

АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ

Успешное развитие торгового центра зависит от проработанности концепции. В ситуации увеличения количества торговых центров, они вынуждены пересматривать свою концепцию.

В концепцию торгового центра входит пять аспектов:

- маркетинговый аспект;
- коммерческий аспект;
- архитектурный аспект;
- эмоциональный аспект;
- социальный аспект.

Мировыми примерами торговых центров с успешной концепцией можно назвать:

1. ТРЦ «Dubai Mall» (Дубай, ОАЭ) создавался в единой концепции строящегося тогда района Даунтаун Дубай – делового и экономического центра ОАЭ.

Одним из необычных элементов привлечения посетителей является океанариум, который внесен в книгу рекордов Гиннеса как самый большой в мире.

2. ТРЦ «Вегас» (Москва, РФ) является первым и единственным торговым центром России, объединенным с парком экстремальных аттракционов. Концепция центра базируется на принципах зонирования пространства и удобной навигации: несколько тематических зон улиц, оформленных и декорированных в соответствии с задуманной идеей каждого пространства.

3. ТРЦ «West Edmonton Mall» (Канада). «Фишкой» центра можно назвать два уникальных места: это самый большой в мире крытый бассейн с двухметровыми искусственными волнами и бассейн с дрессированными морскими львами прямо посреди торговых залов.

Торговые центры должны продолжать свою трансформацию, чтобы следовать в ногу со временем и отвечать запросам современного поколения. Актуальными останутся те, кто будет постоянно меняться, а не стоять на месте.

ЛИТЕРАТУРА

1. Концепция торгового центра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kanayan.biz/2022/analytica/kontsepsiya-torgovogo-tsentra-vypusk-videokanala-kanayan-o-magazinah-i-torgovyh-tsentrakh-noyabr-2019-g/> – Дата доступа: 11.04.2024 г.