

Форма № Н-9.02

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Навчально - науковий інститут архітектури, будівництва та землеустрою
Кафедра будівництва та цивільної інженерії

Пояснювальна записка

до дипломної роботи

магістра

на тему: **Принципи формування архітектурно-планувальної організації
торгово-розважальних центрів**

Виконала: студентка 6 курсу, групи 601-БП
спеціальності 192 «Будівництво та цивільна
інженерія»

Бабенко О.І.

Керівник: к.т.н., доц. Авраменко Ю.О.

Зав. кафедри: д.т.н., проф. Семко О.В.

Полтава - 2021 р.

Зміст

| | |
|---|-----------|
| Вступ | 7 |
| 1.1. Загальні положення..... | 10 |
| 1.2. Термінологія | 11 |
| 1.3. Історичний огляд формування сучасних торгово-розважальних центрів..... | 12 |
| 1.4. Класифікація торгової нерухомості..... | 18 |
| 1.4.1. Мікрорайонний торговий центр..... | 18 |
| 1.4.2. Районний торговий центр. | 19 |
| 1.4.3. Окружний торговий центр. | 19 |
| 1.4.4. Суперокружний торговий центр. | 19 |
| 1.4.5. Регіональний торговий центр. | 19 |
| 1.4.6. Спеціалізований торговий центр..... | 20 |
| 1.5. Норми об'ємно-планувальних рішень громадських будівель | 20 |
| 1.6. Конструктивні особливості громадських будівель | 27 |
| 1.7. Об'ємно-планувальні рішення магазинів..... | 28 |
| 1.8. Протипожежні вимоги до торгівельних будівель | 30 |
| 1.9. Вертикальні і горизонтальні комунікації торгової будівлі .. | 32 |
| РОЗДІЛ 2. Формування архітектурно-планувальних рішень в торгово-розважальних центрах | 35 |
| 2.1. Конструктивні рішення будівлі ТРЦ | 35 |
| 2.2. Інженерне обладнання торгової будівлі | 36 |
| 2.3. Система вентиляції і кондиціонування | 36 |
| 2.4. Види освітлення в торгівельно-розважальних центрах | 37 |
| 2.5. Основні недоліки планування торгових комплексів..... | 38 |

| | | | | | | | | |
|------------------|-------------|------------------|---------------|-------------|---|-------------|-------------|----------------|
| | | | | | <i>601БП. 20108. ПЗ</i> | | | |
| <i>Змн.</i> | <i>Арк.</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | | | |
| <i>Розроб.</i> | | <i>Бабенко</i> | | | <i>Принципи формування архітектурно-планувальної організації торгово-розважальних центрів</i> | <i>Літ.</i> | <i>Арк.</i> | <i>Аркушів</i> |
| <i>Перевір.</i> | | <i>Авраменко</i> | | | | | 4 | |
| <i>Н. Контр.</i> | | <i>Семко</i> | | | | | | |
| <i>Затверд.</i> | | <i>Семко</i> | | | | | | |
| | | | | | | | | |

| | |
|---|----|
| 2.6. Основні вимоги до планування торгово-розважального центру..... | 39 |
| 2.7. Зв'язок входів і виходів зі шляхами пішохідного руху, зупинками громадського транспорту. | 41 |
| 2.8. Шляхи евакуації у громадських будівлях і спорудах | 41 |
| РОЗДІЛ 3. Містобудівні, архітектурно-планувальні та конструктивні рішення торгово-розважального центру, що проектується | 50 |
| 3.1. Планувальне рішення кварталу | 50 |
| 3.1.1. Історична довідка | 50 |
| 3.1.2. Архітектурна організація простору..... | 55 |
| 3.1.3. Обсяг і розміщення першочергового будівництва | 55 |
| 3.1.4. Аналіз генплану..... | 64 |
| 3.1.5. Об'ємно-планувальне і конструктивне рішення | 66 |
| 3.1.6. Характеристика земельної ділянки та суміжних територій. | 67 |
| 3.1.7. Основні техніко-економічні показники об'єкта містобудування. | 72 |
| 3.1.8. Технічні характеристики об'єкта | 73 |
| 3.2. . Аналіз сучасного стану території і споруд:..... | 76 |
| 3.2.1. Характеристика існуючої забудови та використання території; площа, межі:..... | 76 |
| 3.2.2. Транспортне обслуговування: | 78 |
| 3.2.3. Характеристика об'єктів культурної спадщини, зон охорони пам'яток, історичного ареалу..... | 78 |
| 3.2.4. Архітектурно-просторова та планувальна композиція:..... | 78 |
| 3.2.6. Історично сформовані вулична мережа, парцеляція, характер забудови, планувальний модуль, масштаб та масштабність забудови: | 80 |
| 3.2.7. Композиційно-видовий вплив об'єктів культурної спадщини: | 81 |

| | | | | | | | | |
|------------------|-------------|------------------|---------------|-------------|---|-------------|-------------|----------------|
| | | | | | <i>601БП. 20108. ПЗ</i> | | | |
| <i>Змн.</i> | <i>Арк.</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | | | |
| <i>Розроб.</i> | | <i>Бабенко</i> | | | <i>Принципи формування архітектурно-планувальної організації торгово-розважальних центрів</i> | <i>Літ.</i> | <i>Арк.</i> | <i>Аркушів</i> |
| <i>Перевір.</i> | | <i>Авраменко</i> | | | | | <i>5</i> | |
| <i>Н. Контр.</i> | | <i>Семко</i> | | | | | | |
| <i>Затверд.</i> | | <i>Семко</i> | | | | | | |

| | |
|--|----|
| 3.2.8. Вимоги щодо впорядкування території:..... | 82 |
| 3.3. Оцінка впливу об'єкта проектування на збереження традиційного характеру середовища: | 82 |
| 3.4. Теплотехнічний розрахунок зовнішньої стіни..... | 83 |
| Висновок | 85 |
| Література | 87 |

| | | | | | | | | |
|------------------|-------------|------------------|---------------|-------------|---|-------------|-------------|----------------|
| | | | | | <i>601БП. 20108. ПЗ</i> | | | |
| <i>Змн.</i> | <i>Арк.</i> | <i>№ докум.</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> | | | | |
| <i>Розроб.</i> | | <i>Бабенко</i> | | | <i>Принципи формування архітектурно-планувальної організації торгово-розважальних центрів</i> | <i>Літ.</i> | <i>Арк.</i> | <i>Аркушів</i> |
| <i>Перевір.</i> | | <i>Авраменко</i> | | | | | <i>6</i> | |
| <i>Н. Контр.</i> | | <i>Семко</i> | | | | | | |
| <i>Затверд.</i> | | <i>Семко</i> | | | | | | |

Вступ

Усе більше будується будинків громадського призначення, де поєднуються всі існуючі технічні досягнення, використовуються нові матеріали, обладнання та інше. Проектують і будуються багатофункціональні будинки й комплекси, що включають частини будинків або групи приміщень різного призначення.

Необхідність будівництва таких будинків визначається завданнями експлуатаційної й соціальної потреби, економічної доцільності й просто бажанням архітекторів створювати новий вигляд будинків, мікрорайонів.

Чималу частину в міському будівництві займають багатофункціональні торгово-розважальні центри.

Сучасне будівництво торгово-розважальних центрів характеризується створенням об'ємно-планувальних рішень із застосуванням багаторівневих просторових елементів (пасажів, атриумів), комбінацією різних функціональних зон.

Торгово-розважальні багатофункціональні центри – як об'єкти з масовим перебуванням людей – вимагають вирішення питань, пов'язаних з безпечним функціонуванням і надійністю роботи інженерних систем, із забезпеченням заданого мікроклімату й енергозбереження.

Актуальність проблеми: У наш час існує дефіцит якісно нових торговельних споруд, які були б виконані з врахуванням архітектурних, функціональних і об'ємно-планувальних вимог. Судячи з підходу до принципів проектування і прийняттям функціонально-планувальної організації торгово-розважальних центрів, можна стверджувати, що їх проектування перебуває на експериментальному рівні.

Торгово-розважальний центр як простір, що має безліч орендарів, - новий для України тип будинку. Підвищення якості й рівня життя людей вимагає кількісного і якісного розвитку торгово-розважальних центрів. Даний факт послужив проведенню досліджень в області архітектурно-планувальних

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 7 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

рішень будинків такого типу. Новим підходом у проектуванні споруджень торгово-розважальних центрів є сполучення торговельної й розважальної функції.

Необхідно створювати нові перспективні типи ТРЦ, що відповідають усім функціональним, економічним і споживчим вимогам, схемам функціонування й регіональним особливостям.

Мета запропонованої роботи є визначення основних принципів і вирішень архітектурно-планувальної організації торгово-розважальних центрів.

Повнота аналізу можлива тільки при системному виконанні наступних завдань:

- вивчити й проаналізувати вітчизняний і закордонний досвід проектування й будівництва торгово-розважальних центрів;
- виявити принципи планувальній-функціонально-планувальної організації ТРЦ;
- систематизувати й класифікувати принципи проектування та будівництва торгово-розважальних центрів.

Структура і обсяг роботи. Магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел, додатків.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 8 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | 601БП. 20108. ПЗ | | | | |

Розділ 1.

Аналіз сучасного стану формування архітектурно-планувальних рішень торгово-розважальних центрів

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|-----|
| | | | | | 601БП. 20108. ПЗ | Арк |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | 9 |

РОЗДІЛ 1. Аналіз сучасного стану формування архітектурно - планувальних рішень торгово-розважальних центрів.

1.1. Загальні положення

Перед початком проектування об'єкта відповідно з обраною темою слід ознайомитись з історичним аспектом розвитку будівництва торгово-розважальних центрів і нормативною базою, що стосується особливостей зведення і експлуатації громадських будівель. Невід'ємною складовою підтримки побуту соціально-культурної, громадської частини життя населення є облаштування умов відпочинку, умов громадського харчування, розважальної культури, придбання покупок для населення. ТРЦ є тією структурною одиницею міського середовища, яка здатна задовольнити в максимальному обсязі сучасні потреби людини в досконалому дозвіллі і побутовому обслуговуванні високого рівня. У зв'язку з удосконаленням форм роздрібної та оптової торгівлі, розвитком будівельних технологій, ділової та фінансової активності, зростанням населення великих міст і цілою низкою соціальних і економічних чинників, заклади торгівлі в даний час переживають період змін і розвитку нових типів будівель і споруд. Зсилаючись на історію розвитку торговельного центру в Україні, можна відзначити, що цей заклад не так давно завоював довіру населення і спонукав до проведення часу в ньому, ніж, якщо подивитися на світову історію розвитку в цій галузі. У багатьох європейських країнах торговий центр «підкорив серця» набагато раніше, ніж у нас. Але з кожним роком в країні скорочується число окремих кафетеріїв, наметів, ринків, а тим часом росте число торгово-розважальних центрів, як нових місць для проведення часу. Це сприятливі зміни в розвитку умов для життя населення, так як наприклад, якщо враховувати піврічну холодну температуру і погану погоду в нашій країні, це хороший варіант для проведення часу: як і для молодшої частини населення, так і більш старшої.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 10 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

Особливу увагу хочеться приділити також такому позитивному моменту, як можливість залучення більшої частини населення для перебування в торгово-розважальному центрі замість прогулянок в вечірній час в небезпечному районі. У зв'язку зі сформованою ситуацією в сучасній Україні, не в кожному районі того чи іншого міста, на жаль, безпечно гуляти і відпочивати. І до того ж, часто райони не облаштовані під даний функціонал, наприклад недостатньо освітлені. У той час як торговий центр пропонує хороші умови, цікаві дизайнерські рішення в інтер'єрах, в зонах громадського харчування є можливість для обіду як одному, так і з компанією. Для тих, кому хотілося б поповнити гардероб в гарній, приємній обстановці, з ввічливими консультантами, від хорошого бренду. Крім того, поліпшення умов вигляду торгового центру залучає сімейні пари з дітьми. В силу того, що площа дозволяє розміщення дитячих зон в торговому центрі, це дає можливість залишати дітей і відходити по своїй потребі. Таким чином, торгово-розважальний центр надає найбільш сприятливі умови для різноманітного проведення часу і дозвілля, відпочинку та розваг і все це в одному місці. Тому це стає все більш затребуваним і рухається в позитивному руслі. Виходячи з цього, темою дипломного проекту є «Принципи формування архітектурно-планувальної організації торгово-розважальних центрів»

1.2. Термінологія

Торгова нерухомість - різновид комерційної нерухомості, призначена для організації місць роздрібного та дрібнооптового продажу товарів і послуг.

Торгова зона, зона обслуговування - географічна область, на території якої проживає або працює переважна більшість (близько 95%) покупців торгового-розважального центру.

Магазин - приміщення, що використовується для реалізації в роздріб або дрібним оптом товарів або послуг населенню.

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 11 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

Роздрібна торгівля або Рітейл (с англійського *retail* — «роздрібний, в роздріб») — тип торгівлі товарами, а також виконання певних послуг, де покупцем є кінцевий споживач, фізична чи юридична особа.

Торговий центр - капітальна будівля, побудована власником з метою отримання комерційного прибутку шляхом здачі в оренду торгових площ компаніям-орендарям (зокрема, торговельним мережам) або для розміщення в ньому власних торгових мереж.

Торгова мережа - сукупність двох і більше роздрібних філій, салонів, торгових точок чи інших об'єктів, що реалізують в роздріб або дрібним оптом товари або послуги, об'єднані під загальною торговою маркою або вивіскою і мають єдиний фірмовий стиль.

1.3. Історичний огляд формування сучасних торгово-розважальних центрів

Сучасний торгово-розважальний центр - це не просто велике підприємство торгівлі, що забезпечує товарно-грошовий обмін в умовах масштабності, універсальності та комплексності місця здійснення покупок. Торгівельні та торговельно-розважальні центри - це своєрідні надбання нашої ери, діючі храми міського життя. Міський простір ХХІ століття немислимий без широких будівель, що здіймаються високо вгору, яскравих і вражаючих уяву і які гордо іменуються «Моллами», «Плаза» або «Сіті». Це цілі міні-міста, яким ми частіше і частіше присвячуємо свій вільний час. Торгові гіганти пропонують культовий шопінг і занурення в світ розваг як найбільш оптимальний варіант організації дозвілля і орієнтовані на максимальне задоволення потреб, як окремої особистості, так і суспільства в цілому. Очевидно, що зростаюча роль моллів впливає на систему управління торговими центрами і вимагає відповідності соціально економічній реальності. У даній магістерській роботі ми розглянемо формування специфічного, індивідуального образу торгово-розважального центру як метод

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 12 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

впливу на соціальне середовище, що забезпечує його конкурентоспроможність, але перш за все зупинимося на історії розвитку феномена торгового центру. В Україні одною з найбільш масштабних форм організації торгівлі довгий час були сільськогосподарські і промислові ярмарки, які могли охоплювати майже все платоспроможне населення. Організація і проведення ярмарок окрім економічного значення, вносили для українців різноманітності в їх дозвільну діяльність: на ярмарках вони мали змогу обмінятися важливими новинами, досягненням і досвідом. Вони формувалися основні тенденції моди, ставилися театралізовані вистави. З XIX століття в Європі, по чали з'являтися галереї і пасажі. Яскравим прикладом таких утворень можуть служити «Пасаж» в Санкт-Петербурзі (рис.1.1) побудований в 1848 році. Збудував його граф Яків Іванович Ессен – Стенбок – Фермору. Слід зазначити особливе значення пасажів і галерей ідентифікації особистості - прогулюватися тут, а тим більше здійснювати покупки міг собі дозволити далеко не кожен (рис.1.2, 1.3).



Рис. 1.1. Невський проспект. «Пасаж» і

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 13 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

повинні надати якомога більше послуг, забираючи у міських центрів домінуючу роль в формуванні культури, впровадженні розважальних сегментів і зон відпочинку і повинні стати обов'язковою умовою розвитку торгового комплексу. Саме з цього моменту ми бачимо розвиток таких ключових характеристик торгових і торгово-розважальних центрів як масштабність, універсальність, багатофункціональність і єдність місця здійснення покупок. Ідея Грюена з легкістю знаходила як прихильників, так і супротивників, але, трансформуючись і зливаючись з національними особливостями, до другої половині ХХ століття вона поширилася по всьому світу. Важливу роль в формуванні торгового центру зіграв розвиток масової культури споживання і інтегративні глобалізаційні процеси. Тенденція до уніфікації світу, до життя за єдиними принципами, прихильності єдиним цінностям, слідування єдиним звичаям і нормам поведінки формує особливого споживача, що потребує однотипні товари і зрозумілі моделі його придбання незалежно від того, в якій частині світу він знаходиться. Масова культура знімає з індивіда проблему особистісного вибору, пропонуючи натомість набір більш-менш стандартних ситуацій. В рамках управління торговим центром дана тенденція проявляється як усвідомлення необхідності чіткого планування складу орендарів торгових центрів з метою оптимізації та підвищення ефективності, надання товарів і послуг населенню.

Сучасний торгово-розважальний центр - це набір більш-менш стандартизованих товарів і послуг, в яких вже заздалегідь відбувається формування і розподіл споживчого потоку. ТРЦ виступає як продукт глобалізації, функціонально відповідає запитам соціального середовища, і в той же час як активний транслятор масової культури, яка формує стандарти споживання (реклама, схема розміщення товару, радіомовлення і т.д.). Розширення виступає функціональністю ТРЦ – для споживача крім традиційних «корисностей» набувають актуальності комунікативна та соціальна корисність торгового центру. Формується тип нового споживача.

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 15 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

Відвідуючи магазин він очікую отримати максимум для себе . Свою увагу він акцентує на рівень сервісу і емоції , прагне краси , комфорту і естетики.

Хотілося б звернути увагу на розвиток концепції торгових центрів на вітчизняному ринку. Ідея універсальних магазинів проникла на територію радянського простору до середини 80-х рр. ХХ століття. Говорити про виникнення торгівельних і торгово-розважальних центрів в Україні прийнято з моменту приходу на вітчизняний ринок на рубежі ХХ і ХХІ ст., що впровадили основні принципи і методи управління торговими центрами. Відсутність системи планування розміщення орендарів спровокували появу на місці колишніх радянських універмагів з чіткою і зрозумілою покупцям системою навігації своєрідних «критих речових ринків» з лабіринтами, перегородками і кіосками. З виходом на український ринок великих транснаціональних компаній і посилення конкуренції деякі універмаги були успішно реконструйовані в торгові центри. Також в цей час з'являються торгові центри, будинки яких спочатку не були призначені для торгівлі, а були перепрофільовані згодом. Сучасний етап розвитку концепції торгового центру характеризується вдосконаленням і пошуком нових методів впливу на поведінку споживача. Серед усіх наявних досліджень можна виділити два принципових підходи: перший спрямований на вдосконалення об'єкту управління і розвивається в сфері девелопменту, другий - направлений на вивчення принципів і закономірностей споживчої поведінки з метою подальшого впливу на нього і розвивається в рамках соціологічних наук (соціології міста, соціології культури, соціології управління і т.д.) Основна ідея такого підходу полягає в створенні образу мікрoměста, втілена за допомогою структури диференційованих просторів. Істотним поштовхом до впровадження соціокультурних інновацій в систему управління торговим центром стала критична ситуація 2009 року . Однак вже до 2010 року ситуація почала стабілізуватися і розвиватися в новому напрямку. Власники торгових центрів почали шукати способи підвищення привабливості торгівельних

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 16 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

центрів, формування почуття причетності до образу торгового центру як об'єктивної можливості збереження клієнта в умовах зростаючої конкуренції.

Характерною роботою в даному напрямку є дослідження шведської Вченої Дженні Лі «Відродження критих ринків. Культура споживання і роздрібна торгівля продуктами в містах протягом двадцятого століття». У своїх дослідженнях вона приходить до висновку, що одним з головних регуляторів споживчої поведінки є ідентифікація покупця з образом або атмосферою торгового комплексу. На прикладі трьох критих ринків Дж. Лі «промальовує» образ торгового центру і його типового клієнта: «... Кожен ринок має свій власний дизайн, свою сферу спілкування і етику. Це виражається в фізичній і культурно-структурних характеристиках » Торговий комплекс сприймається не як знеособлену будівлю або досягнення архітектурної думки, а найчастіше описується нематеріальними категоріями, що представляють цінність для покупця: солідний і надійний, сучасний, галасливий і дружній. Тут завжди шумно і є звичним змішування культурних традицій різних народів. Торговий центр - це уособлення певної спільноти, він має свої цінності. Говорити про формування особливої системи цінностей серед вітчизняних споживачів ще рано, проте простежуються чіткі тенденції. У 90-і рр. ХХ століття відвідувачів гіпермаркетів вражало різноманіття товарів і їх вільна доступність. Як свідчить дослідження ACNielsen Shopper Trends, в 2003 р близько 70% жителів нашої країни навіть не розглядали можливість відвідування гіпермаркетів, і тільки 8% купували в них більшу частину продуктів. А до 2010 року ситуація змінилася кардинально - більше 73% продуктових товарів купується в гіпермаркетах.

Прагнення увібрати в себе існуючі купівельні потоки і створити нові - основа проектування торгових підприємств. Забезпечення найбільш повного і частого контакту покупців з товаром підсилює ефект візуального мерчандайзингу, дає можливість покупцям із задоволенням здійснювати і планувати покупки, а власнику - отримувати максимальний прибуток. Тому один з найважливіших критеріїв оцінки проекту торгової споруди - маршрути

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 17 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

У мікрорайонному ТРЦ здійснюється торгівля товарами першої необхідності і здійснюються послуги повсякденного попиту.

1.4.2. Районний торгово-розважальний центр.

Розташування: далеко від центральних вулиць і стратегічних магістралей. Торгова зона: територія в радіусі 5-10 хвилин їзди на особистому або громадському транспорті.

Аудиторія: 3-40 тис.чол.

Торгова площа: 3-10 тис. м².

Якірний орендар: продуктовий супермаркет, аптека.

1.4.3. Окружний торгово-розважальний центр.

Розташування: поблизу центральних вулиць і стратегічних магістралей. Торгова зона: 10-20 хвилин транспортної доступності.

Аудиторія: 40 - 150 тис.чол.

Торгова площа: 9 - 20 тис. м².

Зона охоплення: всі прилеглі округи.

Якірний орендар: продуктовий супермаркет, універмаг товарів для дітей, інші промислові універмаги.

1.4.4. Суперокружний торгово-розважальний центр.

Розташування: поблизу стратегічних магістралей.

Торгова площа: 20 - 30 тис. м².

Зона охоплення: прилеглі території та віддалені округи.

Якірний орендар: продуктовий супермаркет, універмаг товарів для дітей, інші промислові універмаги.

1.4.5. Регіональний торгово-розважальний центр.

Розташування: поблизу стратегічних магістралей.

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 19 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

Торгова зона: 30-40 хвилин транспортної доступності.

Аудиторія: понад 150 тис.чол.

Торгова площа: 30 тис. - 45 тис. м².

Зона охоплення: прилеглі регіони.

Якірний орендар: один або два універмаги з повним асортиментом товарів площею не менше 4500 квадратних метрів.

Асортимент: споживчі товари, одяг, меблі, товари для будинку в великому асортименті, місця відпочинку та розваги, підприємства побутового обслуговування.

1.4.6. Спеціалізований торгово-розважальний центр.

Розташування: не має значення.

Торгова площа: 3 тис. – 100 тис. м².

Асортимент: підкатегорії традиційних категорій, широта залежить від площі торгового центру.

Якірний орендар: функцію виконує спеціалізований магазин або група спеціалізованих магазинів, що визначають специфіку торгово-розважального центру.

1.5. Норми об'ємно-планувальних рішень громадських будівель

Проектні рішення громадських будівель ґрунтуються на цілому ряді наступних їх особливостей:

- на різноманітності функціональних процесів;
- на поєднанні в одній будівлі приміщень з різними геометричними параметрами;
- на різних фізико-технічних вимогах до приміщень;
- на великій кількості і площі комунікаційних приміщень;

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 20 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

опалення ("теплогою завісою") чи просто обігріваються. Тамбури можуть не влаштовуватися в умовах жаркого клімату; в умовах холодного клімату тамбури влаштовуються подвійними.

Вестибюль з гардеробом в громадських будівлях влаштовується, як правило, на першому поверсі, в безпосередній близькості від тамбурів. Однак можливе розташування гардеробів в цокольному або підвальному поверсі будівлі. Вестибюлі проектуються виходячи з повної розрахункової місткості конкретної громадської будівлі (рис. 1.5).

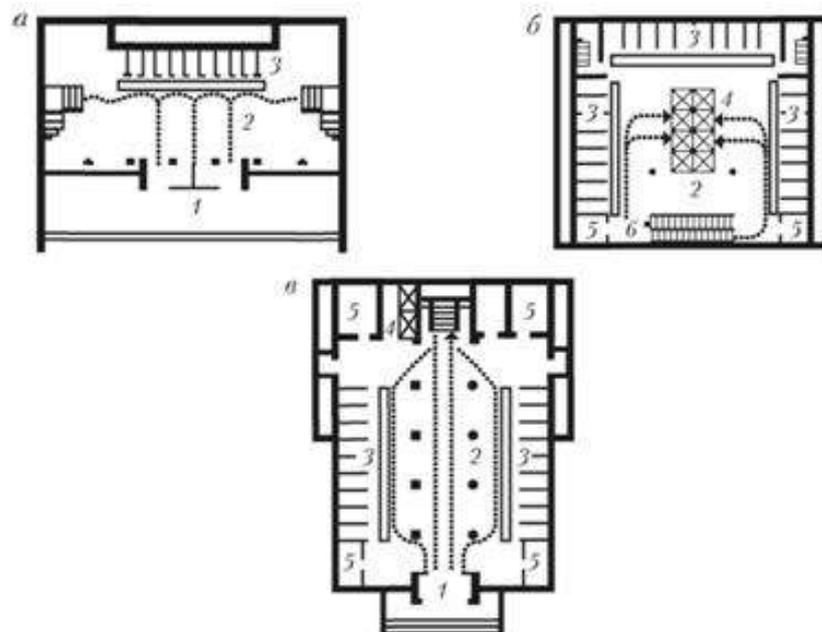


Рис. 1.5. Планувальні схеми вестибюлів в громадських будівлях:

а - у видовищних будівлях (театр); б - у цокольному поверсі будівлі (проектний інститут); в - вестибюль поздовжнього типу; 1 - тамбур; 2 - вестибюль; 3 - гардероб; 4 - ліфти; 5 - допоміжні приміщення; 6 - ескалатори

Коридори в громадських будівлях проектуються не тільки як комунікаційні приміщення, але і як шляхи можливої евакуації. Їх ширина і довжина визначаються відповідно до нормативних вимог в залежності від типу будівлі, ступеня її вогнестійкості та розрахункової кількості людей.

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 24 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

нижніми забіжними сходами і поворотом на 90 °; к - одномаршові сходи з середніми забіжними сходами з поворотом на 180 °.

Зокрема, сходи діляться на двохмаршові і трьохмаршові. Двохмаршові сходи можуть бути прямими, перехресними і розгалуженими (перехресними з розширеним маршем). Аналогічно цьому і трьохмаршові сходи можуть бути з рівними маршами або розгалуженими з розширеним середнім маршем.

Ширина сходових маршів в сходах громадських будинків повинна бути не менше ніж:

- 1,35 м для будинків із кількістю перебуваючих на найбільш "населеному" поверсі більше 200 чоловік, а також для будинків клубів, театрів, кінотеатрів і лікувальних закладів незалежно від кількості відвідувачів;

- 1,2 м для всіх інших будівель, а також для сходів в будівлях клубів, кінотеатрів, театрів і лікувальних установ, не пов'язаних безпосередньо з основною функцією цих будинків;

- 0,9 м у всіх будівлях для сходів, що ведуть до приміщень у яких одночасно перебувають у загальній кількості не більше п'яти осіб.

Ширина сходових площадок повинна бути не менше ніж ширина маршу, яка обчислюється як відстань між огорожами маршу або як відстань від стіни сходової клітки до цієї огорожі.

Ухили маршів основних сходів в надземних поверхах громадських будинків слід застосовувати не більше ніж 1: 2.

Ухили маршів сходів, що ведуть у підвал, цокольний поверх або на горище, застосовуються до 1: 1,5. Пандуси являють собою похилі площини, що замінюють сходові марші. Ухили пандусів слід приймати наступними[**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]:

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 26 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

від 100 до 150 м² вони вирішуються без колон всередині приміщень (або з несучими стінами) і з плоскими перекриттями. При площі від 200 до 300 м² допускається розташування колон усередині приміщення і при цьому також застосовуються плоскі перекриття.

Нарешті, при площі приміщень від 1000 до 10000 м² вони перекриваються великопрольотними або просторовими конструкціями покриттів.

1.7. Об'ємно-планувальні рішення магазинів.

Для повноцінного формування структури майбутнього торгового центру слід детально розглянути його планувальні елементи. Магазины діляться на наступні групи приміщень:

- торгові приміщення;
- приміщення для приймання і зберігання товарів, для підготовки їх до продажу;
- підсобні приміщення;
- адміністративні приміщення;
- технічні приміщення.

Для 2-поверхових магазинів припускають наступні типи відносного розташування торгових і неторгових приміщень :

- фронтальне;
- глибинне;
- кутове;
- змішане.

Для великих багатоповерхових універмагів найбільш часто використовується вертикальне і горизонтально-вертикальне зонування, що припускає певний зв'язок торгових і неторгових приміщень. Склади в цьому випадку, як правило, розташовуються в підвалі, а приміщення для підготовки

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 28 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

товарів до продажу - при торгових залах на поверхах або мають до них найкоротші зв'язки.

Торгові зали магазинів повинні мати, як правило, природне освітлення, однак допускається розміщення в підвалах торгових залів для продажу продовольчих товарів, посуду та інших вогнетривких матеріалів.

Висота торгових залів 3,3 м при площі до 1000 м²; 4,2 м - при площі понад 1000 м². При підвісних стелях допускається зниження висоти торгового залу до 2,7 м до низу виступаючих конструкцій.

У великих торгових комплексах, при використанні великих кроків несучих конструкцій, висота стель в торгових залах з урахуванням розміщення в їх товщині систем вентиляції та кондиціонування рекомендується на рівні 4,8 м при повній конструктивній міжповерховій висоті рівній 5,4 м.

Висота неторгових приміщень магазинів - 3,3 м.

Розвантажувальні платформи повинні бути, як правило, на 1,1 - 1,2 м вище рівня майданчика для автомобілів. Ширина платформи повинна бути 4 м, в окремих випадках допускається зменшення її ширини до 3 м і збільшення до 6 м. Платформи повинні проектуватися з умовою розвантаження автомобілів із заднього і правого бортів. При цьому розвантажувальні платформи розміщуються або в приміщеннях, або під навісами. У розвантажувальній або приймальній зоні розташовується, як правило, ліфт або підйомник для транспортування товарів.

У разі розміщення розвантажувальної зони в підвальному поверсі висоту приміщення слід приймати не менше 6,5 м. Доступ вантажних автомобілів в ці приміщення здійснюється або по пандусу, або із застосуванням спеціальних підйомників.

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 29 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | 601БП. 20108. ПЗ | | | | | |

1.9. Вертикальні і горизонтальні комунікації торгової будівлі

Ліфти, ескалатори та траволатори відносяться до механічних пристроїв для організації сполучення між поверхами.

Ліфти, які застосовуються в торгових будівлях, забезпечують швидку вертикальну комунікацію між торговими поверхами, підземним паркінгом, складами і адміністративними приміщеннями, розташованими на верхніх поверхах.

Залежно від функціональних і технологічних вимог в будівлях використовують непрохідні кабіни з одним входом в ліфт або прохідні кабіни з розташуванням двох входів з протилежних сторін шахти ліфта. **[Ошибка! Источник ссылки не найден.]**

Найважливішими характеристиками ліфтів, які впливають на вибір і розміщення кабін і їх продуктивність, є вантажопідйомність і швидкість. У громадських зонах торгових будівель для використання покупцями ефективним є застосування достатнього числа невеликих за вантажопідйомністю ліфтів. Їх грамотний розподіл в структурі будівлі дозволяє забезпечити транспортний комфорт для відвідувачів.

У зонах розвантаження і зберігання товарів широко застосовують ліфти підвищеної вантажопідйомності. При правильній експлуатації вони забезпечують своєчасне і зручне переміщення вантажів між поверхами торгової будівлі.

Для забезпечення максимального архітектурного ефекту і додання інтер'єру торгового центру естетичної виразності, в атриумних просторах застосовують так звані зовнішні ліфти підвісної конструкції.

У торгових центрах останнім часом найбільшого поширення набули ескалатори. Ескалатором називають рухомі сходи, що відноситься до класу підйомних пристроїв безперервної дії.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 32 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

У торгових будівлях часто застосовують багатомаршові схеми розміщення ескалаторів. Для максимальної зручності покупців в проектах часто передбачають розміщення ескалаторів з самого нижнього рівня підземної парковки і до верхнього поверху. При цьому їх розміщують таким чином, щоб задати певний шлях руху пішоходів, який є максимально ефективним для повноцінного відвідування торгового поверху.

Одномаршовий ескалатор складається з натягнутих ланцюгів, що спираються на несучі похилі металеві ферми. В якості несучої конструкції ескалатора застосовується металева похила ферма, яка спирається на несучі елементи міжповерхових перекриттів. У конструкцію ескалатора входять рухомі поручні, встановлені на огорожувальні бар'єри висотою 900 мм.

Найбільш поширеними є ескалатори з шириною полотна від 0,6 до 1 м. Кут нахилу полотна може бути довільним, але не перевищувати 300 мм, при якому глибина ступеня візки ескалатора дорівнює 400 мм, висота 200 мм.

Траволатори бувають як похилі, так і горизонтальні (через це можливість застосування траволаторів ширші, ніж ескалаторів). Причому у похилого траволатора є істотний плюс перед ескалатором - через відсутність ступенів на траволаторі набагато зручніше і легше переміщатися з дитячою та інвалідною колясками або продуктовим візком. З іншого боку, відсутність ступенів породжує і недолік траволатора - його нахил не може бути досить крутим, на відміну від ескалатора.

Для забезпечення пожежної безпеки ескалатори та траволатори в будівлях повинні дублюватися звичайними сходами, розташованими в вогнестійких сходових клітинах.

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 33 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

Розділ 2.

Аналіз сучасного стану формування архітектурно-планувальних рішень торгово-розважальних центрів

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|-----|
| | | | | | 601БП. 20108. ПЗ | Арк |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | 34 |

РОЗДІЛ 2. Формування архітектурно-планувальних рішень в торговো-розважальних центрах

2.1. Конструктивні рішення будівлі ТРЦ

В даний час найбільш поширеними конструктивними системами для великих торгових будівель є каркасні з навісними панелями, найчастіше багат шаровими, а також безліч різновидів змішаних систем - поєднання традиційних матеріалів з легкими високоефективними.

Необхідно враховувати, що часто саме унікальна конструкція диктує композиційне рішення будівлі і робить вирішальний вплив на його формоутворення. У зв'язку з цим на окрему увагу заслуговують конструкції покриттів торгових центрів. Арки, оболонки, куполи, вантові конструкції, пневматичні покриття дають можливість створення художнього образу, властивого саме цій будівлі, стаючи її символом, знаком і забезпечуючи впізнаваність.

Варто вказати на деяку обмеженість застосування великопрольотних конструкцій в проектах торгових будівель. Справа в тому, що сам принцип побудови торгівлі магазинами невеликих форматів 150 - 300 м² не має на увазі формування основного обсягу будівлі з застосуванням конструкцій великої довжини. Зазвичай зручним кроком каркаса вибирають 8 - 9,3 м.

Часто архітектурне рішення обсягу торгового будівлі передбачає наявність атриуму, добреосвітлюваного простору, купола. У цьому випадку стає актуальним застосування спеціальних конструктивних схем для вирішення поставлених завдань.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 35 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

Розташування в структурі торгового центру таких зон як багатозальні кінотеатри, боулінг, кафе дозволяють застосовувати для організації перекриття над ними великопрогонові конструкції (ферми, структурні плити і т.п.).

2.2. Інженерне обладнання торгової будівлі

Торгова будівля, як і будь-яке інше суспільне спорудження, має бути забезпечене системами опалення, припливною і витяжною вентиляцією і кондиціонуванням повітря; водопостачанням та водовідведенням; газопостачанням; електрообладнанням і електроосвітленням; пристроями міського телефонного зв'язку, проводим мовленням і телебаченням; охоронною та пожежно-охоронною сигналізацією, локальними комп'ютерними мережами.

2.3. Система вентиляції і кондиціонування

Торгово-розважальний центр - зазвичай приміщення великої площі, розбите на сектори, в кожному з яких розташовується магазин. Розводка системи вентиляції може бути виконана відразу по торгових приміщеннях, а так само торговий центр може надати орендарям точки підключення до системи вентиляції. Тобто орендар може сам виконати розводку повітряної мережі вентиляції, розведення трубопроводів системи кондиціонування і встановити внутрішні блоки системи кондиціонування.

Залежно від дизайнерського проекту, система вентиляції може бути як прихованою під підвісними стелями, так і бути відкритою і бути частиною дизайну.

Під підвісними стелями розташовують прямокутні повітроводи, кондиціонування здійснюється фанкойлами, в які подається холодна вода з чилера, розташованого на вулиці, або каналними кондиціонерами. У стелю

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 36 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

Освітлення торговельних галерей не повинно бути занадто яскравим. Інакше освітлення вітрин магазинів, розташованих в галереї, може виявитися недостатнім для акцентування на них уваги покупців.

Освітлення торговельних центрів - цікава задача для світлодизайнерів і світлотехніків. Проекти освітлення торгових центрів дозволяють розкрити всі можливості сучасного технічного світу. Освітлення торговельних центрів дозволяє використовувати широкий спектр світлотехнічного обладнання і реалізувати найсміливіші ідеї по внутрішньому і фасадному освітленню.

2.5. Основні недоліки планування торгових комплексів

- Невикористання можливостей розташування, прив'язки комплексу до структури міської частини, що проходять поруч з ділянкою або в безпосередній близькості від нього пішохідним і автомобільними маршрутами. Результат - погана окупність об'єкту, плюс невдоволення і знижена лояльність місцевих жителів.

- Неefективне розташування якірних орендарів (окремий вхід і перекривання потоку). «Творець потоку» повинен дійсно його створювати, тому такі магазини можна ставити далі, нижче або вище рівня першого поверху.

- Невдале розташування переходів між рівнями. Покупці не повинні шукати місця переходів: вони повинні зустрічатися, стикатися з ними. Слід враховувати, що на відвідувачів з далекої торгової зони припадає значний відсоток, і покупці не запам'ятовують планування комплексу. Також при зростанні насиченості площами в торгових центрах збільшується число відвідувачів, які заїхали випадково, по дорозі. Такі відвідувачі часто не мають часу для того, щоб вивчити схему (і можуть навіть не підозрювати, що існує другий поверх, такі випадки трапляються).

- Невеликі перепади рівнів, що затруднюють орієнтацію і рух відвідувачів. Маршрут руху - це довгий, закручений по спіралі «хвіст», на

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 38 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

який нанизані торгові зали. Уже з першої чверті підйому проблема залучення відвідувачів далі стоїть досить гостро.

- Довгі галереї, що йдуть в перспективу з монотонною розбивкою магазинів. І немає нічого цікавого в кінці цієї марафонської дистанції. Відвідувачі рухаються по такому проході набагато швидше, і вітрини, навіть добре оформлені, часто не справляються зі своїм завданням привертати увагу і не залучають всередину.

- Труднощі орієнтації, розгалужений маршрут, рівнозначні проходи. Призводить до того, що відвідувачам стає незручно і нецікаво в такому комплексі.

- Занадто широкий прохід. Зустрічається в регіональних комплексах. Кількість жителів і, відповідно, щільність потоку істотно нижче, і відвідувачі користуються тільки однією стороною або взагалі збиваються з пантелику при такій «свободі» руху.

2.6. Основні вимоги до планування торгово-розважального центру

А тепер розглянемо ряд основних вимог до планування торгового центру та можливі рішення, що дозволяють максимізувати прибуток власника і орендарів.

1. Гнучкість планувальної схеми - можливість змінити планування при зміні складу орендарів. Власник комплексу завжди повинен отримувати максимальний прибуток.

2. Цілісність комплексу. Торговий комплекс повинен розкриватися зсередини. Якщо покупець має незначний привід зайти всередину (проявити фотографії, замінити батарейки, оплатити послуги зв'язку, купити ліки в аптеці, подарунок або квіти тощо), грамотне планування змусить його зробити імпульсні покупки або примітити товари на майбутнє.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 39 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

3. Стимулювання потоку і переходу покупців по вертикалі.

Розташування сходів, ескалаторів і траволаторів на потоці і по потоку більш доцільно, ніж збоку і перпендикулярно руху. Сприяють переміщенню на інші поверхи і спіральні сходи, по яких покупцям подобається ходити.

4. Регулярне гальмування і залучення уваги. Гальмувати покупців і

залучати їх увагу за допомогою планувальних рішень, товарних і нетоварних магнітів бажано кожні 25-30 м. Це збільшує час перебування відвідувачів у комплексі і максимальну роботу вітрин магазинів. Бажано використовувати криволінійні і ламані лінії внутрішнього фасаду. Мистецтво проектувальника полягає в тому, щоб змусити відвідувача з задоволенням ходити по такому торговому центру, не викликати роздратування через збільшений шлях. Застосування ламаних ліній і ефективних зорових домінант стимулює покупців рухатися по зигзагу від одного акценту до іншого. **[Ошибка! Источник ссылки не найден.]**

Прохід, розташований під кутом, дозволяє збільшити площу фасадів і кількість магазинів, що виходять на головну лінію.

Альтернативним або додатковим планувальним прийомом гальмування і залучення уваги може бути острівне розташування торгових точок.

В управлінні потоком значна роль відводиться так званим нетоварним магнітам - фонтани, акваріуми з екзотичними рибами, зміями або черепахами, місця проведення спеціальних акцій, точки дегустації і т.п. Кількість відвідувань магазинів, розташованих поруч з такими точками, зростає. Однак не рекомендується розміщувати ці точки близько до місць продажів дорогих товарів (особливо до вузлів розрахунку), інтимних товарів. Натовп тут небажаний, інакше покупці будуть відчувати занепокоєння. Також важливий фактор безпеки покупок: навіть якщо в самому комплексі захист гарантований, зловмисники можуть послідувати за покупцем.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 40 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

2.7. Зв'язок входів і виходів зі шляхами пішохідного руху, зупинками громадського транспорту.

Одне з кращих положень для торгового центру в міській забудові - транзитне, на ділянці шляху від зупинок транспорту до житлової забудови, або між зупинками транспорту, на вузлі пересадки з одного виду транспорту на інший. Дрібні магазини «нанизуються» на прохід, а великі - розміщуються з боків і можуть мати лише невеликий внутрішній фасад, що виходить на головну лінію. При вдалому проекті купівельні потоки нагадують букву Ф або букву Р.

Перенесення зупинки дозволяє використовувати зигзагоподібну схему розташування на транзитному вузлі. При цьому, краще зберегти можливість обходу комплексу по вулиці: повністю перекритий прохід може викликати негативну реакцію місцевих жителів. «Творців потоку» слід розташовувати на торці, близькому до другої зупинки. Перекритий майданчик буде використовуватися покупцями, як місце зустрічей і спілкування, по обидва боки від нього має сенс розташувати вуличну торгівлю і пункти швидкого харчування. В результаті з'являється простір, перехідний між вуличним і інтер'єрним.

Дуже вдалим для невеликого торгового комплексу слід визнати розташування на шляху від зупинки до житлового масиву. Навіть існуючий об'єкт можна реконструювати, відкривши його купівельному потоку. Другий вхід, розташований ближче до житлового масиву, зменшує час шляху для покупців, і кількість відвідувань магазинів зростає. [Ошибка! Источник ссылки не найден.]

2.8. Шляхи евакуації у громадських будівлях і спорудах

Уся система вертикальних і горизонтальних комунікацій становить систему шляхів евакуації. Розрізняють два випадки евакуації: звичайну та

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 41 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

аварійну. Нормативний час для нормального виходу із споруди 10 - 15 хв, а для аварійної евакуації - 4-7 хв.

Для безпечної евакуації людей повинні передбачатися заходи, спрямовані на:

- створення умов для своєчасної та безперешкодної евакуації людей у разі виникнення пожежі;
- захист людей на шляхах евакуації від дії небезпечних чинників пожежі.

Згадані заходи забезпечуються комплексом об'ємно-планувальних, конструктивних, інженерно-технічних рішень, які необхідно приймати з урахуванням призначень, категорії за вибухопожежною та пожежною небезпекою, ступеня вогнестійкості та висоти (поверховості) будинку, кількості людей, що евакуюються.

Евакуація людей на випадок пожежі повинна передбачатися шляхами евакуації через евакуаційні виходи. Частина будинку різного призначення, відділені протипожежними стінами 1-го типу (протипожежні відсіки), повинні бути забезпечені самостійними шляхами евакуації. Приміщення, розділені на частини перегородками, які трансформуються, або протипожежними завісами (екранами) повинні мати самостійні евакуаційні виходи з кожної частини.

Виходи належать до евакуаційних, якщо вони ведуть із приміщень:

- а) першого поверху - назовні безпосередньо або через коридор, вестибюль (фойє), сходову клітку;
- б) будь-якого надземного поверху, крім першого: через коридор, хол, фойє до сходової клітки або сходів типу СЗ; безпосередньо до сходової клітки або сходів типу СЗ;
- в) у сусіднє приміщення на тому самому поверсі, яке забезпечене виходами, зазначеними у підпунктах а) та б);

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 42 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

г) цокольного, підвального, підземного поверхів - назовні безпосередньо, через сходову клітку або через коридор, який веде до сходової клітки, що має вихід назовні безпосередньо або ізольований від розташованих вище поверхів.

Частини споруди різної функціональної пожежної небезпеки, розділені протипожежними перегородками, повинні бути забезпечені самостійними евакуаційними виходами.

Допускається:

д) евакуаційні виходи з цокольних, підвальних та підземних поверхів передбачати через загальні сходові клітки з окремим виходом назовні, який відокремлюється від іншої частини сходової клітки суцільною протипожежною перегородкою 1-го типу на висоту одного поверху;

е) евакуаційні виходи із фойє, гардеробних, приміщень для куріння та санітарних вузлів, розташованих у цокольних, підвальних та підземних поверхах будинків громадського призначення, передбачати у вестибюль (фойє), коридор першого поверху окремими сходами типу С2.

Евакуаційні виходи не влаштовуються через розсувні та піднімально-опускні двері й ворота, двері, що обертаються, та турнікети, що обертаються або розсуваються.

Евакуаційні виходи назовні допускається передбачати через тамбури. Ширину тамбурів або тамбурів-шлюзів необхідно приймати більшою за ширину виходів (прорізів) не менш як на 0,5 м (по 0,25 м з кожного боку прорізу), а глибину - більшу за ширину виходу (прорізу) на 0,2 м, але не меншу за 1,2 м.

З будинку, з кожного поверху та з приміщення необхідно передбачати не менше двох евакуаційних виходів.

Допускається передбачати один евакуаційний вихід із:

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|-----|
| | | | | | 601БП. 20108. ПЗ | Арк |
| | | | | | | 43 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | |

Двері евакуаційних виходів і двері на шляхах евакуації повинні відчинятися у напрямку виходу людей з будинку.

Із технічних поверхів, призначених тільки для розміщення інженерного обладнання та прокладання комунікацій будинку, допускається влаштовувати виходи через двері з розмірами не менше як 0,75 м x 1,5 м або люки з розмірами не меншими за 0,6 м x 0,8 м, обладнані вертикальними металевими сходами.

Якщо площа технічного поверху до 300 м², допускається влаштовувати один вихід, а на кожні наступні повні та неповні 2000 м² площі потрібно передбачати ще не менше одного виходу.

Виходи з технічного поверху, який має позначку підлоги, нижчу за позначку поверхні землі, повинні влаштовуватися безпосередньо назовні.

Ліфти, зокрема призначені для транспортування підрозділів пожежної охорони, ескалатори та інші механічні засоби транспортування людей, а також засоби, передбачені для їх порятунку під час пожежі, не слід враховувати під час проектування шляхів евакуації.

Евакуаційні виходи не повинні мати також ділянки, що ведуть:

- а) через ліфтові холи і тамбури перед ліфтами у будинках зі сходовими клітками типів НІ - Н4;
- б) через приміщення, виходи із яких повинні бути закриті відповідно до умов експлуатації;
- в) транзитом через сходові клітки, коли площадка сходової клітки є частиною коридору;
- г) покрівлею будинку, за винятком покрівель, що експлуатуються, або спеціально обладнаної ділянки покрівлі.

Виходи, які не відповідають цим вимогам, можуть розглядатися як аварійні і передбачаються для підвищення безпеки людей під час пожежі. Аварійні виходи не враховуються при евакуації у разі пожежі.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 45 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

До аварійних виходів належать:

- вихід на відкритий балкон або лоджію з глухим простінком не менше ніж 1,2 м від торця балкону (лоджії) до віконного отвору (засклених дверей), або не менше ніж 1,6 м між заскленними отворами, які виходять на балкон (лоджію);

- вихід на відкритий перехід завширшки не менше ніж 0,6 м, який веде у суміжну секцію споруди або у суміжний пожежний відсік через повітряну зону;

- вихід на балкон або лоджію, які обладнані зовнішньою сходовою кліткою, яка поповерхово поєднує балкони і лоджії;

- вихід безпосередньо назовні із приміщення з відміткою чистої підлоги не нижче -4,5 м, і не вище +5,0 м через вікно або двері розміром не менше 0,75 м x 1,5 м, а також через люк розміром не менше 0,6 м X 0,8 м; при цьому вихід через прямокутник має бути обладнаний сходами у напрямку, а вихід через люк - сходами у приміщення; ухил цих сходів не нормується;

- вихід на покрівлю споруд I, II та III ступеня вогнетривкості через вікно, двері або люк. Шляхи евакуації повинні мати природне освітлення. Висота горизонтальних ділянок евакуації до світла повинна бути не меншою за 2 м, ширина горизонтальних шляхів евакуації і пандусів повинна бути не менше ніж:

- 1,2 м - для загальних коридорів, на які виходять приміщення з одночасним перебуванням не більше ніж 50 осіб;

- 0,7 м - для проходів до одиночних робочих місць;

- 1 м - у решті випадків.

У будь-якому випадку евакуаційні шляхи повинні бути такої ширини, щоб з врахуванням їх геометрії по ним можна було б легко пронести носилки з лежачою людиною. Місткість приміщень, що виходять до тупикового коридору чи холу, не повинна перевищувати 80 осіб.

Найбільші допустимі відстані від найвіддаленішої точки приміщення до найближчого евакуаційного виходу обмежуються кількома чинниками:

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 46 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

кліток у торцях споруди; в - з двох сходових кліток, які відділені від торців споруди

У коридорах поверхів не можна розміщувати:

а) обладнання, комунікації, які виступають з площини стін на висоті, менші за 2 м;

б) трубопроводи та інші комунікації для транспортування горючих газів рідин, матеріалів, пилоповітряних сумішей;

в) шафи, зокрема вбудовані, за винятком шаф для комунікацій будинку та пожежних кранів. Шафи для комунікацій повинні виконуватися з негорючих матеріалів.

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|-----|
| | | | | | 601БП. 20108. ПЗ | Арк |
| | | | | | | 48 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | |

Розділ 3.

Містобудівні, архітектурно- планувальні та конструктивні рішення торгово-розважального центру, що проектується

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|-----|
| | | | | | 601БП. 20108. ПЗ | Арк |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | 49 |

Список пам'яток архітектури місцевого значення

| № п/п | Найменування об'єкта | Категорія пам'ятки (національного чи місцевого значення) | Дата утворення об'єкта | Місце знаходження об'єкта | Охоронний № пам'ятки | Розташування об'єкта (адреса) |
|-------|--------------------------------------|--|------------------------|---------------------------|----------------------|-------------------------------|
| | Будинок Миргородської міської управи | Місцевого значення | 1912 | м. Миргород | 12ПО | вул.Гоголя,120 |



Рис. 3.1. Миргород, районна державна адміністрація, пам'ятка архітектури, 1912 рік (вул. Гоголя № 120). Колишній будинок міської Думи.

Характеристику етапів формування забудови досліджуваної території з визначенням основних містобудівних заходів, особливостей парцеляції садиб та забудови, доміантних споруд та прикладів рядових будівель, історичної та архітектурно-художньої цінності забудови.

На початку ХІХ століття, у 1803-1805 рр., був розроблений проект забудови Миргорода з регулярним плануванням, за яким адміністративно-торговий центр мав бути на колишньому Ярмарковому майдані за річкою Хоролом. Проте роботи були виконані лише в центральній частині (на місці колишньої фортеці). Мережа вулиць, що історично склалася, залишилась незмінною.

Зараз все місто розділене на сім мікрорайонів: Промисловий,

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|-----|
| | | | | | 601БП. 20108. ПЗ | Арк |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | 51 |

Мінзаводський, Центральний, Спортивний, Лісок, Личанка, Почапці.

Планувальна структура міста.

Генеральний план м. Миргорода виконаний інститутом Гіпроград в 1976 р. в порядку коректування генерального плану, виконаного в 1962 р. колишньою Харківською філією Гіпрограду, і затверджений Полтавським облвиконкомом в 1977 році.

Його реалізація була розрахована на період до 2000 року, з виділенням першочергових заходів - до 1980 року.

Необхідність коректування виявилася в тому, що до 1975 р. майже досягнута проектна чисельність населення по генплану 1962 року, а у якості основної містоутворюючої бази міста висунувся курорт, замість раніше наміченого розвитку інших галузей.

Останню обставину зумовив перспективний розвиток міста Миргорода, як курортного міста зі всіма витікаючими звідси планувальними рішеннями.

Загальноміський центр Миргорода вирішений у вигляді системи площ, що планувально формуються в широтному напрямі довкола основної композиційної осі, роль якої виконує річка Хорол, що протікає через центральну частину міста.

Функціонально центр міста підрозділяється на декілька частин:

- адміністративну;
- торгівельно-побутову;
- культурно- освітню.

Місце розташування адмінцентра міста на правому березі р. Хорол, за мостом, на західній стороні головної магістралі - вул. Гоголя, визначилося виходячи з передумови об'ємно-просторового об'єднання загальноміського центру з центром курортної зони. Таке рішення викликане бажанням сконцентрувати архітектурні об'єми найбільш відповідальних будівель центральної частини Миргорода з метою виявлення обличчя міста-курорту і отримання містобудівного ефекту. Цьому сприяє розміщення в цьому районі малоцінної забудови.

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 52 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

Різне функціональне призначення адміністративного і курортного центрів наклало відбиток на їх планувальне рішення. Об'єднаний центр складається з двох площ, розділених головною магістраллю вулицею Гоголя.

У адміністративній частині центру розміщені будівлі: районних і міських організацій, адміністративних і суспільних установ, кафе та інш.

Розташування будівель передбачає утворення головної площі міста і системи скверів, що виходять на набережну, об'єднуючу між собою по правому березі річки обидві частини центру з курортом Миргород. На головній площі намічені автостоянки для легкових автомобілів.

Композиційно будівлі центру ув'язані із зеленими насадженнями загального користування - міським парком і алеями набережної, а також із зеленню курорту.

Основою організації торгівельної частини центру, розташованої по іншу сторону річки від адміністративного центру явилися існуючі будівлі універмагу (Рис. 3.2), готелю "Миргород" (Рис. 3.3), дієтичного кафе, магазину "Дитячий світ", і будівля критого колгоспного ринку, що будується на місці частини базару. До складу торгівельно-побутового центру також входять: комбінат побутового обслуговування і автостанція приміського сполучення.

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|-----|
| | | | | | 601БП. 20108. ПЗ | Арк |
| | | | | | | 53 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | |

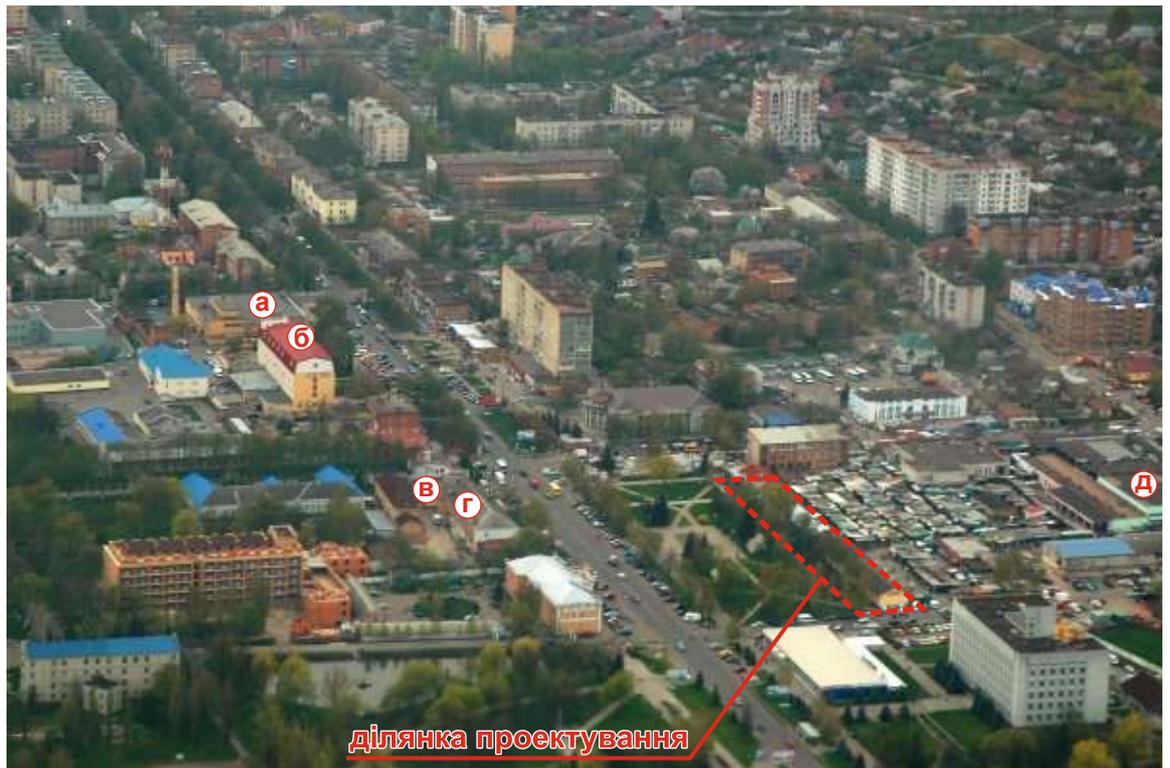


Рис. 3.2 Ділянка під збудову.



Рис. 3.3. Готель "Миргород". вул. Гоголя, 102.

Для завершення планувального формування центру намічається розмістити тут будинок торгівлі /на місці існуючого ряду магазинів/ і туристичний готель з рестораном.

Вихід до річки вирішений у вигляді паркової зони, основою якої є

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 54 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

меморіальній комплекс героїв Вітчизняної війни.

В глибині забудови, біля критого ринку, а також біля громадських будівель намічені автостоянки.

3.1.2. Архітектурна організація простору.

Об'ємно-просторова композиція забудови адміністративного і курортного центру вирішена за принципом контрасту горизонтально розпластаних об'ємів громадських будівель і висотних будівель, розташованих у вигляді групи "точок" або "пластини".

Такий же прийом використаний при створенні об'ємного вирішення торгівельно-побутового центру. Поряд з малоповерховою і розпластаною будівлею критого ринку контрастує здвоєна будівля висотного туристського готелю.

Чергування відкритих і закритих просторів, включення в забудову елементів природного середовища /озеленених стариць річки Хорол та інш./, розташування домінуючої висотної забудови - основні принципи формування об'ємно-естетичного образу центрів Західного і Східного житлових районів.

Комплекси міського курортного та районних центрів, об'єднаних системою зелених насаджень і транспортно-пішохідних зв'язків складають єдину планувальну та об'ємно-просторову композицію Миргорода

3.1.3. Обсяг і розміщення першочергового будівництва

Будинок торгівлі (потужністю 100 роб. місць), що передбачено звести на розглядаємій ділянці, віднесено до найважливіших об'єктів будівництва на I чергу (станом на 1980 р.)

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 55 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

Принципи організації системи обслуговування

У місті-курорті специфіка обслуговування населення і відпочиваючих полягає в створенні єдиної, взаємозв'язаної системи установ і підприємств обслуговування, які використовуються як постійним так і тимчасовим населенням.

У селітебній зоні Миргорода передбачається організація двоступінчастої системи обслуговування: установи повсякденно-періодичного призначення розміщуються в громадських центрах житлових районів (магазини продовольчих товарів, приймальні пункти побутобслуговування, кафе, їдальні, відділення зв'язку т.п.); установи і підприємства епізодичного призначення розміщуються в загальноміському центрі (універмаг, ресторани, торговельні центри, кінотеатри, комбінати побутового обслуговування і тому подібне), розраховані на обслуговування всього населення міста і прилеглого району.

Короткий опис сучасної архітектурно-містобудівної ситуації з визначенням композиційно-стильових особливостей забудови та рекомендаціями щодо збереження (відтворення) культурного потенціалу.

Містобудівна просторова композиція забудови в центральній частині Миргорода враховує контрастність розміщення плоских, але значних за об'ємом громадсько-адміністративних будівель і високих 9-ти поверхових житлових будинків. Враховується поєднання окремо стоячих об'єктів /поліклініка, райвиконком, готель та інш./ у поєднанні з рядовою житловою забудовою.

Вулиця Гоголя сформована у вигляді груп /точок /житлових будинків 5-9 поверхів забудови і 1-3 поверхових будівель.

При проектуванні нової споруди слід врахувати поверховість прилеглих будинків і не порушити новим об'ємом сприйняття існуючого скверу центральної площі міста, а також природно відмежувати рекреаційну

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 57 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

частину вулиці Гоголя від торгової (центрального ринку) функціональної зони загальноміського центру.

Миргород розташований на річці Хорол, яка підходить до міста з північного сходу і розділяє його на дві майже рівні частини. В межах міста річка відокремлює від себе рукав, утворюючи великий острів під назвою Харківка.

Північна частина міста має піщані ґрунти і тому одержала назву Піски. Вона найсухіша і найбільше сприятлива для здоров'я людей частина. Піски ж поділяються на кілька кутків – Довгоселівку, Ведмедівку, Личанку, Мочар, Приліпку (Велику і Малу). На острові розташована, як уже говорилося, Харківка.

В південній частині міста, де чорноземні ґрунти, розташовані центр і Гудимівка. Тут є базарний майдан, магазини, житлові будинки. Сюди прилягає Пожежа.

Південно-східну околицю міста займає куток Портянки, південно-західну та західну – Великий і Малий Лісок.

Місто постійно росло. За обмірами 1861 р. площа, яку займало воно, дорівнювала 833,1 дес. Приріст земель міста відбувався спочатку за рахунок купівлі міською владою у приватних осіб, як це було з ділянками для прокладання залізниці, або з Острівком. Для спорудження осушувальних каналів і відведення талих і дощових вод від Гоголівської вулиці міська Дума придбала у приватної особи ділянку землі на Острівку.

Уже в повоєнний час місто розширювалося за рахунок земель хуторів, що рясніли навколо Миргорода – Гаряжиного, Дранчиного (звідси Дранки), Ісового, частини земель колгоспів імені Будьонного і “Авангард” та сіл Зінчаші, Довгого Озера, Почапців, Стадні, Старої Рублівки, Нової Рублівки, селища Шовкорадгоспу та інше.

Кутки стали великі. Виникла потреба подальшого їх поділу на вулиці

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 58 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

та провулки. Ще на початку XIX століття, у 1803-1805 рр., був розроблений проект забудови Миргорода з регулярним плануванням, за яким адміністративно-торговий центр мав бути на колишньому Ярмарковому майдані за річкою Хоролом. Проте роботи були виконані лише в центральній частині (на місці колишньої фортеці). Мережа вулиць, що історично склалася, залишилась незмінною.

Назви вулиць давалися за якоюсь, єдиною для цього місця ознакою чи прикметою.

1902 року в Миргороді (на Привокзальній площі) встановили бронзовий бюст Миколи Гоголя. Відтоді головна вулиця міста називається його іменем.

Із церковним приходом пов'язана назва вулиці Воскресенська. Згодом місто втратило цікаві церковні будівлі XVIII століття, а пізніше загубило і назви цих вулиць, їх перейменували.

У Миргороді довгий час не було бібліотеки. І ось стараннями двох відомих у місті людей – письменника-демократа А.П.Свидницького та місцевого лікаря Н.С.Кашинського у 1861-1862 рр. нарешті відкрилася громадська бібліотека. Основну частину її фондів становили книги з бібліотек фундаторів. Кашинський розмістив книги в своєму будинку, сам і видавав їх читачам. Пізніше це робили брати Зубковські. Завдяки бібліотеці, читачі з народу знайомилися з творами Шевченка, Нечуя-Левицького, Пушкіна, Гоголя, Котляревського, Некрасова та інших поетів і письменників. Те, що Кашинський лікував фізичні вади людей, можливо, вже й забулося, а ось лікування душі людської, прилучення людей до знання воєї історії, літератури – пам'ятається. Одна з центральних вулиць міста носить ім'я Кашинського.

У Миргородському повіті здавна розвинутий різьбярський промисел. Далеко за межами України відомі наші художники-різьбярі по дереву: Я.Усик, В.Кваша, І.Пазинич та інші.

Яків Олександрович Усик (1872-1961), народився в селі Мар'янському

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 59 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

Миргородського повіту. Все свідоме життя прожив у Миргороді, створивши в своїх творах галерею образів рідного міста: “Миргород у 1828р.”, “Лікарня в Миргороді у 1845р.”, “Школа в Миргороді”, “Перше джерело миргородської мінеральної води”, портрети – М.Гоголя, Т.Шевченка, П.Мирного та інші. Одна з центральних вулиць міста носить його ім’я.

Миргород відомий був і своїми великими ярмарками, на які приїжджали люди далеких міст.

На початку ХХ ст. на ділянці проектування, на місці існуючого ряду магазинів, розташовувався так званий «Перший єврейський торговий ряд».

Кілька торгових лавок становили один торговий ряд, який існував на ринку. Тут, як правило, проводився роздрібний продаж товарів, кожному товару відповідало відповідне місце.

1. Історичні плани та інші іконографічні матеріали із зображенням місцевості.



Рис. 3.4. Миргород. Вулиця Кашинського. Початок ХХ століття.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 60 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ



Рис. 3.5. Миргород. Головна вулиця (зараз вулиця Гоголя). Поч. ХХ століття.

2. Архівні фотографії домінантних та характерних для забудови даної території споруд.



Рис. 3.6. Будівля міської управи Миргорода. Поч. ХХ століття.

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|-----|
| | | | | | 601БП. 20108. ПЗ | Арк |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | 61 |



Рис. 3.9. Панорама скверу центральної площі міста.
Вигляд з боку перехрестя вул. Гоголя та Я.Усика.



Рис.3.10. Панорама головного майдану скверу.
Вигляд з боку вул. Гоголя.



Рис. 3.11. Панорама скверу центральної площі міста.
Вигляд з боку зупинки громадського транспорту по вул. Гоголя.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 63 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

3.1.4. Аналіз генплану

Проектуємий торгово-розважальний центр передбачається в центральній частині міста Миргород, вздовж основної транспортно-пішохідної артерії вул.Гоголя, квартал вулиць Я.Усика, Гоголя, Воскресенська, Кашинського.

Ділянка проектування обмежена:

- з півн.сходу - парком;
- з півд. заходу - територією міського ринку;
- з півн. заходу - проїзною частиною вул. Я.Усика;
- з півд. сходу - проїзною частиною вул. Воскресенська.

Торгово-розважальний центр представлено у 3-х рівнях. 1-й рівень займають приміщення для приймання та зберігання товарів, приміщення для готування товарів для продажу, санітарно-побутові приміщення персоналу, торговельні й інші приміщення обслуговування покупців (фут-корт (ресторанний дворик)). На 2-му й 3-му рівнях розміщуються переважно торговельні приміщення - велика кількість магазинів, різних по формату й групам товарів. Адміністрації відведена група приміщень на 3-му рівні.

Зв'язок між всіма рівнями комплексу здійснюється за рахунок 2-х ескалаторів та 2-пасажирських ліфтів.

Приміщення комплексу планується оснащати всіма сучасними інженерними системами:

- централізованими водо-, електропостачанням, каналізацією
- автономними системами опалення, вентиляції і кондиціонування
- автоматичними установками пожежогасіння
- охоронна сигналізація та відео спостереження
- кластерною підсвіткою фасаду

Під майданчики для стоянки легкових автомобілів покупців і працівників підприємства планується використання існуючих автостоянок по вул.Я.Усика та вздовж вул.Гоголя (обмежена вул. Воскресенською та вул. Я.Усика), які прилягають безпосередня до ділянки проектування.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 64 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

Ділянка поруч з об'єктом проектування впорядковується, озеленюється, обладнується малими архітектурними формами, елементами благоустрою та місцями для встановлення рекламних стендів, та включається в систему існуючого парку. Тротуари заощуються тротуарною плиткою напівсухого пресування за існуючим зразком у прилеглому парку.

Зону для під'їзду і розвантаження автомобілів планується розмістити по торцевих фасадах проектованої будівлі. Таким чином під'їзд обслуговуючого транспорту планується здійснювати з проїзних частин вул. Воскресенської та вул. Я.Усика.

Загальна площа комплексу – 7494,39 м²

З якої у функціональній структурі передбачаються такі основні групи приміщень:

Торговельні й інші приміщення для обслуговування покупців (торгівельні зали бутіків, фут-корт, сок-бар та інш.) – 3880,77 м²

Приміщення для приймання та зберігання товарів, приміщення для готування товарів до продажу – 217,30 м²

Підсобні приміщення – 224,08 м²

Службові та побутові приміщення – 194,12 м²

Технічні приміщення систем інженерного обладнання – 17,47 м²

Виробничі приміщення (на заклад громадського харчування) – 55,80 м²

Приміщення іншого призначення (коридори, тамбури, переходи, сходові клітини, ліфтові шахти та інш.) – 2904,88 м²

Потужність об'єкта виражена торговельною площею. Кількість робочих місць та режим роботи встановлюється адміністрацією й може змінюватися процесі експлуатації відповідно до діючого в Україні трудового законодавства.

Техніко-економічні показники генплану:

Будівельний об'єм – 38929,8 м³

Площа забудови – 2821,00 м²

Загальна площа – 7494,39 м²

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 65 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

Конструктивне вирішення будівлі:

- фундаменти – стрічкові бетонні;
- зовнішні стіни – сендвіч-панелі типу «СИМО»-120 та «СИМО»-200, стійково-ригельна світлопрозора фасадна система типу ALUTECH ALT F50;
- колони – металеві;
- перегородки – цегляні, гіпсокартон по металевому каркасу;
- перекриття - з/б панелі перекриття по металевим балкам;
- просторові світлопрозорі конструкції фонарів та куполів система типу ALUTECH.

- зовнішні двері та вікна – металопластикові, індивідуального виготовлення;

- ворота - металеві;

- покриття – металевий каркас;

- покрівля – покрівельні панелі типу «RUUKKI» metalplast isotherm Dw;

- облицювання фасадів – алюмінієві композитні панелі Alucobond

Ступінь вогнестійкості проектує мого будинку – II.

3.1.5. Об'ємно-планувальне і конструктивне рішення

Проектом передбачено:

- єдине вирішення фасаду будинку, з урахуванням навколишньої забудови;

- виконання внутрішнього оздоблення;

- виконання зовнішнього оздоблення;

- благоустрій прилягаючої території.

Ділянка проектування, орієнтовною площею 0,4 га, знаходиться в центральній частині м. Миргород Полтавської області по вул. Гоголя, 147 (квартал вулиць Я.Усика, Гоголя, Воскресенська, Кашинського).

На ділянці розташовані одноповерхові споруди торговельного

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 66 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

рекреаційної зони. На ділянці розташовані одноповерхові споруди торговельного призначення різного ступеню капітальності, часу зведення та зовнішнього вигляду і використовуються як підприємства роздрібно торгівлі. Частина земельної ділянки – територія скверу центральної площі міста.

3) Характеристика існуючої забудови.

На ділянці розташовані одноповерхові споруди торговельного призначення (магазини промтоварів) різного ступеню капітальності, часу зведення та зовнішнього вигляду, загальною площею забудови 906,61 м², ряд павільйонів тимчасової установки загальною площею забудови 500 м².

Зазначені споруди, що неодноразово переплановувалися та перебудовувалися зв'язку зі зміною власників, мають задовільний стан але непривабливі та невиразні фасади.

4) Характеристика зелених насаджень та інших елементів благоустрою.

Територія озеленена травами та місцевими породами дерев, що включаються в загальну систему озеленення. Частина ділянки зайнята зеленими насадженнями південно-західної частини скверу центральної площі міста.

Частина ділянки, що належить до планувальної структури існуючого скверу має вимощення тротуарною плиткою напівсухого пресування.

5) Характеристика існуючої інженерно-транспортної інфраструктури.

Об'єкт проектування розміщується поза житловою зоною, на межі рекреаційної (сквер центральної площі міста) і торгової (центрального ринку) функціональних зон загальноміського центру, в зоні пішохідної

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 68 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

б) Функціональне призначення, режим використання, інженерно-транспортне забезпечення відповідно до положень містобудівної документації.

За цільовим призначенням дані землі надано, згідно УКЦВЗ, для «комерційного використання» та, частково, для «іншої комерційної діяльності» (для обслуговування розміщеного на них нерухомого майна).

За видами будинків і споруд об'єкт відноситься до підприємств торгівлі.

За класифікацією основних типів підприємств роздрібної торгівлі (магазинів) – до ІН класифікаційної групи (непродовольчий магазин з універсальним асортиментом).

За призначенням – організація роздрібної торгівлі з реалізацією, переважно, асортименту промтоварів.

При розробці запропонованої схеми враховувались наступні питання, що інженерно-транспортного забезпечення об'єкту:

1. Оптимізація пішохідно-транспортних потоків по території ділянки та ув'язка з прилягаючою до ділянки транспортною системою м. Миргород.

2. Розміщення об'єкту проектування - торгового центру, з відповідною інфраструктурою.

3. Влаштування зони господарчого майданчику з під'їздом та зоною розвантаження автомобілів.

4. Влаштування благоустрою території (вимощення тротуарною плиткою напівсухого пресування, встановлення малих архітектурних форм тощо.) та ув'язка з прилягаючою до ділянки рекреаційною зоною (сквер центральної площі міста).

5. Забезпечення об'єкту проектування вводами необхідних інженерних мереж та комунікацій (водопровідним, каналізаційним та інш.).

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 70 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | 601БП. 20108. ПЗ | | | | |

7) Характеристика інженерно-будівельних умов.

м. Миргород відноситься до II-V будівельно-кліматичного району.

Основні кліматичні характеристики району наступні:

– середня температура зовнішнього повітря найбільш холодної п'ятиденки –

23 град. С°;

– характерне снігове навантаження 1600 Па;

– характеристична величина швидкісного тиску вітру – 500 Па.

Дані щодо складу ґрунту відсутні. Замовнику до початку проектних робіт провести інженерно-геологічні вишукування.

8) Вимоги до інженерної підготовки території, заходи щодо її інженерного захисту.

Організація рельєфу ділянки вирішена з урахуванням висотної прив'язки будинку і забезпечення відводу дощових вод.

Проектними рішеннями з організації рельєфу передбачити безперешкодний стік дощових і поталих вод з ділянки на прилеглу територію.

9) Характеристика екологічних умов.

Дані щодо несприятливих екологічних умов будівництва відсутні.

В робочому проекті передбачити заходи, що дозволять зберегти екологічну рівновагу, знизити до мінімуму вплив негативних факторів, що впливають на ґрунт, рослинність, повітряний простір, водні ресурси й інші компоненти навколишнього середовища.

Вентиляційні викиди торгового центру не повинні містити забруднюючих викидів в атмосферне повітря, шкідливих речовин, що володіють сумациєю шкідливої дії.

Господарсько-побутові стоки видаляти в каналізаційні мережі.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 71 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

Для підтримки санітарного стану території передбачити очищення від твердих відходів і знезаражування їх поза межами міста.

Система очищення прийняти вивізну (тверді відходи та сміття вивозяться автомашинами на полігони відходів). Для вуличного сміття при входах встановити урни.

10) Планувальні обмеження, що розповсюджуються на земельну ділянку.

1. Санітарно-захисні зони від об'єктів, які є джерелами виділення шкідливих речовин, запахів, підвищених рівнів шуму, вібрації, ультразвукових і електромагнітних хвиль, електронних полів, іонізуючих випромінювань тощо – відсутні.

2. Зони санітарної охорони від підземних та відкритих джерел водопостачання, водозабірних та водоочисних споруд, водоводів, об'єктів оздоровчого призначення тощо – відсутні.

3. Зони охорони пам'яток культурної спадщини, археологічних територій, історичного ареалу населеного пункту – відсутні.

4. Прибережні захисні смуги, водоохоронні зони – відсутні.

5. Інші охоронні зони (навколо особливо цінних природних об'єктів, гідрометеорологічних станцій, уздовж ліній зв'язку, електропередачі, об'єктів транспорту тощо - відсутні.

6. Зони особливого режиму використання земель навколо військових об'єктів Збройних Сил України та інших військових формувань, в прикордонній смузі - відсутні.

3.1.7. Основні техніко-економічні показники об'єкта містобудування.

1) Вид об'єкта.

За видами будинків і споруд об'єкт відноситься до підприємств торгівлі.

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 72 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

За класифікацією основних типів підприємств роздрібної торгівлі (магазинів) – до ІН класифікаційної групи (непродовольчий магазин з універсальним асортиментом).

За формою торгівлі – з продажем через продавців та з сучасними прогресивними формами торгівлі (самообслуговування, торгівля за примірниками, з відкритою викладкою товарів, з заказом товарів).

2) Техніко-економічні показники.

| Найменування | Од. вим. | Кільк. | Примітки |
|--------------------|----------------|---------|--|
| Площа ділянки | га | 0,4 | |
| Площа забудови | м ² | 2821,00 | |
| Поверховість | пов | 3 | |
| Загальна площа | м ² | 7494,39 | |
| Корисна площа | м ² | 7129,59 | |
| Розрахункова площа | м ² | 4572,04 | |
| Торговельна площа | м ² | 3880,77 | |
| Будівельний об'єм | м ³ | 38929,8 | |
| Умовна висота | м | 11,7 | висота розташування верхнього поверху, без врахування верхнього технічного поверху |

3.1.8. Технічні характеристики об'єкта.

За об'ємно-планувальною структурою торговий центр є окремою стоячою спорудою.

Торговий комплекс представлено у 3-х рівнях. 1-й рівень займають приміщення для приймання та зберігання товарів, приміщення для готування товарів для продажу, санітарно-побутові приміщення персоналу,

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 73 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | 601БП. 20108. ПЗ | | | | | |

Склад та розрахункові площі основних приміщень торгового центру:

- Загальна площа комплексу – 7494,39 м²
- З якої у функціональній структурі передбачаються такі основні групи приміщень:
 - Торговельні й інші приміщення для обслуговування покупців (торгівельні зали butikів, фут-корт, сок-бар та інш.) – 3880,77 м²;
 - Приміщення для приймання та зберігання товарів, приміщення для готування товарів до продажу – 217,30 м²;
 - Підсобні приміщення – 224,08 м²;
 - Службові та побутові приміщення – 194,12 м²;
 - Технічні приміщення систем інженерного обладнання – 17,47 м²;
 - Виробничі приміщення (на заклад громадського харчування) – 55,80 м²;
 - Приміщення іншого призначення (коридори, тамбури, переходи, сходові клітини, ліфтові шахти та інш.) – 2904,88 м².

Потужність, місткість, пропускна здатність, кількість утворених робочих місць.

Потужність об'єкта виражена торгівельною площею, та складає – 3880,77 м².

Кількість робочих місць та режим роботи визначається у розділі технологічних рішень на проектній стадії та встановлюється адміністрацією й може змінюватися в процесі експлуатації відповідно до діючого в Україні трудового законодавства.

4) Призначення вбудованих та прибудованих приміщень.

Розташування та використання вбудовано-прибудованих приміщень визначити проектом.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 75 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

3.2. . Аналіз сучасного стану території і споруд:

3.2.1. Характеристика існуючої забудови та використання території; площа, межі:

Ділянка проектування, орієнтовною площею 0,4 га, знаходиться в центральній частині м. Миргород Полтавської області по вул. Гоголя, 147 (квартал вулиць Я.Усика, Гоголя, Воскресенська, Кашинського).

На ділянці розташовані одноповерхові споруди торговельного призначення (магазини промтоварів) різного ступеню капітальності, часу зведення та зовнішнього вигляду, загальною площею забудови 906,61 м², ряд павільйонів тимчасової установки загальною площею забудови 500 м². Зазначені споруди, що неодноразово перепланувалися та перебудовувалися зв'язку зі зміною власників, мають задовільний стан але непривабливі та невиразні фасади (Рис. 3.12, 13, 14,15).



Рис. 3.12. Магазин «Мода центр».

Частина ділянки зайнята зеленими насадженнями південно-західної частини скверу центральної площі міста.

Рельєф ділянки – спокійний. Заболочення відсутні. Ділянка не підтоплюється весняними повеневими водами.

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 76 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

елементів природного середовища, розташування домінуючої висотної забудови - основні принципи формування об'ємно-естетичного образу загальноміського центру.

Комплекси міського курортного та районних центрів, об'єднаних системою зелених насаджень і транспортно-пішохідних зв'язків складають єдину планувальну та об'ємно-просторову композицію Миргорода

Домінанти:

У найближчому оточенні основною просторовою домінантою виступає 5-ти поверхова споруда поліклініки (вул. Гоголя, 149а), П-подібна в плані (Рис.3.16). Локальні домінанти – Миргородський районний будинок культури (вул. Гоголя, 141/1), що перебуває у стані реставрації і реконструкції (Рис.3.17), – приміщення районної державної адміністрації (вул. Гоголя № 120), – вхідна арка курорту (Рис.3.18).



Рис.3.16. Поліклініка. вул. Гоголя, 149а.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 79 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ



Рис.3.17. Миргородський районний будинок культури. вул. Гоголя, 141/1.



Рис.3.18. Вхідна арка курорту.

Побудована у 1935 році за проектом архітектора А.Я. Лангмана. Вона - візитка Миргородського курорту. Через неї заходять, прибувши на курорт, і залишають його, теж виходячи через неї. Реставрована (перекрита і перефарбована) у 2001 році.

3.2.6. Історично сформовані вулична мережа, парцеляція, характер забудови, планувальний модуль, масштаб та масштабність забудови:

Вдало поєднавши різностильову забудову, вулиця Гоголя донесла до наших днів колорит садибної забудови міста. Характер забудови - вулиця Гоголя сформована у вигляді груп /точок /житлових будинків 5-9 поверхів

| | | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | | 80 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | | |

забудови і 1-3 поверхових будівель, які і повинні задавати характер та масштаб проекрованої забудови на ділянці опрацювання.

3.2.7. Композиційно-видовий вплив об'єктів культурної спадщини:

Доцільно розробити варіант об'ємно-просторового вирішення проектового торговельного центру, в якому б вгадувалися риси, властиві українському архітектурному модерну, стилю характерному для багатьох відомих споруд Миргорода, і зокрема для будівель санаторного комплексу створеного в 1916-1919 рр.

Головним корпусом став будинок водолікарні, який добудували й розширили 1925 р. Корпуси мали власне архітектурне обличчя, яке стало символом курорту. Ансамбль належить до архітектурної спадщини О. Р. Сластіона, його теоретичних положень щодо розвитку народного стилю.



Рис.3.19. Макет старого приміщення водолікарні курорту «Миргород» (за проектом О. Г. Сластьона рік побудови - 1917, розібрано 1986 р.).

Миргородський краєзнавчий музей.

Таким чином, вирішення фасаду торговельного центру з врахуванням особливостей українського архітектурного модерна і місцевої виразної архітектури, переслідує мету підтримки сформованого образу, привабливого для туристів і відвідувачів курорту.

Споруду доцільно буде запроектувати співмірною за масштабом до існуючої історичної забудови (2-3 пов.), а при вирішенні архітектурного

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 81 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

3.4. Теплотехнічний розрахунок зовнішньої стіни

Вихідні данні:

- розрахункова температура внутрішнього повітря $t_e = 16 \text{ }^\circ\text{C}$;
- відносна вологість внутрішнього повітря $\varphi_e = 50 \%$;
- район реконструкції м. Миргород.

По табл. Г.1 [6] визначаємо вологісний режим приміщення – нормальний.

По дод. К [6] визначаємо умови експлуатації огорожуючої конструкції – А.

По дод. Л [6] визначаємо розрахункові коефіцієнти теплопровідності матеріалів шарів додаткового утеплення конструкції:

Розрахункова схема огорожуючої конструкції: пінобетонні блоки, цементно-піщана штукатурка ззовні і зсередини.

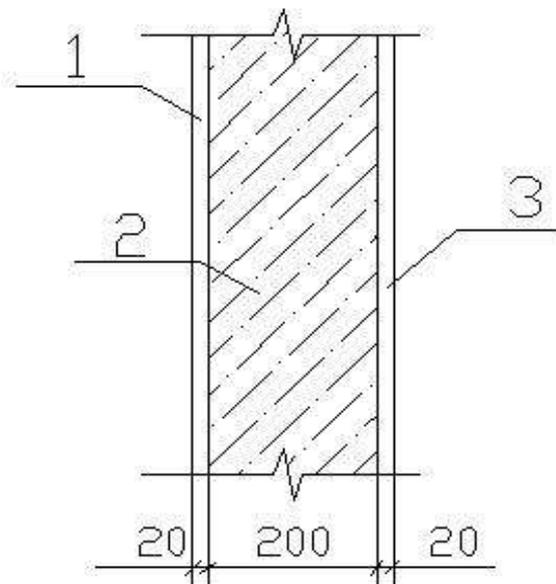


Рис. 1.1.

Рис.3.20. Конструкція зовнішньої стіни, де 1- цементно-піщана штукатурка; 2- пінобетонні блоки; 3- цементно-піщана штукатурка.

Характеристики матеріалів наведено в таблиці

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 83 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

Характеристики будівельних матеріалів для теплотехнічного розрахунку

| Назва матеріалу | Питома вага в сухому стані $\gamma_0, \text{кг/м}^3$ | Товщина шару $\delta_0, \text{мм}$ | Розрахункова величина коеф. тепло-провідності $\lambda, \text{ккал/м}^2\text{с}$ | Розрахункова величина коеф. тепло засвоєння $S, \text{ккал/м}^2\text{с}$ |
|---|--|------------------------------------|--|--|
| Захисний шар (цементно-піщана штукатурка) | 1800 | 0,02 | 0,70 | 8,18 |
| Пінобетонні блоки | 800 | 0,2 | 0,36 | 5,44 |
| Захисний шар (цементно-піщана штукатурка) | 1800 | 0,02 | 0,70 | 8,18 |

Загальний опір теплопередачі R_0 :

$$R_0 = 1/\alpha_{\text{в}} + \delta_1/\lambda_1 + \delta_2/\lambda_2 + \delta_3/\lambda_3 +$$

$$+ 1/\alpha_{\text{н}} = 1/23 + 0,02/0,70 + 0,2/0,36 + 0,02/0,70 + 1/8,7 = 2,28 \text{ м}^2\text{С/Вт.}$$

Нормативний опір теплопередачі $R_0^{\text{н}}$ визначається по [додатку 1 і 2;2].

Згідно з картою температурних зон України [додаток 2;2] м. Миргород знаходиться в I зоні, для якої $R_0^{\text{н}}$ для стіни з пінобетону становить

$$R_0^{\text{н}} = 1,8 \text{ м}^2\text{С/Вт.}$$

Запроектована конструкція стіни придатна для застосування в громадському будівництві в м. Миргород.

Розрахунок можливості виникнення конденсату на внутрішній поверхні стін.

Температура на внутрішній поверхні стіни:

$$t_{\text{в}} = t_{\text{в}} - ((t_{\text{в}} - t_{\text{н}}) / R_{\text{с}}) \times 1/\alpha_{\text{в}} = 16 - ((16 + (28 + 32)/2) / 2,26) \times 1/8,7 = 13,66^\circ\text{С.}$$

Температурна точка роси:

$$\Phi = 55\% \quad t_{\text{в}} = 16^\circ\text{С};$$

$$e = \Phi \times E / 100 = 55 \times 2063,48 / 100 = 1134,31 \text{ Па};$$

$$\text{звідки } t_{\text{р}} = 8,8^\circ\text{С.}$$

При $t_{\text{в}} = 13,66^\circ\text{С}$ конденсату на внутрішній поверхні стін не буде.

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|-----|
| | | | | | 601БП. 20108. ПЗ | Арк |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | 84 |

Висновок

На основі завдання на магістерську роботу, було виконано та досліджено архітектурно-планувальні, містобудівня та комунікаційні зв'язки, функціонально-зонавальні вирішення різних торговельних центрів. Проаналізовано вертикальне планування та розміщення торговельних центрів відносно центру кварталу. Відповідно до зроблених висновків, було запропоновано будівництво торгово-розважального центру в м.Миргород, що відповідає основним вимогам по розміщенню, об'ємно-планувальному вирішенню, функціональному зонуванню та розміщенню та території кварталу.

Розглянута ділянка у запропонованих межах, яка використовується на даний час під нежитлову забудову, може бути прийнята для будівництва торгового центру.

Запропонований проект капітальної споруди торгово-розважального центру природно відмежовує рекреаційну частину вулиці Гоголя від торгової (центрального ринку) функціональної зони загальноміського центру.

Об'єкт проектування покращить містобудівну ситуацію та стане виразною домінантою, не змінюючи при цьому звичної для даної функціональної зони торговельної орієнтації. Завдяки виразному скляному фасаду, який віддзеркалюватиме зелені насадження скверу, споруда гармонійно ввійде до його планувальної структури, підтримавши її рішеннями з благоустрою.

Спорудження торгового центру сприятиме зменшенню торговельного навантаження на вулицю Воскресінську, сприятиме підвищенню культури та покращенню умов торгівлі.

Об'єкт не має негативного впливу на навколишнє середовище.

Витримуються нормативні технологічні, санітарні та протипожежні розриви між будівлями і спорудами.

| | | | | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|--|--|--|--|-----|
| | | | | | | | | | Арк |
| | | | | | | | | | 85 |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | | | | |

601БП. 20108. ПЗ

Є можливість забезпечення об'єкта інженерною інфраструктурою (електро-, водо-, теплопостачанням, каналізацією та зв'язком).

Показники озеленення, благоустрою та санітарно-екологічні, в тому числі по інсоляції та шуму, території та існуючих суміжних територій забудови, після будівництва торгового центру не знизять нормативних вимог.

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|-----|
| | | | | | 601БП. 20108. ПЗ | Арк |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | 86 |

Додатки

| | | | | | | |
|------|------|----------|--------|------|------------------|-----|
| | | | | | 601БП. 20108. ПЗ | Арк |
| Змн. | Арк. | № докум. | Підпис | Дата | | 92 |

Аналіз функціонально-зональних рішень

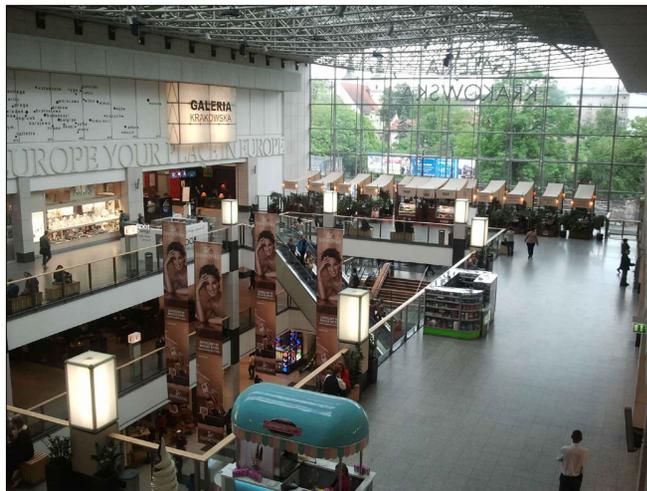
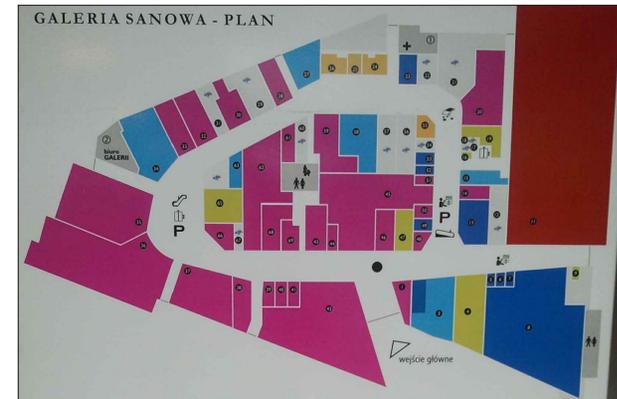
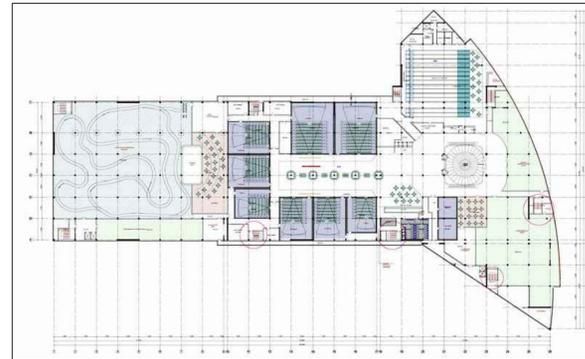
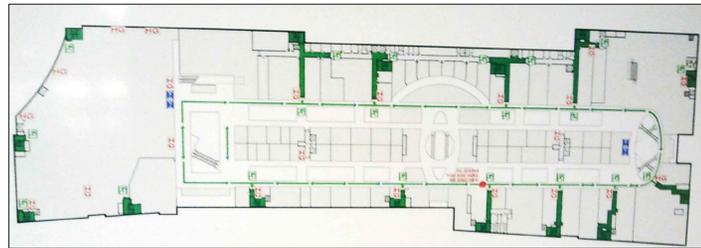
Варіанти зонування торговельно-сервісних центрів

з єдиним комунікаційним ядром

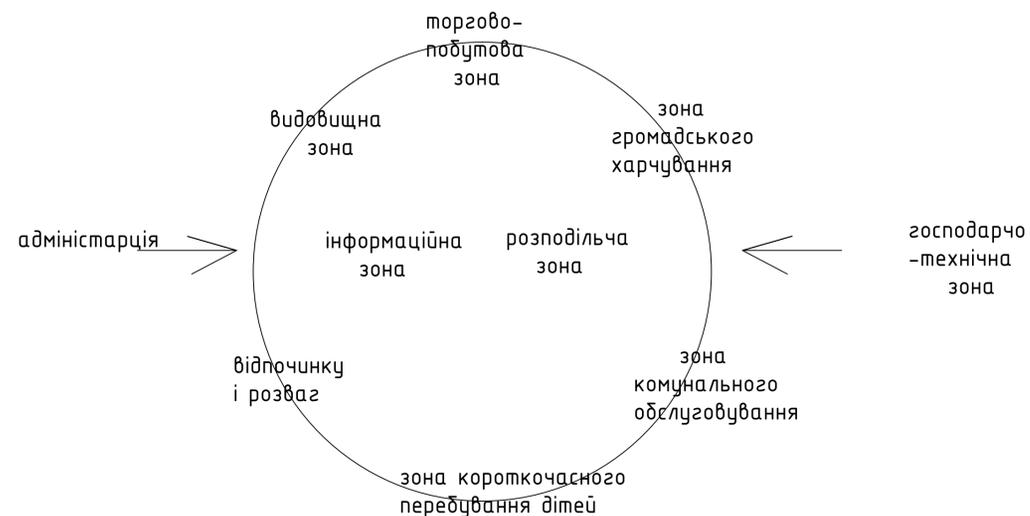
з сполученим комунікаційним ядром

з складним комунікаційним ядром

з чисельними комунікаційними ядрами



Модель функціональної структури зонування торговельно-сервісних центрів



Висновок: незалежно від типу зонування торговельно-сервісних центрів, форми будівлі, функціональне зонування завжди вмотивоване та типове, включає в себе наступні зони:

- інформаційна зона
- розподільча зона,
- торгівельно-побутова зона,
- громадського харчування
- комунального обслуговування,
- короткочасного перебування дітей
- відпочинку і розваг
- адміністративна зона
- господарська зона.



| | | | |
|-------|--|-----------|------|
| | | 2 .20108. | |
| | | MP | 4 14 |
| Семко | | | |

Архітектурно-композицій

Приклади вирішень планувань паркувальних зон

зони пішохідних потоків



санвузол для громадян, з обмеженими можливостями



вхідної зони



благоустрою території



Приклади вирішень силуетів ТРЦ

Cinema city



Galeria Sanowa



Palladium



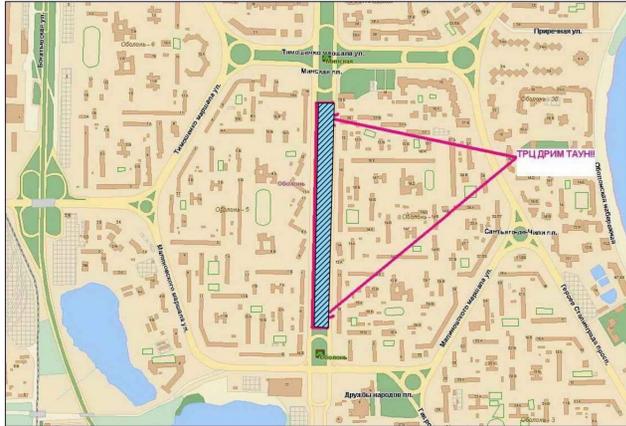
Traid center



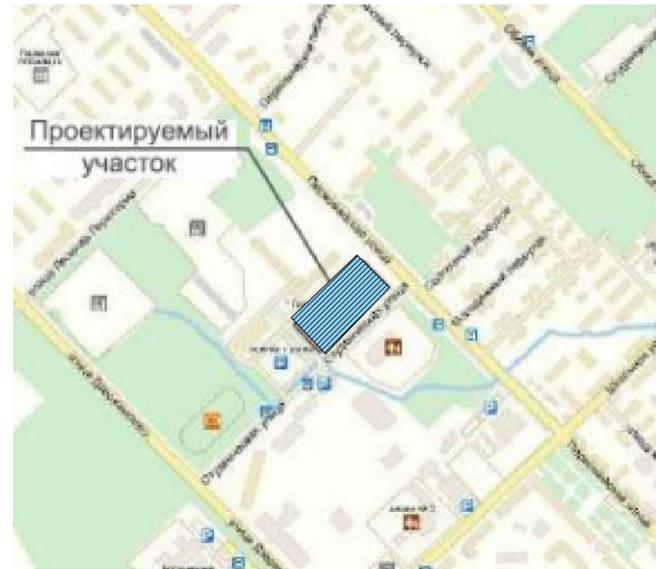
| | | | |
|--|--|----------|------|
| | | 2 20108. | |
| | | MP | 5 14 |

НДРС: Варіанти розміщення торгових центрів

Прокольне



Центральне



В частині кварталу



Кутове

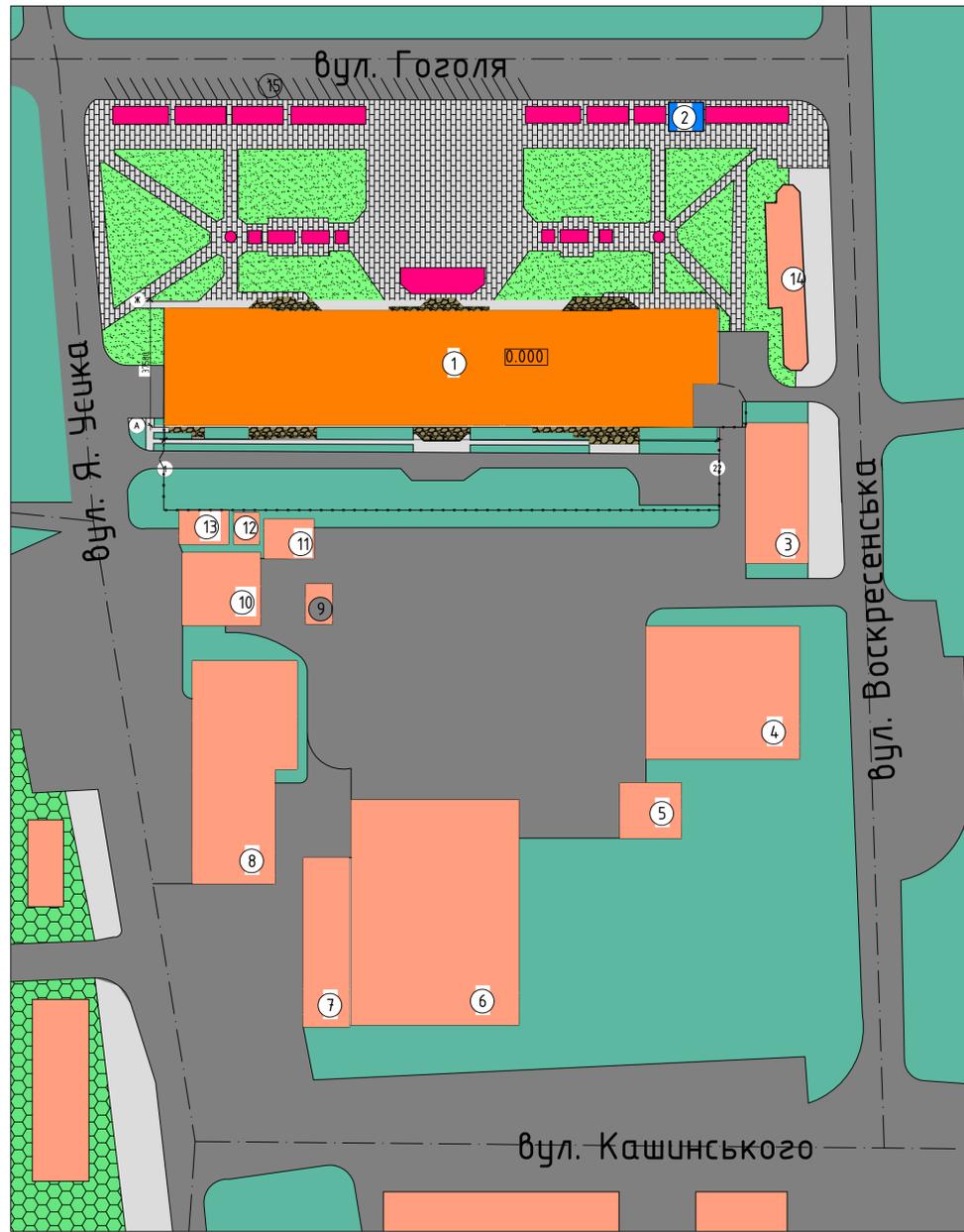


Умовні позначення

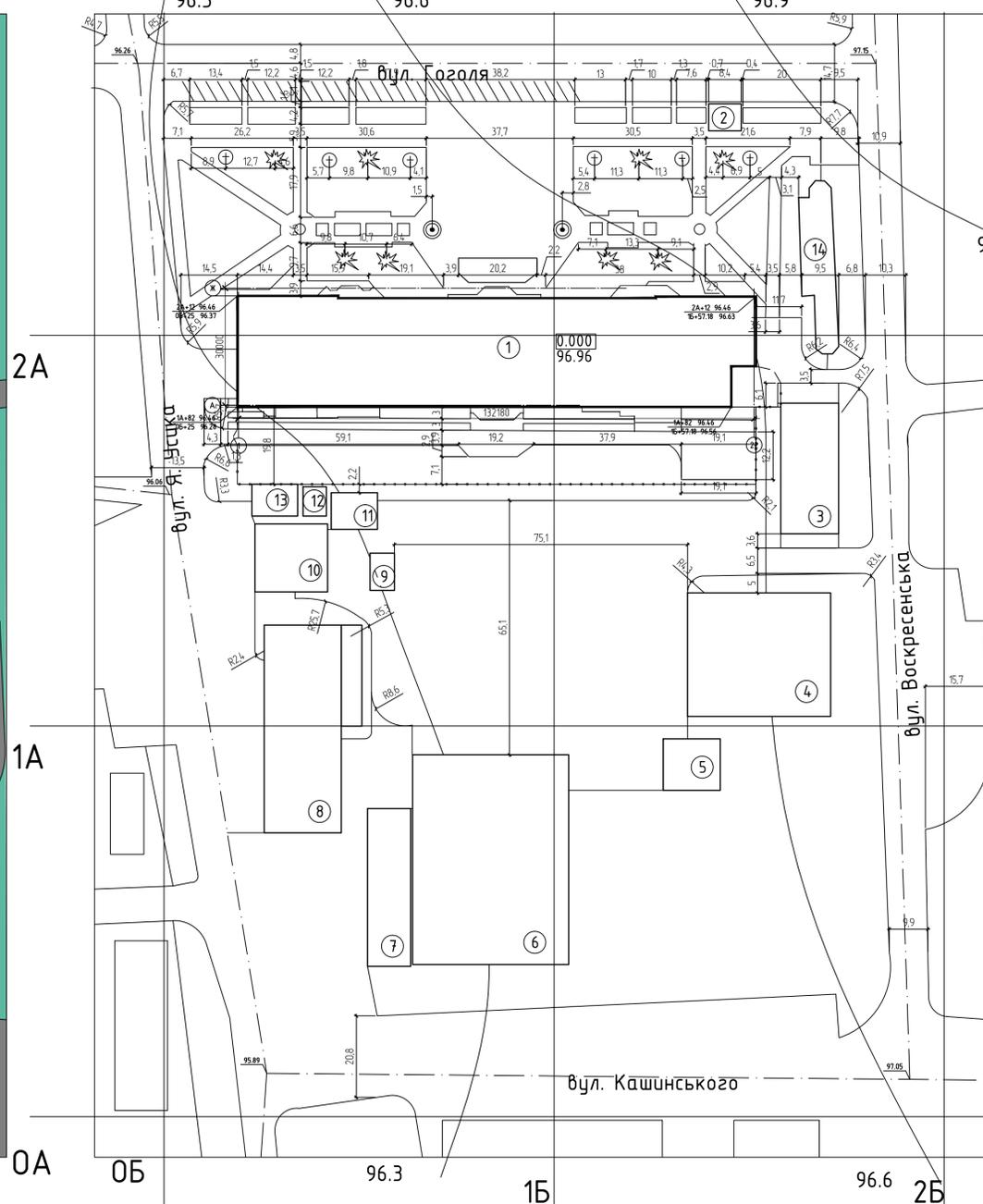
 - торговий центр

| | | | | | | | | |
|------------|-----------|---------|-----------|--------|------|--|-------|--------|
| | | | | | | 2мБ.20108.МР | | |
| | | | | | | Принципи формування архітектурно-планувальної організації торгово-розважальних центрів | | |
| Зм | Кіл | Арк | Ндок | Підпис | Дата | Стадія | Аркци | Аркциб |
| Розробник | Керівник | Бабенко | Авраменко | | | МР | 6 | 14 |
| Н.контр.п. | Затвердив | Семко | | | | Науково-дослідна робота | | |
| | | | | | | Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кошарника» Кафедра БмЩ | | |

Генплан

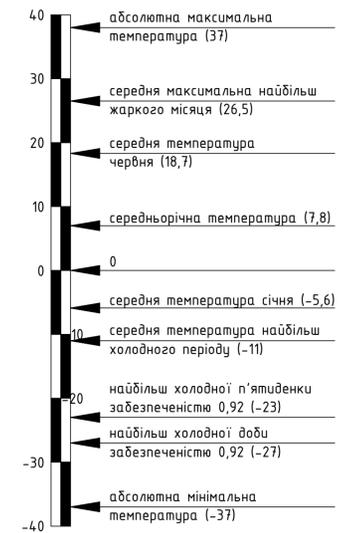


План розпланування, благоустрою та озеленення

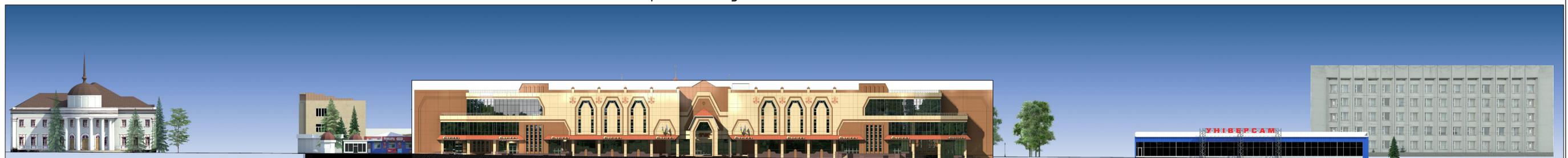


| Експлікація будівель і споруд | | |
|-------------------------------|---|----------|
| Номер будівлі | Найменування | Примітки |
| 1 | Будівля торгового центру, що проектується | Проектна |
| 2 | Зупинка громадського транспорту | Проектна |
| 3 | Побутовий ком'юніт | Проектна |
| 4 | Магазин меблів | Проектна |
| 5 | Магазин продовольчих товарів | Проектна |
| 6 | Магазин будівельних матеріалів | Проектна |
| 7 | Трансформаторна підстанція | Проектна |
| 8 | Магазин енпродовольчих товарів | |
| 9 | Адміністрація | |
| 10 | Магазин | |
| 11 | Магазин | |
| 12 | Торговий павільйон | |
| 13 | Торговий павільйон | |
| 14 | Магазин | |
| 15 | Автостоянка | |

Шкала температур



Розгортка по вул. Гоголя



Умовні позначення

- Асфальтобетонне покриття площадок та проїздів
- Вимощення тротуарною плиткою
- Газон партерний
- Межа земельної ділянки
- Вимощення гранітною бруківкою
- Асфальтобетонне покриття пішохідних доріжок
- Садибна територія
- Огорожа металева
- Озеленення

| | | | |
|----|---|--------|--|
| 2 | | 20108. | |
| МР | 7 | 14 | |

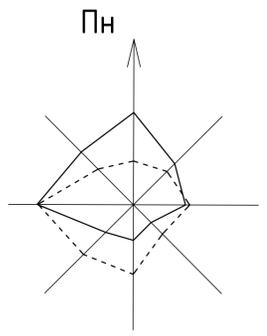
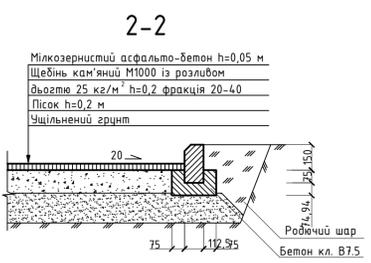
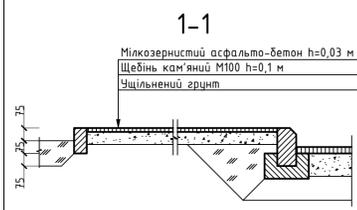
Перспектива благоустрою території торгового- центру



Технічні характеристики генплану

| N п/п | Найменування | Один. вимір. | Кількість |
|-------|---------------------------------|----------------|-----------|
| 1 | Площа території | га | 3,8 |
| 2 | Площа забудови | м ² | 6532 |
| 3 | Площа доріг і площадок | м ² | 4562 |
| 4 | Площа використаної території | м ² | 7681 |
| 5 | Площа озеленення | м ² | 30319 |
| 6 | Відсоток використання території | % | 20,2 |
| 7 | Відсоток озеленення | % | 79,8 |
| 8 | Відсоток забудови | % | 17,2 |

Ситуаційна схема

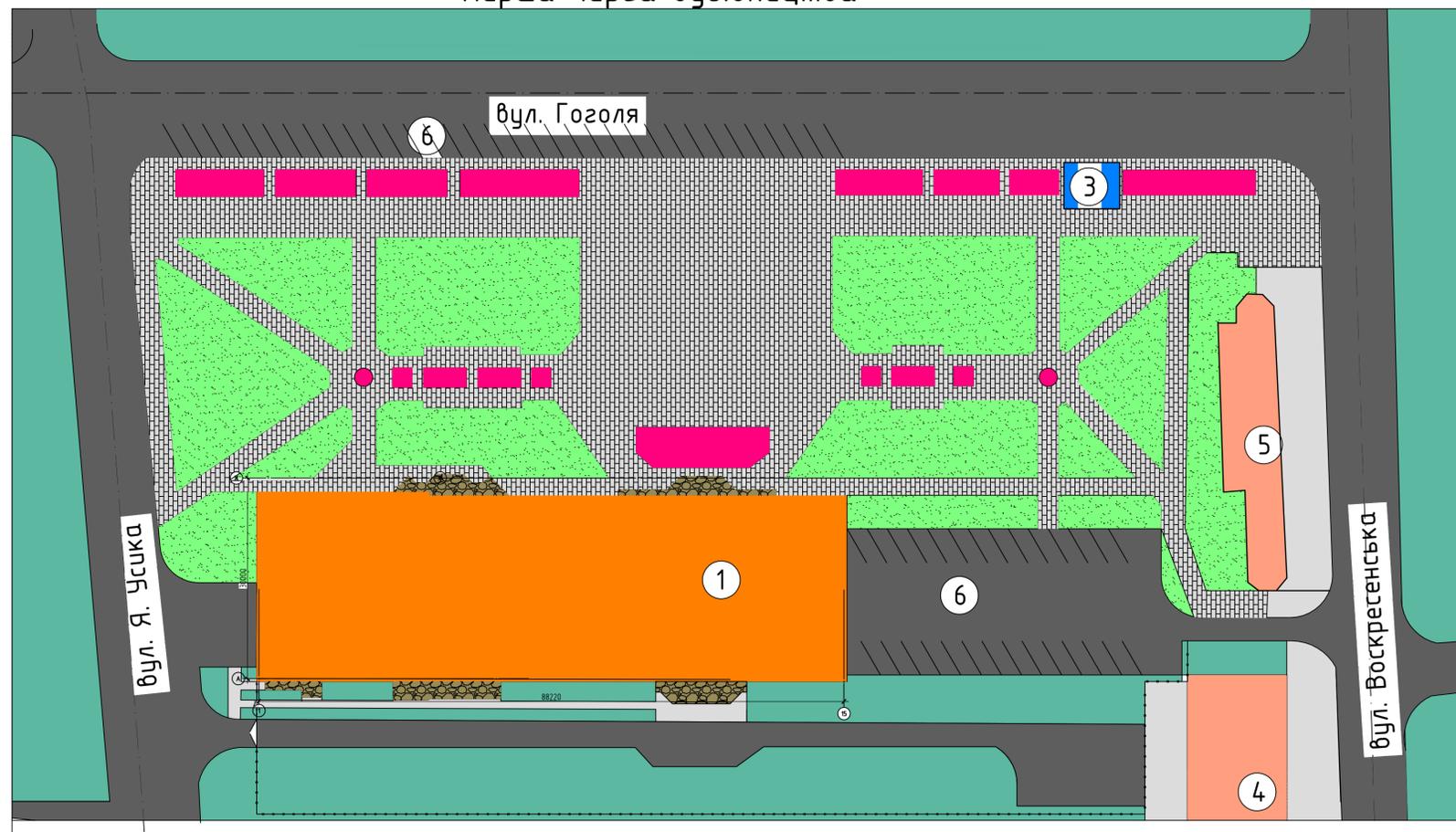


— Січень
- - - Липень

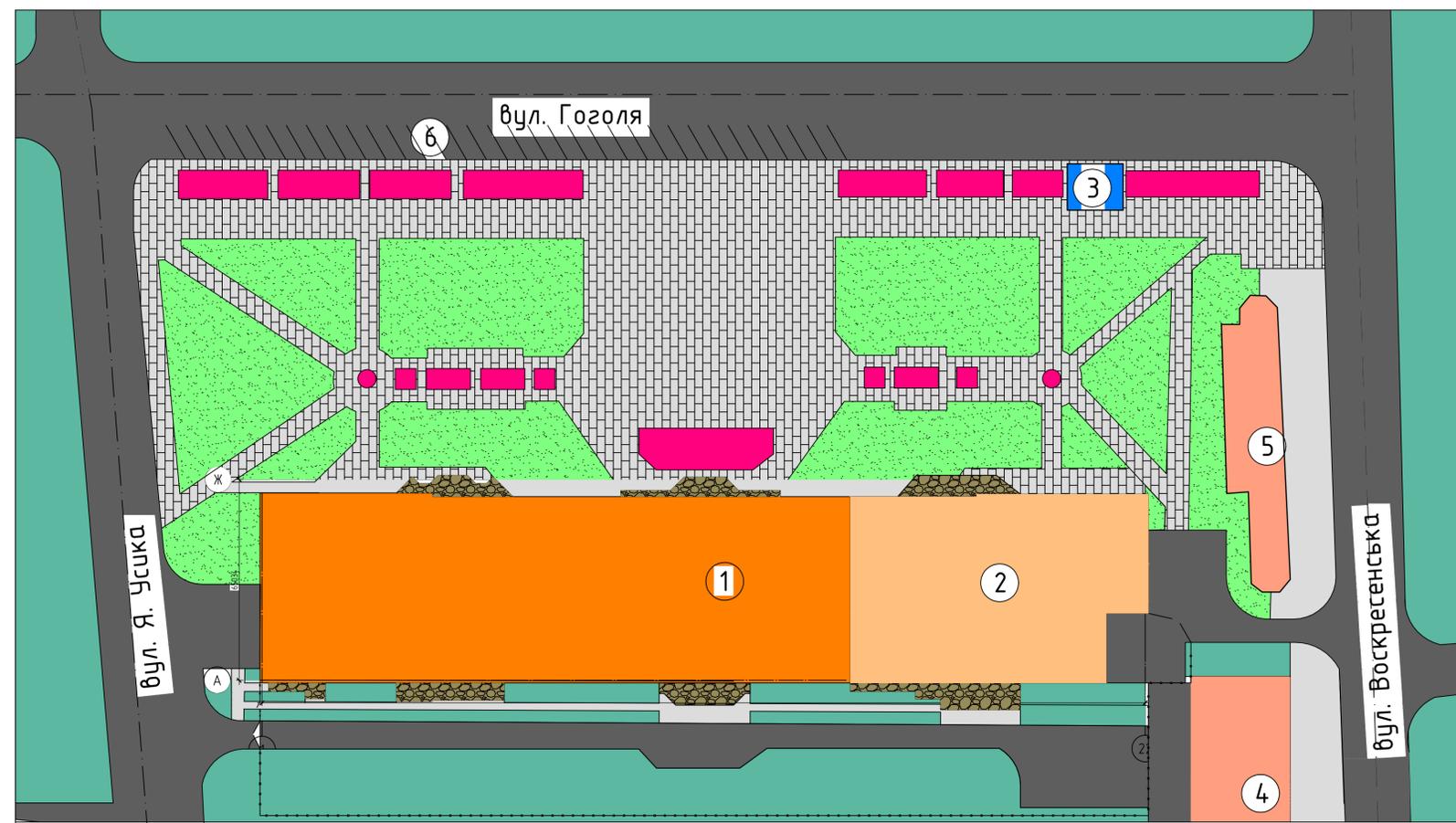
| | | | |
|----|---|--------|--|
| 2 | | 20108. | |
| МР | 8 | 14 | |

Схема динамічного рішення з урахування добудови другого модуля

Перша черга будівництва

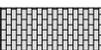


Друга черга будівництва



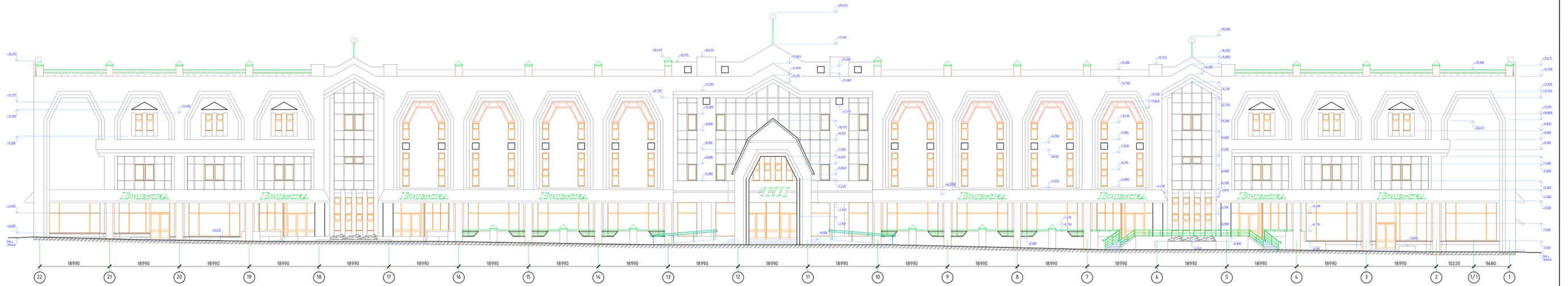
| Експлікація будівель і споруд | | |
|-------------------------------|---|----------|
| Номер будівлі | Найменування | Примітки |
| 1 | Будівля торгового центру, перший модуль | Проектна |
| 2 | Будівля торгового центру, другий модуль | |
| 3 | Зупинка громадського транспорту | Проектна |
| 4 | Побутовий комінат | Проектна |
| 5 | Магазин меблів | Проектна |
| 6 | Автомостянка | |

Умовні позначення

-  - Асфальтобетонне покриття площадок та проїздів
-  -Вимощення гранітною бруківкою
-  -Вимощення тротуарною плиткою
-  - Асфальтобетонне покриття пішохідних доріжок
-  -Газон партерний
-  -Огорожа металева
-  -Межа земельної ділянки
-  -Озеленення
-  -Будівля, що проектується, перша черга будівництва
-  -Будівля, що проектується, друга черга будівництва
-  -Будівля, що проектується, перша черга будівництва
-  -зупинка громадського транспорту
-  -квітники

| | | | |
|--|--|-----------|------|
| | | 2 .20108. | |
| | | | |
| | | МР | 9 14 |

Фасад 22-1



Кольорове вирішення фасаду 22-1



Фасад А-Ж

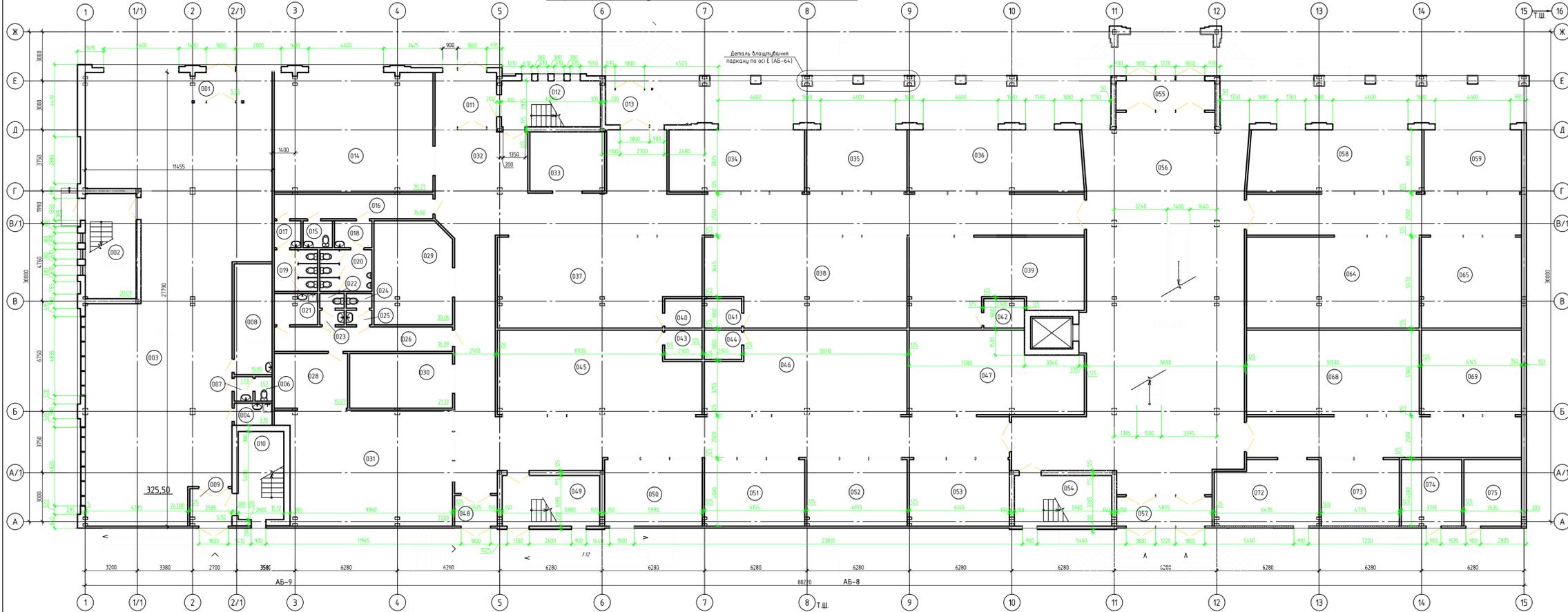


Фасад Ж-А

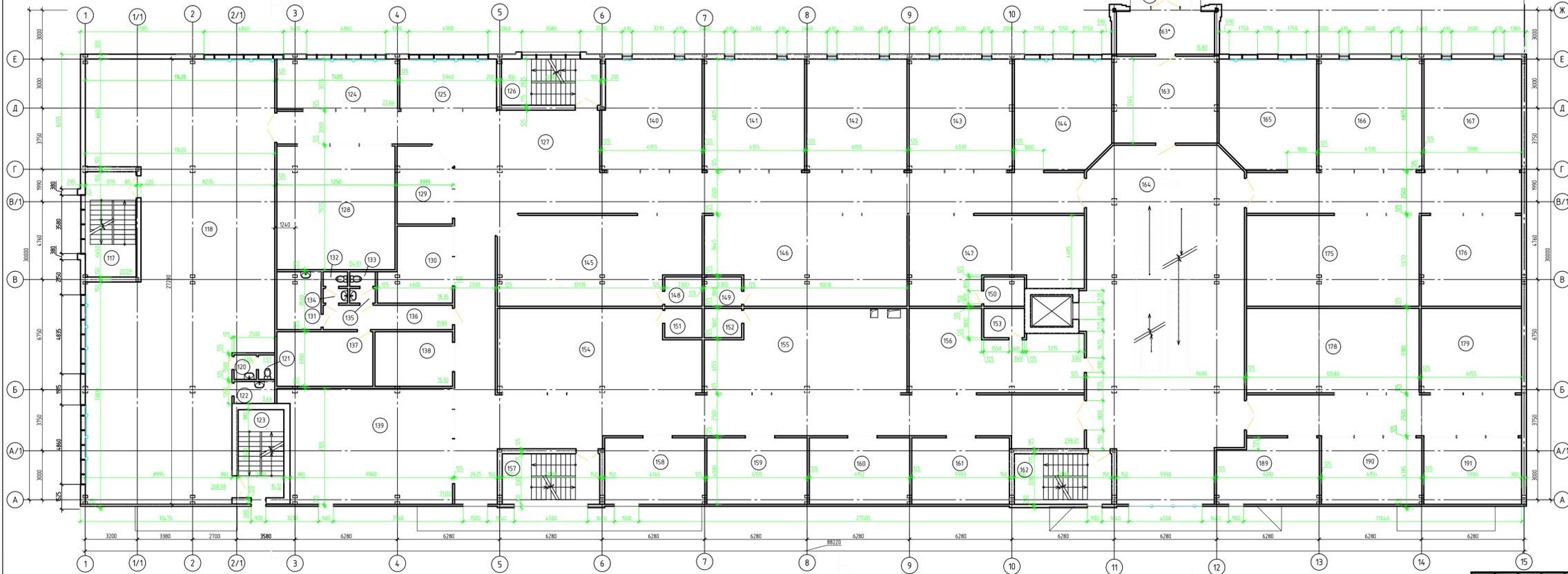


| | | | |
|--|--|-----------|----|
| | | 2 .20108. | |
| | | | |
| | | MP | 10 |
| | | 22-1. | |
| | | | 14 |

Перша черга будівництва. План на відм. 0.000



План на відм. +4.500



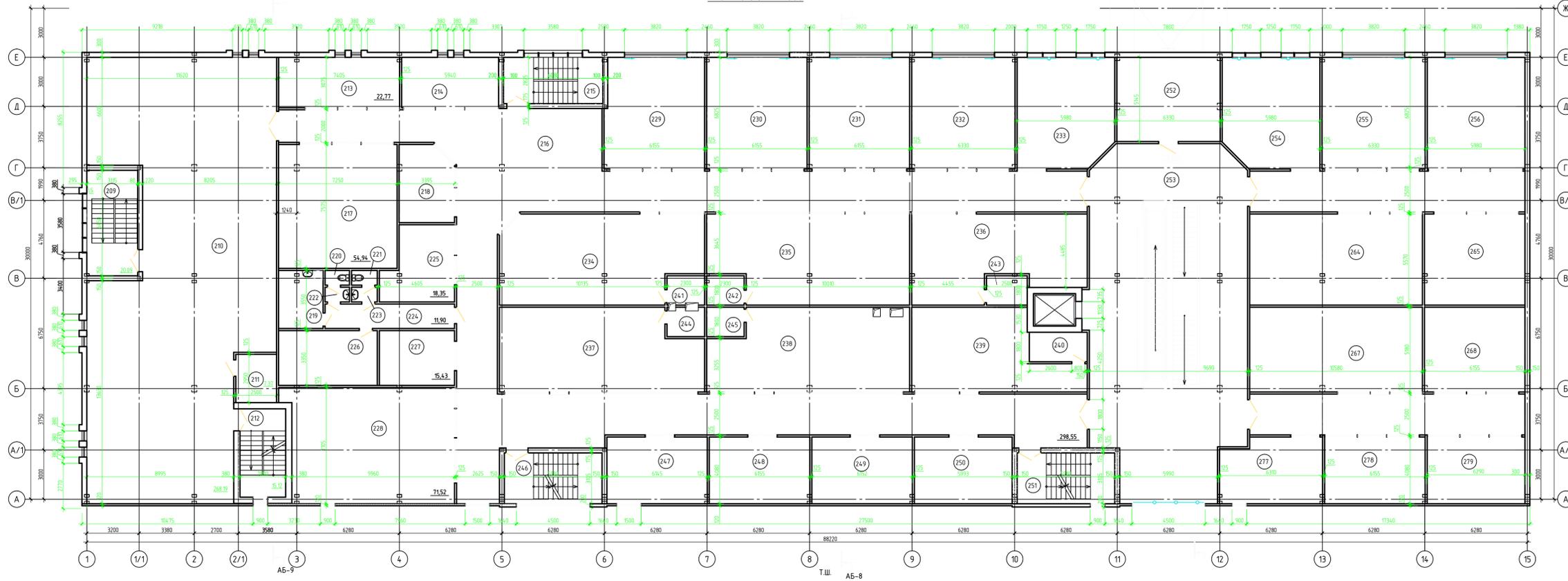
Експлікація приміщень на відм. 0,000

| Номер за планом | Найменування | Площа, м ² | Кат. приміщення |
|--------------------|------------------------------------|-----------------------|-----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Магазин "Мейл" | | | |
| 001 | Тамбур | 5,05 | |
| 002 | Складська клітка | 20,09 | |
| 003 | Торговельно-дискавочна зала | 24,80 | |
| 004 | Приміщення прибирального інвентарю | 3,15 | |
| 006 | Туалет для персоналу | 1,57 | |
| 007 | Шезь | 1,73 | |
| 008 | Кімната прийому їжі / Гардероб | 15,85 | |
| 009 | Тамбур | 5,92 | |
| 010 | Складська клітка | 15,12 | |
| | | 310,28 | |
| Торговельний центр | | | |
| 011 | Тамбур | 8,60 | |
| 012 | Складська клітка | 17,15 | |
| 013 | Тамбур | 8,60 | |
| 014 | Павільйон непродовольчих товарів | 70,77 | |
| 015 | Універсальна кафін туалету | 2,97 | |
| 016 | Коридор | 14,60 | |
| 017 | Шезь | 2,71 | |
| 018 | Шезь | 3,80 | |
| 019 | Туалет для відвідувачів (ж.) | 6,80 | |
| 020 | Туалет для відвідувачів (ч.) | 8,16 | |
| 021 | Приміщення прибирального інвентарю | 5,13 | |
| 022 | Туалет для персоналу | 1,35 | |
| 023 | Шезь | 1,35 | |
| 024 | Туалет для персоналу | 1,42 | |
| 025 | Шезь | 1,42 | |
| 026 | Коридор | 16,39 | |
| 027 | Приміщення чергового персоналу | 9,80 | |
| 028 | Приміщення для охорони | 9,82 | |
| 029 | Павільйон непродовольчих товарів | 30,06 | |
| 030 | Павільйон непродовольчих товарів | 16,16 | |
| 031 | Павільйон непродовольчих товарів | 71,09 | |
| 032 | Коридор | 280,30 | |
| 033 | Павільйон непродовольчих товарів | 16,63 | |
| 034 | Павільйон непродовольчих товарів | 31,99 | |
| 035 | Павільйон непродовольчих товарів | 23,49 | |
| 036 | Павільйон непродовольчих товарів | 40,38 | |
| 037 | Павільйон непродовольчих товарів | 64,98 | |
| 038 | Павільйон непродовольчих товарів | 64,44 | |
| 039 | Павільйон непродовольчих товарів | 50,67 | |
| 040 | Гардероб персоналу | 4,14 | |
| 041 | Гардероб персоналу | 4,07 | |
| 042 | Гардероб персоналу | 4,14 | |
| 043 | Гардероб персоналу | 4,14 | |
| 044 | Гардероб персоналу | 4,14 | |
| 045 | Павільйон непродовольчих товарів | 60,15 | |
| 046 | Павільйон непродовольчих товарів | 59,56 | |
| 047 | Павільйон непродовольчих товарів | 49,90 | |
| 048 | Тамбур | 4,73 | |
| 049 | Складська клітка | 19,64 | |
| 050 | Павільйон непродовольчих товарів | 25,52 | |
| 051 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,13 | |
| 052 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,13 | |
| 053 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,09 | |
| 054 | Сходи | 19,64 | |
| 055 | Тамбур | 10,92 | |
| 056 | Вестибель | 235,19 | |
| 057 | Тамбур | 10,54 | |
| 058 | Павільйон непродовольчих товарів | 40,38 | |
| 059 | Павільйон непродовольчих товарів | 22,40 | |
| 064 | Павільйон непродовольчих товарів | 58,83 | |
| 065 | Павільйон непродовольчих товарів | 33,44 | |
| 068 | Павільйон непродовольчих товарів | 54,73 | |
| 069 | Павільйон непродовольчих товарів | 31,12 | |
| 072 | Павільйон непродовольчих товарів | 25,63 | |
| 073 | Павільйон непродовольчих товарів | 20,38 | |
| 074 | Протилежна насосна станція | 15,61 | д |
| 075 | Електроштова | 14,53 | д |

Експлікація приміщень на відм. +4,500 див. арк. 5

| | |
|-----------|----------|
| 2 .20108. | |
| . 0,000 , | . +4,500 |
| MP | 11 14 |

План на відм. +9,000



Експлікація приміщень на відм. +9,000

| Номер за планом | Найменування | Площа, м ² | Кат. приміщення |
|--------------------|------------------------------------|-----------------------|-----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Магазин "Мебл" | | | |
| 209 | Сходи | | |
| 210 | Торговельно-виставкова зала | 268,19 | |
| 211 | Підсобне приміщення | 7,37 | |
| 212 | Сходи | | |
| | | 275,56 м ² | |
| Торговельний центр | | | |
| 213 | Павільйон непродовольчих товарів | 22,77 | |
| 214 | Павільйон непродовольчих товарів | 17,82 | |
| 215 | Сходи | | |
| 216 | Коридор | 298,55 | |
| 217 | Павільйон непродовольчих товарів | 54,94 | |
| 218 | Павільйон непродовольчих товарів | 15,46 | |
| 219 | Приміщення прибирального інвентарю | 9,46 | |
| 220 | Туалет для персоналу | 1,35 | |
| 221 | Туалет для персоналу | 1,45 | |
| 222 | Шлюз | 1,35 | |
| 223 | Шлюз | 1,45 | |
| 224 | Коридор | 11,90 | |
| 225 | Павільйон непродовольчих товарів | 18,35 | |
| 226 | Приміщення персоналу (прийому їжі) | 20,07 | |
| 227 | Павільйон непродовольчих товарів | 15,43 | |
| 228 | Павільйон непродовольчих товарів | 71,52 | |
| 229 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,26 | |
| 230 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,91 | |
| 231 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,91 | |
| 232 | Павільйон непродовольчих товарів | 42,94 | |
| 233 | Павільйон непродовольчих товарів | 39,52 | |
| 234 | Павільйон непродовольчих товарів | 64,12 | |
| 235 | Гардероб персоналу | 64,44 | |
| 236 | Павільйон непродовольчих товарів | 50,67 | |
| 237 | Павільйон непродовольчих товарів | 60,15 | |
| 238 | Павільйон непродовольчих товарів | 58,93 | |
| 239 | Павільйон непродовольчих товарів | 42,82 | |
| 240 | Гардероб персоналу | 6,39 | |
| 241 | Гардероб персоналу | 3,96 | |
| 242 | Гардероб персоналу | 4,19 | |
| 243 | Гардероб персоналу | 4,38 | |
| 244 | Гардероб персоналу | 3,85 | |
| 245 | Гардероб персоналу | 4,14 | |
| 246 | Сходи | | |
| 247 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,09 | |
| 248 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,13 | |
| 249 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,12 | |
| 250 | Павільйон непродовольчих товарів | 25,53 | |
| 251 | Сходи | | |
| 252 | Павільйон непродовольчих товарів | 32,36 | |
| 253 | Хол | 199,29 | |
| 254 | Павільйон непродовольчих товарів | 39,52 | |
| 255 | Павільйон непродовольчих товарів | 42,94 | |
| 256 | Павільйон непродовольчих товарів | 39,96 | |
| 264 | Павільйон непродовольчих товарів | 58,83 | |
| 265 | Павільйон непродовольчих товарів | 33,44 | |
| 267 | Павільйон непродовольчих товарів | 54,73 | |
| 268 | Павільйон непродовольчих товарів | 31,12 | |
| 277 | Павільйон непродовольчих товарів | 25,23 | |
| 278 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,13 | |
| 279 | Павільйон непродовольчих товарів | 24,98 | |

Експлікація приміщень на відм. +4,500

| Номер за планом | Найменування | Площа, м ² | Кат. приміщення |
|--------------------|------------------------------------|-----------------------|-----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Магазин "Мебл" | | | |
| 117 | Сходи | | |
| 118 | Торговельно-виставкова зала | 268,08 | |
| 120 | Шлюз | 2,06 | |
| 121 | Туалет для персоналу | 1,57 | |
| 122 | Приміщення прибирального інвентарю | 3,44 | |
| 123 | Сходи | | |
| | | 275,15 м ² | |
| Торговельний центр | | | |
| 124 | Павільйон непродовольчих товарів | 22,64 | |
| 125 | Павільйон непродовольчих товарів | 18,18 | |
| 126 | Сходи | | |
| 127 | Коридор | 298,31 | |
| 128 | Павільйон непродовольчих товарів | 54,91 | |
| 129 | Павільйон непродовольчих товарів | 15,46 | |
| 130 | Павільйон непродовольчих товарів | 18,35 | |
| 131 | Приміщення прибирального інвентарю | 9,46 | |
| 132 | Туалет для персоналу | 1,35 | |
| 133 | Туалет для персоналу | 1,42 | |
| 134 | Шлюз | 1,35 | |
| 135 | Шлюз | 1,42 | |
| 136 | Коридор | 11,89 | |
| 137 | Приміщення персоналу (прийому їжі) | 20,07 | |
| 138 | Павільйон непродовольчих товарів | 15,92 | |
| 139 | Павільйон непродовольчих товарів | 71,03 | |
| 140 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,26 | |

| Номер за планом | Найменування | Площа, м ² | Кат. приміщення |
|-----------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 141 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,91 | |
| 142 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,91 | |
| 143 | Павільйон непродовольчих товарів | 42,94 | |
| 144 | Павільйон непродовольчих товарів | 39,52 | |
| 145 | Павільйон непродовольчих товарів | 64,12 | |
| 146 | Павільйон непродовольчих товарів | 64,44 | |
| 147 | Павільйон непродовольчих товарів | 50,67 | |
| 148 | Гардероб персоналу | 4,19 | |
| 149 | Гардероб персоналу | 4,19 | |
| 150 | Гардероб персоналу | 4,38 | |
| 151 | Гардероб персоналу | 4,14 | |
| 152 | Гардероб персоналу | 4,14 | |
| 153 | Гардероб персоналу | 4,50 | |
| 154 | Павільйон непродовольчих товарів | 60,15 | |
| 155 | Павільйон непродовольчих товарів | 58,93 | |
| 156 | Павільйон непродовольчих товарів | 44,80 | |
| 157 | Сходи | | |
| 158 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,09 | |
| 159 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,13 | |
| 160 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,12 | |
| 161 | Павільйон непродовольчих товарів | 25,53 | |
| 162 | Сходи | | |
| 163 | Павільйон непродовольчих товарів | 32,36 | |
| 163* | Офіс | 15,80 | |
| 164 | Хол | 199,29 | |
| 165 | Павільйон непродовольчих товарів | 39,52 | |

| Номер за планом | Найменування | Площа, м ² | Кат. приміщення |
|-----------------|----------------------------------|----------------------------|-----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 166 | Павільйон непродовольчих товарів | 42,94 | |
| 167 | Павільйон непродовольчих товарів | 39,96 | |
| 175 | Павільйон непродовольчих товарів | 58,83 | |
| 176 | Павільйон непродовольчих товарів | 33,44 | |
| 178 | Павільйон непродовольчих товарів | 54,73 | |
| 179 | Павільйон непродовольчих товарів | 31,12 | |
| 189 | Павільйон непродовольчих товарів | 25,23 | |
| 190 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,13 | |
| 191 | Павільйон непродовольчих товарів | 24,98 | |
| 192 | Балкон | 4,91 м ² - 1,47 | |
| | | 1867,62 м ² | |
| | | 2142,77 м ² | |

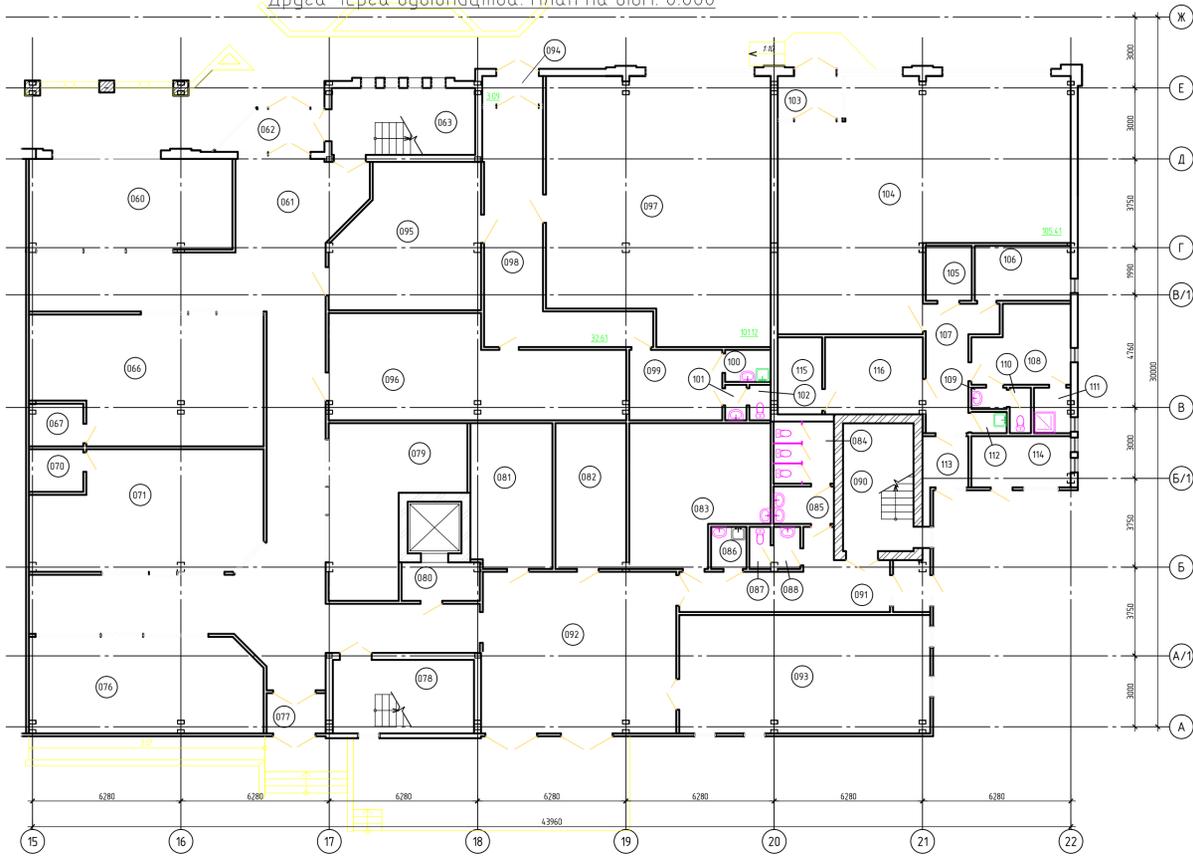
Техніко-економічні показники

| № п/п | Найменування | Од. вимір. | Кількість |
|-------|--|------------|-----------|
| 1 | Площа забудови | м | 3119 |
| 2 | Робоча площа | м | 5404 |
| 3 | Допоміжна площа | м | 200 |
| 4 | Загальна корисна площа | м | 5604 |
| 5 | Будівельний об'єм | м | 33240 |
| 6 | Планувальний коефіцієнт K ₁ | | 0,96 |
| 7 | Об'ємний коефіцієнт K ₂ | | 5,93 |

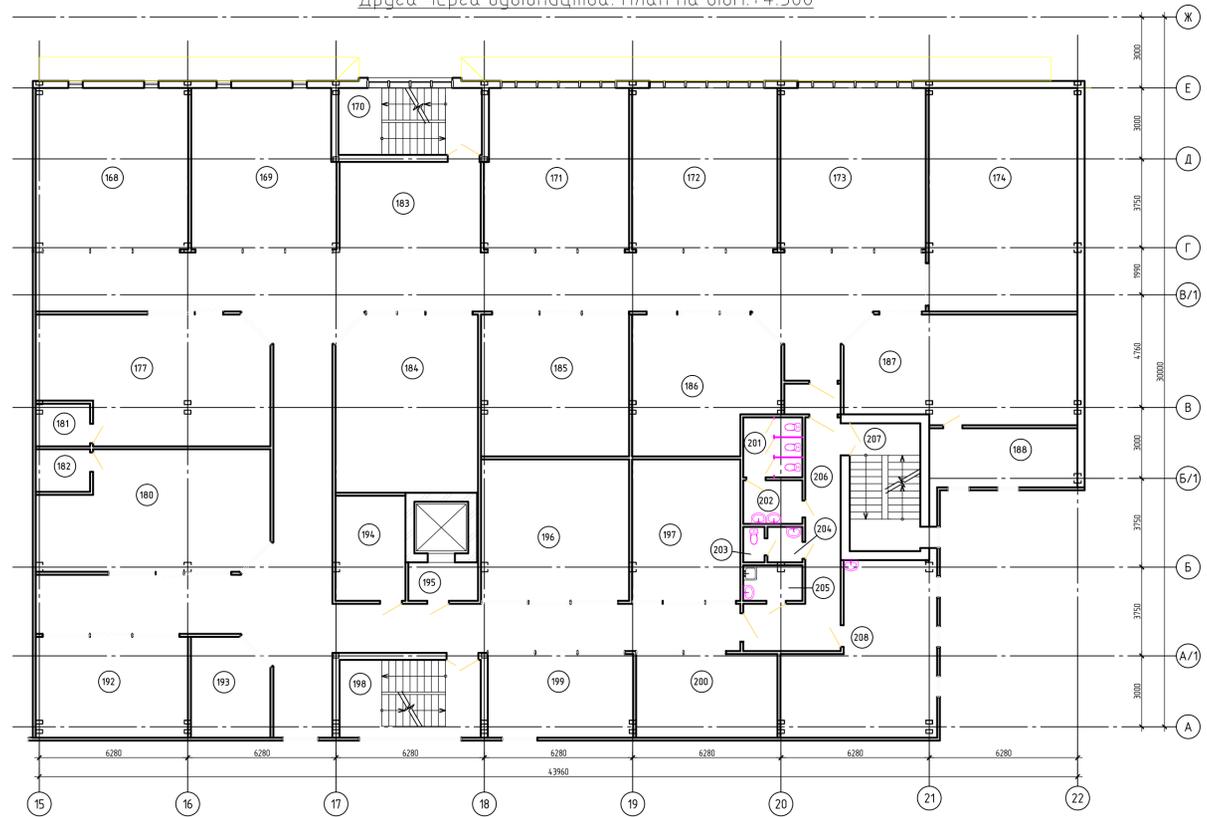
Всього

| | | | |
|----------|----|----|--|
| 2 20108. | | | |
| +9,000. | | | |
| MP | 12 | 14 | |

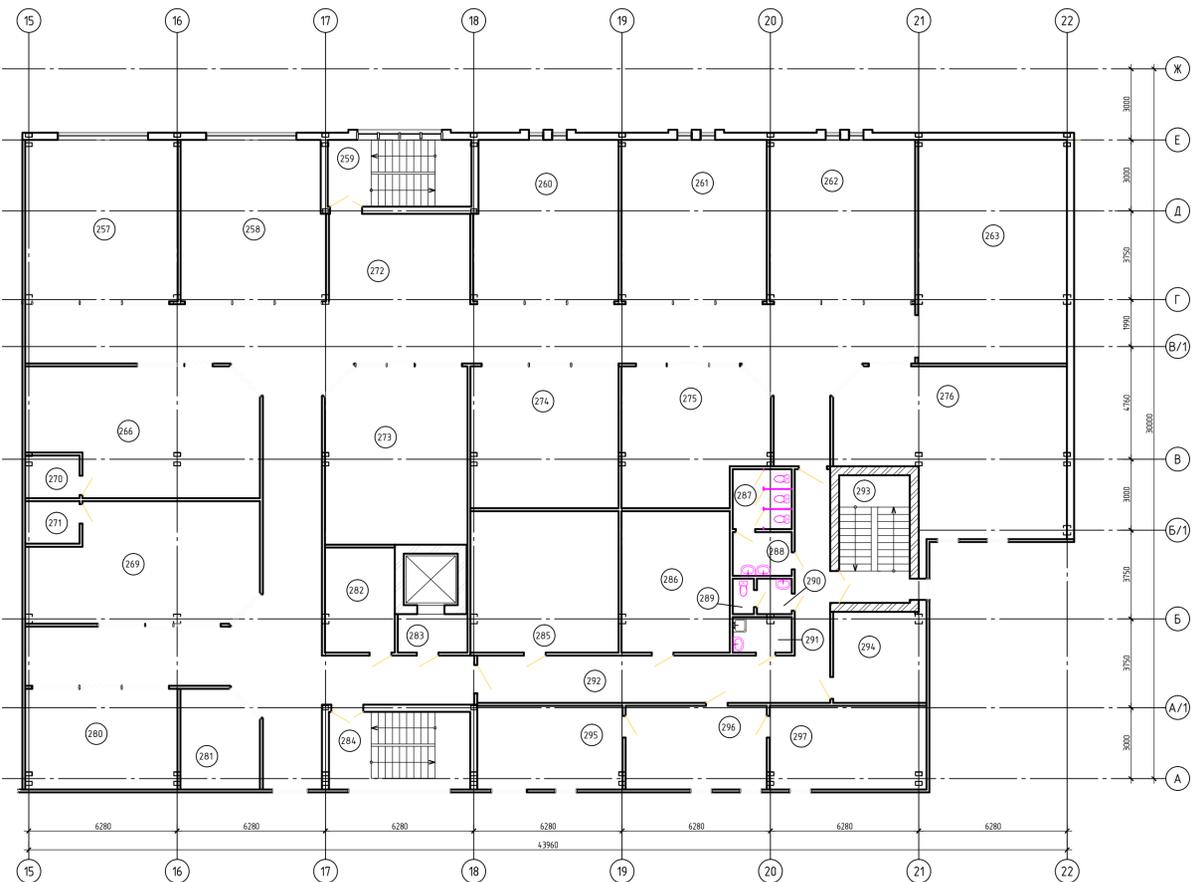
Друга черга будівництва. План на відм. 0.000



Друга черга будівництва. План на відм.+4.500



Друга черга будівництва. План на відм. +9.000



Експлікація приміщень на відм. 0,000

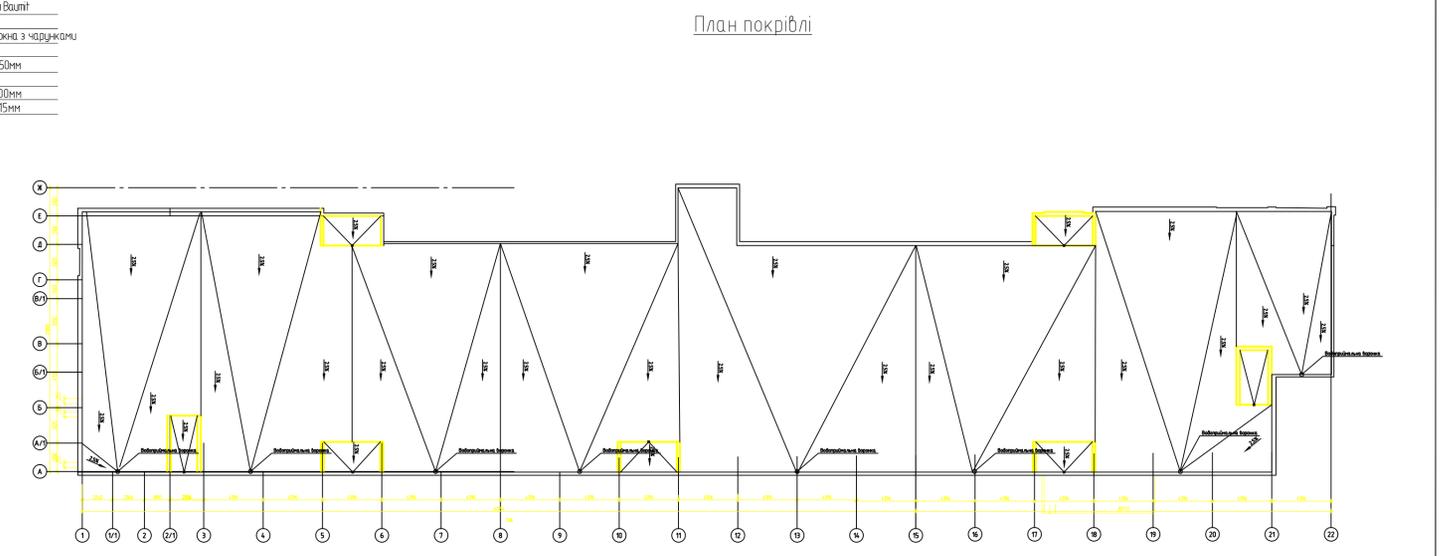
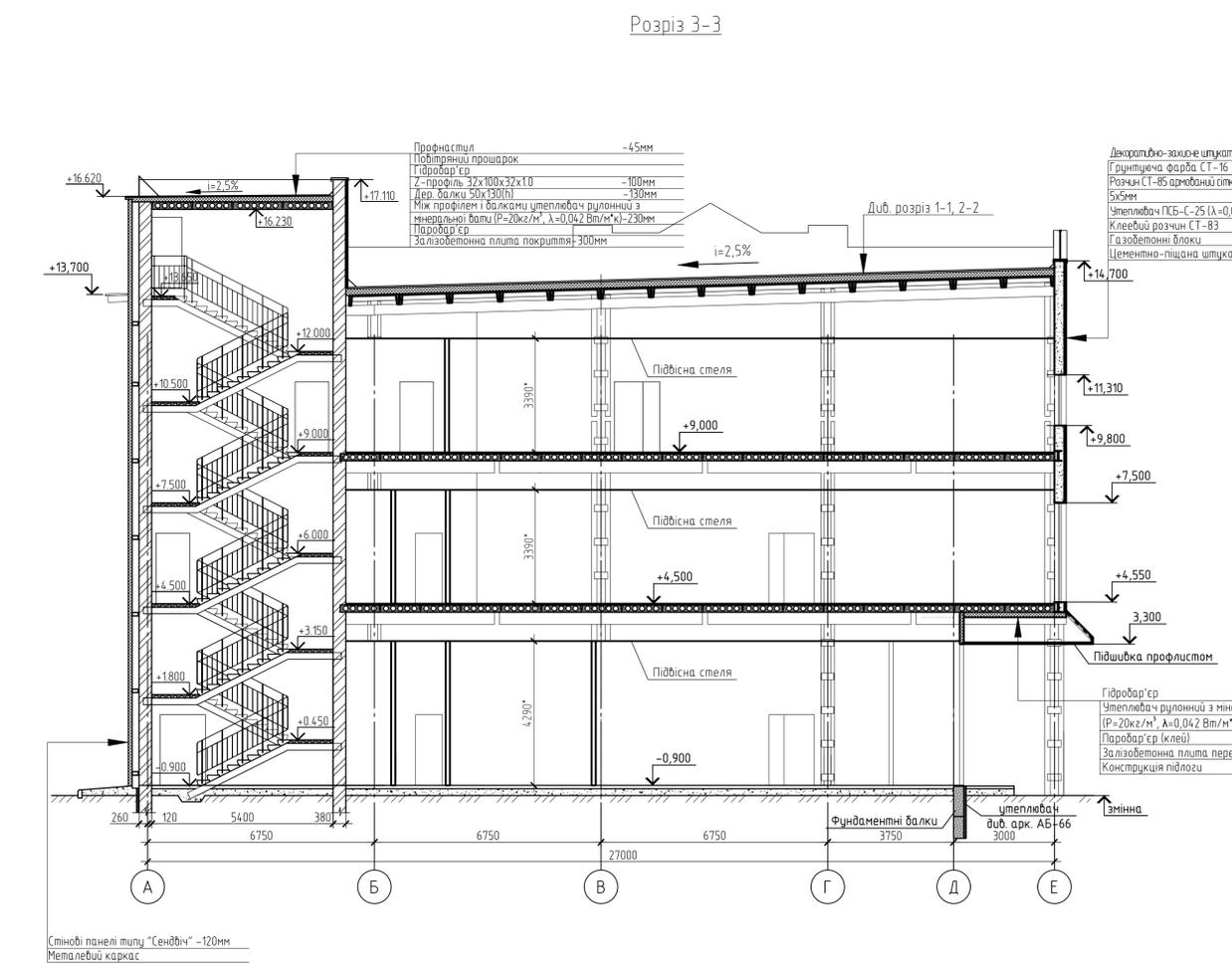
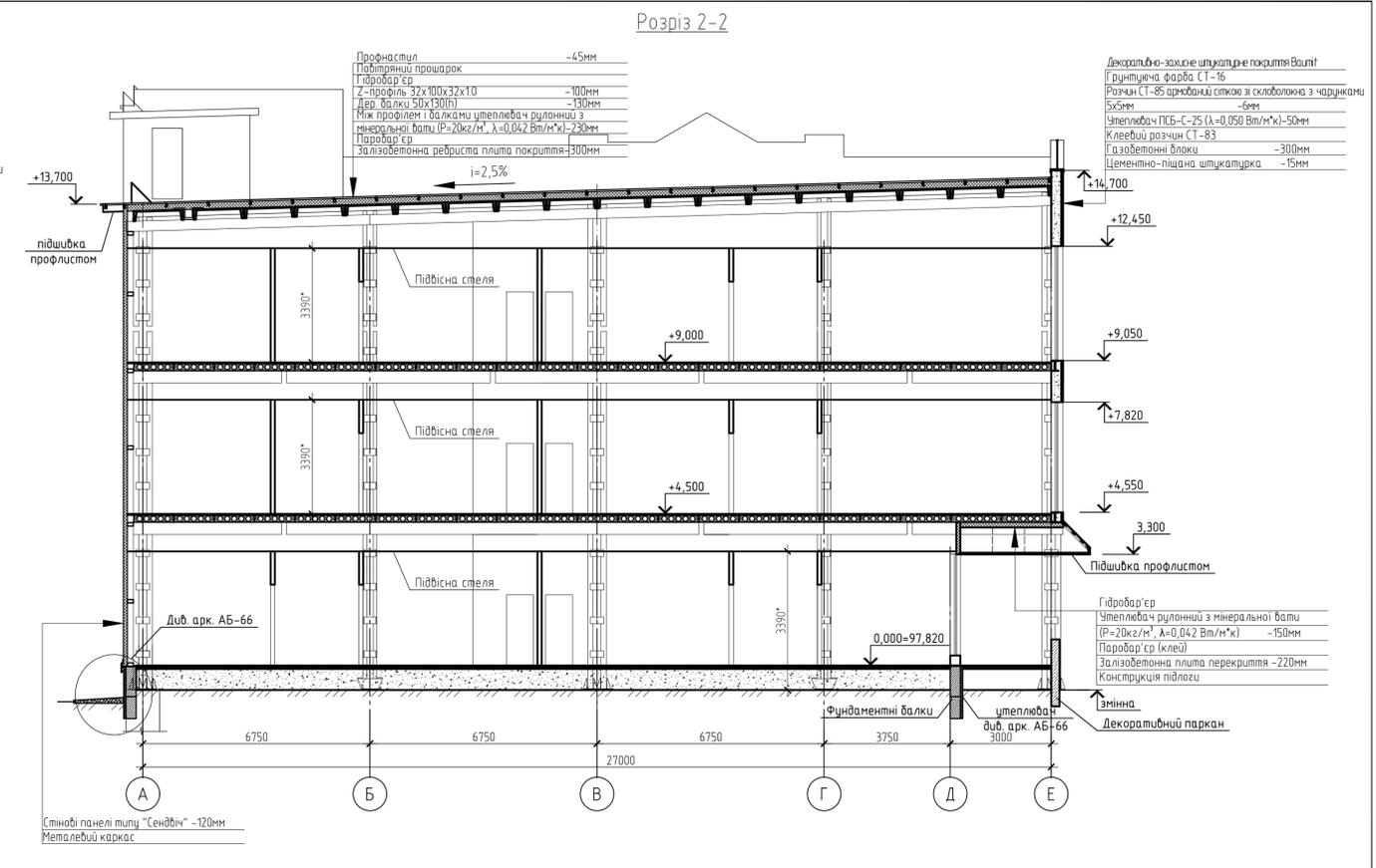
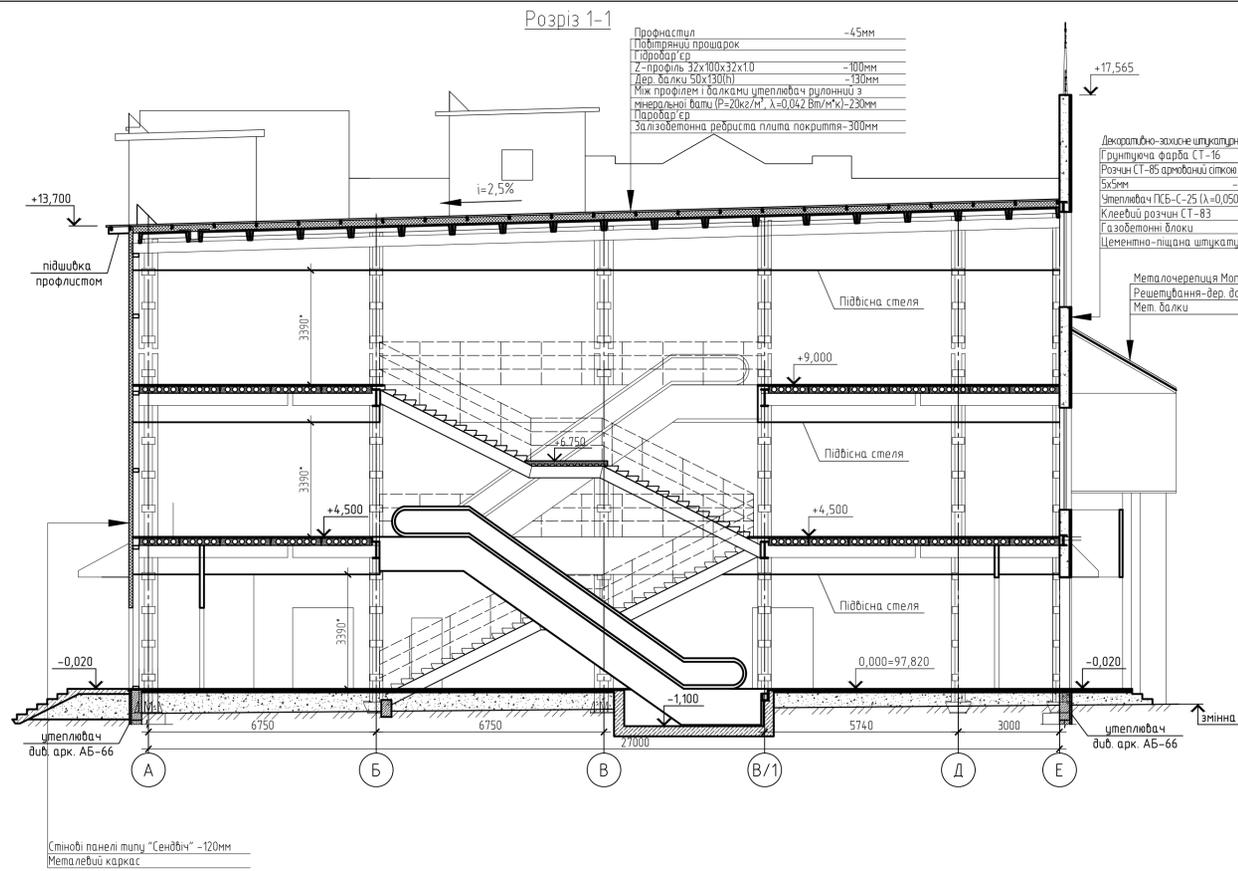
| № приміщення | Найменування | Площа, м ² | Кат. приміщення |
|-----------------------------------|---|-----------------------|-----------------|
| Торговельний центр | | | |
| 060 | Павільйон непродовольчих товарів | 33,06 | |
| 061 | Коридор | 275,82 | |
| 062 | Тамбур | 8,66 | |
| 063 | Сходи | 17,15 | |
| 066 | Павільйон непродовольчих товарів | 50,51 | |
| 067 | Гардероб персоналу | 4,02 | |
| 070 | Гардероб персоналу | 4,14 | |
| 071 | Павільйон непродовольчих товарів | 45,70 | |
| 076 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,16 | |
| 077 | Тамбур | 4,50 | |
| 078 | Сходи | 19,64 | |
| 079 | Павільйон непродовольчих товарів | 30,75 | |
| 080 | Ліфтний хол | 5,20 | |
| 081 | Приміщення для зберігання лоп | 21,18 | |
| 082 | Зберігання пакувальних матеріалів | 18,42 | В |
| 083 | Кімната прийому їжі / Гардероб | 31,83 | |
| 084 | Туалет для персоналу (ж.) | 6,52 | |
| 085 | Шлюз | 4,23 | |
| 086 | Приміщення прибирального інвентаря | 2,66 | |
| 087 | Туалет для персоналу (ч.) | 1,60 | |
| 088 | Шлюз | 1,96 | |
| 089 | Коридор | 15,60 | |
| 090 | Сходи | 16,15 | |
| 091 | Тамбур | 9,37 | |
| 092 | Приміщення товару | 57,66 | В |
| 093 | Приміщення зберігання товару | 51,32 | В |
| | | 777,15м ² | |
| "Сенд" Оренді секції | | | |
| 094 | Тамбур | 3,09 | |
| 095 | Павільйон непродовольчих товарів | 38,53 | |
| 096 | Павільйон непродовольчих товарів | 47,93 | |
| 097 | Павільйон непродовольчих товарів | 101,12 | |
| 098 | Коридор | 32,61 | |
| 099 | Кімната прийому їжі / Гардероб | 11,72 | |
| 100 | Приміщення прибирального інвентаря | 2,60 | |
| 101 | Шлюз | 1,35 | |
| 102 | Туалет для персоналу | 1,35 | |
| | | 240,30м ² | |
| Аптека з реалізацією готових форм | | | |
| 103 | Тамбур | 4,93 | |
| 104 | Зал обслуговування населення | 105,41 | |
| 105 | Прим. зберігання засобів раслиного походження | 4,51 | |
| 106 | Кабинет завідувача / бухгалтера | 9,39 | |
| 107 | Коридор | 11,56 | |
| 108 | Кімната персоналу / Гардеробна | 12,52 | |
| 109 | Шлюз | 1,35 | |
| 110 | Туалет для персоналу | 1,73 | |
| 111 | Сходи | 2,93 | |
| 112 | Приміщення прибирального інвентаря | 1,35 | |
| 113 | Тамбур | 4,57 | |
| 114 | Теплогенераторна | 8,69 | |
| 115 | Приміщення зберігання засобів санітарії | 6,11 | |
| 116 | Приміщення зберігання лікарських речовин | 12,64 | |

Експлікація приміщень на відм. +4,500

| № приміщення | Найменування | Площа, м ² | Кат. приміщення |
|--------------------|-------------------------------------|-----------------------|-----------------|
| Торговельний центр | | | |
| 257 | Павільйон непродовольчих товарів | 43,80 | |
| 258 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,26 | |
| 259 | Сходи | | |
| 260 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,26 | |
| 261 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,91 | |
| 262 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,91 | |
| 263 | Павільйон непродовольчих товарів | 58,06 | |
| 269 | Павільйон непродовольчих товарів | 45,70 | |
| 270 | Гардероб персоналу | 4,02 | |
| 271 | Гардероб персоналу | 4,14 | |
| 272 | Коридор | 300,48 | |
| 273 | Павільйон непродовольчих товарів | 44,57 | |
| 274 | Павільйон непродовольчих товарів | 26,30 | |
| 275 | Павільйон непродовольчих товарів | 25,64 | |
| 276 | Павільйон непродовольчих товарів | 61,97 | |
| 280 | Павільйон непродовольчих товарів | 27,21 | |
| 281 | Кіоск | 13,48 | |
| 282 | Зберігання пакувальних матеріалів | 13,09 | В |
| 283 | Ліфтний хол | 4,79 | |
| 284 | Сходи | | |
| 285 | Гардероб персоналу | 48,51 | |
| 286 | Приміщення персоналу (прибутку їжі) | 35,49 | |
| 287 | Туалет для персоналу (ж.) | 6,37 | |
| 288 | Шлюз | 4,58 | |
| 289 | Туалет для персоналу (ч.) | 1,35 | |
| 290 | Шлюз | 2,21 | |
| 291 | Приміщення прибирального інвентаря | 3,67 | |
| 292 | Коридор | 41,76 | |
| 293 | Сходи | | |
| 294 | Відеоспостереження | 15,09 | |
| 295 | Адміністративне приміщення | 21,62 | |
| 296 | Приймальня | 21,16 | |
| 297 | Кабинет директора | 23,07 | |
| | | 1064,45м ² | |
| | Всього | 1064,45м ² | |

Експлікація приміщень на відм. +9,000

| № приміщення | Найменування | Площа, м ² | Кат. приміщення |
|--------------------|-------------------------------------|-----------------------|-----------------|
| Торговельний центр | | | |
| 168 | Павільйон непродовольчих товарів | 43,80 | |
| 169 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,26 | |
| 170 | Сходи | | |
| 171 | Павільйон непродовольчих товарів | 41,62 | |
| 172 | Павільйон непродовольчих товарів | 42,28 | |
| 173 | Павільйон непродовольчих товарів | 42,28 | |
| 174 | Павільйон непродовольчих товарів | 58,06 | |
| 177 | Павільйон непродовольчих товарів | 49,66 | |
| 180 | Павільйон непродовольчих товарів | 45,70 | |
| 181 | Гардероб персоналу | 4,02 | |
| 182 | Гардероб персоналу | 4,14 | |
| 183 | Коридор | 318,54 | |
| 184 | Павільйон непродовольчих товарів | 44,57 | |
| 185 | Павільйон непродовольчих товарів | 37,43 | |
| 186 | Павільйон непродовольчих товарів | 33,75 | |
| 187 | Павільйон непродовольчих товарів | 45,56 | |
| 188 | Приміщення персоналу | 15,63 | |
| 192 | Павільйон непродовольчих товарів | 27,21 | |
| 193 | Кіоск | 13,48 | |
| 194 | Зберігання пакувальних матеріалів | 13,09 | В |
| 195 | Ліфтний хол | 4,79 | |
| 196 | Павільйон непродовольчих товарів | 37,38 | |
| 197 | Павільйон непродовольчих товарів | 27,35 | |
| 198 | Сходи | | |
| 199 | Павільйон непродовольчих товарів | 21,62 | |
| 200 | Павільйон непродовольчих товарів | 21,14 | |
| 201 | Туалет для персоналу (ж.) | 6,37 | |
| 202 | Шлюз | 4,58 | |
| 203 | Туалет для персоналу (ч.) | 1,35 | |
| 204 | Шлюз | 2,21 | |
| 205 | Приміщення прибирального інвентаря | 3,67 | |
| 206 | Коридор | 23,36 | |
| 207 | Сходи | | |
| 208 | Приміщення персоналу (прибутку їжі) | 38,62 | |
| | | 1114,52м ² | |
| | | 1114,52м ² | |



| | | | |
|------|------|--------|----|
| 2 | | 20108. | |
| 1-1. | 2-2. | MP | 14 |
| 3-3. | | | |