з закритого комерційного об'єкта на відкритий міський центр, що збагачує міське середовище та підвищує якість життя в районі.

Організація потоків відвідувачів: детальний аналіз

Організація потоків відвідувачів у торгово-розважальних центрах є одним із ключових аспектів архітектурного проектування, оскільки визначає ефективність функціонування об'єкта, комфорт користування простором і рівень безпеки. Потоки в ТРЦ представляють собою динамічну систему руху, яка включає кілька груп користувачів: відвідувачів, персонал, обслуговуючий персонал і службові потоки доставки. Кожна з цих груп має свої специфічні потреби, режими активності та вимоги до просторової організації.

Основним принципом формування потоків є їх чітке розмежування за функціональними напрямками та призначенням. Потік відвідувачів формується через продуману систему входів різної ієрархії та галерей різної ширини та характеру, які забезпечують зручний доступ до торговельних площ і розважальних зон, створюють різноманітні сценарії руху від швидкого цільового до повільного прогулянкового. Потоки персоналу і логістики товарів, навпаки, свідомо виносяться в окремі внутрішні коридори, службові ліфти та спеціалізовані зони розвантаження, що забезпечує безперешкодне функціонування комплексу. Такий чіткий функціональний поділ дозволяє повністю уникнути конфлікту між потоками різного призначення, який негативно впливає на комфорт відвідувачів, створює організаційні труднощі для персоналу і може становити загрозу безпеці.

Просторова логіка формування руху відвідувачів передбачає уникнення планувальних помилок: глухих коридорів без візуального просвіту, що створюють відчуття замкнутості та дезорієнтації; надмірно вузьких зон у місцях високої інтенсивності руху, що призводять до дискомфортних заторів; різких та незрозумілих поворотів, які ускладнюють інтуїтивну орієнтацію в просторі. Натомість впроваджується принцип безперервного логічного маршруту, що дозволяє відвідувачеві здійснювати рух по зручній кільцевій трасі або у вигляді послідовного переходу між різними функціональними зонами без повернення тим же шляхом назад.

Атріуми як ядра просторової структури

Атріум у сучасному торгово-розважальному центрі є не лише ефектним архітектурним елементом та засобом природного освітлення, а просторовим та функціональним ядром всього комплексу, навколо якого організовується вся функціональна структура та основні маршрути руху. У теорії архітектури атріуми розглядаються як внутрішні громадські площі, які відіграють роль комунікаційного, візуального, соціального та символічного центру ТРЦ.

Основними характеристиками якісних атріумних просторів є: велика вертикальна висота простору (часто на всю висоту будівлі), що створює відчуття простору та монументальності; ясне природне освітлення через великі скляні перекриття або зенітні ліхтарі, що забезпечує комфортне природне світло та візуальний зв'язок із небом; візуальна доступність та видимість декількох рівнів одночасно, що полегшує орієнтацію та створює динамічні видовідкриття; інтеграція зон відпочинку з комфортними меблями, озелененням і подієвих майданчиків для проведення виставок, концертів, презентацій.

Атріуми створюють потужне відчуття відкритості і простору всередині великої будівлі, суттєво впливають на позитивне сприйняття будівлі відвідувачами та формують емоційний фон перебування від враження при першому вході до загального задоволення від візиту. Вони підсилюють просторову ієрархію, виділяючи найважливіші точки структури, та виконують важливу навігаційну функцію є видимими орієнтирами, до яких завжди можна повернутися.

Галереї як основні комунікаційні осі

Торгові галереї є структуроутворюючими лінійними елементами ТРЦ і виконують роль внутрішніх «вулиць» та «бульварів», що формують урбаністичний характер внутрішнього простору. Вони визначають основні напрямки руху відвідувачів та формують ключові композиційні осі будівлі, навколо яких організуються інші функції.

Параметри галерей їхня ширина (від 4-5 до 10-15 метрів у залежності від інтенсивності потоку), висота перекриття (оптимально 4-6 метрів), ритм колон та архітектурних елементів, розташування вітрин та їхня візуальна активність - безпосередньо визначають комфорт руху та загальне сприйняття простору. Чим інтенсивніший очікуваний потік відвідувачів, тим більшою має бути ширина проходу і вищий ступінь відкритості простору для уникнення відчуття тісноти.

Сучасна архітектурна теорія наголошує, що галереї мають бути не лише утилітарними транзитними коридорами для швидкого переміщення з точки А в точку Б, а повноцінними просторами соціальної взаємодії, відпочинку та створення емоційних вражень. Для досягнення цього впроваджуються різноманітні елементи: рекреаційні ніші з м'якими меблями для короткого відпочинку; місця для сидіння вздовж маршруту; малі подієві зони для невеликих виставок, інсталяцій або промо-активностей; художні акценти скульптури, панно, медіа-інсталяції, що збагачують простір культурним змістом.

Вхідні групи та публічні простори

Вхідна група є критично важливим елементом архітектурного образу ТРЦ та першою точкою контакту відвідувача з об'єктом. Саме вона формує перше враження, яке значною мірою визначає подальше сприйняття та готовність до повторних візитів. Просторова структура входу повинна виконувати низку функцій: забезпечувати логічний, зручний та психологічно комфортний перехід між зовнішнім міським середовищем з його непередбачуваністю та внутрішнім контрольованим простором комплексу з його порядком; формувати зону адаптації, де відвідувач може зупинитися, зорієнтуватися, оцінити ситуацію, прийняти рішення про подальший маршрут; забезпечувати повний безбар'єрний доступ для всіх категорій відвідувачів незалежно від їхніх фізичних можливостей; включати необхідні функціональні елементи тамбури для створення температурного шлюзу та збереження енергії, ефективні системи навігації з великими читабельними схемами комплексу, інформаційні стійки з персоналом для консультацій, каси для оплати паркінгу (якщо це необхідно), зручні зони очікування з достатньою кількістю місць для сидіння. Архітектура входу має бути максимально виразною, легко впізнаваною, зрозумілою і відкритою, що створює психологічне відчуття привітності та запрошення всередину. Використовуються великі скляні поверхні для візуальної прозорості, яскраве та привабливе освітлення, навіси та козири, що забезпечують захист від опадів, високоякісні матеріали оздоблення, що підкреслюють престижність об'єкта.

Продовження розділу про взаємодію функцій

Взаємодія функцій та просторова сумісність

ТРЦ є складною системою тісної взаємодії різноманітних функцій, що мають різні вимоги до простору, інженерного забезпечення, акустичного режиму та сусідства. Розміщення функцій у структурі комплексу відбувається за принципом функціональної сумісності та взаємного посилення, що включає:

Принцип сумісності функцій, що не конфліктують між собою, розміщуються поруч або на одному рівні. Наприклад, магазини одягу добре сумісні з кафе та зонами відпочинку, тоді як кінотеатр потребує звукоізоляції від інших функцій.

Принцип функціонального зонування схожий за характером функції групуються разом, створюючи тематичні квартали: зона модного одягу, зона електроніки, зона дитячих товарів, гастрономічний квартал. Це полегшує орієнтацію та створює спеціалізовані середовища.

Принцип звукового комфорту шумні функції (розважальні заклади, дитячі ігрові зони, заклади харчування з відкритими кухнями) максимально віддаляються або ізолюються від спокійних зон бібліотек, коворкінгів, магазинів преміум-сегменту.

Принцип взаємного посилення функцій, що доповнюють одна одну та створюють синергетичний ефект, розміщуються поруч: наприклад, кінотеатр та ресторанна зона, дитячий розважальний центр та магазини іграшок, спортивний магазин та фітнес-центр. Такий підхід підвищує зручність для відвідувачів та загальну привабливість комплексу.

Ця складна просторово-функціональна організація вимагає від архітекторів системного мислення, розуміння бізнес-процесів, знання психології користувачів та здатності передбачати довгострокову еволюцію об'єкта в мінливих ринкових умовах.

Розважальні функції виносяться подалі від спокійних зон.

- Gandaria City Mall and Ciputra World (Kusumowidagdo, Sachari & Widodo, 2016)

Емпіричне дослідження у двох молах Індонезії - що саме відвідувачі вважають важливим у дизайні атриумів (орієнтація, атмосфера, соціальна взаємодія). Зручно для аргументації «психологічного + соціального» аспекту.

- Adaptive shopping malls: Probabilistic spatial layouts with Graph Neural Networks - Q. Zhou та ін., 2025

Математична / алгоритмічна оптимізація планування конфігурацій молів. Дає сучасний підхід до layout-планування за допомогою GNN.

3. Shopping Mall Parking Lot as/is a Meeting Place: Typologies and Strategies for a New Polarity in Architectural and Landscape Design - Meninno C., Venudo A., 2023

Розгляд великого паркінгу + зовнішніх просторів молу як частини плану, з аналізом як їх перетворити на соціально значущі простори. Корисно, якщо твій ТРЦ має паркінг, і ти хочеш зробити його частиною структури, а не «мертвою зоною».

1.3 роль торгово-розважальних центрів у формуванні середнього міста

Торгово-розважальні центри у структурі середнього міста виступають складними багатофункціональними урбаністичними утвореннями, що органічно поєднують у собі комерційні, соціальні, культурні та просторово-планувальні функції, формуючи нову якість міського середовища. У контексті сучасних динамічних процесів урбанізації, що охоплюють не лише великі мегаполіси, а й середні міста з населенням від 50 до 500 тисяч мешканців, такі об'єкти дедалі частіше розглядаються провідними дослідниками не як ізольовані архітектурні будівлі комерційного призначення, а як активні структурні елементи міського середовища, які здатні кардинально змінювати морфологію міста, формувати принципово нові сценарії користування міським простором та суттєво впливати на стиль життя, повсякденні практики та соціальну поведінку місцевого населення.

Для середнього міста, на відміну від великих мегаполісів з їхньою складною поліцентричною структурою, характерна відносно менш складна та менш диференційована просторова організація, обмежена кількість чітко спеціалізованих функціональних районів і часто повна або часткова відсутність сучасних центрів громадської активності, що відповідають потребам сучасного суспільства. Саме тому поява повноцінного торгово-

розважального центру в межах такого міста може мати трансформаційний ефект, співмірний із формуванням нового потужного урбаністичного ядра, що перерозподіляє людські потоки, змінює економічну географію міста та впливає на соціальну динаміку.

ТРЦ як елемент поліцентричної моделі міського розвитку

У сучасних міських дослідженнях, що спираються на роботи провідних урбаністів та теоретиків міського планування, торгово-розважальні центри дедалі частіше інтерпретуються як невід'ємні складові поліцентричної моделі розвитку міста - прогресивної урбаністичної концепції, при якій місто функціонує не навколо одного єдиного головного історичного центру, а навколо кількох взаємопов'язаних, функціонально насичених осередків активності, розташованих у різних частинах міської території. Така модель дозволяє значно зменшити надмірну концентрацію економічної та соціальної активності в історичному ядрі міста, яке часто не розраховане на сучасні навантаження, більш рівномірно та ефективно розподілити обмежені ресурси міського середовища та суттєво підвищити загальну функціональну стійкість міста до кризових ситуацій та змін.

У структурі середнього міста торгово-розважальний центр дуже часто органічно відіграє роль такого нового динамічного підцентру - вторинного або третинного ядра активності, навколо якого природно формуються нові сучасні житлові квартали з поліпшеною інфраструктурою, офісні бізнес-центри та комплекси, різноманітні інфраструктурні об'єкти - від дитячих садків та шкіл до медичних закладів та спортивних комплексів. Внаслідок цього комплексного процесу ТРЦ фактично стає потужним елементом містоформування - активним агентом міських трансформацій, що ініціює розвиток цілих районів та формує нову просторову логіку міста.

Цей процес має декілька вимірів та послідовних стадій. На першому етапі будівництво ТРЦ привертає увагу до конкретної території, підвищує її інвестиційну привабливість та вартість землі в радіусі 1-2 кілометрів. На другому етапі навколо центру починається інтенсивна житлова забудова, орієнтована на близькість до торгово-розважальної інфраструктури. На третьому етапі формується комплексне міське середовище з повним набором необхідних функцій - від житла до робочих місць, що створює умови для сталого районуотворення. Таким чином, ТРЦ виступає каталізатором урбанізаційних процесів та інструментом керування міського розвитку.

Соціальний вимір функціонування ТРЦ у середньому місті

Соціальний аспект діяльності торгово-розважальних центрів у середньому місті набуває особливо великої ваги та значущості з огляду на об'єктивний дефіцит якісних просторів колективної присутності, соціальної взаємодії та громадської комунікації, що є характерною проблемою багатьох середніх міст пострадянського простору. Традиційні громадські простори - площі, парки, бульвари - часто перебувають у занедбаному стані, не пристосовані до сучасних потреб населення або просто відсутні в достатній кількості. У цих умовах ТРЦ природно стають місцями регулярних соціальних зустрічей, проведення різноманітного дозвілля для різних вікових груп, реалізації культурних заходів від виставок до концертів і активних комунікацій між різними соціальними групами населення - молоддю та літніми людьми, заможними та менш забезпеченими, місцевими мешканцями та приїжджими.

На відміну від традиційних відкритих міських площ і парків, функціонування яких залежить від сезону та погодних умов, торгові центри працюють у контрольованому штучному середовищі з комфортною температурою, освітленням та якістю повітря, що створює оптимальні умови для цілодобового інтенсивного використання незалежно від зовнішніх погодних умов - будь то спека влітку, дощі восени чи морози взимку. Це робить торгово-розважальні центри об'єктивно привабливими для широких верств населення різного віку та соціального статусу і сприяє формуванню сталих повторюваних соціальних маршрутів та практик - щотижневих сімейних візитів у вихідні, підліткових «тусовок» після школи, пенсіонерських прогулянок у комфортному середовищі.

Однак соціальна функція ТРЦ має й суперечливі аспекти, що потребують критичного осмислення. По-перше, комерціалізація соціального простору означає, що доступ до нього опосередковано пов'язаний зі споживанням люди йдуть туди передусім як потенційні покупці, а не як громадяни, що реалізують своє право на місто. По-друге, контрольоване середовище ТРЦ передбачає певні правила поведінки, систему відеоспостереження, присутність охорони, що створює атмосферу порядку, але водночас обмежує спонтанність та різноманітність соціальних практик, можливих у справжньому публічному просторі. По-третє, естетика та атмосфера ТРЦ орієнтована на певні соціальні групи (переважно середній клас), що може створювати неформальні бар'єри для інших категорій населення.

Трансформація повсякденних практик та просторової поведінки

ТРЦ як комплексне середовище щоденного або регулярного користування поступово та неухильно трансформують традиційний спосіб використання часу та міського простору мешканцями середнього міста, змінюючи ustaleni патерни мобільності та споживання. Замість традиційного фрагментованого використання різних локацій у місті продуктивний магазин в одному районі, магазин одягу в іншому, кінотеатр у третьому, кафе у четвертому сучасна людина отримує унікальну можливість задовольняти абсолютну більшість своїх побутових, розважальних і навіть частково робочих потреб в одному багатофункціональному об'єкті протягом одного візиту. Це кардинально змінює структуру повсякденних просторових переміщень і теоретично скорочує об'єктивну потребу в багатократних поїздках різними частинами міста, що може позитивно впливати на транспортне навантаження та екологічну ситуацію.

Водночас така концентрація різноманітних функцій у межах одного комплексу може несподівано сприяти локалізації та просторовому звуженню соціальної активності в межах одного закритого комплексу, що призводить до феномену «міста в місті» - паралельного простору, який замінює собою справжнє місто з його різноманітністю, непередбачуваністю та соціальною складністю. Люди, особливо молодь, можуть проводити багато годин у ТРЦ, не відчувачи потреби виходити в реальне міське середовище, що призводить до його знелюднення, зниження соціального контролю на вулицях та поступової деградації традиційних громадських просторів.

Крім того, змінюється часова структура міського життя. ТРЦ з його подовженим режимом роботи (часто до 22:00 або навіть пізніше) формує нову вечірню економіку та створює альтернативу традиційним вечірнім розвагам. Якщо раніше у середньому місті після 20:00 активність різко знижувалась і вулиці пустіли, то тепер ТРЦ підтримує високу інтенсивність життя до пізнього вечора, що змінює ритм міста та створює нові можливості для працюючого населення.

Економічні ефекти та структурні трансформації

З економічної точки зору торгово-розважальні центри виконують важливу функцію структуроутворюючих та каталізуючих об'єктів для міської економіки середнього міста. Вони акумулюють значні фінансові інвестиції - як на етапі будівництва (десятки мільйонів доларів), так і в процесі функціонування, створюють сотні або навіть тисячі прямих робочих місць для торгового та обслуговуючого персоналу та формують нові економічні сектори і ніші, тісно пов'язані з обслуговуванням комплексу логістикою та доставкою товарів, охороною та системами безпеки, рекламою та маркетингом, технічним сервісом та експлуатацією складних інженерних систем.

У середньому місті поява великого сучасного ТРЦ часто означає якісне підвищення загальної інвестиційної привабливості всієї території та міста в цілому, появу нових, раніше не представлених гравців на локальному ринку комерційної нерухомості, приплив регіональних та національних торгових операторів та загальне пожвавлення економічної діяльності в суміжних секторах - від будівництва до сфери послуг. Успішний ТРЦ генерує значні податкові надходження до місцевого бюджету, що може бути використано для розвитку міської інфраструктури.

Разом із цими безперечно позитивними ефектами економічна концентрація, що виникає навколо ТРЦ, часто призводить до серйозного переформатування традиційних локальних торгових мереж та комерційних структур: численні дрібні магазини та бутики в історичних центральних районах міста, на традиційних торгових вулицях та ринках можуть поступово втрачати конкурентні позиції через неможливість змагатися з асортиментом, цінами та комфортом великого ТРЦ, що потребує продуманого регулювання та підтримки з боку міської влади для збереження різноманітності торгового середовища та захисту малого бізнесу. Надмірна концентрація торгівлі в одному об'єкті створює ризики монополізації ринку та підвищеної вразливості міської економіки до кризових явищ.

Транспортний вимір та трансформація мобільності

Вплив торгово-розважальних центрів на транспортну структуру та систему мобільності середнього міста є одним із найпомітніших та найбільш відчутних для мешканців. Як надзвичайно потужні генератори інтенсивних пішохідних і транспортних потоків, що концентруються у певних точках міста, ТРЦ формують принципово нову логіку міської мобільності та змінюють традиційні маршрути переміщень. Навколо таких об'єктів часто здійснюється масштабна модернізація наявної дорожньої інфраструктури розширення проїзних частин, будівництво розв'язок та світлофорних об'єктів, прокладаються нові маршрути громадського транспорту автобусні та тролейбусні лінії, що забезпечують зручний доступ до ТРЦ з різних районів, з'являються додаткові транспортні вузли та пересадочні станції, що підвищують загальну зв'язність міської транспортної системи.

Водночас надмірна орієнтація проектувальників та керівництва ТРЦ на приватний автомобіль як основний засіб доступу відвідувачів, що проявляється у створенні величезних паркінгів на тисячі машиномісць, може призводити до серйозного перевантаження прилеглої дорожньої мережі у пікові години (вечір п'ятниці, весь день суботи та неділі), хронічного дефіциту паркувальних площ попри їхню значну кількість та суттєвого погіршення екологічної ситуації через концентрацію викидів автомобільного транспорту. У деяких випадках ТРЦ стають джерелом постійних транспортних заторів, що негативно впливає на якість життя мешканців прилеглих районів.

У теорії сталого міського розвитку, що набуває дедалі більшої актуальності в умовах кліматичних змін, підкреслюється об'єктивна необхідність комплексної інтеграції торгово-розважальних центрів у систему пішохідної та громадської мобільності створення зручних пішохідних підходів з житлових районів, велосипедної інфраструктури, пріоритетних маршрутів громадського транспорту, що дозволяє суттєво зменшити негативний вплив на навколишнє середовище та сприяє формуванню більш здорових та екологічних моделей пересування.

Архітектурний образ та міська ідентичність

Архітектурний образ торгово-розважального центру його масштаб, силует, матеріали фасадів, характер освітлення дедалі більше стає важливим фактором формування міської ідентичності та візуального образу міста. У середньому місті, де часто бракує виразних сучасних архітектурних домінант, ТРЦ часто сприймаються широкими верствами населення як яскравий символ сучасності, економічного динамічного розвитку та відкритості до глобальних процесів та трендів. Їх архітектура формує нові потужні візуальні домінанти, що видно з великої відстані, суттєво визначає силует міста при в'їзді або огляді з високих точок та впливає на сприйняття його сучасними мешканцями і багато в чому туристами та потенційними інвесторами, для яких архітектура міста є індикатором його розвитку.

Разом із цим виникає серйозна загроза прогресуючої уніфікації міського середовища та втрати місцевої специфіки: універсальні типові архітектурні рішення, розроблені міжнародними проектними компаніями та застосовувані у різних країнах без суттєвої адаптації, можуть поступово стирати унікальні історичні та культурні риси конкретного міста, перетворюючи його на безликий «місто взагалі». Саме тому сучасна прогресивна архітектурна теорія та практика наполягає на безумовній необхідності контекстуального проектування, у якому ТРЦ свідомо враховує історичну забудову навколишнього середовища, природні ландшафтні умови та локальну культурну специфіку, інтегруючи їх у сучасну архітектурну мову.

Контекстуальний підхід може проявлятися у використанні місцевих будівельних матеріалів або їхньої сучасної інтерпретації, у масштабі будівлі, що не пригнічує історичну забудову, в інтеграції елементів місцевої архітектурної спадщини у фасади або інтер'єри, у кольоровій палітрі, що гармонує з міським середовищем. Успішні приклади контекстуальних ТРЦ доводять, що можна створювати сучасні функціональні об'єкти, що водночас поважають історію та ідентичність місця.

Екологічний вимір: від проблеми до рішення

Екологічний аспект діяльності та функціонування торгово-розважальних центрів у середньому місті має принципово подвійний, суперечливий характер, що відображає складність сучасних екологічних викликів. З одного боку, об'єктивно значні площі забудови (часто десятки тисяч квадратних метрів), інтенсивне транспортне навантаження, що генерується об'єктом, і величезне енергоспоживання для опалення, охолодження, вентиляції та освітлення величезних приміщень безперечно негативно впливають на екологічний баланс міста та навколишнього природного середовища, збільшуючи викиди парникових газів та споживання обмежених ресурсів.

З іншого боку, саме великі торгово-розважальні центри, що мають значні фінансові ресурси та піддаються тиску громадської думки, можуть і повинні стати експериментальними майданчиками та локомотивами для впровадження передових екологічних технологій зелених експлуатованих дахів з рослинністю, що знижує температуру будівлі та затримує дощову воду, енергоефективних скляних фасадів з сонцезахисними покриттями, складних систем оборотного водопостачання та повторного використання води, великих площ сонячних фотоелектричних панелей для генерації власної електроенергії, систем рекуперації тепла, сучасних систем управління освітленням. Таким чином, при правильному підході торгові центри здатні еволюціонувати від ролі «екологічної проблеми» до ролі «екологічного рішення» та зразка сталого будівництва для всього міста.

Важливим напрямком є також екологічна освіта відвідувачів через тематичні виставки, еко-заходи, програми роздільного збору відходів, що формують екологічну культуру населення та демонструють можливість поєднання комерційної діяльності з екологічною відповідальністю.

Соціально-планувальні ризики та виклики

Разом із численними позитивними ефектами та можливостями торгово-розважальні центри об'єктивно можуть створювати й серйозні соціально-планувальні ризики для збалансованого розвитку середнього міста. До найбільш значущих із них належать: поступова деградація та економічне послаблення історичних традиційних торгових зон та районів, що втрачають відвідувачів та інвестиції; прогресуюча комерціалізація громадського простору та витіснення некомерційних форм соціальної активності; посилення соціальної сегрегації та просторового розшарування через формування престижних районів навколо ТРЦ; надмірна економічна залежність міста від функціонування одного великого комерційного осередку, що створює вразливість до кризових явищ.

Якщо ТРЦ проектується та функціонує як ізольований самодостатній анклав, максимально відгороджений від міського середовища та не інтегрований у загальну структуру міста з власними закритими паркінгами, відсутністю пішохідних зв'язків з прилеглими територіями, орієнтацією виключно на автомобільний доступ, - він може значно сприяти небажаній фрагментації міського середовища, розриву міської тканини та формуванню «острівного» міста. Тому сучасна урбаністична теорія та прогресивна практика міського планування наголошує на безумовній необхідності розглядати торгово-розважальні центри як органічну частину цілісної міської системи, а не як автономні одиниці, що

функціонують за власними законами.

Еволюція концепції: від торгівлі до багатофункціонального центру

Подальший розвиток концепції торгово-розважальних центрів у середньому місті тісно пов'язаний зі швидкою зміною соціальних потреб населення, трансформацією моделей споживання під впливом електронної комерції та зміною цінностей молодого покоління. Сучасний прогресивний ТРЦ дедалі більше радикально відходить від суто примітивної комерційної функції купівлі-продажу товарів та поступово перетворюється на складний інтегрований багатофункціональний простір нового типу, у якому гармонійно поєднуються традиційна торгівля, різноманітна рекреація та відпочинок, інноваційні освітні ініціативи та проекти, насичена подієва діяльність виставки, концерти, майстер-класи, презентації.

Ця виразна тенденція проявляється у свідомому включенні до функціональної структури сучасних торгових центрів нетипових для них елементів: сучасних коворкінгів для фрілансерів та віддалених працівників, публічних бібліотек та медіатеки з доступом до книг та цифрових ресурсів, багатофункціональних просторів для різноманітних культурних заходів та громадських зустрічей, дитячих освітніх зон з науковими експериментами та творчими майстернями, музичних і мистецьких майданчиків для виступів молодих артистів, виставкових галерей для локальних художників. Таким чином, ТРЦ нового покоління починають виконувати роль гібридних громадських установ нового типу, що поєднують комерційні та некомерційні функції.

У контексті середнього міста така радикальна функціональна трансформація набуває особливої важливості, оскільки вона ефективно компенсує об'єктивну нестачу сучасної культурної інфраструктури та якісних громадських платформ для самореалізації. Торгово-розважальний центр фактично стає містобудівним «мультифункціональним ядром» нового типу, яке забезпечує мешканців не лише традиційними сервісами споживання, а й широкими можливостями для творчої самореалізації, неформального спілкування та активної участі у культурному та суспільному житті міста. Це суттєво підсилює його соціальну значущість та формує відчуття глибокої залученості мешканців до спільного міського простору та культурного середовища.

Нові часові ритми міського життя

Слід особливо відзначити ключову роль ТРЦ у формуванні принципово нових просторово-часових сценаріїв міського життя, що відрізняються від традиційних патернів. Вони активно сприяють зміні звичного ритму міста, вводять нові часові патерни та цикли активності, зокрема за рахунок подовженого режиму роботи до пізнього вечора (21:00-22:00), організації спеціальних вечірніх культурних заходів та концертів і високої вихідної та святкової активності, коли ТРЦ стає головною дестинацією для сімейного відпочинку. У середньому місті це створює раніше недоступні альтернативні сценарії дозвілля та проведення вільного часу, які раніше були доступні виключно у великих обласних центрах або столичних агломераціях. Місто поступово перестає бути виключно «денним» за характером активності і поступово формує повноцінний насичений вечірній та частково нічний простір соціальної та культурної активності, що підвищує загальну якість життя.

Інклюзивність та соціальна справедливість

Водночас дедалі більше актуалізується складна проблема соціального балансу та рівного доступу до міського простору. Надмірна комерціалізація значної частини міського середовища через монополне домінування торгово-розважальних центрів потенційно ставить під серйозну загрозу доступність громадського простору для соціально вразливих та економічно незахищених груп населення - пенсіонерів з мінімальними доходами, багатодітних сімей, безробітних, молоді без стабільного доходу. У деяких випадках формуються приховані, але дієві бар'єри доступу - економічні (необхідність щось купувати для легітимного перебування), психологічні (відчуття невідповідності середовищу споживання) або поведінкові (вимоги до зовнішнього вигляду та манер), - що фактично унеможлиблює вільне використання ТРЦ як повноцінного демократичного громадського простору для всіх категорій громадян.

Тому сучасні прогресивні підходи до проектування та управління торгово-розважальними центрами обов'язково передбачають принцип соціальної інклюзії, який має забезпечувати реальний рівний доступ до простору для абсолютно всіх категорій користувачів незалежно від віку, статі, фізичних можливостей, етнічної приналежності і, що критично важливо, матеріального становища. Це означає створення безкоштовних зон відпочинку, організацію некомерційних культурних подій, забезпечення доступності для людей з інвалідністю, толерантну політику охорони. Інтеграція в міську тканину

Ще одним принципово важливим аспектом успішного функціонування є характер взаємодії ТРЦ з навколишньою міською забудовою та міським середовищем у цілому. Численні успішні міжнародні та вітчизняні приклади переконливо доводять, що торгово-розважальний центр ефективно працює та позитивно впливає на місто лише тоді, коли він не замкнений у собі як закрита фортеця, а максимально відкритий та органічно інтегрований у загальну систему міських вулиць, площ і пішохідних маршрутів, що природно пронизують міську тканину. Наявність та якісна організація відкритих громадських зон перед входами, просторих світлих атриумів, доступних громадських терас на дахах, внутрішніх пішохідних «вулиць» дозволяє створити плавний та комфортний зв'язок між внутрішнім простором центру та зовнішнім міським середовищем, сформувати єдиний неперервний просторовий організм, де межа між «всередині» та «зовні» стає проникною та гнучкою. Такий продуманий підхід суттєво сприяє плавному психологічному переходу між відкритим міським простором і камерним інтер'єром торгового центру, значно підвищуючи його фізичну доступність та психологічну комфортність для широких верств населення.

Психологія простору та якість середовища

Конкретні архітектурно-планувальні рішення ТРЦ впливають не лише на функціональну ефективність та комерційну успішність об'єкта, а й на тонке психологічне сприйняття простору відвідувачами, формування емоційних реакцій та загального відчуття комфорту. Висота внутрішніх приміщень та атриумів, загальний масштаб інтер'єрів відносно людини, характер та інтенсивність природного й штучного освітлення, тактильні якості оздоблювальних матеріалів і продумана кольорова палітра інтер'єрів безпосередньо формують емоційний стан відвідувача, впливають на тривалість комфортного перебування та готовність до повторних візитів. У середньому місті, де часто бракує якісних сучасних громадських інтер'єрів, торгово-розважальний центр часто стає яскравим прикладом та еталоном високоякісного архітектурного середовища, яке неформально задає нові стандарти для іншої комерційної та громадської забудови міста. Саме тому архітектурна мова, естетика та просторова організація ТРЦ має надзвичайно важливе значення для поступового формування загальної культури середовища в цілому та підвищення естетичних очікувань населення.

Адаптивність та стійкість до змін

Окремої принципової уваги заслуговує критично важливе питання довготривалої адаптивності та гнучкості торгово-розважальних центрів до мінливих умов. Середні міста об'єктивно характеризуються повільнішими, ніж великі мегаполіси, темпами економічного розвитку та зміни соціальних потреб, що вимагає особливо гнучких та адаптивних архітектурних рішень із закладеним потенціалом для майбутньої трансформації без капітальної перебудови. Сучасні ТРЦ мають проектуватися з обов'язковим урахуванням реальної можливості зміни функціонального наповнення окремих зон, оперативної реконфігурації внутрішніх просторів під нових орендарів, пристосування до нових соціальних запитів та технологічних інновацій. Така закладена гнучкість дозволяє зберігати актуальність та конкурентоспроможність об'єкта протягом тривалого часу

(30-50 років) та суттєво мінімізувати ризики передчасного функціонального та морального застарівання, що особливо важливо для середніх міст з обмеженими інвестиційними ресурсами.

Отже, торгово-розважальні центри у середньому місті не лише пасивно відображають наявні сучасні соціально-економічні процеси, а й активно формують їх, виступаючи потужними агентами міських трансформацій. Вони виступають каталізаторами просторових змін та районуутворення, надійними індикаторами економічного розвитку та інвестиційної привабливості, а також важливими платформами соціальної комунікації та культурного обміну між різними групами населення. Їх успішна та гармонійна інтеграція в складну структуру міста потребує комплексного міждисциплінарного підходу, що органічно поєднує глибокий містобудівний аналіз міської структури, серйозні соціологічні дослідження потреб населення та професійну архітектурну рефлексію щодо якості середовища та довгострокових наслідків прийнятих рішень для розвитку міста.

Висновок до розділу I

У першому розділі магістерської роботи здійснено ґрунтовне та всебічне комплексне теоретичне обґрунтування процесів формування торгово-розважальних центрів як критично важливих та багатофункціональних елементів сучасного міського середовища середнього міста, що відіграють ключову роль у його просторовій, соціальній та економічній організації. У результаті детального та критичного аналізу широкого спектру наукових підходів, сучасних урбаністичних концепцій та класичних і новітніх архітектурно-планувальних теорій, розроблених провідними дослідниками в галузі урбаністики, архітектури та соціології міста, переконливо встановлено, що торгово-розважальні центри не можуть та не повинні розглядатися виключно як утилітарні об'єкти комерційної інфраструктури, призначені лише для купівлі-продажу товарів та надання послуг, оскільки їхній реальний багатоплановий вплив значно виходить за вузькі межі суто торгівельної діяльності і комплексно охоплює складні соціальні процеси, глибину просторову трансформацію міського середовища, активне формування принципово нових моделей споживчої поведінки та дозвільних практик населення, а також суттєву зміну міської ідентичності та колективного сприйняття міста його мешканцями. Теоретичні основи та принципи формування ТРЦ

У межах детального дослідження теоретичних основ та фундаментальних принципів формування торгово-розважальних центрів визначено та систематизовано основні ключові принципи просторової організації та функціонування таких складних об'єктів, серед яких найважливішими та найбільш значущими виступають: принцип багатофункціональності, що передбачає органічне поєднання торгівельних, розважальних, рекреаційних, культурних та іноді навіть освітніх функцій в єдиному архітектурному комплексі; принцип фізичної та психологічної доступності для максимально широких верств населення незалежно від віку, фізичних можливостей та соціального статусу; принцип органічної інтеграції в існуючу міську структуру з урахуванням історичного контексту, системи вулиць та традиційних маршрутів руху; принцип просторово-планувальної гнучкості та адаптивності, що дозволяє трансформувати внутрішню структуру відповідно до мінливих потреб ринку; принцип візуальної доступності та прозорості внутрішніх просторів, що полегшує орієнтацію відвідувачів; а також принцип композиційної виразності та формування характерного архітектурного образу, що робить об'єкт впізнаваним та привабливим.

Детальний критичний аналіз численних наукових джерел, монографій, статей у фахових виданнях та практичних рекомендацій дозволив зробити обґрунтований висновок, що сучасний прогресивний торгово-розважальний центр має функціонувати принципово не як замкнений автономний об'єкт, ізольований від міського контексту та орієнтований виключно на власні комерційні інтереси, а як відкрита динамічна структура, що активно взаємодіє з навколишнім міським середовищем через різноманітні просторові, функціональні та візуальні зв'язки, свідомо формує зручні та безпечні пішохідні зв'язки з прилеглими житловими районами та транспортними вузлами, послідовно підтримує та інтенсифікує міську активність у вечірній час, а також цілеспрямовано сприяє комплексному розвитку прилеглих територій через підвищення їхньої інвестиційної привабливості та створення попиту на супутні послуги.

Роль ТРЦ у поліцентричній моделі розвитку міста

Особливу увагу в дослідженні приділено розкриттю багатогранної ролі торгово-розважальних центрів у формуванні прогресивної поліцентричної моделі просторової організації середнього міста, що кардинально відрізняється від традиційної моноцентричної структури та передбачає існування декількох повноцінних центрів міської економічної та соціальної активності замість одного історичного переважаного ядра, що не справляється з сучасними навантаженнями. Переконливо встановлено на основі аналізу численних вітчизняних та міжнародних прикладів, що ТРЦ об'єктивно здатні успішно виконувати важливі функції вторинних або третинних підцентрів - нових полюсів тяжіння в міській структурі, - навколо яких природно формується сучасна міська житлова забудова підвищеної комфортності, розвинена комерційна та соціальна інфраструктура, а також нові стійкі соціальні зв'язки та локальні спільноти мешканців. Такий прогресивний поліцентричний підхід дозволяє досягти більш рівномірного та збалансованого територіального розвитку всього міста, ефективно розвантажити перенаселені історичні центральні райони від надмірного транспортного та пішохідного навантаження, а також сформувати життєздатні альтернативні осередки тяжіння та активності в периферійних або депресивних районах міста, що раніше характеризувалися виключно житловою моно функцією.

Поліцентрична модель, підтримана мережею якісних торгово-розважальних центрів, сприяє скороченню середньої відстані поїздки мешканців за покупками та розвагами, зменшенню транспортного навантаження на центральні вулиці, більш рівномірному розподілу економічної активності по території міста та формуванню самодостатніх районів з повним набором необхідних функцій. Це підвищує загальну стійкість міської системи до криз та сприяє поліпшенню якості життя населення через скорочення часу на пересування та доступність послуг.

Соціальний вимір та трансформація міського життя

Детально досліджено критично важливий соціальний аспект багатопланового впливу торгово-розважальних центрів на характер і якість повсякденного міського життя різних соціальних груп населення. Переконливо встановлено, що саме в специфічних умовах об'єктивного браку або недостатньої кількості традиційних якісних громадських просторів - площ, парків, пішохідних вулиць, культурних центрів - що є характерною проблемою багатьох середніх міст пострадянського простору, ТРЦ природно та неминуче виконують надзвичайно важливі функції універсальних соціальних платформ нового типу, які ефективно забезпечують широкі можливості для неформального міжособистісного спілкування, різноманітного сімейного та індивідуального дозвілля, культурної активності через виставки та концерти, а також важливої міжпоколінної взаємодії між дітьми, молоддю, людьми середнього віку та пенсіонерами в безпечному та комфортному контрольованому середовищі.

Чітко визначено на основі соціологічних досліджень та спостережень, що торгово-розважальні центри об'єктивно сприяють активному формуванню принципово нових сценаріїв міського життя та дозвільних практик, у яких органічно поєднуються процеси споживання товарів та послуг, рекреації та відпочинку, а також інтенсивної соціальної взаємодії та комунікації. Люди приходять до ТРЦ не лише за покупками, а й для прогулянок, зустрічей з друзями, сімейного відпочинку, відвідування кінотеатрів та ресторанів, що створює багатопланову соціальну активність. Водночас критично зазначено та підкреслено, що надмірна комерціалізація таких потенційно громадських просторів, їхня орієнтація передусім на споживачів з достатнім рівнем доходів може призводити до суттєвого обмеження їхньої публічності та демократичності, а також до створення прихованих соціальних та психологічних бар'єрів доступу для менш забезпечених верств населення, що суперечить ідеї інклюзивного міста.

Важливо також відзначити, що ТРЦ змінюють часову структуру міського життя, пропонуючи можливості для активності до пізнього вечора, коли традиційні громадські простори вже не функціонують або стають небезпечними. Це особливо важливо для працюючого населення, студентів та

молоді, які мають обмежений вільний час у денні години.

Економічні ефекти та містоформуючий вплив

Ґрунтовно проаналізовано багатоплановий економічний вплив функціонування ТРЦ на комплексний соціально-економічний розвиток середнього міста як цілісної системи. Переконаливо встановлено на основі статистичних даних та емпіричних спостережень, що торгово-розважальні центри суттєво сприяють значному зростанню рівня зайнятості місцевого населення через створення сотень та тисяч нових постійних робочих місць різної кваліфікації - від продавців-консультантів до менеджерів та технічних спеціалістів, активному формуванню нових робочих місць у суміжних галузях - логістиці, охороні, клінінгу, рекламі - та загальній активізації інвестиційних процесів у районі розташування ТРЦ через підвищення вартості землі та нерухомості. Це створює позитивний мультиплікативний ефект для всієї міської економіки.

Разом із цими безперечно позитивними ефектами чітко визначено та систематизовано потенційні серйозні ризики та негативні наслідки, насамперед пов'язані з поступовим витісненням традиційної маломасштабної локальної торгівлі - невеликих приватних магазинів, родинних крамниць, ринків - що не можуть конкурувати з великими мережами за асортиментом та цінами, а також із глибокою трансформацією та можливою деградацією історичних комерційних зон і вулиць, що втрачають відвідувачів та інвестиції. Відтак обґрунтовано підкреслено об'єктивну необхідність розробки та впровадження інтегрованої виваженої міської політики, спрямованої на свідоме збереження розумного балансу між великими торговими комплексами, що забезпечують різноманітність та сучасний рівень сервісу, і локальним дрібним підприємництвом, що підтримує унікальність міста та забезпечує зайнятість значної частини населення.

Економічний аналіз також має враховувати податкові надходження від ТРЦ до місцевого бюджету, вплив на ринок комерційної нерухомості, зміни в структурі роздрібно торгівлі міста та потенційні ризики надмірної залежності від одного великого комерційного об'єкта, що може створювати вразливість міської економіки.

Транспортний вимір та міська мобільність

Окрему значну увагу в дослідженні приділено детальному аналізу суттєвого впливу торгово-розважальних центрів на складну транспортну структуру та систему міської мобільності середнього міста. Переконаливо встановлено на основі транспортних обстежень та моделювання, що ТРЦ є надзвичайно потужними генераторами інтенсивних транспортних та пішохідних потоків, що концентруються в певних точках міста у пікові години, і тому суттєво впливають на рівень навантаження існуючої вулично-дорожньої мережі, часто призводячи до утворення заторів та погіршення транспортної ситуації в прилеглих районах. Зроблено обґрунтований висновок, що ефективно та екологічно відповідальне функціонування таких масштабних об'єктів можливе виключно за умови їхньої продуманої інтеграції у загальноміську систему громадського транспорту через організацію спеціальних маршрутів та зупинок, а також свідомого формування безпечних, зручних і комфортних пішохідних маршрутів з житлових районів та транспортних вузлів, що дозволить частині відвідувачів відмовитися від використання приватного автомобіля. Обґрунтовано підкреслено доцільність та необхідність послідовного застосування принципів сталого транспорту - пріоритету громадського транспорту, велосипедної інфраструктури, пішохідної доступності - і цілеспрямованого обмеження надмірної автомобільної орієнтації проектних рішень, що проявляється у створенні величезних паркінгів, орієнтації входів виключно на автомобілістів та ігноруванні потреб пішоходів. Сталий підхід передбачає створення комфортного пішохідного середовища, якісних велодоріжок, зручних зупинок громадського транспорту, що зменшить екологічне навантаження та поліпшить якість міського середовища.

Транспортний аналіз також повинен включати оцінку впливу на паркувальну ситуацію в районі, необхідність модернізації вулично-дорожньої мережі, можливості організації транспортно-пересадочних вузлів та інтеграції з перспективними системами громадського транспорту.

Екологічний вимір: виклики та можливості

Комплексно розглянуто багатоаспектний екологічний вимір діяльності та функціонування торгово-розважальних центрів у контексті концепції сталого розвитку міста. З одного боку, об'єктивно встановлено їхній потенційно серйозний негативний вплив на стан довкілля та екологічний баланс території через значне підвищення енергоспоживання на опалення, охолодження, вентиляцію та освітлення великих об'ємів приміщень, суттєве зростання транспортних викидів парникових газів та забруднюючих речовин через концентрацію автомобільного трафіку, а також через запечаткування значних площ природної поверхні асфальтом та бетоном, що порушує природний водний баланс території та створює ефект теплового острова.

З іншого боку, переконаливо визначено та обґрунтовано значні можливості та перспективи використання ТРЦ як експериментальних платформ та демонстраційних майданчиків для практичного впровадження найсучасніших екологічно орієнтованих архітектурних та інженерних рішень, включаючи високоефективні енергоефективні скляні фасади з сонцезахисними та теплозберігаючими покриттями, альтернативні відновлювані джерела електричного живлення - сонячні панелі, вітрогенератори, геотермальні системи, зелені експлуатовані простори на дахах та терасах з рослинністю, що покращує мікроклімат, складні інженерні системи сталого розвитку рекуперация тепла, системи збору та повторного використання дощової води, ефективні системи управління освітленням. Такі інновації не лише знижують негативний екологічний вплив, а й створюють позитивний демонстраційний ефект для всього міста, формують екологічну культуру населення та задають нові стандарти відповідального будівництва.

Екологічний аналіз має також враховувати вплив на біорізноманіття території, можливості збереження існуючих зелених насаджень, організацію роздільного збору відходів, використання екологічних будівельних матеріалів та загальний вуглецевий слід об'єкта протягом усього життєвого циклу.

Архітектурна ідентичність та якість середовища

Важливим аспектом дослідження стало виявлення ролі архітектурного образу ТРЦ у формуванні міської ідентичності та загальної культури середовища. Встановлено, що якість архітектурних рішень, контекстуальність проектування, використання локальних матеріалів та мотивів суттєво впливають на сприйняття об'єкта мешканцями та його інтеграцію в історичне та культурне середовище міста. ТРЦ, що ігнорують місцевий контекст та копіюють універсальні міжнародні рішення, ризикують залишитися чужорідними елементами в міській тканині, тоді як контекстуально спроектовані об'єкти можуть стати органічною частиною міста та джерелом гордості мешканців.

Архітектурний аналіз має враховувати масштаб будівлі відносно оточення, якість фасадів та матеріалів, організацію публічних просторів перед входами, нічне освітлення, ландшафтний дизайн прилеглої території та загальний внесок об'єкта в архітектурну панораму міста.

Синтез висновків та перспективи дослідження

Узагальнення та систематизація всього багатопланового матеріалу першого розділу магістерської роботи дає міцні підстави впевнено стверджувати, що торгово-розважальні центри в просторовій, соціальній та економічній структурі середнього міста повинні обов'язково розглядатися як складні багатофункціональні об'єкти комплексного впливу, які формують принципово нову якість міського життя, змінюють усталені практики та створюють нові можливості для населення. Їхня реальна ефективність та позитивний вплив на місто залежить не лише від суто економічних показників ефективності - прибутковості, рівня орендних ставок, обороту, - а передусім і найбільшою мірою від ступеня їхньої органічної інтеграції у складну існуючу структуру міста з повагою до історичного контексту, реальної фізичної та психологічної доступності для

максимально широких верств населення без дискримінації, формування характерної архітектурної ідентичності, що поважає місцевий контекст, послідовної орієнтації на справжні соціальні потреби мешканців, а не лише на комерційні інтереси, та здатності до довгострокової адаптації до мінливих умов.

Отримані в результаті дослідження ґрунтовні теоретичні узагальнення, систематизовані принципи та виявлені закономірності стали міцною методологічною та концептуальною основою для виконання детального передпроектного аналізу конкретної території в місті Івано-Франківську з урахуванням її специфічних містобудівних, історичних, соціальних та екологічних характеристик, а також для подальшого формування комплексних архітектурно-планувальних рішень проектного торгово-розважального центру, що максимально відповідають виявленим теоретичним принципам та враховують локальні особливості контексту, що детально розглядатиметься та обґрунтовуватиметься у наступних розділах магістерської роботи, присвячених практичному проектуванню та експериментальній перевірці теоретичних положень. Подальше дослідження передбачає аналіз конкретних аналогів, виявлення кращих практик проектування ТРЦ у середніх містах, детальне обстеження території проектування, соціологічні дослідження потреб населення Івано-Франківська та розробку проектної концепції, що синтезує теоретичні напрацювання з реальними умовами та вимогами замовника. Особлива увага буде приділена питанням інтеграції об'єкта в історичне середовище міста, забезпеченню транспортної доступності, створенню якісних громадських просторів та впровадженню інноваційних екологічних рішень, що зроблять проект зразком сучасного відповідального архітектурного підходу.

Розділ II. Аналіз проектних рішень та реалізованих торгово-розважальних центрів.

2.1 Світові тенденції формування торгово-розважальних центрів

Світова практика проектування торгово-розважальних центрів (ТРЦ) упродовж останніх трьох-чотирьох десятиліть демонструє радикальний та послідовний перехід від класичних традиційних форматів універсальних торгових будівель закритого типу, орієнтованих виключно на комерційну функцію, до складних багатфункціональних містобудівних утворень інноваційного типу, що інтегрують різноманітні функції та стають важливими елементами міської структури. Сучасний прогресивний торгово-розважальний центр більше не розглядається провідними архітекторами, девелоперами та урбаністами виключно як утилітарний об'єкт торгівлі з обмеженою функціональною програмою - він свідомо формується як складний просторовий організм, у якому органічно поєднуються та взаємодіють різноманітні функції активного дозвілля, відпочинку та рекреації, інтенсивної соціальної комунікації між різними групами населення, культурної діяльності та просвітництва, а також сучасного підприємництва та інноваційного бізнесу.

Основною фундаментальною причиною цієї глибокої трансформації концепції торгового простору стало стрімке глобальне зростання онлайн-торгівлі та електронної комерції з середини 2000-х років, яке кардинально змінило споживчу поведінку та змусило девелоперів, архітекторів та торгових операторів радикально переосмислити роль, функції та потенціал фізичного торгового простору в сучасному цифровому світі. Якщо раніше основною цінністю торгового центру був доступ до широкого асортименту товарів під одним дахом, то сьогодні, коли практично будь-який товар можна замовити онлайн з доставкою додому, цієї переваги вже недостатньо. Торгівля як така поступово доповнюється та збагачується унікальними враженнями, яскравою подією та створенням особливого атмосферного середовища, яке принципово неможливо відтворити у віртуальному цифровому форматі, що залишається безособовим та позбавленим емоційного виміру. Людина приходить до ТРЦ не стільки за конкретним товаром (його можна купити онлайн), скільки за досвідом, враженнями, соціальною взаємодією, атмосферою та можливістю провести час у комфортному та естетично привабливому середовищі.

Концепція "міста в місті": урбаністична логіка внутрішнього простору

Однією з найбільш виразних та впливових провідних тенденцій сучасного проектування є послідовне формування торгово-розважальних центрів за принципом «міст у місті» - концепції, що набула широкого поширення у 2000-2010-х роках. Ця інноваційна проектна концепція передбачає свідоме та детальне відтворення характерної просторової структури традиційного міського середовища у межах одного архітектурного об'єкта або комплексу взаємопов'язаних будівель. У найбільш успішних сучасних торгових центрах Європи, Азії та Північної Америки цілеспрямовано формуються внутрішні «вулиці» з характерним лінійним плануванням та послідовністю фасадів, просторі «площі» для масових заходів та зустрічей, величні атріумні простори з природним освітленням та вертикальними зв'язками, зелені рекреаційні зони з живими рослинами та елементами води, а також різноманітні публічні простори для відпочинку та неформального спілкування, які функціонують ефективно та комфортно незалежно від зовнішніх погодних умов - дощу, снігу, спеки, морозу - та часу доби, забезпечуючи цілодобову доступність.

Такий продуманий урбаністичний підхід спрямований на створення психологічно комфортного та знайомого середовища, яке свідомо імітує звичні міські сценарії користування простором - прогулянки по вулицях, зупинки біля вітрин, відпочинку на лавках площ, зустрічі під годинником - що робить простір інтуїтивно зрозумілим та емоційно прийнятним для різних категорій відвідувачів. Просторова логіка організації сучасного ТРЦ дедалі частіше принципово орієнтована не на традиційні монотонні лінійні коридори-галереї з нескінченними рядами магазинів по обидва боки, а на складну та різноманітну систему взаємопов'язаних вузлів активності - атріумів, форумів, майданчиків - і різнохарактерних просторів - від широких бульварів до камерних алей, - що створюють багатство просторових вражень та стимулюють дослідницьку поведінку відвідувачів. Ця концепція особливо яскраво реалізована в таких знакових проектах як Westfield London у Великій Британії з його внутрішніми вулицями та площами, Dubai Mall в ОАЕ з системою тематичних кварталів, Roppongi Hills у Токіо, що інтегрує торгівлю, культуру та житло в єдиний міський організм. Внутрішні простори цих комплексів настільки достовірно відтворюють міське середовище, що відвідувачі часто забувають про те, що знаходяться всередині будівлі.

Досвід-орієнтована архітектура: емоційний вимір простору

Наступною принципово важливою тенденцією світового рівня є послідовний перехід до концепції «досвід-орієнтованої» (experience-oriented) архітектури, що ставить у центр проектування не функцію, а враження користувача. У сучасній світовій практиці провідні торгово-розважальні центри активно використовуються девелоперами та власниками як експериментальні платформи для сміливих архітектурних експериментів, створення знакових запам'ятовуваних інтер'єрів та формування потужних архітектурних образів, що стають символами міст та об'єктами паломництва туристів. Особлива принципова увага у цьому підході приділяється використанню інноваційних світлопрозорих конструкцій зі скла та полікарбонату, що створюють відчуття легкості, формуванню драматичних вертикальних просторів заввишки 20-30 метрів, що вражають масштабом, розробці складних нестандартних композиційних рішень з використанням криволінійних форм та біонічних мотивів, продуманому застосуванню кольору як інструменту зонування та створення настрою, а також створенню складних сценаріїв динамічного штучного освітлення, що змінюється протягом дня та створює різну атмосферу.

Архітектура в цій парадигмі принципово перестає бути нейтральним фоном або простою оболонкою для торгівлі та стає активним самостійним інструментом формування глибокої емоційної атмосфери, створення незабутніх вражень та побудови емоційного зв'язку з відвідувачем. У результаті свідомого застосування цього підходу саме відвідування торгово-розважального центру поступово перетворюється на самостійну

культурну подію, на своєрідний перформанс та естетичний досвід, а не лише на банальну утилітарну дію з метою придбання необхідних товарів. Люди приходять подивитися на сам простір, зробити фото в ефектних інтер'єрах, відчутти атмосферу - торгівля стає вторинною. Яскравими прикладами цього підходу є Galaxy Soho в Пекіні роботи Zaha Hadid Architects з його футуристичними криволінійними формами, Jewel Changi Airport у Сінгапурі з 40-метровим водоспадом всередині будівлі, K11 Art Mall у Гонконзі, що інтегрує сучасне мистецтво в торговий простір, перетворюючи його на живу галерею. Ці об'єкти демонструють, як архітектура може створювати незабутні враження та перетворювати рутинний шопінг на культурну подію.

Багаторівнева організація: вертикальна урбаністика

Важливим характерним аспектом сучасного передового проектування торгово-розважальних центрів є продумана багаторівнева організація внутрішнього простору з чітким функціональним розподілом по вертикалі. Сучасні великі ТРЦ у мегаполісах рідко обмежуються традиційними двома-трьома рівнями - все більш поширеними у світовій практиці стають масштабні комплекси з п'ятьма, шістьма і навіть більше надземними поверхами плюс підземні рівні паркінгу та технічних приміщень. При цьому функціональний розподіл між поверхами відбувається не випадково, а з обов'язковим урахуванням об'єктивної інтенсивності людських потоків та поведінкових патернів відвідувачів: найбільш активні торговельні функції - супермаркети, магазини повсякденного попиту, популярні бренди - стратегічно зосереджуються на нижніх поверхах поблизу головних входів для максимального охоплення потоку; розважальні зони - кінотеатри, боулінг, ігрові центри - переважно розміщуються у верхніх рівнях, щоб стимулювати вертикальний рух; а заклади харчування - ресторани та фуд-корті - все частіше проектуються з безпосереднім виходом на відкриті тераси, експлуатовані озеленені покрівлі або панорамні балкони, що створюють додаткову атракційність та унікальний досвід. Такий науково обґрунтований вертикальний підхід до організації функцій суттєво сприяє активізації всіх рівнів простору без формування «мертвих» малопопулярних поверхів та свідомому подовженню маршрутів руху відвідувачів через необхідність переміщення між поверхами, що об'єктивно підвищує загальну комерційну ефективність об'єкта через збільшення контакту відвідувачів з торговими площами та зростання імпульсивних покупок. Вертикальні комунікації - ескалатори, панорамні ліфти, відкриті сходи - стають не просто засобами переміщення, а архітектурними подіями, що створюють видовідкриття та формують динамічний візуальний досвід.

Прикладами ефективною вертикальною організацією є Times Square у Куала-Лумпурі з 10 поверхами торгово-розважальних функцій, Siam Paragon у Бангкоку з чітким функціональним зонуванням по вертикалі, де кожен поверх має власну тематику та цільову аудиторію.

Інтеграція в міську інфраструктуру: транзитно-орієнтований розвиток

Окремою принциповою уваги заслуговує стійка глобальна тенденція до максимальної інтеграції торгово-розважальних центрів в існуючу міську транспортну та соціальну інфраструктуру, що відображає принципи транзитно-орієнтованого розвитку (Transit-Oriented Development, TOD). У провідних країнах світу - Японії, Сінгапурі, країнах Західної Європи - сучасні торгові центри все частіше проектуються у безпосередньому функціональному та просторовому взаємозв'язку з ключовими транспортними вузлами, станціями метрополітену, центральними залізничними вокзалами та навіть міжнародними аеровокзалами. Формується єдина безшовна інтегрована система «транспорт + торгівля + громадський простір», що радикально зменшує залежність міста та його мешканців від індивідуального забруднюючого автотранспорту, стимулює активний розвиток пішохідної та велосипедної доступності та сприяє формуванню більш сталої моделі міської мобільності.

У країнах Західної Європи, особливо в Нідерландах, Данії, Німеччині, Швейцарії, активно поширюється прогресивна практика стратегічного розміщення великих ТРЦ у складі багатофункціональних транспортних хабів або у рамках масштабної реконструкції та ревіталізації занедбаних промислових та портових територій, що отримують нове життя. Такий підхід забезпечує високу доступність об'єктів для населення з різних районів міста та регіону через громадський транспорт, зменшує потребу в паркувальних місцях та знижує транспортне навантаження на вулично-дорожню мережу, а також сприяє регенерації депресивних міських територій.

Класичними прикладами є Hauptbahnhof у Берліні з торговим центром, інтегрованим у центральний вокзал, Rotterdam Centraal у Роттердамі, де транспортний хаб органічно поєднаний з торговими та офісними функціями, King's Cross у Лондоні - масштабний проект регенерації промислової території навколо історичного вокзалу з створенням нового міського кварталу, що включає торгівлю, офіси, житло та культурні заклади.

Об'єкти змішаного використання: цілодобове міське життя

Ще однією надзвичайно важливою та перспективною глобальною тенденцією сучасного девелопменту є інтенсивний розвиток складних об'єктів змішаного використання (mixed-use development), що інтегрують різноманітні функції в єдиному комплексі. У таких інноваційних проєктах традиційні торгові функції органічно поєднуються та взаємодіють з житловими апартаментами та квартирами, сучасними офісними просторами різного класу, комфортабельними готелями для бізнес-мандрівників та туристів, медичними діагностичними та лікувальними закладами, а також освітніми установами - від дитячих садків до коворкінгів. Це кардинально сприяє формуванню повноцінних цілодобових урбаністичних середовищ нового типу, які залишаються живими, активними та безпечними не лише в робочий час, а й у вечірній та нічний час, у вихідні та святкові дні.

Таким чином торгово-розважальні центри принципово перестають бути типовими «денними» об'єктами з чіткою обмеженим режимом роботи й органічно інтегруються в безперервне повсякденне життя міста як його невід'ємна складова, забезпечуючи різноманітність активностей протягом доби. Мешканці житлових частин комплексу стають постійними користувачами торгових та розважальних функцій, офісні працівники забезпечують денну активність у ресторанах та кафе, готелі приводять туристів - створюється синергетичний ефект взаємного посилення функцій.

Успішними прикладами mixed-use розвитку є Hudson Yards у Нью-Йорку - масштабний проєкт, що поєднує торгівлю, офіси класу А, резиденції преміум-класу, готелі та культурні простори на занедбаній залізничній території; Marina Bay Sands у Сінгапурі - іконічний комплекс з готелем, казино, торговим центром, музеєм та конференц-центром; Zorlu Center у Стамбулі, що інтегрує торговий центр, офісну вежу, житлові апартаменти та концертний зал у єдиний архітектурний ансамбль.

Розширення функції дозвілля: від розваг до культури

Функція дозвілля та розваг у найбільш успішних світових торгово-розважальних центрах постійно та динамічно розширюється, виходячи далеко за традиційні межі. До класичних багатозальних кінотеатрів мультиплексного формату активно додаються сучасні концертні зали з професійною акустикою, камерні комедійні клуби, інноваційні інтерактивні ігрові простори з віртуальною та доповненою реальністю, масштабні віртуальні парки розваг з симуляторами, дитячі навчально-розвивальні центри, що поєднують гру та освіту, спортивні зони з боулінгом, більярдом, скеледромами, а також культурні простори - виставкові галереї, простори для воркшопів та майстер-класів, книгарні з читальними залами. Це яскраво свідчить про фундаментальну зміну концепції споживання у постіндустріальному суспільстві: покупець поступово трансформується у відвідувача, що шукає різноманітний досвід, а торговий процес як такий стає лише однією складовою частиною загального комплексного досвіду відвідування.

Сучасний ТРЦ конкурує не стільки з іншими торговими центрами, скільки з театрами, музеями, парками та іншими формами проведення

дозволя, тому має пропонувати унікальний та різноманітний контент. Особливо виразно ця тенденція проявляється в азіатських країнах, де ТРЦ стають справжніми центрами культурного життя.

Приклади включають K11 Art Mall у Шанхаї та Гонконзі з постійними художніми виставками та інсталяціями, teamLab Borderless у Токіо - музей цифрового мистецтва, інтегрований у торговий комплекс, Mall of America в Міннеаполісі з величезним крийтим парком атракціонів Nickelodeon Universe.

Екологічна відповідальність: зелене будівництво

Значну та дедалі зростаючу роль у сучасній світовій практиці проектування та експлуатації ТРЦ відіграє екологічна складова та принципи сталого розвитку. У процесі проектування нових об'єктів широко застосовуються перевірені принципи зеленого будівництва (green building) та міжнародні стандарти екологічної сертифікації, такі як LEED, BREEAM, DGNB: послідовне впровадження ефективних систем природної вентиляції та провітрювання, що знижують споживання енергії; активне використання відновлюваної сонячної енергії через великі площі фотоелектричних панелей на дахах; проектування високоєфективних енергоефективних скляних фасадів з сонцезахисними та теплозберігаючими покриттями; свідоме застосування екологічно безпечних та відновлюваних будівельних матеріалів з низьким вуглецевим слідом; створення зелених експлуатованих дахів та вертикального озеленення фасадів; системи збору та повторного використання дощової води; ефективне управління відходами з роздільним збором.

У багатьох розвинених країнах світу торгово-розважальні центри свідомо стають експериментальними майданчиками для демонстрації та випробування екологічних інновацій і технологій та служать переконливими прикладами свідомого відповідального архітектурного підходу, що поєднує комерційну ефективність з екологічною відповідальністю. Зелена сертифікація стає конкурентною перевагою та інструментом маркетингу, демонструючи турботу про довкілля та майбутні покоління.

Піонерами в цій сфері є The Eco-Boulevard у Сараєво - перший в регіоні торговий центр з LEED Gold сертифікацією, Bullring у Бірмінгемі з інтегрованими системами відновлюваної енергії, CaixaForum у Мадриді з вертикальним садом на фасаді площею 460 м2.

Соціальна інклюзія: доступність для всіх

Паралельно із екологічними тенденціями активно розвивається важливий напрямок соціальної інклюзії та формування доступного для всіх середовища. Світові провідні торгові центри дедалі більше свідомо орієнтуються на створення повноцінного безбар'єрного середовища універсального дизайну, яке передбачає реальну комплексну доступність для маломобільних груп населення, включаючи людей з інвалідністю на візках, людей похилого віку з обмеженою мобільністю, батьків з маленькими дітьми у колясках, а також людей з тимчасовими обмеженнями рухливості. Для цього продумано проектуються достатньо широкі проходи без порогів та перепадів, зручні пандуси з нормативними ухилами, просторові багаторівневі навігаційні системи з великими контрастними написами та піктограмами, спеціалізовані кімнати матері та дитини з пеленальними столиками та місцями для годування, адаптовані спеціалізовані санітарні вузли з достатнім простором для маневрування візка та спеціальним обладнанням, тактильні покриття для людей з вадами зору, а також звукові маяки та дублювання інформації шрифтом Брайля. Інклюзивний підхід розглядається не лише як виконання формальних нормативних вимог законодавства, а як вияв соціальної відповідальності бізнесу, поваги до прав всіх членів суспільства та розуміння того, що доступність розширює потенційну аудиторію об'єкта. Сучасний ТРЦ має бути комфортним для всіх без виключення.

Зразками інклюзивного проектування є Westfield Stratford City у Лондоні з комплексною системою доступності, включаючи «тихі години» для людей з аутизмом, американські торгові центри з обов'язковим дотриманням вимог ADA (Americans with Disabilities Act), скандинавські ТРЦ з найвищими стандартами універсального дизайну.

Діджиталізація: розумний торговий простір

Важливим викликом та можливістю сучасності є послідовна діджиталізація торгового простору та впровадження технологій розумної будівлі (smart building). До сучасних інноваційних ТРЦ активно інтегруються передові технології: інтерактивні цифрові навігаційні системи з 3D-картами, що допомагають легко знайти потрібний магазин; великі інформаційні сенсорні панелі з актуальною інформацією про акції та події; зручні мобільні застосунки для смартфонів з функціями навігації, знижок та бронювання; складні системи аналітики потоків відвідувачів на основі відеокамер та сенсорів, що дозволяють оптимізувати розміщення орендарів; розумні автоматизовані паркінги з системами пошуку вільних місць та безготівкової оплати; інтегровані автоматизовані системи управління інженерними системами будівлі, що оптимізують енергоспоживання; технології доповненої реальності (AR) для віртуального примірювання одягу; системи розпізнавання облич для персоналізованого маркетингу. Це дозволяє суттєво підвищувати оперативність та ефективність управління складним простором, оптимізувати експлуатаційні витрати через енергозбереження та покращувати загальний користувацький досвід відвідувачів через персоналізацію та зручність. Діджиталізація створює нові можливості для збору даних про поведінку відвідувачів, що дозволяє приймати об'ґрунтовані управлінські рішення та адаптувати пропозицію до реального попиту.

Піонерами діджиталізації є азіатські ТРЦ, зокрема китайські торгові центри Alibaba з інтеграцією онлайн та офлайн торгівлі (концепція New Retail), сингапурські ТРЦ з просунутими системами аналітики, європейські проекти з технологіями розумної будівлі.

Регіональні особливості та культурна адаптація

Варто зазначити, що світові тенденції проектування ТРЦ не є абсолютно універсальними та однаковими у всіх регіонах - вони адаптуються до місцевих культурних особливостей, кліматичних умов, економічного рівня розвитку та споживчих звичок населення. Азіатські торгові центри тяжіють до максимальної щільності функцій, яскравості та театральності, часто включають елементи традиційної архітектури та символики.

Європейські ТРЦ більше орієнтовані на інтеграцію в історичне середовище, використання локальних матеріалів, стриманість форм та екологічність. Американські центри часто характеризуються великими масштабами, орієнтацією на автомобіль та акцентом на розважальній складовій. Середньосхідні ТРЦ вражають розкішню оздоблення, екзотичними атракціонами (криті лижні схили, величезні акваріуми) та адаптацією до екстремального клімату.

Культурна адаптація проявляється також у форматах магазинів, типах закладів харчування, організації молитовних кімнат у мусульманських країнах, форматах дозвілля та розважальних активностей.

Синтез тенденцій та висновки

Таким чином, проведений детальний аналіз світових провідних тенденцій формування та розвитку торгово-розважальних центрів переконливо свідчить про послідовний поступовий перехід від традиційних функціонально обмежених об'єктів торгівлі закритого типу до якісно нових складних багатофункціональних міських систем відкритого характеру. Сучасний прогресивний ТРЦ у світовій практиці розглядається провідними фахівцями не просто як комерційна нерухомість, а як універсальна просторово-організаційна платформа для різноманітного соціального життя, активної рекреації та відпочинку, економічної активності та інновацій, що має істотний багатоплановий вплив на формування якості міського середовища, соціальні практики населення та економічний розвиток територій.

Виявлені та систематизовані глобальні тенденції - урбаністична логіка внутрішнього простору, досвід-орієнтована архітектура, вертикальна

організація, інтеграція в транспортну інфраструктуру, змішане використання функцій, розширення дозвілля, екологічна відповідальність, соціальна інклюзія, діджиталізація - формують чіткі професійні орієнтири та методологічну базу для проектування сучасних конкурентоспроможних торгових центрів у різних контекстах і є важливим теоретичним та практичним підґрунтям для подальшої розробки конкретного об'єкта проектування - торгово-розважального центру в місті Івано-Франківську - у межах даної магістерської роботи. Адаптація цих світових тенденцій до локального контексту середнього міста України з урахуванням його специфічних соціально-економічних умов, культурних традицій, кліматичних особливостей та реальних потреб населення стане ключовим завданням проектної частини дослідження, що дозволить створити об'єкт, що поєднує найкращі світові практики з локальною ідентичністю та реальними можливостями.

2.2 Сучасні архітектурні рішення ТРЦ в Україні.

Важливим чинником еволюції торгово-розважальних центрів в Україні є трансформація ролі девелопера та архітектора у процесі проектування. Якщо раніше основним завданням було максимально ефективно використання торговельної площі, то нині у центрі уваги перебуває формування комплексного середовища. Проектування ТРЦ дедалі більше орієнтується на міждисциплінарний підхід, який поєднує архітектуру, урбаністику, соціологію, маркетинг та інженерію. Це дозволяє формувати багаторівневі просторові концепції, що зважають не лише на функціональне наповнення будівлі, а й на очікування користувачів та довготривалу ефективність об'єкта.

Зростання конкуренції між ТРЦ в українських містах стимулює пошук нових форматів і сценаріїв використання простору. У сучасних торгових центрах дедалі частіше реалізуються концептуальні рішення з акцентом на тематичні простори, індивідуальні дизайнерські зони, активацію атріумів через культурні події та інтерактивні інсталяції. Подібні підходи сприяють формуванню унікального характеру кожного об'єкта та підвищують лояльність відвідувачів.

Особливу увагу в сучасних українських ТРЦ приділяють формуванню системи орієнтації в просторі. Застосовуються чіткі планувальні схеми, візуальні домінанти, кольорове зонування, освітлювальні акценти та цифрові навігаційні системи. Зручність орієнтації стає ключовим фактором комфорту, оскільки складна структура великих торгових центрів без належної навігації може спричинити дезорієнтацію відвідувачів та знижувати ефективність комерційного середовища.

Архітектурна мова українських ТРЦ демонструє поступовий відхід від універсальних стилістичних рішень. У проєктах дедалі більше враховується контекст міста - масштаб забудови, історичне оточення, ландшафтні особливості. Це дозволяє уникати конфлікту між новою забудовою і навколишнім середовищем та формувати архітектуру, що гармонійно інтегрується у міську тканину. У ряді проєктів застосовуються регіональні мотиви у матеріалах фасадів, композиції об'ємів та дизайнерських рішеннях.

Значущим напрямом розвитку є технологізація торгово-розважальних центрів. Українські ТРЦ активно впроваджують системи автоматизованого управління будівлею (BMS), цифрову аналітику потоків, інтелектуальні системи освітлення, клімат-контролю та безпеки. Це дозволяє підвищувати енергоефективність, оптимізувати експлуатаційні витрати та адаптувати роботу об'єкта до реальних навантажень.

Помітною тенденцією є зростання ролі території навколо торгових центрів. В українських містах ТРЦ дедалі частіше формують не лише внутрішній простір, а й благоустрій прилеглих територій. Передбачається облаштування громадських площ, рекреаційних зон, ландшафтних елементів, місць для проведення подій. Таким чином торговий центр виходить за межі будівлі і стає комплексним міським ансамблем.

У контексті війни та безпекових викликів в Україні відбувається істотна переоцінка концепції громадських будівель. Сучасні торгово-розважальні центри дедалі частіше проектуються з урахуванням вимог цивільного захисту. Обов'язковим елементом стають укриття, захищені зони, дублюючі інженерні системи та автономні джерела живлення. Архітектура торгового центру виходить за межі естетики й функціональності, включаючи фактор безпеки як ключовий елемент проектної логіки.

Також варто зазначити, що українська практика поступово адаптується до принципів сталого розвитку. Хоча рівень впровадження «зелених» технологій залишається нерівномірним, у нових проєктах уже закладається потенціал для використання відновлюваних джерел енергії, водозберігаючих систем та матеріалів із низьким вуглецевим слідом. У перспективі це має важливе значення для формування екологічної відповідальності будівельної галузі.

Загалом сучасні торгово-розважальні центри в Україні є показником трансформації архітектурної культури та урбаністичного мислення. Вони відображають прагнення до інтеграції у світові процеси, але водночас змушені враховувати національні реалії, соціальні потреби й безпекові обмеження. Торгові центри поступово перестають бути суто комерційними структурами й дедалі частіше виконують функції культурних, соціальних і навіть захисних об'єктів міського середовища.

Таким чином українські ТРЦ формують нову архітектурну парадигму, у якій торгівля, дозвілля, безпека та громадська активність поєднуються в єдиній системі просторової організації. Цей процес перебуває у стадії активного розвитку та потребує подальшого наукового осмислення.

1. Lavina Mall

1. Найбільший торгово-розважальний центр України.
2. Має понад 400 магазинів, фуд-корт, парк розваг, кінотеатр, зону сімейного відпочинку.
3. Типовий приклад «супер-регіонального» mall, що демонструє, як ТРЦ стає самодостатнім центром функцій, не лише торгівлі.
4. Варто розглянути як приклад масштабних атріумів, розважальної і торговельної частини, великого паркінгу - корисно для проектування великого ТРЦ.

2. Ocean Plaza

5. Один із перших модерних ТРЦ нового покоління в Україні - відкритий 2012 року.
6. Має великі площі, сотні магазинів і кафе, кінотеатр, акваріум (центральний елемент атріуму) - яскравий приклад «досвід-орієнтованого» простору.
7. Цей mall корисний як приклад архітектурної «візитівки» з характерним образом, медіафасадами, дизайном інтер'єру - можна взяти ідеї для формоутворення або брендінгу ТРЦ.

3. Gulliver Shopping Mall

8. Мультифункціональний комплекс у центрі Києва - магазини, ресторани, кінотеатр, боулінг, панорамні види на місто.
9. Як приклад вертикальної організації простору - багатопверховий mall із зручними вертикальними комунікаціями, що може бути корисно, якщо

твій проєкт має кілька рівнів.

4. River Mall

10. Торгово-розважальний центр на Лівому березі Києва, розташований біля набережної - хороший приклад інтеграції mall у природно-міський контекст.

11. Має сучасне планування, зручну комерційну структуру, частково відкриті тераси - корисний як референс для комплексів, що мають працювати з рельєфом чи водоймою.

5. King Cross Leopolis

1. Це найбільший за площею ТРЦ Західної України.

2. Має близько 110 магазинів, гіпермаркет (як «якір»), розважальні зони: кінотеатр-мультиплекс, боулінг, льодову арену.

3. Парковка на ~1800 авто, що показує, як вирішують логістику трафіку і масштаб - важливо, якщо твій проєкт має схожі задачі.

4. Цей ТРЦ - гарний приклад для регіонального центру: поєднує торгівлю, розваги, соціальне навантаження, при тому з високим рівнем інфраструктури, адаптованим до місцевого контексту.

6. Forum Lviv

1. Відкритий у 2015 році, має 3 поверхи, торгова площа ~35 000 м², підземний паркінг на 600 авто.

2. Має магазини, кінотеатр, заклади харчування - типове наповнення, але на компактнішій площі ніж мегамолли.

3. Добрий приклад «компактного ТРЦ» для середнього/невеликого міста - важливо, якщо твій об'єкт у Івано-Франківську не має мати гігантських масштабів, але прагне забезпечити базовий набір функцій.

7. Veles Mall

4. Veles Mall - найбільший торгово-розважальний центр міста і один з найбільших у західній Україні.

5. Його загальна площа - понад 60 000 м².

6. У складі - близько 150 магазинів, кінотеатр, фудкорт/заклади харчування, сервіси (хімістка, аптека тощо), паркінг із великою кількістю місць.

7. Заклад відкрито як «регіональний» mall, тобто не просто місцевий торговий центр, а масштабний комплекс з широким функціоналом.

8. Панорама Plaza

8. Панорама Plaza - один з торгово-розважальних / торгових комплексів в місті.

9. Адреса: бульвар Північний, 2А.

9. Основні параметри ТЦ А7

1. Загальна площа (GBA) - ≈ 10 100 м².

2. Орієнтовна торгова площа (GLA) - ≈ 7 500 м².

3. Поверховість - 4 рівні.

2.3 Інтерпретація сучасних проєктних рішень та їх адаптація до умов середнього міста

Сучасні торгово-розважальні центри дедалі менше розглядаються провідними архітекторами, урбаністами та девелоперами як виключно комерційні об'єкти з вузькою функціональною програмою й набувають принципово нового значення комплексних багатофункціональних громадських просторів, що відіграють вагомий та багатоплановий роль у формуванні якості міського середовища, соціальних практик населення та економічного розвитку територій. Детальний аналіз численних світових прикладів з Європи, Азії, Північної та Південної Америки, а також вітчизняних реалізованих проєктів останніх років засвідчує глибоку якісну трансформацію архітектурно-планувальної структури ТРЦ, яка об'єктивно обумовлена фундаментальними змінами способу життя сучасного населення, стрімким розвитком цифрових технологій та інформаційних систем, а також послідовним зростанням суспільних вимог до якості, доступності та екологічності публічного простору. У зв'язку з цими глобальними тенденціями виникає об'єктивна потреба у переосмисленні усталених принципів проєктування торгово-розважальних центрів саме у специфічному контексті середніх міст з населенням від 50 до 500 тисяч мешканців, де роль, масштаб та функції таких об'єктів мають власну виразну специфіку, що суттєво відрізняється від мегалопісів.

Специфіка середнього міста: контекстуальні відмінності

На принципову відміну від великих мегалопісів з багатомільйонним населенням, де масштабні торгові комплекси часто виконують функцію потужних регіональних центрів тяжіння, що обслуговують населення цілих областей та залучають значні туристичні потоки, у середніх містах торговий центр природно стає органічним елементом системи повсякденного життя місцевого населення, орієнтованим на регулярне, а не епізодичне відвідування. Його реальна роль значно виходить за вузькі межі суто торгівельної функції й комплексно охоплює соціальну складову як місця зустрічей та спілкування, культурну складову як майданчика для місцевих подій та ініціатив, а також сервісну складову як центру побутових та професійних послуг. Саме тому продумана адаптація світових проєктних підходів та інноваційних рішень до специфічних умов середнього міста об'єктивно потребує комплексного перегляду та переосмислення таких ключових аспектів як масштабність архітектурних рішень та їхня відповідність оточенню, просторова структура та логіка організації внутрішніх зв'язків, а також функціональне наповнення торгового-розважального центру з урахуванням реальних потреб місцевого населення, його платоспроможності та культурних традицій.

Середнє місто має принципово іншу соціальну структуру порівняно з мегалопісом: тут сильніші соціальні зв'язки, менша анонімність, більша спільність інтересів та цінностей. Це означає, що ТРЦ у такому контексті стає не анонімним споживчим простором, а частиною ідентичності міста, місцем, де люди регулярно зустрічаються, де формуються локальні спільноти та традиції. Тому архітектурні та функціональні рішення мають враховувати цю специфіку соціальної тканини.

Від замкненості до відкритості: просторова інтеграція

Однією з найбільш важливих ключових тенденцій сучасного прогресивного проєктування торгово-розважальних центрів є послідовний перехід

від традиційної замкненої інтровертної моделі ТРЦ, що функціонує як ізолюваний від міста організм, до відкритих, напівінтегрованих просторів нового типу, які візуально, функціонально та психологічно тісно пов'язані з міським контекстом та природно продовжують міську тканину. У специфічних умовах середнього міста торговий центр принципово не повинен конкурувати з традиційною вуличною активністю, витісняючи її та руйнуючи історично сформовані торгові зони, а навпаки - має підсилювати, доповнювати та збагачувати її, створюючи синергетичний ефект. Це стратегічно реалізується шляхом свідомого формування прозорих скляних фасадів з високою візуальною проникністю, що дозволяють бачити внутрішнє життя центру з вулиці, організації відкритих гостинних входів без психологічних бар'єрів, створення якісних громадських площ та озеленених скверів перед будівлю як продовження міського публічного простору, а також продуманої просторової інтеграції внутрішніх торгових галерей із зовнішнім міським середовищем через систему наскрізних проходів, пасажів, внутрішніх вулиць з виходами на різні боки кварталу. Такий прогресивний підхід дозволяє радикально відмовитися від усталеного негативного сприйняття торгового центру як ізолюваної закритої споруди, що відгороджується від міста глухими фасадами та створює розриви в міській тканині, й органічно формує продуктивну взаємодію з навколишньою історичною та сучасною забудовою, пішохідними маршрутами та громадськими просторами. ТРЦ перетворюється на проникний елемент міської структури, через який можна пройти наскрізь, використовуючи його як зручний шлях між різними частинами міста, що значно підвищує його інтеграцію в повсякденне життя.

Прикладами такого відкритого підходу можуть бути європейські торгові пасажі з наскрізними проходами, азіатські ТРЦ з внутрішніми вулицями, що є природним продовженням міських магістралей, сучасні проекти з повністю скляними фасадами, що стирають межу між інтер'єром та міським простором.

Масштабність та контекстуальність: гармонія з оточенням

Особливу критичну роль у формуванні успішного архітектурного рішення відіграє питання масштабності архітектурних рішень та їхньої відповідності існуючому міському контексту. Для специфічних умов середнього міста з відносно невисокою та неінтенсивною забудовою надмірна гіпермасштабність торгових центрів, що є прийнятною для мегалополісів, є об'єктивно недоцільною та навіть шкідливою, оскільки може спричинити серйозний дисбаланс у функціонуванні міської системи, пригнічувати історичну забудову, створювати різкі контрасти та руйнувати усталену візуальну гармонію. Натомість обґрунтована перевага має надаватися компактним за об'ємом, але добре організованим та функціонально насиченим об'єктам із чіткою зрозумілою просторовою логікою, раціональною структурою та продуманими деталями. Архітектура таких центрів обов'язково має бути масштабно гармонійною щодо навколишнього середовища, тактовно враховувати історичний контекст, не пригнічувати своєю масою житлову забудову та не створювати дискомфорт для мешканців прилеглих будинків, але при цьому зберігати необхідну візуальну привабливість, сучасну естетику та архітектурну індивідуальність, що робить об'єкт впізнаваним та привабливим для відвідувачів.

Питання масштабу вирішується не лише через фізичні розміри будівлі, а й через архітектурні прийоми: членування великих об'ємів на менші компоненти, використання людиномірних деталей на рівні першого поверху, ритм фасадів, що співзвучний з оточуючою забудовою, матеріали та кольори, що гармонують з місцевою палітрою. Контекстуальний підхід не означає імітацію історичних форм, а передбачає діалог між сучасною архітектурою та історичним середовищем.

Багатофункціональність як основа життєздатності

Надзвичайно актуальним у сучасних умовах є фундаментальний принцип багатофункціональності як основи формування життєздатного та конкурентоспроможного сучасного торгово-розважального центру, що здатен залучати відвідувачів протягом усього дня та тижня. В умовах середнього міста з обмеженою кількістю населення ТРЦ об'єктивно не здатен формувати стабільний інтенсивний потік відвідувачів виключно за рахунок традиційної торгової функції купівлі-продажу товарів, особливо в умовах зростаючої конкуренції з боку онлайн-торгівлі. Саме тому його функціональна структура обов'язково повинна включати максимально широкий диференційований спектр супутніх функцій: різноманітне громадське харчування від демократичних фуд-кортів до ресторанів середнього класу, різноманітне дозвілля для всіх вікових груп від дитячих ігрових зон до кінотеатрів, сервісні приміщення для побутових послуг - від ремонту взуття до перукарень, гнучкі культурні простори для виставок, презентацій, майстер-класів, багатофункціональні зони для проведення громадських подій, ярмарків, концертів, а також продумані безпечні простори для дітей різного віку з освітньою складовою. Така функціональна насиченість та різноманітність створюють бажану багатозаровість сценаріїв користування простором і надійно забезпечують стабільну активність об'єкта протягом усього дня, вечора та у вихідні дні, перетворюючи одноразове відвідування на регулярну практику.

Багатофункціональність також означає гнучкість використання просторів: можливість трансформації зон залежно від часу доби, дня тижня або сезону. Простори мають бути спроектовані так, щоб легко адаптуватися до різних сценаріїв використання без капітальних переобладнань.

Адаптація замість копіювання: локальний контекст

Принципово важливо розуміти, що успішна інтерпретація сучасних передових проектних підходів полягає категорично не у буквальному механічному копіюванні світових рішень з принципово інших економічних, соціальних та культурних контекстів, а у свідомому формуванні глибоко адаптованих проектних моделей, що максимально відповідають реальним локальним потребам населення, економічним можливостям регіону та культурним традиціям місця. Якщо для мегалополіса стратегічно важливо забезпечити максимальний потік туристів та значні обсяги споживання преміальних товарів, то для середнього міста ключовими критеріями успішності стають фізична та економічна доступність для широких верств населення, психологічний комфорт перебування, раціональність експлуатації і стабільне довгострокове функціонування без кризових періодів. ТРЦ у такому контексті має обслуговувати переважно постійне місцеве населення з його реальними потребами та платоспроможністю, а не лише епізодичних відвідувачів з інших міст чи туристів, орієнтуватися на повсякденні потреби, а не на ексклюзивні товари та послуги.

Локальна адаптація означає врахування специфіки споживчої поведінки, традицій торгівлі, форматів дозвілля, кліматичних умов, будівельних традицій та доступних матеріалів. ТРЦ у західноукраїнському місті має відрізнитися від об'єкта в східному чи південному регіоні, враховуючи культурну, економічну та кліматичну специфіку.

Інтеграція громадських просторів: соціальна функція

Надзвичайно важливим аспектом сучасного відповідального підходу до проектування є свідомо інтеграція якісних громадських просторів у функціональну структуру торгового центру як невід'ємної складової. У середніх містах України об'єктивна відсутність достатньої кількості якісних сучасних громадських зон для відпочинку та соціалізації стає серйозною системною проблемою, що знижує якість життя, тому торгові комплекси можуть та повинні частково компенсувати цей критичний дефіцит публічного простору. Простори світлі атріуми з природним освітленням, комфортабельні холи з зручними меблями, відкриті галереї з озелененням та внутрішні площі для зустрічей виконують не лише допоміжну комерційну функцію створення комфорту для покупців, а й самостійно важливу суспільну функцію формування громадського простору. Вони об'єктивно слугують реальними місцями зустрічей різних соціальних груп, неформальної комунікації між людьми, відпочинку після роботи та різноманітного дозвілля для сімей з дітьми, молоді та людей похилого віку.

Ці простори мають бути спроектовані так, щоб бути комфортними для тривалого перебування: з достатньою кількістю місць для сидіння різних типів, зонами тиші та активності, можливість користування безкоштовним Wi-Fi, доступом до санвузлів, питної води. Важливо, щоб ці простори не сприймалися виключно як комерційні зони, де потрібно щось купувати, а як справжні публічні місця, де можна просто бути.

Прозора просторова організація: логіка та комфорт

Просторова організація торгово-розважального центру у середньому місті обов'язково повинна бути максимально прозорою, інтуїтивно зрозумілою та функціонально логічною для користувачів різного віку та досвіду. Надмірна планувальна складність маршрутів руху, багаторівнева заплутана лабіринтна структура без чітких орієнтирів або погано продумана система навігації з суперечливими вказівниками створюють значний психологічний дискомфорт для користувачів, особливо людей похилого віку та відвідувачів з дітьми, і суттєво знижують загальну ефективність функціонування об'єкта. Саме тому одним із фундаментальних ключових принципів успішного проектування є формування чіткої легко читаної осі руху з можливістю візуальних орієнтирів на кінцеві точки маршруту, рясного природного освітлення, що створює психологічний комфорт, та логічного функціонального зонування з групуванням схожих функцій.

Прозорість організації досягається через відкриті простори, візуальні зв'язки між рівнями, можливість бачити ключові орієнтири (атріум, фонтан, вхід) з різних точок, мінімізацію закритих коридорів та глухих зон. Навігаційна система має бути багаторівневою: від загальних схем до локальних покажчиків, з використанням інтуїтивних піктограм, контрастних кольорів, достатнього розміру шрифтів.

Діджиталізація: розумні технології

У сучасних прогресивних проєктах спостерігається активне та послідовне використання передових digital-технологій та систем розумної будівлі: інтерактивні сенсорні навігаційні системи з 3D-моделями будівлі, інтелектуальне smart-освітлення з датчиками присутності та адаптацією до природного світла, комплексні автоматизовані інженерні системи управління кліматом, енергопостачання та безпекою. Для середніх міст з обмеженими фінансовими ресурсами ці технології не повинні бути надмірними або застосовуватися лише заради престижу, але водночас мають реально підвищувати ефективність експлуатації будівлі через зниження витрат, забезпечувати енергоощадність через оптимізацію роботи систем та покращувати комфорт користування через персоналізацію середовища. Особливо важливим та економічно виправданим є впровадження інтелектуальних систем управління внутрішнім мікрокліматом, що дозволяють гнучко адаптувати температуру, вологість та якість повітря до реальних потреб користувачів у різних зонах та в різний час, значно знижуючи енергоспоживання без зниження комфорту.

Діджиталізація також включає системи аналітики відвідувачів, що дозволяють розуміти патерни поведінки та оптимізувати розміщення функцій, мобільні додатки з навігацією та персоналізованими пропозиціями, системи безконтактної оплати паркінгу, інтеграцію з соціальними мережами для інформування про події. Важливо, щоб технології були зручними для всіх вікових груп, включаючи людей похилого віку.

Екологічний підхід: сталий розвиток

Окрему принципово важливу роль у сучасному відповідальному проектуванні відіграє екологічний підхід та принципи сталого розвитку будівництва. У середньому місті з обмеженими ресурсами та часто складною екологічною ситуацією ТРЦ може та повинен стати переконливим прикладом сталого екологічно відповідального будівництва, демонструючи та популяризуючи використання сучасних енергоефективних будівельних матеріалів з низьким вуглецевим слідом, високоефективні системи природної та механічної вентиляції з рекуперацією тепла, зелені експлуатовані тераси та дахи з рослинністю, що покращує мікроклімат, природне озеленення інтер'єру з живими рослинами, **системи збору та повторного використання дощової води, сонячні панелі для** генерації частини електроенергії. Біофільний дизайн з інтеграцією природних елементів доведено позитивно впливає на психологічний та фізичний стан відвідувачів, знижує стрес і формує комфортне здорове середовище для тривалого перебування, що особливо важливо для об'єктів з масовим відвідуванням.

Екологічний підхід також передбачає мінімізацію відходів на етапі будівництва, використання місцевих матеріалів для зниження транспортних викидів, облаштування велопарковок та душевих для велосипедистів, систем сортування сміття, використання нетоксичних оздоблювальних матеріалів. Важливо, щоб екологічні рішення були не лише декларативними, а реально працювали та демонструвалися відвідувачам для формування екологічної культури.

Безпека як пріоритет: українські реалії

В умовах сучасної України особливої критичної ваги набуває питання безпеки людей та забезпечення цивільного захисту населення. Сучасні торгово-розважальні центри обов'язково мають проектуватися з обов'язковим урахуванням суворих вимог цивільного захисту та можливих надзвичайних ситуацій. Продумана інтеграція повноцінних укриттів подвійного призначення в підвальних або підземних рівнях, безпечних зон з посиленими конструкціями, автономних резервних інженерних систем життєзабезпечення електропостачання, водопостачання, вентиляції - стає не формальною вимогою законодавства, а обов'язковою та органічною складовою архітектурної концепції та відповідальним рішенням проєктувальників. Для середнього міста з обмеженою кількістю захисних споруд це не лише технічна вимога нормативів, а й важлива соціальна функція підвищення безпеки населення, що суттєво підвищує значення ТРЦ як об'єкта критичної міської інфраструктури, здатного захистити людей у надзвичайних ситуаціях.

Безпекові рішення мають інтегруватися в архітектуру органічно: укриття можуть використовуватися у мирний час як паркінг, складські приміщення або технічні зони, але мають можливість швидкої трансформації. Важливо забезпечити чіткі та зрозумілі маршрути евакуації, достатню кількість виходів, системи оповіщення, резервні джерела живлення для критичних систем, запаси води та медикаментів.

Демографічна адаптація: знання аудиторії

Подальша продумана адаптація світових проєктних підходів до реальних умов середнього міста об'єктивно потребує глибокого врахування специфічної демографічної структури населення та його споживчих звичок. На відміну від мегаполісів, де структура користувачів торгових центрів є надзвичайно різномірною, динамічною та постійно оновлюється за рахунок туристів, відряджених, мігрантів, у середніх містах домінує відносно стабільна та гомогенна аудиторія місцевих мешканців з усталеними звичками та традиціями. Це накладає об'єктивні обмеження на оптимальний формат і доцільний масштаб функціонального наповнення торгово-розважальних центрів. У такому специфічному контексті пріоритетними стають категорично не об'єкти масового туристичного характеру чи надто специфічного спрямування, а заклади повсякденного регулярного користування, доступні сервіси побутового призначення від ремонту техніки до косметичних послуг, економічно доступні формати дозвілля для різних вікових груп та громадські простори для неформальної взаємодії та соціалізації.

Знання демографії означає розуміння вікової структури (чи є достатньо дітей для дитячих зон, чи багато молоді для молодіжних форматів, чи значна частка пенсіонерів), рівня доходів (яке співвідношення преміальних, середніх та бюджетних брендів оптимальне), освітнього рівня (чи буде попит на культурні події, лекції, виставки), культурних традицій (які формати харчування, розваг, товарів відповідають місцевим звичкам).

Атмосфера звичності: комфорт замість видовищності

Формування внутрішнього середовища торгово-розважального центру для середнього міста передбачає чітке усвідомлене розуміння того фундаментального факту, що об'єкт має функціонувати передусім як органічний елемент щоденної міської інфраструктури, а не як епізодичний атракціон для особливих випадків або туристична атракція. Архітектура у цьому важливому випадку повинна свідомо створювати атмосферу

приємної звичності, психологічного комфорту та безпеки, а не надмірної театральності видовищності, яка швидко втомлює. Надлишкова монументальність та претензійність може критично розглядатися місцевим населенням як дисбаланс у структурі міста або марнотратство, тоді як поміркована архітектурна виразність у гармонійному поєднанні із функціональною доцільністю та економічною раціональністю сприяє формуванню сталого життєздатного середовища, що органічно інтегрується в повсякденне життя міста.

Звичність не означає нудність або відсутність якості - навпаки, це означає продуманість деталей, зручність користування, передбачуваність просторів, де людина відчуває себе «як вдома», може розслабитися та провести час комфортно. Це середовище, куди хочеться повертатися знову і знову не заради ефекту новизни, а заради стабільної якості та комфорту.

Компактність та насиченість: якість замість кількості

Адаптація просторової організації є одним із найбільш ключових моментів інтерпретації сучасних проєктних підходів для середнього міста. У середньому місті торгово-розважальний центр об'єктивно не може та не повинен бути побудований за принципом величезного гіпермаркету надмірного масштабу мегаполіса з кілометровими галереями. Натомість значно більш доцільною та ефективною є компактна об'ємно-просторова модель, де головна торгова галерея, центральні площі, вертикальні комунікації та ключові функціональні вузли формують чітко читану, інтуїтивно зрозумілу систему. Це забезпечує не лише практичну зручність повсякденного користування для відвідувачів, а й візуальну ясність та психологічну комфортність простору, що особливо важливо для регулярних відвідувачів, які цінують передбачуваність та не хочуть щоразу витратити час на пошук потрібних об'єктів.

Планувальна компактність категорично не означає примітивного спрощення архітектурного рішення або зниження якості простору. Навпаки, у середньому місті з вимогливими постійними користувачами особливо важливими стають акуратні пропорції простору, що створюють гармонію, продумані деталі інтер'єру, що підвищують комфорт, якісні матеріали оздоблення, що забезпечують довговічність, та функціональна насиченість кожного квадратного метра. Тут об'рунтована перевага надається гнучким багатофункціональним зонам, які можуть легко змінювати своє призначення залежно від часу доби, дня тижня чи потреб користувачів. Наприклад, простір фудкорту вдень може трансформуватися у зону проведення різноманітних заходів, презентацій або виступів місцевих колективів увечері, що надає будівлі додаткового соціального значення та підвищує інтенсивність використання простору.

Компактність також означає ефективність експлуатації: менші площі легше обігрівати та охолоджувати, прибирати, контролювати, що знижує експлуатаційні витрати та підвищує рентабельність об'єкта.

Локальна ідентичність: культурний контекст

Важливою принциповою складовою інтерпретації сучасних підходів є обов'язкове врахування локальної культурної ідентичності та історичного контексту. У проєктуванні ТРЦ середніх міст поступово формується стійка позитивна тенденція до свідомого врахування регіонального контексту та місцевої специфіки. Архітектурні рішення починають чутливо реагувати на матеріальну будівельну культуру регіону традиційні матеріали, конструкції, прийоми оздоблення, історичне архітектурне середовище з його масштабом, ритмом, пропорціями, унікальні ландшафтні особливості місцевості та соціальні культурні традиції спільноти. У результаті такого контекстуального підходу ТРЦ перестає бути безликою універсальною копією західного абстрактного «молу», що виглядає однаково в будь-якій точці світу, а набуває виразних ознак локального унікального об'єкта, тісно пов'язаного з конкретним місцем, його історією та культурою.

Локальна ідентичність може проявлятися у використанні місцевих природних матеріалів (дерево, камінь характерних порід), інтерпретації традиційних архітектурних мотивів у сучасній мові, кольоровій гамі, що співзвучна з місцевим середовищем, включенні творів місцевих художників та ремісників в оздоблення, підтримці локальних виробників та торгових марок у орендній політиці, організації виставок місцевої історії та культури.

Громадські простори: соціальна відповідальність

Особливу критичну роль у структурі ТРЦ середнього міста відіграють якісні громадські простори, які формуються в межах торгово-розважального центру як його невід'ємна соціально значуща складова. За об'єктивної відсутності достатньої кількості повноцінних міських площ європейського типу, сучасних культурних центрів доступних для всіх чи якісних публічних просторів нового зразка, ТРЦ частково перебирають на себе важливу роль громадських майданчиків для різноманітної соціальної активності. Просторі атриуми, комфортні холи та функціональні внутрішні площі стають реальним місцем реалізації соціальної активності місцевого населення. Тут природно відбуваються зустрічі знайомих та друзів, організовується відпочинок сімей з дітьми, здійснюється неформальна комунікація між різними соціальними та віковими групами, що переводить торговий центр із вузької категорії суто комерційної інфраструктури, орієнтованої виключно на прибуток, у широкую площину соціально значущих об'єктів, що виконують важливу громадську функцію.

Ці простори мають проєктуватися з розумінням їхньої соціальної ролі: з достатньою кількістю різноманітних місць для сидіння (лавки, крісла, пуфи), зонами для різних активностей (тихий відпочинок, спілкування, очікування, робота за ноутбуком), можливостями для організації подій (сцена або майданчик, технічне забезпечення), безкоштовними сервісами (Wi-Fi, зарядні станції, питна вода, чисті санвузли), елементами, що створюють комфорт (озеленення, фонтани, природне освітлення, комфортна температура).

Безпека та комфорт: цілірочіне використання

Соціальна функція ТРЦ у середньому місті значною критичною мірою полягає у створенні безпечного фізично та психологічно і комфортного фізіологічно середовища для різних груп населення. У містах, де об'єктивно обмежена кількість сучасних якісних публічних просторів для відпочинку та соціалізації, торгово-розважальні центри часто стають реальною альтернативою вуличним локаціям у несприятливу погоду (дощ, сніг, вітер), у темний вечірній час, коли вулиці стають менш безпечними, або в холодний зимовий період, коли традиційні відкриті простори непридатні для тривалого перебування. Архітектурні та інженерні рішення у цьому важливому випадку повинні бути максимально спрямовані на забезпечення психологічного комфорту та фізичного благополуччя: достатня висота приміщень (мінімум 4-5 метрів) для відчуття простору та свободи, ясне природне денне освітлення через великі вікна та зенітні ліхтарі, продумане озеленення інтер'єру живими рослинами, візуальна відкритість без глухих зон та комфортний акустичний режим без надмірного шуму мають першочергове значення для створення здорового середовища.

Безпека включає не лише фізичну охорону та відеоспостереження, а й універсальний дизайн, що запобігає травмам (нековзкі покриття, відсутність порогів, безпечні поручні), якість повітря через ефективну вентиляцію, гігієну приміщень, доступність медичної допомоги (аптечки, дефібрилятори, зв'язок з медичними службами).

Мобільність та доступність: транспортна інтеграція

Інтерпретація світових тенденцій у специфічному середовищі середнього міста також істотно стосується питань організації мобільності та транспортної доступності. Якщо для великих міст абсолютно ключовим є інтеграція з розвинутою системою метро та багаторівневими транспортними хабами, то у середніх містах з обмеженою системою громадського транспорту на перше місце закономірно виходить забезпечення зручної доступності для пішоходів і власників приватного індивідуального транспорту. Продумане проєктування ТРЦ має

обов'язково враховувати раціональне розташування достатньої кількості паркінгів з зручними під'їздами, чітку логіку організації під'їздів для різних категорій транспорту, зручність та безпеку пішохідних переходів від паркінгів до входів, безпечні продумані пішохідні маршрути від житлових районів та зупинок громадського транспорту. Надмірне транспортне навантаження на прилеглі вулиці може критично негативно впливати на якість житлового середовища та комфорт мешканців, тому надзвичайно важливо забезпечити чітке функціональне зонування транспортних і пішохідних потоків, їх розмежування у часі та просторі, організацію безпечних переходів.

Важливо також забезпечити доступність для велосипедистів (велодоріжки, велопарковки, душові), інтеграцію з маршрутами громадського транспорту (зупинки поблизу входів, зручні пішохідні зв'язки), можливості для таксі та каршерингу, зони висадки пасажирів.

Енергоефективність: економічна доцільність

Проблематика енергоефективності та раціонального використання ресурсів також набуває особливої критичної ваги саме у середніх містах, де експлуатаційні витрати на утримання будівлі стають визначальним чинником довгострокової рентабельності та конкурентоспроможності об'єкта. Світові передові архітектурні підходи до «зеленого» екологічного будівництва вимагають розумної адаптації до реальних економічних можливостей регіону та платоспроможності орендарів. Тому впровадження інноваційних технологій повинно бути економічно зваженим і ретельно обґрунтованим з точки зору терміну окупності інвестицій. Йдеться не стільки про надскладні дорогі інноваційні системи, скільки про базові перевірені принципи енергоефективності: якісна теплоізоляція огорожувальних конструкцій, правильна орієнтація будівлі відносно сторін світу, максимальне використання природної інсоляції для освітлення та пасивного обігріву, раціональне функціональне зонування приміщень відповідно до теплових навантажень, застосування енергоефективного обладнання та світлодіодного освітлення.

Енергоефективність має розглядатися не як додаткова опція, а як обов'язкова складова, що знижує експлуатаційні витрати, підвищує конкурентоспроможність (нижчі орендні ставки при тих самих доходах власника), позитивно впливає на екологію міста та формує відповідальний імідж об'єкта.

Гнучкість та адаптивність: стратегічне мислення

Умови середнього міста з його повільнішими темпами економічного розвитку та змін передбачають особливий підхід до управління простором та планування майбутнього. Архітектурні рішення повинні обов'язково враховувати тривалий життєвий цикл будівлі (30-50 років), неминучу можливість зміни орендарів і трансформації функцій у відповідь на ринкові зміни. Проектування має бути стратегічно орієнтованим на майбутню трансформацію та адаптацію без капітальних дорогих реконструкцій, що вимагають значних інвестицій. Гнучкість просторової структури стає стратегічною довгостроковою вимогою, оскільки природна змінюваність економічної ситуації, споживчих переваг та форматів торгівлі вимагає високої адаптивності від об'єктів торгової інфраструктури для збереження їхньої конкурентоспроможності.

Гнучкість забезпечується через: модульну сітку планування, що дозволяє легко об'єднувати або ділити приміщення; уніфіковані інженерні системи з можливістю перепідключення; нейтральну архітектуру несучих конструкцій; легкі трансформовані перегородки; універсальні комунікаційні шахти; можливість зміни функціонального призначення цілих зон.

Безпека як пріоритет: адаптація до реальності

Особливу критичну вагу в українських реаліях має безпековий аспект організації простору, який в умовах воєнного стану та постійної загрози набув принципово нового стратегічного значення для суспільства. Адаптація сучасних торгових центрів до умов середнього міста в Україні вже категорично не може ігнорувати суворі вимоги цивільного захисту населення та забезпечення безпеки у надзвичайних ситуаціях. Продумана інтеграція повноцінних укриттів подвійного призначення, надійних аварійних виходів з різних частин будівлі, автономних резервних джерел електричного живлення та автономних систем водозабезпечення з запасами повинна виконуватися не формально для отримання дозволів, а як органічна невід'ємна частина архітектурної концепції, що визначає планувальні рішення з самого початку проектування.

ТРЦ у такому відповідальному контексті закономірно перетворюється на багатофункціональний об'єкт, що може ефективно виконувати функцію безпечного захищеного середовища у критичних ситуаціях різного характеру. Це істотно підвищує його соціальну цінність для міста і кардинально змінює архітектурну парадигму проектування, у рамках якої торговий центр принципово перестає бути суто комерційною спорудою, орієнтованою виключно на прибуток, а набуває рис об'єкта критичної інфраструктури з відповідними вимогами до надійності, автономності та захищеності.

Висновок до розділу II.

У другому розділі магістерської роботи було здійснено системний аналіз сучасних проектних рішень торгово-розважальних центрів у світовій та українській архітектурній практиці. Увага зосереджувалася не лише на об'ємно-просторових та планувальних аспектах проектування, а й на соціальній ролі ТРЦ в умовах трансформації міського середовища. На основі вивчення теоретичних джерел і практичних прикладів було сформовано цілісне бачення торгово-розважального центру як багатофункціонального громадського простору, який інтегрується в структуру міста та бере участь у формуванні його соціального, культурного та економічного образу.

У підрозділі 2.1 проаналізовано світові тенденції розвитку торгово-розважальних центрів, що дало змогу виявити істотні зміни в їхній типології. З'ясовано, що сучасні ТРЦ є синтетичними об'єктами, які поєднують торговельну, розважальну, рекреаційну й громадську функції. Встановлено, що архітектура таких споруд дедалі більше орієнтується на принципи людиноцентричності, просторової відкритості, екологічної стійкості та інтеграції в міське середовище. Світовий досвід демонструє відхід від закритих мов на користь моделей відкритого середовища, що забезпечує гнучкість використання простору, тривале перебування відвідувачів і розширення функціонального спектру будівель.

У підрозділі 2.2 досліджено особливості формування торгово-розважальних центрів в Україні. Установлено, що вітчизняні ТРЦ перебувають у фазі активного пошуку власної типологічної моделі, підлаштованої під економічні, соціальні та містобудівні умови країни. Проаналізовані приклади засвідчили прагнення до поєднання міжнародного досвіду з локальними умовами, що проявляється як у масштабах, так і в планувальній структурі об'єктів. Особливу увагу приділено прикладам торгових центрів в Івано-Франківську, серед яких ТЦ «А7» розглядається як характерний зразок торгового об'єкта локального рівня, інтегрованого у житлове середовище середнього міста. Дослідження цього прикладу дозволило виявити ефективність форматів районного масштабу, орієнтованих на стабільне щоденне користування мешканцями.

У підрозділі 2.3 здійснено узагальнення проектних підходів і розглянуто особливості адаптації сучасних архітектурних рішень до умов середнього міста. Показано, що при проектуванні торгово-розважальних центрів у середовищі середнього міста необхідно дотримуватись принципу масштабної відповідності: об'єкт не повинен порушувати баланс міської системи, натомість має посилювати якість середовища проживання. Визначено, що ефективна модель ТРЦ у середньому місті базується на компактності, доступності та соціальній спрямованості, а також передбачає створення якісних громадських просторів, які здатні виконувати роль локальних центрів суспільного життя.

Аналіз світових і українських прикладів дозволив сформулювати систему проектних орієнтирів для подальшого проектування:

1. орієнтація на людину як основного користувача;
2. створення ієрархії просторів;

3. впровадження принципів універсального дизайну;
4. формування безпечного середовища;
5. проектування прозорих і логічних просторових структур;
6. гнучкість у планувальних рішеннях;
7. інтеграція об'єкта у міський контекст;
8. урахування кліматичних, соціальних та демографічних факторів.

Особливої ваги у контексті сучасної української урбаністики набуває питання безпеки. Було встановлено, що торгово-розважальні центри сьогодні повинні проектуватися з урахуванням потреб цивільного захисту. Це вимагає включення до структури будівель сховищ, автономних інженерних систем, резервних джерел живлення та продуманих шляхів евакуації. Таким чином ТРЦ набуває нового змісту як об'єкт безпечного перебування в умовах надзвичайних ситуацій, що істотно змінює підхід до архітектурного проектування в Україні.

Дослідження також показало, що торгово-розважальний центр у сучасному місті має розглядатися як фактор просторового розвитку території. Його поява здатна активізувати довколишні райони, стимулювати розвиток малого бізнесу, змінювати структуру пішохідних потоків та сприяти формуванню нових центрів міської активності. Це особливо важливо для середніх міст, де кожний великий об'єкт має значний вплив на містобудівну систему загалом.

Таким чином, другий розділ роботи створив теоретико-аналітичну платформу для проектної частини магістерської роботи. На основі отриманих результатів у третьому розділі здійснюється містобудівний аналіз ділянки, формується концепція торгово-розважального центру та обґрунтовуються архітектурно-планувальні рішення. Узагальнені висновки другого розділу слугують основою для практичної реалізації наукових положень у проектному рішенні.

[HYPERLINK \l "_heading=h.49x2ik5" \h](#) **Розділ III.** Проектне рішення ТРЦ В м.Івано-Франківськ

3.1 Містобудівний аналіз та характеристика ділянки

Івано-Франківськ є одним із провідних культурних, економічних та адміністративних центрів Західної України, обласним центром Івано-Франківської області та одним із трьох головних міст історико-географічного регіону Галичина. Місто розташоване на Прикарпатті, у передгір'ях Карпатських гір, на відстані близько 120 кілометрів на південний схід від Львова. Станом на 2024 рік чисельність населення міста становить 227 827 осіб, що класифікує його як середнє місто з добре розвинутою міською інфраструктурою, стабільною демографічною ситуацією та помітною роллю в регіональному розвитку.

Історія міста сягає 1662 року, коли воно було засноване як фортеця під назвою Станіслав. У 1962 році місто було перейменовано на честь видатного українського письменника, мислителя та громадського діяча Івана Франка, життя та творчість якого безпосередньо пов'язані з цим краєм. Протягом століть місто розвивалося як важливий торговельний, культурний та транспортний вузол, що зумовило формування складної міської структури з чітко вираженим історичним центром, радіально-кільцевою системою вулиць та різноманітними за характером житловими і промисловими районами.

Сучасний Івано-Франківськ характеризується поліцентричною містобудівною структурою, де поряд із історичним ядром формуються нові субцентри міської активності. Місто складається з 23 мікрорайонів, кожен із яких має свою специфіку, соціально-демографічний профіль та рівень забезпеченості інфраструктурою. До найбільш розвинених та престижних районів належать Каскад, Софіївка, Арсенал, Гірка, Будівельників, Позитрон та Центр. Ці райони відзначаються високою концентрацією житлових забудови, об'єктів комерційної нерухомості, установ освіти, охорони здоров'я та культури.

Клімат Івано-Франківська помірно континентальний, з відносно м'якою зимою та теплим літом. Середня температура січня становить -4°C , квітня $+8^{\circ}\text{C}$, липня $+19^{\circ}\text{C}$, жовтня $+8^{\circ}\text{C}$. Річна кількість опадів коливається в межах 600-700 мм, з максимумом у літні місяці. Такі кліматичні умови є сприятливими для будівництва та експлуатації громадських будівель, зокрема торгово-розважальних центрів, проте вимагають врахування сезонних коливань навантажень на інженерні системи, особливо опалення та кондиціонування.

Транспортна інфраструктура міста включає розгалужену систему автомобільних доріг, тролейбусні та автобусні маршрути, а також залізничну станцію, що забезпечує сполучення з іншими містами України та Європи. В останні роки місто активно працює над оновленням громадського транспорту, зокрема в 2024 році планується введення в експлуатацію 9 нових тролейбусів українського виробництва. Розвиток транспортної інфраструктури є одним із ключових пріоритетів міської влади, що відображено в Комплексному плані просторового розвитку міста, який визначає стратегічні напрями містобудівної політики до 2030 року.

Економіка Івано-Франківська базується на багатогалузевій структурі, що включає харчову промисловість, машинобудування, будівництво, торгівлю та сферу послуг. Місто є важливим освітнім центром, де функціонують численні вищі навчальні заклади, що забезпечує високий рівень освіченості населення та формує стійкий попит на якісні громадські простори, заклади культури, дозвілля та розваг. У цьому контексті розвиток торгово-розважальних центрів розглядається як органічна складова соціально-економічного розвитку міста, що сприяє підвищенню якості життя мешканців, створенню нових робочих місць та залученню інвестицій.

Локалізація проектної ділянки в структурі міста

Проектна ділянка для будівництва торгово-розважального центру розташована за адресою: місто Івано-Франківськ, вулиця Андрія Мельника, 8. Це місце характеризується винятково вигідним стратегічним розташуванням у міській структурі, оскільки знаходиться в безпосередній близькості до історичного центру міста, проте не в його щільно забудованій серцевині, що дозволяє реалізувати масштабний проект без надмірного порушення архітектурно-просторової цілісності історичних кварталів.

Вулиця Андрія Мельника є важливою транспортною артерією, що з'єднує центральну частину міста з новими житловими районами на півночі та північному заході. Вона має статус вулиці міського значення з інтенсивним автомобільним рухом, розвинутою мережею громадського транспорту та добре організованою пішохідною інфраструктурою. Вздовж вулиці розташовані житлові комплекси змішаної поверховості (від 5 до 12 поверхів), об'єкти комерційної нерухомості, заклади освіти, банківські установи та об'єкти сфери послуг. Така різноманітність функцій створює передумови для формування активного міського середовища з високою концентрацією людських потоків протягом усього дня.

Ділянка характеризується прямокутною конфігурацією з загальною площею 15 000 квадратних метрів (1,5 гектара), що є достатнім для реалізації повноцінного торгово-розважального комплексу з необхідною паркувальною інфраструктурою, благоустроєм та буферними зонами. Геометрія ділянки є сприятливою для раціонального розміщення будівельного об'єму, організації під'їзних шляхів та створення компактного, логічно організованого комплексу.

З точки зору містобудівного зонування, ділянка розташована в зоні змішаної забудови з переважанням громадської та комерційної функцій. Це створює сприятливі регуляторні умови для будівництва об'єктів громадського призначення з високою інтенсивністю відвідування. Нормативи забудови дозволяють реалізацію багатоповерхових будівель громадського призначення за умови дотримання вимог щодо інсоляції,

протипожежних розривів, організації паркування та інженерного забезпечення.

Аналіз найближчого оточення та існуючої забудови

Безпосереднє оточення проектною ділянкою формують різноманітні за типологією та функціональним призначенням об'єкти, що створює складний, насичений містобудівний контекст. З одного боку вулиці Андрія Мельника розташовані сучасні житлові комплекси бізнес-класу, зведені в останні 10-15 років. Ці будівлі представлені багатосекційними будинками висотою від 8 до 12 поверхів, з огороженими прибудинковими територіями, підземними або вбудованими паркінгами та розвинутою внутрішньою інфраструктурою. Житловий комплекс "Центральний", що знаходиться неподалік, включає не лише житлові секції, але й торгові приміщення на перших поверхах, дитячу приватну школу, басейн та рекреаційні зони. Це свідчить про високий рівень життя мешканців району та сформований попит на якісні громадські послуги.

З протилежного боку вулиці Андрія Мельника знаходиться житлова забудова середньої поверховості, представлена п'яти- та дев'ятиповерховими будинками, зведеними в 1980-1990-х роках. Ця забудова характеризується типовими планувальними рішеннями радянського періоду, проте пройшла часткову модернізацію та термомодернізацію фасадів. Наявність такої змішаної забудови створює широкий соціально-демографічний профіль потенційних відвідувачів торгово-розважального центру - від молодих сімей з високим рівнем доходів до представників середнього класу та пенсіонерів.

У радіусі 500 метрів від ділянки розташовані численні об'єкти соціальної інфраструктури. Зокрема, функціонують два дошкільні навчальні заклади, середня загальноосвітня школа, музична школа, поліклініка, аптеки, відділення банків (зокрема, ПАТ "Укргазбанк" має відділення на вулиці Андрія Мельника, 11а), торгові об'єкти малого формату, заклади громадського харчування, перукарні та інші об'єкти побутового обслуговування. Така щільність інфраструктури свідчить про високий рівень урбанізації району та його привабливість для проживання. Важливим елементом містобудівного контексту є Меморіальний сквер, що розташований поблизу проектною ділянкою. Цей громадський простір виконує функції зеленої рекреаційної зони та місця вшанування історичної пам'яті. Наявність скверу підкреслює необхідність тактового архітектурного рішення для торгово-розважального центру, що має органічно вписатися в існуючий ландшафт, не порушуючи візуальні зв'язки та не створюючи надмірного архітектурного тиску на громадський простір.

Транспортно-комунікаційний каркас та доступність

Транспортна доступність проектною ділянкою є одним із її найважливіших містобудівних переваг. Вулиця Андрія Мельника забезпечує пряме автомобільне сполучення з центральною частиною міста, а також з житловими районами на півночі та заході. Проїжджа частина вулиці має дві смуги руху в кожному напрямку з організованими пішохідними переходами та елементами заспокоєння руху.

Громадський транспорт представлений декількома тролейбусними та автобусними маршрутами, що проходять безпосередньо повз проектну ділянку або в радіусі 200-300 метрів. Зупинки громадського транспорту обладнані навісами та інформаційними стендами, що забезпечує комфортні умови очікування. Інтервали руху становлять 10-15 хвилин у години пік та 15-20 хвилин в інший час, що є задовільним показником для міста такого розміру.

Пішохідна доступність до історичного центру міста становить близько 10-15 хвилин повільної ходи (800-1000 метрів), що робить проектну ділянку привабливою не лише для автомобілістів, але й для пішоходів та користувачів громадського транспорту. Велосипедна інфраструктура в районі перебуває на стадії розвитку, проте місто активно працює над впровадженням велодорожок та велопарковок як частини сталої міської мобільності.

Проектом передбачено організацію двох окремих під'їздів до будівлі: головного під'їзду для відвідувачів з боку вулиці Андрія Мельника та службового під'їзду для постачання товарів та обслуговування технічних систем. Така схема дозволяє розділити потоки легкового та вантажного транспорту, мінімізуючи конфлікти та забезпечуючи безпеку руху.

Природно-кліматичні та інженерно-геологічні умови

Ділянка розташована на рівнинній території з незначними перепадами висот (до 1,5 метра), що спрощує організацію планування та знижує обсяги земляних робіт. Грунти представлені суглинками середньої щільності з задовільними несучими властивостями, що дозволяє використання традиційних фундаментних конструкцій без необхідності влаштування складних інженерних заходів.

Рівень ґрунтових вод знаходиться на глибині 3,5-4,5 метра, що є сприятливим для влаштування підземного паркінгу та укриття цивільного захисту. Однак при проектуванні підземних споруд необхідно передбачити комплекс гідроізоляційних заходів та дренажні системи для захисту конструкцій від можливого підтоплення в періоди інтенсивних опадів або весняного танення снігу.

Кліматичні умови Івано-Франківська визначають особливі вимоги до проектування систем опалення, вентиляції та кондиціонування.

Розрахункова температура зовнішнього повітря для проектування систем опалення становить -22°C , для систем кондиціонування - $+28^{\circ}\text{C}$.

Снігове навантаження на конструкції покриття є значним та вимагає відповідного розрахунку несучих елементів. Вітрове навантаження є помірним, проте при проектуванні високих атріумів та скляних фасадів необхідно враховувати можливість виникнення локальних вітрових потоків.

Архітектурно-планувальна концепція проекту

Проектна пропозиція передбачає будівництво сучасного багатфункціонального торгово-розважального центру, що поєднує торгівлю, розваги, харчування, спорт та дозвілля в єдиному архітектурно-просторовому комплексі. Будівля має чотири надземні поверхи та один підземний рівень, що забезпечує раціональний розподіл функцій за вертикаллю та максимальну ефективність використання земельної ділянки.

Архітектурне рішення будівлі відзначається сучасною стилістикою з виразним горизонтальним членуванням об'єму, великими площами скління на фасадах та активним використанням озелених терас. Такий підхід відповідає сучасним трендам у проектуванні торгово-розважальних центрів, які все більше орієнтуються на створення відкритого, екологічно відповідального та візуально привабливого середовища.

Об'ємно-просторова композиція будівлі базується на прямокутному плані з внутрішнім атріумом, що виконує роль композиційного ядра та головного організуючого елемента внутрішнього простору. Атріум має повну висоту будівлі і перекритий скляним дахом, що забезпечує природне освітлення внутрішніх галерей та створює відчуття відкритості та простору. Така структура є класичною для торгово-розважальних центрів та доведена багаторічною практикою експлуатації подібних об'єктів у різних містах світу.

Фасади будівлі вирішені в сучасній стилістиці з використанням комбінації скляних вітражних систем, композитних панелей світлих відтінків та елементів вертикального озеленення. Застосування великих площ скління на головному фасаді забезпечує візуальний зв'язок внутрішнього простору з вулицею, створює ефект прозорості та відкритості, що є важливим психологічним чинником для залучення відвідувачів. Озеленені тераси на верхніх поверхах виконують одночасно естетичну, екологічну та функціональну ролі, створюючи привабливі зони відпочинку просто неба та покращуючи мікроклімат будівлі.

Дах будівлі експлуатована та частково озеленена, що відповідає принципам сталого будівництва. На даху передбачено розміщення інженерного обладнання, сонячних панелей для генерації електроенергії та зон відпочинку для відвідувачів.

Функціонально-планувальна організація

Підземний поверх будівлі відведено під паркінг на 150-180 машиномісць, що відповідає нормативним вимогам для торгово-розважальних центрів (приблизно 3-5 машиномісць на 100 квадратних метрів торговельної площі). Паркінг обладнано системами механічної вентиляції, автоматичного пожегогасіння, освітлення та відеоспостереження. Окрема частина підземного рівня відведена під укриття цивільного захисту, що є обов'язковою вимогою чинного законодавства України, особливо актуальною в умовах сьогодення. Укриття розраховане на одночасне перебування всіх відвідувачів та персоналу будівлі і обладнане автономними системами життєзабезпечення, запасами продовольства та води, санітарними приміщеннями.

Перший поверх є головним громадським рівнем будівлі та включає вхідну групу з просторим вестибюлем, зону рецепції та інформації, торговельні приміщення орієнтовною загальною площею 2000-2500 квадратних метрів, заклади громадського харчування формату кав'ярень та фаст-фуду, санітарні вузли, службові та технічні приміщення. Планування першого поверху підпорядковане логіці створення максимальної прозорості та візуальної проникності з вулиці всередину будівлі, що досягається застосуванням повністю скляних фасадів на висоту 4-5 метрів. Внутрішній простір організовано за принципом галереї з двостороннім розташуванням торгових приміщень та центральним атриумом, що забезпечує природне освітлення та орієнтацію.

Другий поверх переважно відведено під торговельні функції, продовжуючи структуру першого рівня. Тут розміщуються магазини одягу, взуття, аксесуарів, електроніки, товарів для дому та інших категорій. Загальна торговельна площа другого поверху становить приблизно 2500-3000 квадратних метрів. Галерея другого поверху має візуальний зв'язок з атриумом, що створює ефект вертикальної інтеграції простору та полегшує орієнтацію відвідувачів. На цьому ж рівні передбачено зону фуд-корту на 200-250 посадкових місць з видом на атриум та озеленені тераси. Третій поверх має змішану функцію і включає продовження торгової зони, фітнес-центр з тренажерною залом, кардіозоною, залами групових занять та роздільними, дитячий ігровий центр, лазертаг-арену та інші розважальні об'єкти. Така концентрація спортивно-розважальних функцій на одному рівні створює синергетичний ефект та подовжує тривалість перебування відвідувачів у будівлі. Загальна площа третього поверху становить близько 3000 квадратних метрів.

Четвертий поверх цілком відведено під розважальний блок та включає багатозальний кінотеатр на 4-5 залів загальною місткістю 400-500 місць, боулінг-центр на 8-10 доріжок, ігровий клуб з приставками, настільними іграми та віртуальною реальністю, а також ресторани та кафе з панорамним виглядом на місто. Розміщення розважальних функцій на верхньому поверсі є стандартною та перевіреною практикою, оскільки такі об'єкти генерують значний шум та вимагають меншої кількості природного освітлення, що дозволяє більш вільно організувати внутрішній простір.

Організація благоустрою та ландшафтного дизайну

Благоустрій прилеглої території проектною ділянкою відіграє критично важливу роль у формуванні привабливого та комфортного громадського середовища. Проектом передбачено створення багаторівневої системи відкритих просторів, що включають вхідну площу перед головним фасадом, пішохідні алеї, зони відпочинку з малими архітектурними формами, озеленені клумби та газони, освітлення та елементи міського дизайну.

Входна площа перед будівлею має площу близько 800-1000 квадратних метрів і виконана з якісного мощення (натуральний камінь або високоякісна тротуарна плитка) з інтегрованими зонами озеленення. Ця площа виконує не лише транзитну функцію, але й стає місцем соціальної взаємодії, де можливо проведення тимчасових виставок, ярмарків, концертів та інших громадських подій. Такий підхід перетворює ТРЦ на активний елемент міського життя, що працює не лише для своїх відвідувачів, але й для всієї міської спільноти.

Озеленення території включає посадку дерев, чагарників та квітиків, що створює екологічний комфорт, покращує мікроклімат та формує естетично привабливе середовище. Передбачено використання як місцевих, так і декоративних видів рослин, адаптованих до кліматичних умов Івано-Франківська. Особлива увага приділяється створенню буферних зелених зон між паркувальними майданчиками та житловою забудовою, що знижує вплив шуму та покращує екологічні показники.

Наземний паркінг для відвідувачів розрахований на 50-70 машиномісць і розташований з боку, протилежного головному фасаду, що зменшує візуальний вплив припаркованих автомобілів на загальне сприйняття будівлі. Паркувальні місця обладнані розмітками, освітленням та системою відеоспостереження. Окремо виділені місця для паркування осіб з інвалідністю, що розташовані в безпосередній близькості до входів у будівлю. Зовнішнє освітлення території включає функціональне (для забезпечення безпеки руху) та декоративне (для підкреслення архітектурних елементів фасадів та ландшафту) освітлення. Застосовуються енергоефективні світлодіодні світильники з можливістю регулювання інтенсивності та кольорової температури залежно від часу доби та сезону.

Інженерно-технічне забезпечення

Будівля обладнана повним комплексом сучасних інженерних систем, що забезпечують комфортні умови для відвідувачів та персоналу, а також відповідають найсуворішим вимогам безпеки та енергоефективності.

Система теплопостачання базується на підключенні до міських теплових мереж з влаштуванням індивідуального теплового пункту в технічному приміщенні будівлі. Система опалення включає радіаторне опалення для технічних і службових приміщень та повітряне опалення через систему вентиляції для громадських зон. Влаштовано систему підігріву підлоги у вхідних групах для запобігання замерзанню та підвищення комфорту в холодний період року.

Система вентиляції та кондиціонування проектується як централізована з розподілом на окремі зони залежно від функціонального призначення приміщень. Передбачено систему рекуперації тепла, що дозволяє знизити витрати на опалення та кондиціонування на 30-40%. Для торгових залів та громадських зон застосовується система припливно-витяжної вентиляції з повітряними завісами на входах. Для підземного паркінгу влаштовано окрему систему примусової вентиляції з датчиками контролю концентрації чадного газу.

Система водопостачання та каналізації підключена до міських мереж. Передбачено встановлення локальних очисних споруд для доочищення стічних вод перед скидом у міську каналізацію. Система протипожежного водопостачання включає внутрішні пожежні крани, спринклерну систему автоматичного пожегогасіння в усіх приміщеннях будівлі та зовнішні пожежні гідранти на прилеглої території.

Електропостачання здійснюється від міських електричних мереж напругою 10 кВ з влаштуванням трансформаторної підстанції в технічному приміщенні будівлі. Передбачено резервне джерело електроенергії (дизель-генератор) для забезпечення живлення критично важливих систем (освітлення евакуаційних шляхів, протипожежні системи, укриття цивільного захисту, сервери та системи безпеки) у разі відключення основного живлення. На даху будівлі встановлюються сонячні панелі загальною потужністю 50-70 кВт для часткового покриття потреб у електроенергії, що підвищує енергетичну незалежність та знижує експлуатаційні витрати.

Система безпеки включає відеоспостереження з покриттям усіх громадських зон, входів, евакуаційних шляхів, паркінгів та технічних приміщень, систему контролю та управління доступом для персоналу, охоронну сигналізацію, систему автоматичної пожежної сигналізації з інтеграцією з системами оповіщення та управління евакуацією.

Нормативно-правові аспекти та відповідність містобудівним вимогам

Підземний паркінг (150-180 місць) - основний, з прямим доступом до будівлі через ліфти. Обладнаний:

Рампою з ухилом $\leq 12\%$;

Вентиляцією з датчиками CO₂;

Спринклерною системою пожежогасіння;

Світлодіодним освітленням з детекторами руху;

Відеоспостереженням 24/7;

Динамічною системою управління паркуванням;

Зарядними станціями для електромобілів (10% місць);

Місцями для осіб з інвалідністю біля ліфтів (4-5 місць).

Наземний паркінг (50-70 місць) - допоміжний, для короткотермінового паркування. Організований з екопокриттям (газонна решітка), озелененням між рядами, периметральним буферним озелененням.

Пішохідні зв'язки та входи

Головний вхід розташований на головному фасаді, виділений скляним порталом висотою 8-10 м. Перед входом організована площа 800-1000 м² з якісним мощенням (граніт/плитка), лавками, квітниками, водним об'єктом. Площа виконує транзитну, рекреаційну, подієву та соціальну функції.

Вхід обладнано:

Консольним скляним навісом глибиною 3-4 м з підігрівом покриття;

Повітряними завісами;

Автоматичними розсувними дверима шириною 2,5-3 м (безбар'єрний доступ).

Додаткові входи передбачені з боку паркінгів з аналогічними параметрами доступності.

Пішохідні маршрути організовані за принципом найкоротших шляхів від зупинок транспорту та паркінгів до входів. Алеї шириною 2,5-4 м з протиковзким покриттям, озеленені деревами та чагарниками. Лавки для відпочинку розміщені через кожні 30-50 м.

Освітлення пішохідних зон - декоративні ліхтарі висотою 4-5 м зі світлодіодними джерелами, що забезпечують освітленість 15-20 люкс на пішохідних шляхах та 30-40 люкс біля входів.

Інтеграція з міською транспортною системою

Проект передбачає покращення існуючої інфраструктури:

Реконструкцію найближчої зупинки громадського транспорту з розширенням павільйону;

Облаштування безпечних пішохідних переходів з додатковим освітленням;

Створення пішохідних зв'язків з прилеглими житловими комплексами;

Координацію з міською владою щодо оптимізації маршрутів громадського транспорту.

Безбар'єрне середовище

Всі пішохідні маршрути та входи спроектовані згідно з принципами універсального дизайну:

Відсутність перепадів висот або їх подолання пандусами з ухилом $\leq 5\%$;

Тактильне покриття на маршрутах;

Контрастна розмітка для слабоворих;

Розширені паркувальні місця для осіб з інвалідністю біля входів;

Доступні санітарні вузли на всіх поверхах.

3.3 Функціональна структура та внутрішня організація простору ТРЦ

Торгово-розважальний центр на вулиці Андрія Мельника являє собою чотириповерхову будівлю, де кожен рівень має власний функціональний характер та атмосферу. Організація простору підпорядкована логіці поступового переходу від торгівлі до розваг: нижні поверхи присвячені щоденним покупкам та послугам, верхні - активному відпочинку та дозвіллю. Така структура дозволяє відвідувачам обирати власний сценарій перебування, а будівля стає місцем, куди можна прийти як на швидку покупку, так і провести весь день з сім'єю.

Серцем будівлі є центральний атриум - внутрішній простір, що проходить через усі чотири поверхи від першого рівня до скляного даху. Атриум наповнений природним світлом, створює відчуття простору та повітря, допомагає орієнтуватися у будівлі. Навколо цього вертикального ядра організовані галереї з магазинами, закладами харчування та розважальними зонами. Завдяки атриуму відвідувачі завжди бачать, де вони знаходяться, можуть спостерігати за життям інших поверхів, відчувають цілісність простору.

Будівля має чотири входи, що робить її відкритою та доступною з різних боків. Головний вхід розташований на головному фасаді, звернутому до вулиці Андрія Мельника - він найбільш парадний, з високими скляними порталами та просторим вестибюлем. Два додаткові входи знаходяться з бокових сторін, вони зручні для тих, хто приїжджає на автомобілі чи громадському транспорті з інших напрямків. Четвертий вхід - службовий, призначений виключно для персоналу та постачальників, він прихований від очей відвідувачів і дозволяє незалежно від основних потоків завозити товари, вивозити сміття, забезпечувати технічне обслуговування.

Висота приміщень змінюється залежно від поверху. Перший рівень має найбільшу висоту сім метрів, що створює відчуття величчя, простору, урочистості при вході. Відвідувач одразу потрапляє у світлий, повітряний простір, що формує позитивне перше враження. Наступні три поверхи мають стандартну висоту по шість метрів, достатню для комфортного перебування у торгових залах, ресторанах, спортивних та розважальних зонах.

Особливістю другого та третього поверхів є наявність балконів відкритих терас, що виходять назовні будівлі. Ці балкони створюють додаткові зони відпочинку на свіжому повітрі, особливо приємні у теплу пору року. Вони озеленені, обладнані зручними меблями, пропонують панорамні види на місто. Відвідувачі можуть вийти з фуд-корту чи кафе на балкон, подихати свіжим повітрям між покупками, відпочити після тренування у спортзалі.

Система руху та вертикальні зв'язки

Пересування між поверхами організовано через комплексну систему ліфтів, ескалаторів та сходів. Для відвідувачів передбачено два пасажирські ліфти, розташовані симетрично відносно атриуму. Вони сучасні, просторі, з дзеркалами та зручними панелями керування, адаптовані для людей з інвалідністю. Третій ліфт - вантажний, службовий, він використовується персоналом для транспортування товарів, обладнання, має більші розміри та окремий маршрут через службові зони.

Ескалатори розташовані вздовж атриуму, створюючи динамічну вертикальну композицію. Рухаючись ескалатором, відвідувач бачить всю висоту будівлі, спостерігає за життям інших поверхів, відчуває масштаб простору. Ескалатори з'єднують перший з другим, другий з третім, третій з

четвертим поверхами, дозволяючи безперервно підніматися або спускатися.

Парадні сходи також проходять вздовж атриуму, вони широкі, зручні, з красивим оздобленням та поручнями. Для тих, хто любить рухатися пішки, сходи стають альтернативою ескалаторам. Окремо передбачені евакуаційні сходи у спеціальних незадимлюваних клітках, розташовані по периметру будівлі вони забезпечують безпеку у надзвичайних ситуаціях.

На кожному поверсі є повний комплекс санітарних та сервісних приміщень. Чоловічий та жіночий санвузли розташовані зручно, їх легко знайти, вони просторі, сучасно обладнані, чисті. Окремо на кожному рівні передбачена кімната матері та дитини тиха, затишна зона з пеленальними столиками, м'якими кріслами, де мама може спокійно погодувати чи переодягнути малюка. Також є спеціалізований туалет для людей з інвалідністю з достатнім простором для маневрування інвалідного візка, опорними поручнями, кнопкою виклику допомоги.

Перший поверх: торгівля та послуги

Перший поверх це серце торгівлі, найбільш активний та відвідуваний рівень будівлі. Саме сюди потрапляє більшість відвідувачів через головний вхід. Просторий вестибюль зустрічає гостей високими стелями, великою кількістю світла, що плеться через скляний фасад. У вестибюлі розташована стійка інформації, де консультанти завжди готові допомогти, підказати, де знаходиться потрібний магазин чи послуга. Поруч стоять інтерактивні сенсорні кіоски з електронними картами будівлі - можна самостійно знайти потрібний маршрут, дізнатися про акції та події.

Для зручності відвідувачів передбачені гардероб, де можна залишити верхній одяг у холодну пору року, та автоматичні камери схову для сумок чи валіз. Є також зона очікування з м'якими меблями, де можна зустрітися з друзями, почекати когось, посидіти зі смартфоном. Банкомати різних банків дозволяють зняти готівку прямо на місці.

З вестибюля відкривається вид на атриум - величний внутрішній простір з декоративним фонтаном посередині, оточений зеленими рослинами у великих кадках. Вода тихо журчить, створюючи приємний фон, зелень освіжає повітря та додає природності. Навколо фонтану розставлені зручні лавки та м'які пуфи, де можна відпочити. Атриум стає місцем зустрічей, спілкування, іноді тут влаштовують виставки, концерти, святкові заходи.

Від атриуму розходяться торгові галереї широкі проходи з магазинами по обидва боки. Галереї світлі, охайні, з гладкими підлогами та приємним освітленням. Вітрини магазинів відкриті, прозорі, привертають увагу яскравими виставками товарів. Тут зосереджені магазини для повсякденних потреб: одяг та взуття різних брендів, від масових до більш дорогих, косметика та парфумерія, аксесуари та сумки, магазини електроніки з телефонами та гаджетами, оптика, ювелірні вироби, товари для дому - посуд, декор, текстиль.

Окрема увага приділена послугам. Тут працює аптека, де можна придбати ліки та засоби для здоров'я, банківські відділення для фінансових операцій, салон краси та перукарня, хімічистка, ремонт взуття та ключів, квітковий магазин, туристичне агентство. Всі ці сервіси роблять ТРЦ місцем, де можна вирішити багато повсякденних питань в одному місці, не блукаючи містом.

Важливою частиною першого поверху є великий супермаркет продуктів харчування якірний оператор, що приваблює потік покупців.

Супермаркет має повний асортимент: свіжі овочі та фрукти, м'ясо та рибу, молочні продукти, хліб і випічку, бакалію, напої, побутову хімію. Він розташований у глибині поверху, тому покупець, прямуючи до нього, проходить повз інші магазини, що збільшує ймовірність спонтанних покупок. На першому поверсі також є кілька невеликих закладів харчування: затишні кав'ярні з ароматною кавою та свіжою випічкою, пекарня, де пахне хлібом, точки швидкого харчування для тих, хто поспішає. Можна взяти каву з собою або присісти за столик прямо у галереї, спостерігаючи за потоком людей.

Другий поверх: мода та харчування

Піднявшись на другий поверх ескалатором чи ліфтом, відвідувач потрапляє у світ моди та смаку. Тут продовжуються торгові галереї, але акцент зміщується на одяг, взуття, аксесуари. Магазини представляють різноманітні бренди - від популярних масових марок до більш ексклюзивних. Є відділи жіночого, чоловічого, дитячого одягу, спортивного стилю, білизни. Магазини взуття пропонують модельне, спортивне, дитяче взуття на будь-який смак та бюджет. Аксесуари сумки, ремені, шарфи, прикраси доповнюють гардероб.

Галерея другого поверху також охоплює атриум, тут є балконна балюстрада, з якої можна глянути вниз, побачити перший поверх, фонтан, людей. Це створює відчуття єдиного простору, зв'язку між рівнями.

Головною atrakцією другого поверху є великий фуд-корт просторий зал з численними столиками, оточений кулінарними островами. Фуд-корт світлий, з панорамними вікнами, через які видно місто. Тут представлені різноманітні кухні світу: українські вареники та борщі, італійська піца та паста, азійські суші та wok, американські бургери, грузинські хінкалі, салат-бари зі здоровою їжею, гриль з м'ясними стравами, десерти, морозиво, кава та напої. Кожен може обрати страву на свій смак, взяти підноси з їжею та сісти за загальні столи. Атмосфера фуд-кورتу невимушена, жваві розмови, сімейні обіди, зустрічі друзів.

З фуд-корту є вихід на відкритий балкон літню терасу під відкритим небом. Балкон озеленений, тут стоять столики з парасольками, зручні крісла. У теплі дні приємно посидіти на свіжому повітрі, милуючись видами міста, відчуваючи легкий вітерець. Балкон додає простору та повітря, робить перебування більш комфортним.

Окрім фуд-корту на другому поверсі є кілька окремих кафе та ресторанів з власними залами, де можна посидіти більш затишно, приватно, замовити більш вишукані страви. Тут працюють кав'ярні з авторськими напоями, кондитерські з десертами, ресторани швидкого обслуговування.

Третій поверх: спорт та активне дозвілля

Третій поверх змінює атмосферу тут панує дух активності, руху, енергії. Цей рівень присвячений спорту та розвагам, що вимагають фізичної активності.

Одним з головних об'єктів є боулінг-центр сучасний, обладнаний професійними доріжками. Боулінг приваблює компанії молоді, сім'ї з дітьми, корпоративні групи. Гра у боулінг це завжди весело, шумно, емоційно. Доріжки обладнані автоматичною системою повернення куль та електронним підрахунком балів, над кожною доріжкою висять монітори. Поруч є зона відпочинку з м'якими диванами, де можна почекати свою чергу, посидіти з друзями. Бар пропонує напої та снеки полкорм, начос, крила, бургери. Освітлення можна приглушити для створення вечірньої атмосфери, грає музика, іноді проводяться тематичні вечірки.

Другим великим якорем третього поверху є спортзал сучасний фітнес-центр з повним набором обладнання та послуг. При вході розташована рецепція, де можна придбати абонемент або разове відвідування, дізнатися про розклад групових занять, отримати консультацію тренера.

Головна зала для тренувань це велика, світла, з високими стелями кімната, наповнена тренажерами. Кардіозона з біговими доріжками, велотренажерами, еліптичними тренажерами розташована біля вікон, під час тренування можна дивитися на місто. Силова зона обладнана тренажерами для всіх груп м'язів, є вільні ваги гантелі, штанги, лавки. Зона функціонального тренінгу пропонує сучасне обладнання для динамічних вправ. Всюди дзеркала, щоб контролювати техніку, потужна вентиляція забезпечує свіже повітря, кондиціонери підтримують комфортну температуру.

Окремо є зали для групових занять йога, пілатес, аеробіка, танці, бойові мистецтва. Ці зали світлі, з дерев'яною підлогою або спеціальним покриттям, обладнані дзеркалами та звуковою системою. Інструктори проводять заняття за розкладом, створюють мотивуючу атмосферу.

Роздягальні простори та сучасні, з численними шафками, душовими кабінами, туалетами, дзеркалами, фенами. Після тренування приємно прийняти душ, привести себе до ладу. Іноді у роздягальнях є навіть сауни для розслаблення м'язів.

На третьому поверсі також є заклади харчування, орієнтовані на спортсменів та здоровий спосіб життя. Спорт-кафе пропонує протеїнові коктейлі, смузі, салати, курку на грилі, рибу, каші - все, що потрібно для відновлення після тренування. Звичайні кафе пропонують більш різноманітне меню.

Третій поверх також має балкон - тут приємно вийти на свіже повітря після інтенсивного тренування, посидіти на лежку, охолонути, подивитися на місто. Балкон озеленений, затінений, створює оазис спокою.

Четвертий поверх: розваги та кінотеатр

Четвертий, верхній поверх - це царство розваг, місце, куди приходять відпочити, відволіктися, отримати яскраві емоції. Тут зосереджені кінотеатр, комп'ютерні клуби, дитячі ігрові зони - все, що дозволяє провести час цікаво та насичено.

Кінотеатр займає значну частину поверху. Касовий холл зустрічає відвідувачів яскравими афішами нових фільмів, екранами з розкладом сеансів. Тут можна придбати квитки, обрати місце у залі. Попкорн-бар спокушає запашим свіжим попкорном солодкого, солоного, карамельного.

Тут продають напої, цукерки, начос - все, без чого важко уявити кіносеанс. Зона очікування з м'якими меблями дозволяє зручно почекати до початку сеансу.

Кінозали різного розміру - великий для блокбастерів та прем'єр, середні для звичайних фільмів, малий для артхаусу чи дитячих стрічок. Усі зали обладнані найсучаснішою технікою: цифровою проекцією високої чіткості, системами об'ємного звуку, що створюють ефект повного занурення. Крісла м'які, зручні, з підстаканниками, спинки регулюються. Під час сеансу можна повністю розслабитися, забути про все, поринути у світ кіно. Комп'ютерний клуб - це рай для геймерів, любителів відеоігор, кіберспорту. Великий зал наповнений потужними ігровими комп'ютерами з великими моніторами, геймерськими кріслами, професійними навушниками. Тут можна грати у найпопулярніші онлайн-ігри CS:GO, Dota, League of Legends, Fortnite, або насолоджуватися одиночними пригодами. Високошвидкісний інтернет забезпечує стабільне з'єднання без затримок. Є окремі VIP-кімнати для команд, які хочуть грати у приватній обстановці.

Зона консольних ігор пропонує PlayStation, Xbox, Nintendo Switch з великими телевізорами та зручними диванами. Можна зіграти у спортивні симулятори, гонки, файтинги, пригодницькі ігри. Зона віртуальної реальності переносить у зовсім інші світи через VR-шоломи - можна битися зі світловими мечами, досліджувати фантастичні планети, відчувати себе героєм пригод. Симулятори автомобільних гонок та авіації додають адреналіну.

Дитяча розважальна зона - це казкове місце для малечі. Величезний ігровий лабіринт піднімається на кілька рівнів вгору, наповнений тунелями, гірками, батутами, кульовими басейнами. Діти бігають, стрибають, лазять, кричать від радості - це безпечний простір для активних ігор. Для найменших є окрема тиха зона з м'якими іграшками, де малюки можуть повзати, грати під наглядом батьків.

Творчі майстерні пропонують малювання, ліплення, конструктори, виготовлення виробів - це розвиває фантазію, дрібну моторику, творчі здібності. Аніматори проводять майстер-класи, допомагають дітям. Є спеціальна святкова кімната, де можна відсвяткувати день народження замовити аніматора, клоуна, організувати свято.

Кафе для дітей та батьків пропонує дитяче меню - млинці, вареники, сосиски, напої, десерти. Батьки можуть посидіти за столиком, спостерігаючи, як діти граються, або спокійно випити каву.

Також на четвертому поверсі є кімнати квестів - захоплюючі інтелектуальні ігри, де команда має за годину вирішити загадки, знайти підказки, вибратися з замкненої кімнати. Це популярна розвага для компаній друзів, корпоративів.

Ресторани та кафе четвертого поверху мають панорамні вікна з видами на місто. Тут приємно посидіти ввечері, милуючись вогнями вулиць, або у вихідний день за обідом з родиною.

Частина даху будівлі експлуатується як відкрита тераса - сюди можна підійти, подивитися на місто з висоти, сфотографуватися на фоні панорами. Влітку тут організують літні зони відпочинку з шезлонгами, озелененням, іноді проводять заходи під відкритим небом.

Підземний рівень: паркінг та укриття

Під будівлю розташований підземний паркінг, куди можна з'їхати з вулиці по зручній рампі. Паркінг просторий, добре освітлений, з чіткою розміткою місць. Він обладнаний системами вентиляції, що видаляють вихлопні гази, спринклерами для пожежогасіння, відеоспостереженням для безпеки. Електронні табло показують, де є вільні місця. Виділені спеціальні розширені місця для людей з інвалідністю поруч з ліфтами, місця для сімейних візитів з дітьми, місця для електромобілів із зарядними станціями.

З паркінгу можна підійти до ліфтів і підняти ся одразу на будь-який поверх, навіть не виходячи на вулицю, що особливо зручно у дощ чи холод.

Парадні сходи також ведуть з паркінгу вгору, вони світлі, з природним освітленням через атриум.

Окрема частина підземного рівня відведена під укриття цивільного захисту - сучасний бомбосховище, обладнаний згідно з усіма нормами.

Укриття має герметичні двері, автономну вентиляцію з фільтрами, резервне електропостачання від генератора, запаси води та їжі, санітарні вузли, медичний пункт. У разі надзвичайної ситуації сюди можуть швидко евакуюватися всі відвідувачі та персонал ТРЦ. Доступ до укриття організований з паркінгу та через окремі зовнішні входи.

Технічні приміщення підземного рівня приховані від очей - тут розташовані трансформаторна підстанція, що живить будівлю електрикою, вентиляційні камери, насосні станції, серверна для систем безпеки та управління, склади для персоналу.

Висновок до розділу III.

Комплексний аналіз проєктної ділянки на вулиці Андрія Мельника, 8 в Івано-Франківську підтверджує високу містобудівну доцільність розміщення багатофункціонального торговельно-розважального центру в цій локації. Стратегічне положення між історичним центром міста та новими житловими районами, розвинена соціальна інфраструктура оточення та сприятливі природно-кліматичні умови створюють оптимальні передумови для реалізації об'єкта загальною площею 20 000 м².

Транспортна доступність забезпечується через інтеграцію з міською автомобільною та громадсько-транспортною мережею, а проєктне рішення реалізує мультимодальну концепцію мобільності: двохрівнева система паркування на 200-250 місць, чітке розділення відвідувачьких і господарських потоків, якісна пішохідна інфраструктура з безбар'єрним доступом. Використання сучасних матеріалів - зокрема склофібробетону на фасадах - дозволяє створити виразний архітектурний образ з динамічними пластичними формами, що органічно вписується в міський контекст.

Внутрішня функціональна структура побудована на принципі вертикального зонування: від повсякденної торгівлі на нижніх поверхах до розважальних анкорів (кінотеатр, боулінг, фітнес-центр, дитячі зони) на верхніх рівнях. Центральний атриум виступає організуючим ядром, що забезпечує просторову цілісність та інтуїтивну навігацію. Комплексна система вертикальних комунікацій, наявність усіх необхідних санітарних та інклюзивних приміщень на кожному поверсі, а також підземне сховище цивільного захисту підкреслюють соціальну відповідальність та безпековий підхід до проєктування.

Таким чином, архітектурно-планувальне рішення ТРЦ відповідає сучасним стандартам містобудування, нормам ДБН, принципам сталої мобільності та універсального дизайну, формуючи комфортний, безпечний і естетично виразний громадський простір, здатний задовольнити різноманітні потреби мешканців Івано-Франківська та стати важливим елементом міської ідентичності.

Загальний висновок.

Комплексний аналіз просторово-організаційних принципів формування торговельно-розважального центру в Івано-Франківську - типовому середньому місті України з населенням близько 228 тисяч мешканців - демонструє ключові закономірності інтеграції багатофункціональних громадських об'єктів у міську структуру.

Містобудівний аналіз проєктної ділянки на вулиці Андрія Мельника, 8 підтверджує, що для середніх міст оптимальним є розміщення ТРЦ у перехідній зоні між історичним центром та новими житловими масивами. Така локація забезпечує широку демографічну базу відвідувачів, доступність для різних районів міста та можливість інтеграції з існуючою соціальною інфраструктурою. Сприятливі природно-кліматичні умови та рівнинний рельєф дозволяють реалізувати сучасні архітектурно-планувальні рішення з використанням інноваційних матеріалів (склофібробетон) для створення виразного міського акценту без порушення історичного контексту.

Транспортно-пішохідна організація відображає специфіку середнього міста, де поєднуються потреби автомобілізованого населення та користувачів громадського транспорту. Мультиmodalний підхід - двохрівнева система паркування (200-250 місць), інтеграція з тролейбусними та автобусними маршрутами, розвинена пішохідна інфраструктура з безбар'єрним доступом - відповідає масштабу міста та забезпечує рівноправну доступність для всіх категорій населення. Чітке розділення відвідувачьких і господарських потоків, формування якісного громадського простору біля головного входу підкреслюють роль ТРЦ як нового центру тяжіння в структурі міста.

Функціональна організація внутрішнього простору (20 000 м², 4 наземні + 1 підземний поверх) базується на принципі вертикального зонування: від повсякденної торгівлі до спеціалізованих розважальних функцій. Такий підхід враховує поведінкові сценарії мешканців середнього міста, де один об'єкт має задовольняти широкий спектр потреб - від швидких покупок до сімейного дозвілля. Центральний атриум як просторове ядро, система вертикальних комунікацій, інклюзивні рішення на кожному рівні та сховище цивільного захисту відображають соціальну відповідальність та безпековий підхід, особливо актуальні в умовах сучасних викликів.

Таким чином, проєкт ілюструє універсальні просторово-організаційні принципи формування ТРЦ у середніх містах: стратегічне розміщення в зоні урбаністичної трансформації, мультиmodalна транспортна доступність, вертикальне функціональне зонування з атриумною композицією, інтеграція сучасних технологій і матеріалів при збереженні масштабної сумісності з міським середовищем. Ці принципи забезпечують створення комфортного, ефективного та соціально значущого громадського простору, здатного стати каталізатором подальшого розвитку міста та підвищення якості життя його мешканців.

Джерела: