



СӘУЛЕТ ЖӘНЕ ҚҰРЫЛЫС
АРХИТЕКТУРА И СТРОИТЕЛЬСТВО
ARCHITECTURE AND CONSTRUCTION

СӘУЛЕТ
АРХИТЕКТУРА
ARCHITECTURE

DOI 10.51885/1561-4212_2025_2_253
MPHTI 67.07.01

Д.Е. Сарсембаева

Евразийский Национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан

E-mail: dinara5431@mail.ru*

КРУПНЫЕ ТОРГОВЫЕ ОБЪЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В СТРУКТУРЕ ГОРОДА АСТАНЫ

АСТАНА ҚАЛАСЫНЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫНДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫНЫҢ ІРІ САУДА НЫСАНДАРЫ

LARGE SOCIAL INFRASTRUCTURE RETAIL FACILITIES IN THE STRUCTURE OF ASTANA CITY

Аннотация. В данной статье рассмотрены перспективы дальнейшего развития крупных торговых центров в структуре города Астаны. При изучении крупных торговых центров внимание уделено такому важному аспекту, как удобное ежедневное обслуживание населения. Значительные расстояния для поездки в торговые центры не способствуют улучшению сферы торговли и условий проживания населения. В этой связи повышение комфортности проживания населения города становится связано с его передвижением и затратами времени. Повысить посещаемость горожан в торговых объектах социальной инфраструктуры возможно при учете их расположения относительно жилых районов города. Исследование отражает проблему отдаленного расположения крупных торговых центров для населения, которое проживает в периферийных жилых районах. В исследовании изучается современное значение торговых объектов в социальной жизни человека. Также рассматривается изменение частоты пользования торговыми объектами на территории города Астаны в структуре административно-территориальных районов. Изучение крупных торговых объектов города показало сосредоточение данных учреждений на центральных территориях города. Для повышения доступности торговых учреждений для населения, улучшения условий проживания в микрорайонах предложены возможные решения. В статье выявляется важность создания гармоничного соседства торговых и других общественных учреждений в жилых районах, что влияет на эффективность объектов социальной инфраструктуры для населения города. В статье подчеркивается актуальность крупных торговых центров в структуре городского обслуживания. При этом важным моментом является учет организации удобства для горожан в жилых районах.

Ключевые слова: крупные торговые центры, планировочная структура, объекты социальной инфраструктуры, урбанизация, функциональное зонирование, территория.

Аңдатпа. Бұл мақалада Астана қаласының құрылымындағы ірі сауда орталықтарын одан әрі дамыту перспективалары қарастырылған. Ірі сауда орталықтарын зерделеу кезінде тұрғындарға ыңғайлы күнделікті қызмет көрсету сияқты маңызды аспектілерге назар аударылады. Сауда орталықтарына баратын жолдың айтарлықтай қашықтығы сауда саласын және халықтың тұрмыс жағдайын жақсартуға ықпал ете алмайды. Осыған байланысты қала тұрғындарының өмір сүру жайлылығын арттыру тұрғындардың қозғалысы мен уақыт шығынымен байланысты болады. Қаланың елді мекендеріне қатысты орналасуын ескере отырып, әлеуметтік инфрақұрылымның бөлікше сауда объектілері азаматтардың келу санын арттыруға мүмкіндік береді. Зерттеу перифериялық елді мекендерде тұратын тұрғындар үшін ірі сауда орталықтарының шалғайда орналасуы проблемасын көрсетеді. Зерттеуде сауда орындарының адамның

әлеуметтік өміріндегі қазіргі маңызы зерттеледі. Қала тұрғындарының күнделікті өмірінде сауда нысандарын пайдалану жиілігінің өзгеруі де қарастырылған. Зерттеуде әкімшілік-аумақтық округтер құрылымында Астана қаласындағы ірі сауда орталықтарының орналасуы көрсетілген. Қаладағы ірі сауда нысандарын зерттеу бұл мекемелердің қаланың орталық аудандарында шоғырланғанын көрсетті. Сауда орындарының халыққа қолжетімділігін арттыру және елді мекендердегі тұрмыс жағдайын жақсарту үшін ықтимал шешімдер ұсынылады. Мақалада қала тұрғындары үшін әлеуметтік инфрақұрылымның тиімділігіне әсер ететін тұрғын аудандарда сауда орындарының үйлесімді көршілестігін құрудың маңыздылығы ашылған. Мақалада ірі сауда орталықтарының қалалық қызмет көрсету құрылымындағы өзектілігі атап өтілген. Бұл ретте тұрғындардың тұрғын үй алаптарындағы ыңғайлылығын ұйымдастыруды ескеру маңызды критерий болып табылады.

Кілт сөздер: үлкен сауда орталықтары, жоспарлау құрылымы, әлеуметтік инфрақұрылым объектілері, урбанизация, функционалдық аймақтарға бөлу, аумақ.

Annotation. This article discusses the prospects for further development of large shopping centers in the structure of Astana. When studying large shopping centers, attention is paid to such important aspects as convenient daily service for the population. Significant distances for traveling to shopping centers do not contribute to the improvement of the trade sector and living conditions of the population. In this regard, improving the comfort of living of the city's population is associated with the movement of the population and time costs. Taking into account the location relative to residential areas of the city, social infrastructure shopping facilities can increase the attendance of citizens. The study reflects the problem of the remote location of large shopping centers for the population living in peripheral residential areas. The study examines the modern significance of shopping facilities in human social life. It also considers the change in the frequency of use of shopping facilities in the everyday life of the city's population. The study shows the location of large shopping centers on the territory of Astana in the structure of administrative-territorial districts. The study of large shopping facilities of the city showed the concentration of these institutions in the central areas of the city. Possible solutions are proposed to increase the availability of shopping institutions for the population and improve living conditions in microdistricts. The article reveals the importance of creating a harmonious neighborhood of shopping establishments in residential areas, which affects the efficiency of social infrastructure facilities for the city's population. The article emphasizes the relevance of large shopping centers in the structure of urban services. At the same time, an important point is to take into account the organization of convenience for citizens in residential areas.

Keywords: large shopping centers, planning structure, social infrastructure facilities, urbanization, functional zoning, territory.

Введение. В настоящее время Астана имеет большое количество объектов торговли, сложившихся в результате роста населения города. Данный объект социальной инфраструктуры в планировочной структуре города представлен учреждениями различного направления, среди которых наиболее крупными являются многофункциональные объекты – торгово-развлекательные центры и торговые дома. Многофункциональность данных объектов является значительным преимуществом в структуре городских планировочных районов. Несмотря на их активное строительство, крупные объекты торговли часто располагаются в градостроительных узлах. В структуре города наблюдается проблема их концентрации лишь на определенных территориях, что вызывает трудности с их посещением. Нехватка данных объектов вызывает в городской планировочной структуре проблему – автомобильную перегруженность дорог, что уменьшает доступность данных объектов. Данные моменты требуют внимания с учетом их системного размещения в городских районах, что повышает актуальность и значимость исследования.

Торговые объекты влияют на развитие территории города, затрагивая социокультурное развитие как образ жизни человека. С появлением крупных торговых объектов социальной инфраструктуры планировочная структура города претерпевает изменения. Изменения в форме досуга, процессах торговых услуг связаны с возможностью удовлетворения торговых и культурных потребностей населения. Важным моментом является то, что возникают новые пространственные связи, которые реализуются путем востребованности объектов у населения. Актуальность данного исследования выражается в эффективной организации доступного обслуживания населения на территории города.

Целью данного исследования является рассмотрение и анализ крупных торговых

объектов социальной инфраструктуры в городе Астане. Значимым акцентом является рассмотрение существующей ситуации и формулировка предложений по повышению доступности учреждений для населения. Важным в этом ракурсе является организация комфортности и безопасности пешеходных путей и их связи во внутреннем пространстве города.

Новизна данного исследования состоит в рассмотрении торговых объектов под призмой изменяющихся социокультурных потребностей и пространственных связей. Основным моментом, отраженный в исследовании, касается необходимости рассмотрения торговых учреждений с учетом современных требований комфорта, экологии и безопасности.

Задачи исследования включают следующее:

- рассмотреть крупные торговые объекты социальной инфраструктуры в планировочной структуре города;
- анализ расположения объектов относительно административно-территориальных районов города Астаны;
- изучить влияние главных магистралей на крупные торговые объекты социальной инфраструктуры;
- рассмотреть влияние транспортных потоков;
- разработать предложения по повышению доступности крупных торговых объектов социальной инфраструктуры.

Исторические моменты образования объектов проанализированы на примерах торговых учреждений начала XX века (Воронцова, 2017). В трудах Чекаева Ф.М. рассматривается история возникновения торговых учреждений на центральной площади города (Чекаев, 2009; Глаудинов Б.А., 1999; Народное хозяйство Казахстана за 70 лет, 1990). Значительная роль отводится изучению значения визуальных эффектов в коммуникационных пространствах крупных торговых центров (Воронцова, Ю. С., Каракова, Т. В., 2016; Каракова, Т. В., 2023). Взаимосвязь экологических факторов и развития торговых центров рассматривается в трудах отечественных ученых (Корнилова, Сарсембаева, 2020; Kornilova, Khorovetskaya, Sarsembayeva et al., 2019). Также учеными отражена степень влияния крупных объектов в структуре общественных центров (Тоскина, 2002).

Изучены работы по идентичности и оригинальности проектирования архитектурных объектов в городской среде (Abdrasilova, Danibekova, Tuyakayeva, Syzdykova, 2024).

Развитие объектов на территории зарубежных стран проходило смену функционального назначения помещений внутри торговых центров (Юдина, 2019). Большая часть трудов зарубежных авторов в области торговых центров посвящена изучению влияния торговых объектов в структуре социальных потребностей (Luis Alfonso Escudero-Gómez, 2024; Lian, H., Li, G., 2023; H. Lian, X. Li, W. Zhou et al., 2025).

В исследовании рассмотрены и проанализированы статистические данные торговых центров, рассмотрены современные нормативные документы, закрепляющие возможности проектных решений (СП РК 3.01-101-2013, 2024; СП РК 3.02-122-2012, 2018).

Данное исследование нацелено на повышение доступности крупных торговых учреждений для населения города Астаны. Разработка предложений посредством изучения проблематики торговых объектов социальной инфраструктуры может способствовать обеспечению качества и комфорта обслуживания населения города.

Материалы и методы исследования. При подготовке исследования проводился анализ существующего положения торговых объектов на примере города Астаны. Метод натурного исследования позволил установить пространственные связи объектов социальной инфраструктуры.

Исследование включает изучение литературных источников отечественной и

зарубежной литературы. Метод сравнительного анализа показал причины проектирования торговых учреждений в определенных местах, также выявил степень воздействия отдаленного расположения объектов торговли.

При разработке предложений по расположению крупных торговых объектов применялись графические аналитические схемы. Данные схемы позволяют оценить доступность крупных торговых учреждений.

Изучение генеральных планов способствует анализу расположения торговых учреждений.

Метод обобщения результатов позволяет систематизировать полученные выводы и сформулировать предложения по размещению крупных торговых объектов социальной инфраструктуры на примере города Астаны.

Результаты и их обсуждение. Возрастание населения в городе формирует спрос на лучший ассортимент, качество услуг, транспортную доступность. Меняются способы совершения покупки, форма досуга, что меняет городское розничное предложение, которое должно адаптироваться к изменяющимся потребностям населения. Рассматриваемая тематика торговых объектов показывает существующий спрос на качество торговых объектов.

Исследование нацелено на создание нового торгового пространства многофункционального шопинга и отдыха для населения города, где можно получить уникальную возможность беспрепятственных систем услуг без климатических затруднений.

Важной политикой является розничная торговля, которая способна улучшить количество и качество торговли, следовательно, торговой среды. Также спрос на торговлю определяется наличием занятого населения в городе.

Торговая среда способствует развитию основных торговых центров и связей между ними посредством:

- 1) сосредоточения нового развития розничной торговли;
- 2) организации движения между ними путем улучшения розничной среды вдоль торговых связей.

Необходимо организовать среду торговых пространств по всему городу для удовлетворения будущего спроса. Необходимо расположение крупных торговых объектов в пределах или вблизи крупных микрорайонов. Если крупные центры определены своим расположением, то рядом с ними есть перспектива создания торговых связей, расширения розничного предложения в городе. Эти связи могут поддержать основную деловую функцию и растущую культурную активность в городе. Улучшение пешеходных переходов и предложение розничной торговли в торговых центрах будут стимулировать покупателей переходить из одного торгового центра в другой.

Рассмотрению принципов размещения торговых учреждений посвящено значительное количество отечественных и зарубежных примеров исследований. Отмечается широкое внимание к данному вопросу в современных проектах городов развитых стран.

Ранним примером исторического развития торговых центров являются ярмарки, торговые ряды и гостиные дворы на центральных территориях городов.

Важен пример пространственного решения в архитектуре здания Хрустального Дворца на Международной выставке достижений науки, промышленности, искусства и торговли в Лондоне (1851 г.). Данное строение оказало влияние на возможность строительства торговых зданий с освещенными витринами с большим количеством товаров.

Открытие верхних торговых рядов (ГУМ – Государственный универсальный магазин) в 1893 году на месте старых лавок XVIII века улучшило условия торговли в центральном районе Москвы. Наряду с торговыми функциями, данный объект одновременно располагал к отдыху и развлечениям. Торговые ряды придали порядок и повлияли на

формирование выразительного архитектурного образа центрального района города.

В теории рассмотрения крупных улиц города Астаны необходимо подчеркнуть важность торговых зданий в городе. Возрастание роли торговли в регионе в XXI веке показывает строительство дома купца Кубрина, торговых рядов. Данные здания позволили закрепить развитие центральных городаских улиц и сформировать новый вид зданий в городе. Торговые здания способствовали группированию общественных зданий вокруг центральной улицы.

Крупные торговые центры начали активно появляться в конце 30-х – начале 40-х годов XX века в США. Данный процесс обусловлен кризисом городских центров в ходе увеличения транспорта. Увеличение транспорта на дорогах, плотность центральных районов, отсутствие парковочных мест послужили причиной строительства торговых центров на свободных территориях за городом. Данные территории вблизи межгородских автострад активно застраивали крупными торговыми центрами, окруженными большими автостоянками (до 10 тыс. автомобилей).

Одним из важных моментов явилось создание в 1964 году вблизи транспортного узла торгового центра «Булл ринг сентр» в Бирмингеме (Великобритания). Исторический торговый район открытых и крытых рыночных киосков определил строительство данного центра и автобусных станций.

Необходимо отметить, что при развитии современных городов ослабла тенденция строительства крупных торговых центров за пределами города. С усилением тенденций урбанизации в мегаполисах становится важным сосредоточить в многофункциональном торговом здании условия транспорта, парковок и пешеходных путей. Важным этапом развития явилось стремление объединить торговые и жилые функции в 1980-е годы в торговых центрах Нью Йорка.

В концепции развития города Сеула уделяется внимание развитию окрестностей, прилегающих к историческому ручью Чхонгечхон. В 2004 году он был открыт как общественное пространство на месте отреставрированного ручья. Для его строительства множество мелких торговых лавок было перемещено в другие части города. Крупные торговые магазины размещаются вблизи туристической территории, что связано с постоянным наличием большого количества горожан.

Зарубежные исследования в этой области подтверждают, что меняется значение торговых центров для населения в городах. Прежде всего это связано с активным ростом розничной торговли в сети. Упрощенный способ доставки разных товаров приводит к отказу покупателей от прежнего посещения магазина и поиска. Это сказывается на количестве посетителей магазинов.

Важно рассмотреть данные направления на примере современных крупных торговых объектов социальной инфраструктуры, так как внимание к эффективной организации торговых зданий является основой для создания комфортного расположения зданий внутри города – транспортной доступности и организации центров в контексте урбанистики.

Новизна данного исследования заключается в рассмотрении проблемы размещения крупных торговых объектов в городе Астане. Отличие авторской работы от ранее опубликованных состоит в анализе расположения торговых объектов в городе Астане с учетом доступности и изменения потребностей населения. Ранее исследования акцентировали внимание на проектировании уникальных торговых зданий и не предусматривали пешеходных связей между собой.

Также авторское исследование рассматривает разработку конкретных предложений для создания комфортного размещения крупных торговых объектов в структуре города. Данные мероприятия позволяют предложить градостроительные решения для улучшения

доступности торговых объектов в городе Астане.

В настоящее время в городе Астане располагаются крупные торговые центры: ТРЦ «Хан Шатыр», ТРЦ «Mega Silk Way», ТРЦ «Сарыарка», ТРЦ «Керуен сити», ТРЦ «Керуен», ТРЦ «Евразия», ТРЦ «Аружан», ТРЦ «Азия парк», ТРЦ «Astana Mall» (табл. 1). Многофункциональное здание «Абу-Даби Плаза» включает жилые, офисные и торговые помещения. Большинство данных объектов преимущественно находится на Левобережье, что уменьшает охват обслуживания населения.

Население города Астаны составляет 1 354 556 тысяч человек. Ежегодно население города возрастает в среднем на 50 тысяч человек (Численность населения Республики Казахстан по отдельным этносам на начало 2023 года, 2023). Территория города разделена на 6 административно-территориальных районов. В районах «Есиль», «Алмата», «Нура» присутствуют торгово-развлекательные центры, тогда как в трех других отмечается их отсутствие.

Таблица 1. Торгово-развлекательные центры города Астаны

Административно-территориальные районы города Астаны					
Сарыарка	Байконур	Алмата	Есиль	Нура	Сарайшык
-	-	- ТРЦ «Astana Mall» - ТРЦ «Аружан» - ТРЦ «Евразия»	- ТРЦ «Mega Silk Way» - ТРЦ «Керуен»	- ТРЦ «Хан Шатыр» - ТРЦ «Азия парк» - ТРЦ «Сарыарка» - ТРЦ «Керуен сити»	-
<i>Примечание – составлено автором (Сарсембаева Д.Е., 2025)</i>					

Одновременно со строительством жилых районов рядом с ними располагают в большом количестве супермаркеты и продуктовые магазины. Однако многофункциональные торговые центры расположены в центральных районах города. С развитием онлайн-торговли посещение торговых магазинов ослабевает. При этом повысилась необходимость строительства многофункциональных торговых объектов, которые могут предлагать в одном здании услуги разных учреждений обслуживания. В данных объектах важно учитывать аспект удобства и комфортности посетителей. В настоящей статье рассматривается проблема доступности крупных торговых объектов для населения города и вырабатываются оптимальные варианты ее решения.

Крупные торговые центры Астаны спроектированы вблизи главных магистралей города, что позволяет повысить доступность объектов для горожан. Однако в Астане данное размещение группирует множество таких объектов в одной части города, создавая перегруженность дорог в данном направлении. Также нет вовлеченности населения жилых комплексов путем организации связей между торговыми объектами. Организация связи необходима для учета пешеходных зон и превращения их в полноценную прогулочную аллею. Такая аллея должна располагать к отдыху и одновременно на всем своем протяжении организовывать пешеходную связь крупных торговых объектов и жилых комплексов.

Водно-зеленый бульвар в административно-деловом центре Астаны является пешеходной зоной, где представлены учреждения сферы обслуживания и общественного питания, выставочные залы, офисы и прочие заведения. Бульвар вытянут от здания

Резиденции президента Ак-Орда до торгово-развлекательного центра Хан-Шатыр. На бульваре наблюдается система связи общественных и жилых функций, что повышает роль данных объектов в жизни горожан. Доступность объектов разного назначения формирует комфортную среду проживания населения на данной территории.

Нормативные документы, регламентирующие параметры размещения крупных торговых центров, рассматривают основные вопросы размещения данных объектов. В особенности нормируются радиусы предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания местного значения, размещенных в жилой застройке от 500 до 800 метров. Для крупных объектов торговли принимается во внимание расстояние от 25 м от жилых объектов с соблюдением норм парковочных мест.

Для выявления взаимосвязи среди населения с крупными торговыми объектами был разработан и проведен опрос на тему «Крупные торговые объекты города Астаны».

Проведение опроса позволило рассмотреть расположение крупных торговых объектов в городе Астане с учетом мнения горожан. Было опрошено население в следующих 4 возрастных группах: I – до 15 лет; II – до 40 лет; III – до 60 лет; IV – старше 60 лет.

В результате проведения опроса среди населения по ответам на вопрос «Как часто посещаете крупные торговые объекты в городе?» было установлено, что частота посещения среди молодежи составляет в среднем 2-3 раза в месяц, среди старшего населения – 1 раз. С изменением образа жизни человека произошла перестройка графика населения, где стала важной многофункциональность торгового здания. В данное время крупные торговые центры ассоциируются с наличием образовательных и спортивных кружков, кинотеатров и фудкортов. Обособленность данных центров формирует среду, где житель города должен преодолевать огромные расстояния для получения услуг центра. В связи с этим необходимо проектировать объекты социальной инфраструктуры с учетом объединения структур жилья и торговли с единым пешеходным пространством.

По ответам на вопрос «Какие торговые пространства посещаете в крупных торговых объектах?» в результате проведения опроса среди населения было выявлено, что 59 % опрошенных посещают пространства продажи одежды, 11 % – супермаркеты, 23 % – кинотеатры и рестораны, 7 % – салоны красоты. В структуре зарубежных городов отражается тенденция к размещению крупных центров внутри города для создания комфортного образа жизни занятого населения. В городах отмечается наличие активного занятого населения и стремление производить офлайн-покупки в обеденное время будних дней. Данное поведение покупателей показывает, что выходные дни большая часть населения стремится провести дома. Так розничная торговля становится дополнительным элементом при сочетании с другими сферами услуг в одном здании (банк, аптека, ресторан, фитнес).

В результате проведения опроса среди населения были выявлены причины, сдерживающие жителей от посещения крупных торговых объектов, среди которых 40 % опрошенных назвали отдаленность, 20 % – неудобства паркинга, 5 % – высокие цены, остальные опрошенные указали другие причины. Градостроительные особенности проектирования торгового здания включают такие моменты размещения, как удобство парковочных мест, расстояния от жилых зданий, радиусы обслуживания. В проектировании рекомендуется текущая норма радиуса обслуживания в 500-800 метров в пределах жилого района, что для крупных торговых объектов не оправдано. Необходимо для крупных объектов предусматривать норму в формате 1500-2000 метров для охвата нескольких жилых районов. Это приблизит услуги учреждений к населению, увеличит посещение торговых учреждений населением микрорайонов.

Рассматривая расположение крупных торговых центров в городе Астане можно

отметить, что в основном здания расположены в Левобережной части города. В Правобережной части города данные объекты присутствуют рассредоточенно, что не позволяет обеспечить доступность этих объектов для населения отдаленных территорий города на постоянной основе. Из этого следует, что крупные торговые центры остаются для большего числа населения объектами эпизодического обслуживания, что уменьшает возможный поток посетителей. Учреждения не предоставляют возможности для улучшения повседневного и периодического обслуживания. Также нерациональное размещение крупных торговых центров приводит к увеличению загруженности дорог в данных направлениях.

Организация пешеходного пространства между жилыми и общественными зданиями позволит сократить расход времени и создать условия доступности учреждений. Данные меры позволят повысить доступность учреждений за счет комфортности пешеходных путей, которые будут стимулировать горожан ежедневно пользоваться услугами крупных торговых центров.

Опыт зарубежного благоустройства территории вокруг ручья Чхонгечхон в Сеуле показывает положительное влияние на развитие территории жилых районов и на торговые пространства. По исследованию реконструированного ручья Чхонгечхона было выявлено благоприятное влияние на развитие зон, прилегающих к нему. В середине XX века ручей был сильно загрязнен сбрасываемыми отходами. В результате ручей был помещен в трубу, на месте была построена надземная автомобильная эстакада после Корейской войны. Учитывая состояние развязки, в 2003 году эстакада была демонтирована. В 2005 году в результате реконструкции ручей был воссоздан в ландшафтный парк с фонтанами и 22 мостами. Данная территория является местом для проведения праздников, выставок. Ручей на всем протяжении в 11 километров создает микроклимат участка, что является важным для горожан и туристов. Многочисленное население обеспечивает большее количество посетителей близко расположенных учреждений. Реконструкция сопровождалась перемещением 30 тысяч уличных торговцев рынков данного района. Кроме того, данный объект является связующим пешеходным пространством между объектами социальной инфраструктуры.

В результате отмечается степень влияния, которая выражается в следующем:

Во-первых, холмистый рельеф и гидрология способствовали стать ручью естественным водосборным бассейном для обширной площади.

Во-вторых, произошло оживление прилегающих районов, которые до строительства магистрали в 1960-е гг. являлись трущобами, а после строительства эстакады превратились в серую и безликую транзитную зону.

В-третьих, территория была значительно озеленена, что способствовало изменению стоимости окружающей недвижимости, увеличению доли заполняемости офисных площадей и началу активного строительства на данном участке.

Выполнение связующего звена между домами и другими зданиями возможно при организации пешеходной зоны. На территории Астаны проектировать торговые центры необходимо с обустройством пешеходно-прогулочных зон. Градостроительная задача состоит в том, чтобы с учетом рельефа, климата и застройки связать торговые здания и жилье в единую комфортную среду.

Большинство современных торговых центров расположены обособленно, без учета связей с жилыми и другими общественными зданиями. Это ведет к меньшему объему посетителей в часы обеда, в свободное вечернее и в дневное время, так как создает большой разрыв во времени. При проектировании современных торговых центров необходимо учитывать изменение образа жизни человека, который включает ежедневные направления: дом, работа, учеба, отдых. Исходя из этих направлений, торговые центры

могут включать такие сферы услуг досуга населения, как творческие кружки, кинотеатры, библиотеки, фитнес, рестораны, кафе и др.

В Казахстане, согласно СП РК 3.02-122-2012 Предприятия розничной торговли, пункту 4.1.3, рассматриваются приемлемые решения, где крупные объекты торговли свыше 8500 м² торговой площади рекомендуется проектировать с учетом местных градостроительных условий, интенсивности и структуры трудовых и культурно-бытовых связей населения, контингента посетителей и пр. (табл. 2). Данные рекомендации учитывают наличие особенностей территории.

Таблица 2. Радиус обслуживания населения учреждениями и предприятиями, размещенными в жилой застройке

Учреждения и предприятия обслуживания	Радиус обслуживания, м
Предприятия торговли, общественного питания и бытового обслуживания местного значения: в городах при застройке:	
- многоэтажной	500
- малоэтажной	800
<i>Примечания</i>	
<i>В населенных пунктах со сложными планировочными структурами (вытянутой конфигурацией и др.), обусловленными рельефом местности, очертанием береговой полосы и другими природно-ландшафтными факторами и в условиях реконструкции, при соответствующем обосновании, по заданию на проектирование, указанные радиусы доступности увеличивают до 10 %, а также в пределах радиуса транспортной доступности. В зоне пустынь и полупустынь, в условиях сложного рельефа указанные в таблице радиусы обслуживания следует уменьшать до 30 %.</i>	
<i>Примечание – составлено автором на основе СП РК 3.01-101-2013 Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских населенных пунктов (Сарсембаева Д.Е., 2025)</i>	

Проведенные исследования показали, что большинство крупных торговых центров имеют в своем составе сферы услуг досуга. Однако из-за индивидуального принципа проектирования зданий без продумывания условий гармонизации жилого района многие торговые объекты социальной инфраструктуры не имеют связи с жилыми комплексами через пешеходно-прогулочные зоны. Также ключевым компонентом является учет климатических условий региона, которые обостряют проблему прогулочных территорий в зимнее время. В этой связи организация пространства, связывающего жилье и торговые центры, важна для досуга населения. Рациональным принципом может стать организация зон отдыха в прогулочных зонах, продумывание композиционных связей торговых центров и жилых зданий.

В условиях плотной застройки крупных городов важно организовать пространство для отдыха и досуга населения, что обуславливает организацию условий для горожан с учетом экономии времени. Необходимо отметить, что сосредоточение объектов социальной инфраструктуры в градостроительных узлах благоприятно сказывается на композиционно-пространственном решении города. Территориальный рост районов города отдаляет горожан от данных центров, в связи с этим становится важным создание данных центров вблизи жилых районов и обустройство пешеходных зон к ним.

Торговые центры в Америке, особо популярные в 1980-2000 годы, стали терять востребованность с ростом онлайн-торговли и сменой покупательских привычек. Объекты торговли были местом для встреч с друзьями, прогулок и одновременно шопинга. С развитием мессенджеров и онлайн-торговли социальные привычки изменились

(Каракова, 2023).

В современное время происходят изменения в покупательской активности. Важно отметить, что близкое расположение к дому и состав помещений торгового центра влияют на частоту посещения. Моменты с развитием розничной торговли требуют учета функций, которые несут для общества. Торговая и развлекательная функции центров нуждаются в дополнении такими услугами, как организация культурного отдыха. При этом центры должны пройти процесс интеграции с существующими улицами и прогулочными зонами, создавая непрерывную линию. Наполнение центра должно меняться в сторону качественных кинотеатров, ресторанов, супермаркетов, встроенных остановок, адаптированных выставок, сцен для мероприятий.

Развитие мегаполиса в современных условиях характеризуется важным моментом формирования социально значимых пространств нового качества и функционального содержания. Такие крупные торговые центры способны отразить изменение структуры потребностей жителей города, их потребительского и пространственного поведения. Многочисленные исследования междисциплинарного характера демонстрируют, что архитектура и дизайн городской среды связаны с динамикой психологических и материально-пространственных проявлений потребностей населения, спроса в услугах и товарах, формирования новых центров притяжения населения и, как следствие, локализации новых направлений в функционально-планировочной структуре города в целом, а также в рамках отдельного объекта обслуживания.

Исследование сферы услуг и потребления в России в 90-х гг. основало не только разработку новых форматов торговли, но и определение локации этих объектов в планировочной структуре города. Изучение вопроса показало, что сложившаяся классификация потребностей в сфере получения материальных благ (товаров) предопределена рядом стадий, когда происходит:

- а) осознание необходимости приобретения товара или услуги;
- б) минимизация временных затрат на приобретение товара или услуги;
- в) комплексное решение возникших задач в ходе реализации потребности приобретения товара или услуги;
- г) приобретение товара или услуги в объектах с высоким уровнем обслуживания, использованием современных технологий и аутентичными эстетическими характеристиками.

Такие характерные черты сформировали ряд причин, по которым торгово-развлекательные центры заняли лидирующее место, конкурируя с культурными учреждениями, одной из которых является способность аккумуляции в одном здании точек торговли, различных выставок, пунктов общественного питания, рекреаций и кинотеатров. Функционально-планировочные возможности подчеркивают важность учета зданий при изменении потребительского и пространственного поведения жителей городов. Организация формы досуга в данных зданиях сопряжена с особой ролью транзитного пространства пешеходной зоны в масштабе местного жилого района и городского. Мировая практика градостроительства уделяет большое внимание созданию стрит-ритейл территории городов. Торговые участки в городе влияют на привлечение и горожан, и туристов.

Проблема транспортной доступности крупных торговых центров сводится к избирательному типу посещения данных учреждений. Высокие темпы урбанизации и застройки в городе Астане ведут к постоянному увеличению жилых районов и коммерческих учреждений. Этот процесс сопровождается строительством новых дорог и развязок. В современное время для сокращения времени в пути необходимо учитывать развитие инфраструктуры для пешеходов и велосипедистов. Внимание к этому вопросу

повысит безопасность участников дорожного и пешеходного движения, уменьшит пробки в городе.

При проведении исследования рассмотрены наиболее крупные торговые центры в городе Астане. В исследовании административно-территориальных районов города выявлено следующее:

- наличие крупных торговых центров в Левобережной части города;
- расположение вблизи главных магистралей;
- отсутствие связи торговых центров с пешеходной территорией.

В результате проведения исследования выработаны предложения для улучшения доступности торговых центров:

- организация пешеходных пространств, связывающих жилые и общественные здания;
- приближение радиусов обслуживания торговых центров к жилым районам;
- увеличение озелененных территорий для повышений показателей шумоизоляции;
- улучшение условий пребывания в прогулочных зонах вне зависимости от времени года и погодных условий путем организации крытых пространств;
- организация парковочных зон.

В результате проведенного исследования выявлена необходимость строительства торговых центров в планировочной структуре с города со связью с жилыми районами. Строительные нормы и правила при описании важно пересмотреть и дополнить в соответствии с изменением потребностей населения. Необходимо учитывать радиусы обслуживания крупных торговых центров в пределах обслуживания нескольких жилых районов, что позволит эффективно распределить объекты в городе. Данные меры закрепят приемлемые для населения города условия комфортности и безопасности в жилых районах.

Схема расположения торговых объектов социальной инфраструктуры города Астаны (рис. 1) показывает, что крупные торгово-развлекательные центры располагаются в административно-территориальных районах Есиль, Алмата и Нура. В центральном районе города сконцентрированы данные виды учреждений, что приводит к эпизодической частоте пользования.

Для населения, проживающего на периферии, не спроектированы данные типы зданий в их районах. В районах Сарыарка, Байконур, Сарайшык крупные торговые центры отсутствуют, что говорит о необходимости преодоления больших расстояний для получения услуг. На Левобережье ТРЦ «Хан Шатыр», ТРЦ «Mega Silk Way», ТРЦ «Сарыарка», ТРЦ «Керуен сити», ТРЦ «Керуен», ТРЦ «Азия парк» соседствуют с участками Водно-зеленого бульвара, что создает связь с жилыми зданиями Правобережья. Крупные торговые центры, расположенные на Правом берегу не связаны с прогулочными аллеями. Ориентированность на пешеходно-прогулочные пути создает возможность включения услуг торговых центров для населения жилых и административных зданий.

Исследования торговых центров показали, что существует необходимость связи жилых и торговых зданий в пешеходной прогулочной зоне. Условия данной организации должны включать наличие крупных торговых объектов вблизи жилых районов. Это в свою очередь позволяет приблизить доступность данных объектов для населения. Распределение торговых объектов внутри города значительно меняется при рассмотрении услуг торговых центров в ракурсе ежедневных и периодических потребностей. Так эпизодическая частота пользования приводит к исключению пользования услугами центра в жизни населения, уменьшается их важность и вместе с этим возможности развития подобных зданий.

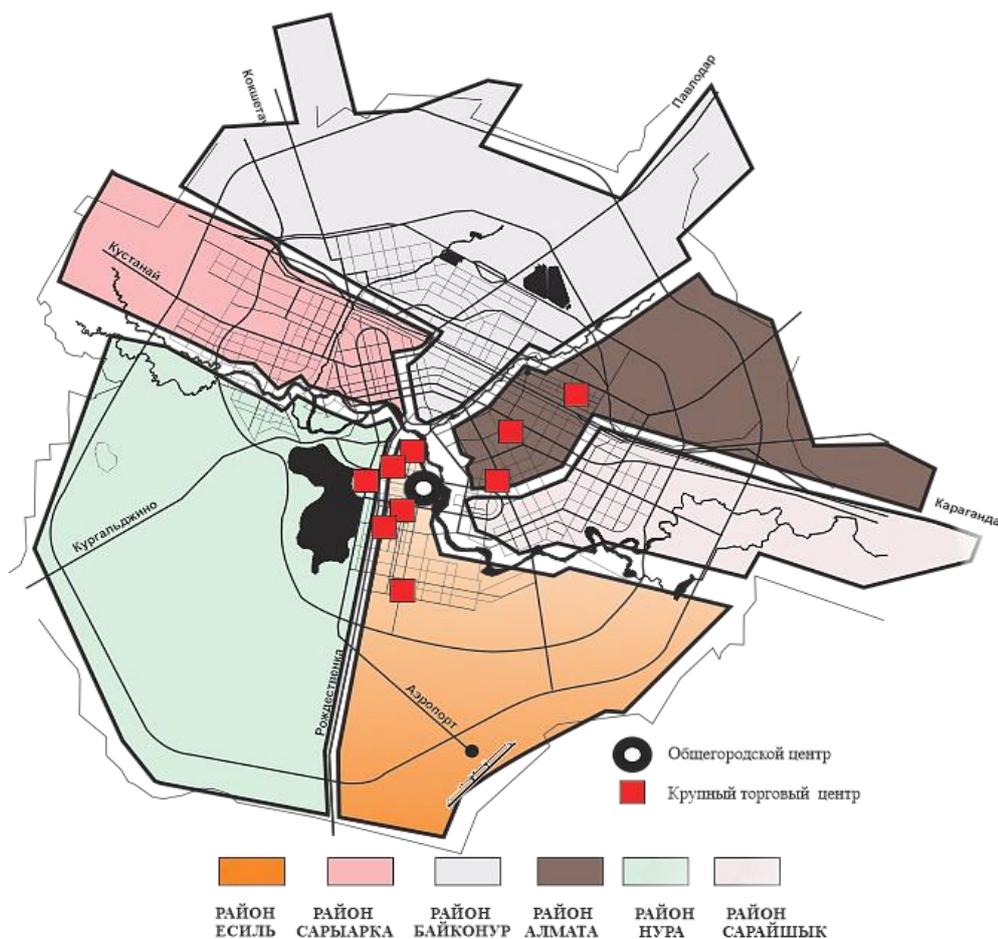


Рисунок 1. Расположение крупных торговых центров в городе Астане

Примечание – иллюстрация автора (Сарсембаева, 2025)

Рациональное размещение крупных торговых центров на территории города Астаны требует соблюдения данных моментов. При этом исторически сложившаяся застройка улиц может дополняться для улучшения системы обслуживания. Важным дополнением к общественным объектам является размещение учреждений торговли с учетом идентичности и оригинальности их проектирования в городской среде. Использование выработанных решений позволит приблизить услуги крупных торговых центров для населения города Астаны и эффективно организовать транспортные потоки.

Также важным пунктом исследования является отражение социальной роли крупных торговых центров в жизни населения, которая требует интеграции данных учреждений в ежедневную жизнь человека путем организации досуга и прогулочного отдыха населения.

Заключение. В проектировании современных торговых центров меняется покупательская активность с изменением розничной торговли. Онлайн-покупки и онлайн-общение становятся более актуальным для населения. Магазины трансформируются в выставочные шоурумы, где можно посмотреть товар и заказать потом. Поход в центры рассматривается как прогулка в кино или ресторан, где наличие фуд-кортов является благоприятствующим фактором.

Стимулирующим фактором развития торговых объектов является приверженность к

улучшению условий жизни населения всего города Астаны. Благотворным моментом является проектирование крупных торговых центров в масштабе периодического обслуживания, что влияет на образ жизни современного человека.

В результате исследования торговых объектов были выработаны следующие решения:

1. Включение крупных торговых центров в радиус обслуживания 4-5 жилых районов (1500-2000 м). Рассмотрение новых норм в строительных нормах и правилах Республики Казахстан позволит приблизить учреждения обслуживания и их услуги к населению.

2. Воссоздание экологических пешеходно-прогулочных территорий для повышения доступности крупных торговых центров для населения. Данные зоны способны нивелировать отрицательное воздействие климатических условий (например, перепады температуры).

3. Создание связи жилых и торговых зданий выражается в необходимости комплексного планирования жилых районов. В этой связи важно организовать пешеходно-прогулочные зоны.

Основным моментом исследования является внимание к таким особенностям, как стремление населения посещать торговые центры в часы обеда или выходные дни. Этим обусловлен подход исследования, где все большее внимание в эксплуатации центров уделяется услугам ресторанов, фитнес-центров, кинотеатров, супермаркетов и магазинов в целом. Исследование крупных торговых центров показало необходимость связывания жилых и торговых зданий посредством организации прогулочных аллей между ними, включения данных объектов в пределы доступности жилых районов города.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Благодарности. Данное исследование выполнено на основе собственных средств автора.

Список литературы

- Воронцова Ю.С. (2017). Эволюция приемов создания коммерческой привлекательности российских торговых центров. Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки, 19(2), 63–67. // Vorontsova Yu.S. (2017). Evolyutsiya priemov sozdaniya kommercheskoy privlekatel'nosti rossiyskikh torgovykh tsentrov. Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiyskoy akademii nauk. Sotsial'nye, gumanitarnye, mediko-biologicheskie nauki, 19(2), 63–67.
- Чекаев Ф.М. (2009). Истоки и эволюция архитектуры Астаны (Акмолы) 1830–1991 годов: автореф. дис. ... канд. арх. – Алматы, 30 с. // Chekaev F.M. (2009). Istoki i evolyutsiya arkhitektury Astany (Akmoly) 1830–1991 godov: avtoref. dis. ... kand. arkh. – Almaty, 30 s.
- Глаудинов Б.А. (1999). История архитектуры Казахстана. Алматы: КазГАСА. // Glaudinov B.A. (1999). Istoriya arkhitektury Kazakhstana. Almaty: KazGASA.
- Народное хозяйство Казахстана за 70 лет: статистический сборник. (1990). Алма-Ата: Госкомстат КазССР. // Narodnoe khozyaystvo Kazakhstana za 70 let: statisticheskiy sbornik. (1990). Alma-Ata: Goskomstat KazSSR.
- Воронцова Ю.С., Каракова Т.В. (2016). Значение визуальных эффектов в коммуникационных пространствах крупных торговых центров. Приволжский научный журнал, (2)38, 133–137. // Vorontsova Yu.S., Karakova T.V. (2016). Znachenie vizual'nykh effektov v kommunikatsionnykh prostranstvakh krupnykh torgovykh tsentrov. Privolzhskiy nauchnyy zhurnal, (2)38, 133–137.
- Каракова Т.В. (2023). Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки, 25(2), 64–69. // Karakova T.V. (2023). Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiyskoy akademii nauk. Sotsial'nye, gumanitarnye, mediko-biologicheskie nauki, 25(2), 64–69.
- Корнилова А.А., Сарсембаева Д.Е. (2020). Рекреации в архитектуре социальной инфраструктуры: на примере города Нур-Султан. В Глобальная наука и инновация 2020: Центральная Азия: материалы междунар. конф. (с. 37–41). – Нур-Султан. // Kornilova A.A., Sarsembayeva D.Ye. (2020). Rekreatsii v arkhitekture sotsial'noy infrastruktury: na primere goroda Nur-Sultan. V Global'naya nauka i innovatsiya 2020: Tsentral'naya Aziya:

- materialy mezhdunar. konf. (s. 37–41). – Nur-Sultan.
- Kornilova A.A., Khorovetskaya Ye.M., Sarsembayeva D.Ye., et al. (2019). Territory management: Urban planning and recreational planning of populated areas in the Republic of Kazakhstan in the second half of the 20th century. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 10(6), 1295–1302. [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.6\(38\).11](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.6(38).11)
- Тоскина В.В. (2002). Эволюция архитектурно-планировочной структуры: на примере Акмолинской области: автореф. дис... канд. техн. наук. – Новосибирск, 28 с. // Toskina V.V. (2002). Evolyutsiya arkhitekturno-planirovочноy struktury: na primere Akmolinskoy oblasti: avtoref. dis... kand. tekhn. nauk. – Novosibirsk, 28 s.
- Abdrassilova G., Danibekova E., Tuyakayeva A., Syzdykova A. (2024). Architecture of Almaty in the 20th century: in search of cultural identity. *QazBSQA Хабаршысы. Сәулет*, 4(94), 8–23. <https://doi.org/10.51488/1680-080X/2024.4-01>
- Юдина А.О. (2019). Исследование по благоустройству территорий для привлечения в ТРЦ. В Студенческие дни науки в ТГУ: науч.-практ. конф. (Тольятти, апрель 2019 г.). Тольятти: Изд-во ТГУ. // Yudina A.O. (2019). Issledovanie po blagoustroystvu territoriy dlya privlecheniya v TRTs. V Studencheskie dni nauki v TGU: nauch.-prakt. konf. (Tolyatti, aprel' 2019 g.). Tolyatti: Izd-vo TGU.
- Escudero-Gómez L.A. (2024). Shopping centers challenging decline: Competitive strategies in three case studies from Madrid's urban area. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 79(3), 103826. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103826>
- Lian H., Li G. (2023). Correlation analysis of retail space and shopping behavior in a commercial street based on space syntax: A case of Shijiazhuang, China. *Buildings*, 13(11), 2674. <https://doi.org/10.3390/buildings13112674>
- Lian H., Li X., Zhou W., et al. (2025). Pedestrian vitality characteristics in pedestrianized commercial streets: Considering temporal, spatial, and built environment factors. *Frontiers of Architectural Research*, 14, 630–653. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2024.10.006>
- СП РК 3.01-101-2013 (2024). Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских населенных пунктов (изм. 07.06.2024). // SP RK 3.01-101-2013 (2024). Gradostroitel'stvo. Planirovka i zastroika gorodskikh i sel'skikh naseleennykh punktov (izm. 07.06.2024).
- СП РК 3.02-122-2012 (2018). Предприятия розничной торговли (изм. 07.08.18_175-НК). // SP RK 3.02-122-2012 (2018). Predpriyatiya roznichnoy trgovli (izm. 07.08.18_175-NK).
- Численность населения Республики Казахстан по отдельным этносам на начало 2023 года. (2023). Комитет по статистике МНЭ РК. <https://stat.gov.kz/> Chislennost' naseleniya Respubliki Kazakhstan po otdel'nykh etnosam na nachalo 2023 goda. (2023). Komitet po statistike MNE RK. <https://stat.gov.kz>

Information about authors

Sarsembayeva Dinara Yerzhanovna – Doctor PhD in the specialty "Architecture", L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan. E-mail: dinara5431@mail.ru, ORCID:0000-0002-4558-0876, +7 7015535179
