

**МИНИСТЕРСТВО СРЕДНЕГО И ВЫСШЕГО
СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

ТАШКЕНТСКИЙ АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ

На правах рукописи

УРАЗБАЕВ ИКЛАС

**РОЛЬ ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ В
СТРУКТУРЕ ГОРОДА**

**5А 340103 – ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВО И КОМПЛЕКСНЫЕ
ЗАСТРОЙКИ СЕЛЬСКИХ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ**

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени магистра архитектуры

**Работа рассмотрена
и допущено к защите
Протокол № __ от «__» 2013 г.**

**Кафедра «Градостроительство
и ландшафтная архитектура»
Зав.каф., проф.М.К. Ахмедов**

«__» 2013 г.

**Научный руководитель:
доц. Исамухамедова Д.У.**

«__» 2013 г.

ТАШКЕНТ – 2013

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	Актуальность темы. Изученность проблемы. Цель и задачи, научная новизна. Объект и предмет исследования. Методика и структура работы.
Глава I	Исторические предпосылки и тенденции развития торгово-развлекательных центров (ТРЦ) 1.1 Формирование общественных центров городов 1.2. Опыт проектирования и застройки ТРЦ 1.2.1. Зарубежный опыт 1.2.2. Отечественный опыт Выводы по главе I
Глава II	Факторы, влияющие на формирование ТРЦ II.1. Природно-климатические факторы II.3. Градостроительно-планировочные условия Выводы по главе II
Глава III	Принципы размещения ТРЦ в планировочной структуре города (на примере г. Ташкента) III.1. Основные объемно - планировочные и функциональные параметры ТРЦ III.2. Предложения по размещению ТРЦ в структуре г. Ташкента Выводы по главе III
Заключение	
Предложения	
Иллюстрации	
Литература	

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Существует определенная система ценностей, представляющая собой наиболее значимое составляющее культуры и служащая практическим ориентиром в поведении людей. Такая ценностная система отличалась стабильностью на протяжении десятилетий и преемственностью передачи и освоения культурных стереотипов. В связи со стремительными переменами, происходящими во многих странах и принесшими с собой политический, экономический, социальный и культурный кризисы, стало характерным состояние некоторой растерянности перед лицом разнообразия.

В настоящее время в обществе все активнее переосмысливаются представления о наиболее совершенном развитии личности, причинах социального расслоения населения, ставшего приметой времени, интенсивности потребления культурных ценностей, формировании культурных стереотипов, эстетических вкусов, норм и идеалов, расширении культурного пространства при непременном сохранении территориального своеобразия культур.

Принимая во внимание динамику, специфику и эффективность поддержания роли торгово-развлекательных центров комплексного типа, отмечается существенное повышение популярности этих учреждений у населения. Изучение феномена успешности развития сети торгово-развлекательных центров предполагает раскрытие таких культурно-образовательных программ и мер, которые позволили бы с минимальными потерями выйти из кризисного для всей социальной и культурной жизни положения в стране. Актуальность исследования обусловлена еще и тем, что самостоятельная ориентировка человека в новых условиях досуга возможна лишь тогда, когда он владеет инвариантной основой одного из видов предметной деятельности или методом, действиями, пригодными для любого варианта участия в деятельности торгово-развлекательных центров. В

далнейшем мы устанавливаем, что, изучив креативную направленность культурно-досугового процесса в торгово-развлекательных центрах комплексного типа, мы указываем на возможности цементирования ее фундамента с целью осуществлять конкретные социально-педагогические действия с ориентацией на улучшение социально-культурного климата. Тем самым данный анализ позволит раскрыть возможности оптимизации культурных процессов, непосредственно ведущей к обеспечению эффективного поддержания роли торгово-развлекательных центров комплексного типа на досуг населения.

На примере зарубежных мировых лидеров в развитии сферы досуговой деятельности в торгово-развлекательных центрах комплексного типа - мы получаем уникальную возможность познакомиться с нововведениями в этих странах, осмыслить и применить и на почве Узбекистана все то ценное, что функционирует за рубежом на протяжении уже нескольких десятков лет.

Все это определяет актуальность исследования темы выявления роли торгово-развлекательных центров комплексного типа в педагогическом и культурно-досуговом аспектах.

Изученность проблемы. По общим проблемам и социальным аспектам градостроительства основополагающими явились труды Ю.П. Бочарова, А.Э. Чутнова, О.К. Кудрявцева, И.Г. Лежавы, И.М. Смоляра, А.И. Урбаха, З.Н. Ярчиной.

Вопросы организации общественного обслуживания в городах Узбекистана освещены в трудах Х.К. Турсунов, , Д.У. Исамухамедовой, Р.М. Валиев, А.П. Бушуев, А.С. Мухамедбаева.

В работе приведены данные аналитических исследований Российских и кубинских градостроителей.

Цель и задачи исследования. Цель исследования заключается в определении основных параметров торгового центра, исходя из места его расположения в структуре города (на примере города Ташкента).

Учитываются функциональная организация, объемно-пространственное решение, величина здания и т.п. Цель работы определяет следующий круг задач:

- Анализ исторических этапов и закономерностей формирования торговых центров, выявление основных типов зданий, послуживших прототипами торговых центров или ставших их частями.
- Изучение мест расположения торговых центров в городской среде.
- Установление основных принципов размещения торговых центров в структуре города.
- Определение перечня основных параметров торговых центров.
- Разработка принципиальных объемно-планировочных схем торговых центров.
- Выявление основных градостроительных параметров мест расположения, влияющих на структуру объекта.
- Разработка принципиальных функциональных и объемно-планировочных схем торговых центров.
- Разработка рекомендаций ТРЦ в различных градостроительных ситуациях.

Предмет, основные объекты и границы исследования.

- Предметом исследования является влияние места расположения ТРЦ в городской структуре на его основные параметры.
- Объектами исследования являются торговые центры г. Ташкента.
- Границы исследования определяются градостроительными аспектами мест расположения ТЦ и влиянием их на объемно-пространственную структуру торговых центров.
- Географические границы исследования г. Ташкента.

Методика исследования. Ретроспективный анализ развития торговых центров; изучение местных и зарубежных проектов торговых центров; натурные обследования с фотофиксацией; картографические исследования

для оценки мест расположения торговых центров в структуре города; пилотажный опрос для выявления отношения посетителей к торговому центру; структурный анализ для выявления взаимовлияния характеристик торговых центров и мест их расположения.

Научная новизна. На примере горала Ташкента исследованы основные закономерности формирования торгово-развлекательных центров точки зрения его функциональной организации, состава помещений и объемно-пространственных особенностей в зависимости от места расположения в структуре города; проведено зонирование территории Ташкента в целях проектирования ТРЦ; разработан ряд классификаций торговых центров — по типу помещений, по расположению в городе и степени открытости, по потенциальным группам посетителей; даны конкретные рекомендации по проектированию и модели торговых центров для конкретных зон; даны рекомендации по проектированию ТРЦ.

Практическое значение исследования заключается в возможности применения его результатов для составления архитектурно-планировочных заданий на проектирование ТРЦ; для составления бизнес-планов сооружения торговых центров и в качестве справочного материала для предварительной оценки их стоимости. Полученные в ходе исследования выводы ориентированы на решение конкретных задач и могут найти применение не только в Ташкенте, но и в других больших и крупных городах Узбекистана.

Положения, выносимые на защиту;

- определение ТРЦ - как нового для Узбекистана типа комплекса общественного обслуживания; основы классификации торгово-развлекательных центров относительно приспособленных и вновь возводимых зданий;
- перечень основных объемно-пространственных и функциональных параметров торгово-развлекательных центров;

- состав и функциональная взаимосвязь помещений разных типов торгово-развлекательных центров;
- ориентировочные значения параметров торговых центров для различных зон города Ташкента;
- основы классификации торговых центров с точки зрения степени открытости их коммуникационных пространств и с позиций обслуживания различных групп покупателей; ранжирование территории города в целях размещения сети торговых' центров;
- рекомендации по проектированию торговых центров с учетом их размещения в структуре города.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из текстового материала в объеме _____ страниц, а также графического материала на на 8 планшетах размером 60x80.

Структура включает в себя введение, 3 главы, выводы по каждой главе, заключение, список использованной литературы.

Во введение освещены актуальность, научная новизна, цели и задачи, объект и предмет исследования .

В главе I приведены исторические предпосылки и тенденции развития ТРЦ.

В главе II выявлены факторы, влияющие на формирование ТРЦ..

В главе III изложены принципы размещения ТРЦ в планировочной структуре города, даны предложения по их объемно-пространственным параметрам.

ГЛАВА I. ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЦЕНТРОВ ГОРОДОВ В УСЛОВИЯХ ЖАРКОГО КЛИМАТА

1.1. Общественные центры городов

Общественный центр — средоточие деловой и общественной жизни населения. На современном этапе наиболее целесообразно проектировать его как многофункциональную пространственно развитую систему, охватывающую селитебные территории, места приложения труда и зоны массового отдыха. В эту систему входят центры микрорайонного и районного значения, городские административные и общегородские общественные, а также центры специализированного назначения. Их сфера деятельности довольно обширна: общественно-политическая активность, управление и культура; важное значение имеют образование, наука и торгово-бытовое обслуживание; значительна роль центра в организации транспорта, связи и пешеходных зон. Общественные центры различного иерархического ранга дислоцируются в наиболее благоприятных природных условиях основных зон города и пространственно удобно связаны с общегородским ядром. В этой системе городского центра его центральную часть признано трактовать как динамичную структуру, способную к дальнейшему развитию. Выполняемые ею сегодня особые функции могут быть размещены компактно, линейно или даже дискретно, иногда в геометрическом центре города, а порой и на его периферии.

Формирование архитектурных ансамблей центра и их пространственных систем, связанных с окружающей природой и историческими и культурными традициями, — одно из решающих средств создания яркого и своеобразного облика городов. Они облегчают восприятие структуры городского образования, разделенного на единицы разной величины и различного назначения.

Общественный центр должен представлять собой гармоническое единство зданий уникального значения, открытых пространств, инженерных сооружений, произведений монументальной живописи и пластики, природно-ландшафтных форм и элементов благоустройства.

Одним из важнейших моментов архитектурно-планировочного построения городского- центра в условиях жаркого климата является всесторонний учет природных факторов, во многом предопределяющих индивидуализацию объемно-пространственной композиции градостроительных решений.

Особенно значительное влияние оказывают рельеф местности, водные поверхности (моря, озера, реки, каналы) и зеленые массивы. Города, расположенные с условиях пересеченной местности, как правило, выглядят более живописными. Особой художественной выразительностью отличаются общественные центры, занимающие возвышенные части территории, с которых открываются широкие и далекие перспективы.

Напротив, равнина, плоский участок диктуют создание городского ландшафта. Здесь панораму центра обычно формируют сооружения, имеющие различную высоту и характер. Предпочтительны ансамбли компактной застройки. Чаще всего их композиция строится на основе нескольких высотных доминант находящихся в контрастном сопоставлении с окружающей средой.

Архитектурно-пространственная организация общественного центра в непосредственной близости от акваторий тесно связана с выбором масштабного строя, массы, высоты зданий и местоположения высотного акцента, правильно соотнесенных с размером водного зеркала. Нередко очертание берега может влиять на постановку вертикалей: их обычно располагают в ключевых узлах — на излучине рек или характерных выступах берега.

Свободные, от застройки озелененные пространства составляют одно из звеньев взаимосвязанной системы ансамблей, а сад и парк — важнейшие элементы этого звена.

Природные возможности создания выразительных архитектурных композиций центра реализуются в современной отечественной и зарубежной градостроительной практике. Например, г. Навои отличается активным включением в городскую ткань зеленых массивов и искусственного водоема в условиях плоского ландшафта оазиса песчаной пустыни.

Формирование архитектуры общественного центра здесь осуществлено на одном главном пространственном направлении, объединяющем всю застройку города в единое целое.

Стржнем композиционной структуры нового приморского города Шевченко явились три основные планировочные оси, вдоль которых получили линейное развитие архитектурные комплексы соответственно сложившегося центра первоначальной части города, нового многофункционального городского центра и центра специализированного назначения. Особенno впечатляющa панорама системы ансамблей водно-зеленого диаметра, последовательно развертывающаяся со стороны моря.

Т980 г. в Танзании началась перестройка т. Додомы в новую столицу страны. Сложный рельеф предопределил архитектурно-ландшафтную организацию городской территории в виде семи террас, возвышающихся друг над другом на один этаж. Связь между ними осуществляется с помощью лестниц и мостов, а также автодорог, проходящих у основания каждой террасы и скрытых от взора. Прием террасной застройки, главным образом трех- и четырех этажными домами (и лишь отчасти многоэтажными),

позволил достичь более полного слияния объемов здания с природным окружением.

Город строится в основном для пешеходов. Это нашло отражение в его объемно-пространственной и планировочной структуре, где пешеходным пространствам отведена первостепенная роль, а жилища возводятся преимущественно из кирпича местного производства с широким применением природных строительных материалов, имеющихся в ране (гранита, древесины и т. д.).

Занимающий центральную часть новой столицы общественный центр трактован как лифункциональное образование. Кроме дворца президента, зданий пяти министерств, торговой зоны и сети общественно-культурной учреждений в него вошли составной часть ботанический сад, обширный парк и спортивное ядро. Фокусом пространства, созданного природой и развитого архитектурой, стал размещенная на самой верхней террасе Народная площадь с единственным высотным сооружением — 30-метровым монументе «Факел ухуру (независимости)».

Можно также отметить и некоторые общие тенденции развития градостроительств в условиях жаркого климата.

1. Для современной фазы урбанизации наиболее характерен не рост городов вообще, концентрация населения в больших (с населением свыше 100 тыс. человек) и сверхбольших городах (500 тыс. и 1 млн. человек).
2. Наиболее полное выражение высокоурбанизированная среда получает в виде агломерации — главной формы современной организации пространства при городском расселении, когда вокруг крупнейшего города-ядра группируется и интегрируется множество населенных пунктов, находящихся в сфере его производственного и культурного влияния.

Основное достоинство этой формы расселения — возможность при ее целенаправленном развитии значительно ослабить или преодолеть многие недостатки больших городов. Постепенное рассредоточение на территории агломерации промышленных производств, их рациональное размещение по отношению к жилым районам, рекреационным зонам, водоемам, охраняемым ландшафтам позволяют нормализовать экологическую ситуацию.

Продуманная архитектурно-планировочная организация территории агломерации создает возможность сохранить и обогатить природную среду и сделать ее доступной для населения, проживающего во всех частях агломерированного пространства. А развитие скоростного общественного транспорта и рационализация в ее пределах взаимного размещения мест приложения труда, расселения и культурно-бытового обслуживания будут способствовать устранению обременительной мятниковой миграции.

3. Для регулирования развития городской агломерации, особенно той ее части, которая расположена за границами ее ядра — главного центра, были выработаны различные принципиальные планировочные структуры.

Значительное распространение получило «поясное зонирование», согласно которому вокруг города создается зеленый пояс, ограничивающий разрастание жилой застройки, и организуется за его пределами на расстоянии 50—100 км от города кольцо городов-спутников (например, проект планировки Большого Токио).

Глубокую и рациональную идею содержит в себе и концепция «направленного развития», когда развитие городов-спутников предусматривается вдоль оптимальных по экономико-географическим и планировочным факторам направлений.

4. В 1970-х годах проектировщики, следуя новым тенденциям градостроительной науки, отказались от создания жесткого генерального плана нового города. Его планировочной структуре решили сообщить гибкость и пластичность, резервируя участки для дальнейшего развития и определяя направление его экспансии.

При создании новых городов используют полицентрические структуры, являющиеся смешением типа «компактного» и «линейного» города. Еще большее значение придают концепции «группового города», основанной на принципе дискретного развития и рациональном пространственном объединении нескольких близлежащих градообразований. Каждый из входящих в группу становится структурным элементом сложной системы и получает индивидуально-функциональную направленность. Такие отдельные городские образования разделены свободными от застройки зелеными пространствами и сельскохозяйственными угодьями, а связь между ними обеспечивают скоростные автомагистрали.

5. Появление безвредных производств, развитие сферы обслуживания, образования науки создали предпосылки для установления в новых городских формациях более тесных пространственных взаимоотношений между различными функциями города для взаимопроникновения жилища, места приложения труда, услуги, отдыха и др.; осуществлено укрупнение планировочных жилых единиц. Это продиктовано желанием более эффективно использовать пространство, рационально организовать быт населения, избавить его от потерь времени на перемещение. Большое значение придается органическому единству нового города с районами существующего пригорода и с прилегающими к нему территориями.

Как альтернатива известным приемам застройки вдоль городских магистралей в новых городах сделан акцент на усиление

структурообразующей роли пешеходных связей в селитебной зоне и придание им первостепенного значения в городском ансамбле. Средняя плотность городского населения колеблется в пределах 150—250 чел/га.

- Преобладающее развитие в новых городах получает общественный транспорт. Система дорог отличается дифференцированной структурой с выделением для общественного транспорта специальных линий.

- Новые градообразования стараются разместить на территории с ценным природным ландшафтом (на берегах живописных рек и озер, на холмах, близ лесных массивов), который сохраняется и гармонично включается в ткань города. Такие территории отводятся, как правило, под зоны отдыха, развлечений и спорта. Используют и существующие жилые единицы, особенно имеющие историческое значение художественных памятников.

8. При организации городской среды стремятся к разнообразию, обогащению пластической выразительности застройки путем использования многоуровневости и разновысотности архитектурных композиций, вкрапления «исторических» частей, малых архитектурных форм, насыщенности среды визуально-знаковыми системами и элементами пластических искусств, создания колористического облика города и т. д.

9. В большинстве случаев при строительстве новых городов предусматривается и осуществляется целый комплекс хорошо продуманных мер по преобразованию микроклиматических условий как района строительства, так и различных зон города (создание плотин, искусственных водоемов, сети каналов и оросительных систем, озеленение территории и т. п.).

10. Наконец, наметилось стремление объединить различные свободные пространства, такие, как общественные парки и сады, внут-

риквартальные и спортивные территории, набережные и прибрежные районы, в единую непрерывную систему озелененных пространств. Такая система проходит через каждый городской микрорайон и жилой массив. Вдоль этой зеленой зоны размещаются здания школ, институтов, спортивные сооружения и т. п., а внутри каждого микрорайона — начальные школы, ясли, детсады и площадки.

Специфика застройки элементов города в зоне жаркого климата

Общественные центры.

Основным элементом в планировочной структуре города является разветвленная система центров различного назначения.

Городские центры — это взаимосвязанная система, включающая в себя главный городской и специализированные центры, центры планировочных и жилых районов, промышленных районов и зон отдыха, а также общественные центры микрорайонов (рис. 1.1). При этом особое значение придается главному центру города как месту наибольшей концентрации общественной жизни населения. Здесь, как правило, располагаются здания общегородских административных и деловых учреждений, общественных и культурных организаций, крупных торговых и зрелищных предприятий и др., объединенные в единый архитектурный ансамбль, композиционно доминирующий в застройке города и гармонично увязанный с его общей планировочной структурой. Памятники архитектуры следует органично включать в состав центра (рис.1.2).

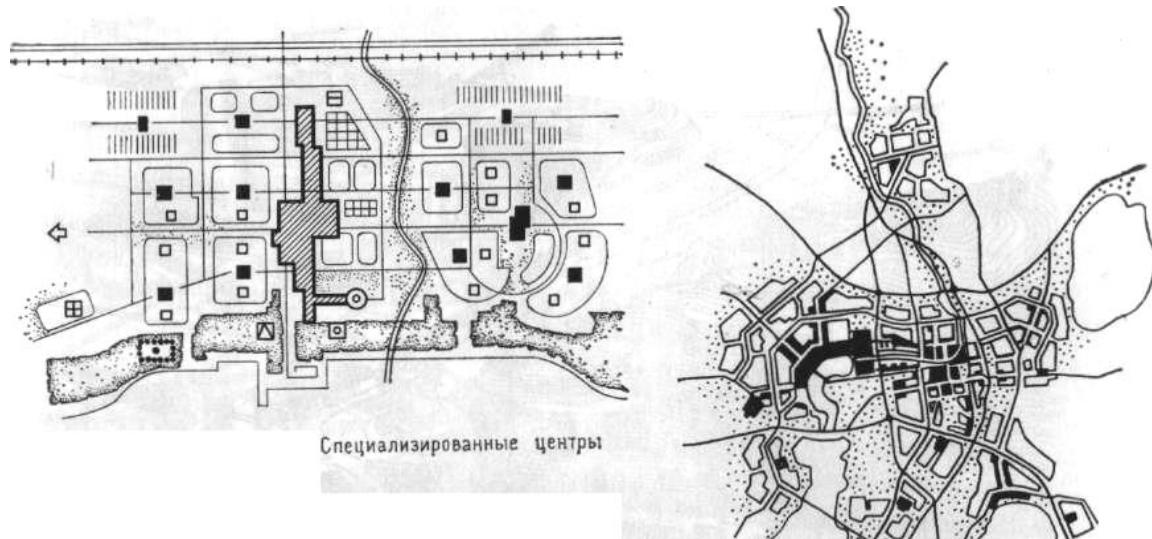
Специализированные центры (научно-исследовательские, медицинские, учебные, музейно-выставочные, спортивные и др.) размещают: медицинские — в благоприятной природной среде, преимущественно в зеленой зоне; научно-исследовательские, учебные,

музейно-выставочные и спортивные — в составе центров планировочных районов, а более крупные — в пригородной зоне.

Размер территории общегородского и специализированных центров городов определяют в зависимости от их величины, народнохозяйственного профиля, климатического района и значения в системе расселения. При определении размера территории общественных центров следует исходить из максимально интенсивного ее использования.

Общегородской центр. Планировочная композиция общегородского центра определяется градостроительным профилем и величиной города, природными условиями местности и сложившейся планировочной организацией.

С точки зрения климатической характеристики районов жаркого климата в центральной части города наблюдается повышенный тепловой режим, зависящий от плотности застройки, наличия горизонтальных транспортных площадей с искусственным покрытием, а также от ограниченных возможностей проветривания. Смягчение тепловой нагрузки в этой части города достигается путем широкого озеленения и обводнения территории, а также характерными для жаркой местности приемами планировки зданий, обеспечивающими необходимое проветривание, тенеобразование и защиту от пыльных бурь.



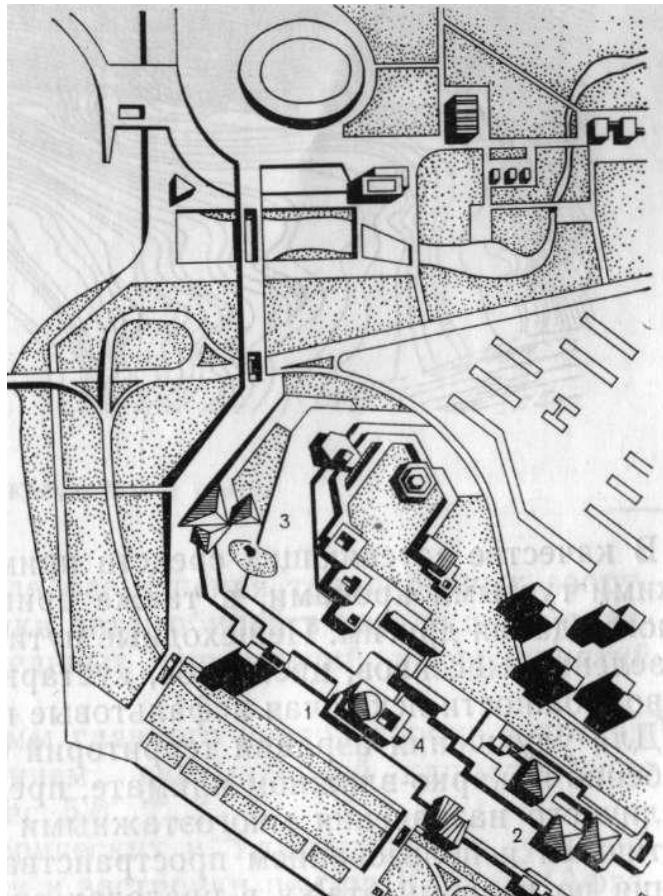


Рис. 1.3. Пример планировки центра города с четким функциональным зонированием его территории

- 1 — центральная площадь;
- 2 — зона торгового центра;
- 3 — зона культуры;
- 4 — зона администрации

В качестве затеняющих средств применяются деревья с широкими густыми кронами, а также принцип взаимозатенения одного здания другим. Пешеходные пути-аллеи трассируют в зоне зеленых массивов, цветников, кустарников, вблизи фонтанов, по возможности исключая асфальтовые покрытий.

Для улучшения аэрации территорий общегородского центра, особенно в жарко-влажном климате, предпочтительна застройка различного назначения многоэтажными зданиями на опорах, с частичным использованием пространства для пешеходного движения по первому этажу в пределах специализированной зоны центра.

Центральная часть города решается с учетом использования подземного пространства для размещения транспортных сооружений, площадок для стоянки автомобилей в увязке с наземными зданиями, а также отдельных учреждений и предприятий обслуживания.

Примерное решение схемы главного центра города с четким функциональным зонированием, учитывающей климатические особенности, показана на рис. 1.3.

С учетом местных, исторических и климатических условий приведен проект планировки и застройки центра Кабула (Афганистан). Деловые и административные учреждения размещены в северной части центра, культурно-просветительные учреждения располагаются на востоке и юго-востоке. Торговый центр и коммерческие учреждения, представительства торговых, финансовых и промышленных фирм, крупные универсальные и специализированные магазины находятся в районе, прилегающем к главной улице Майванд, где исторически сложилась торговая зона, занимающая первые этажи домов. У склонов Маранджан намечается построить комплекс спортивных сооружений олимпийского стандарта для азиатских спортивных игр (рис. 1.4.).

Территория центра города обрамлена ожерельем живописных холмов, с вершин которых открываются наиболее характерные панорамы города. Холм Шахрара с оригинальным сооружением «Арсенала» — важная доминанта в силуэте центральной части города. Холм Белла-Гисар с крепостью является историческим местом основания древнего города. Оригинальность горного пейзажа, исторические памятники привлекают сюда население города и туристов. С этих вершин открывается перспектива на снежные возвышенности Пагмана и Гиндукуша. Завершением кругового силуэта центра города является возвышенность Биби-Магру, у склона которой пролегла магистраль, соединяющая центр города с аэропортом. На вершине Биби-Магру предполагается соорудить монументальный архитектурный комплекс, символизирующий независимость Афганистана.

Планировочные средства и специальные системы озеленения, резко пересеченный рельеф центральной части г. Кабула позволили использовать прохладные ветры со снежных вершин Пагмана, направив их в уличную сеть города по коридору, образованному возвышенностями Шардарваз, Асмаи. Создание с помощью сети развитых в центре города каналов, искусственных водоемов, каскадов и обеспечение постоянного водотока в р. Кабул значительно ослабит тепловую нагрузку среды.

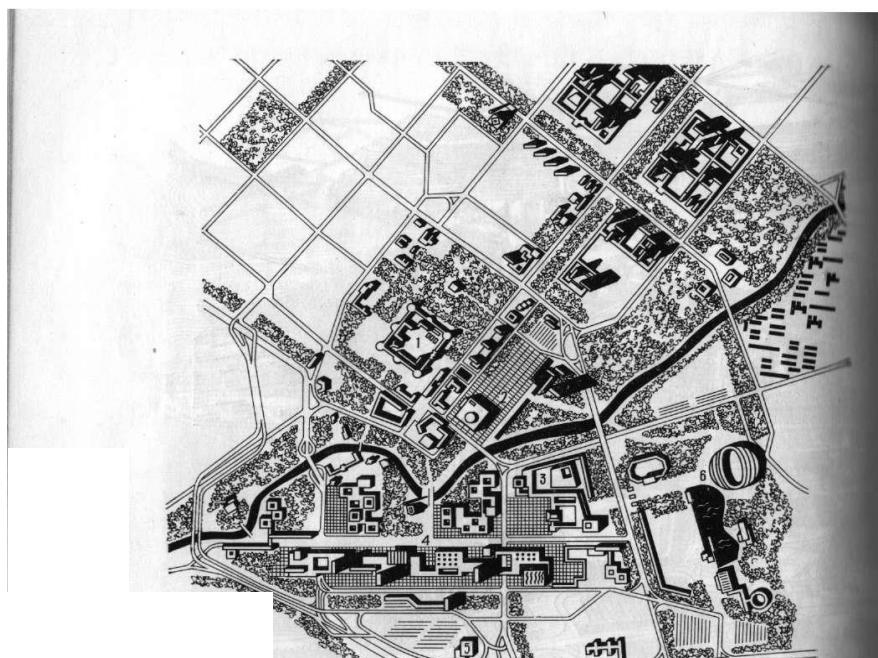


Рис. 1.4. Кабул (Афганистан). Планировка центра

- 1 — дворец Дилькуша;
- 2 — главная административная площадь;
- 3 — центр культуры;
- 4 — торговый центр;
- 5 — центральный автовокзал;
- 6 — территория олимпийского стадиона

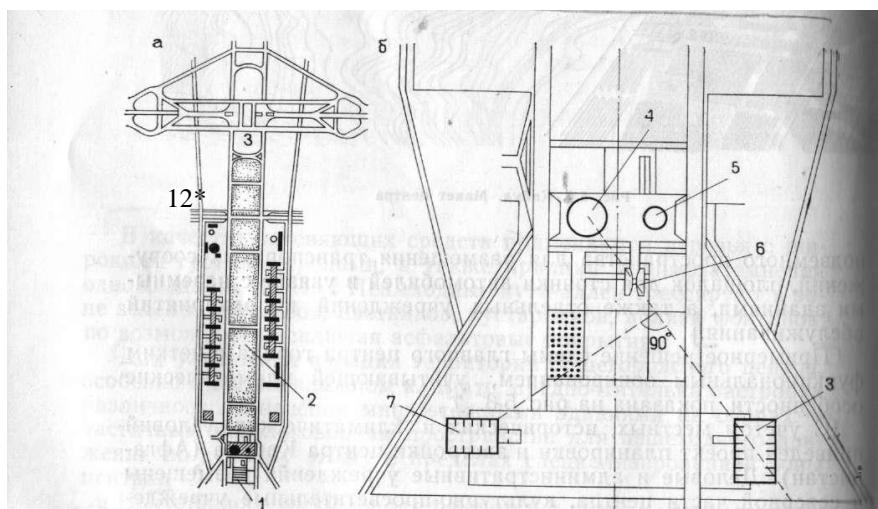


Рис. 1.5. Бразилия (Бразилия). Планировка центра

- а — эспланада;
- б — площадь Трех властей;
- 1 — площадь Трех властей; 2 — эспланада со зданиями министерств;
- 3 — коммерческий центр;
- 4 — Палата депутатов;
- 5 — сенат;
- 6 — административный корпус;
- 7 — Верховный суд

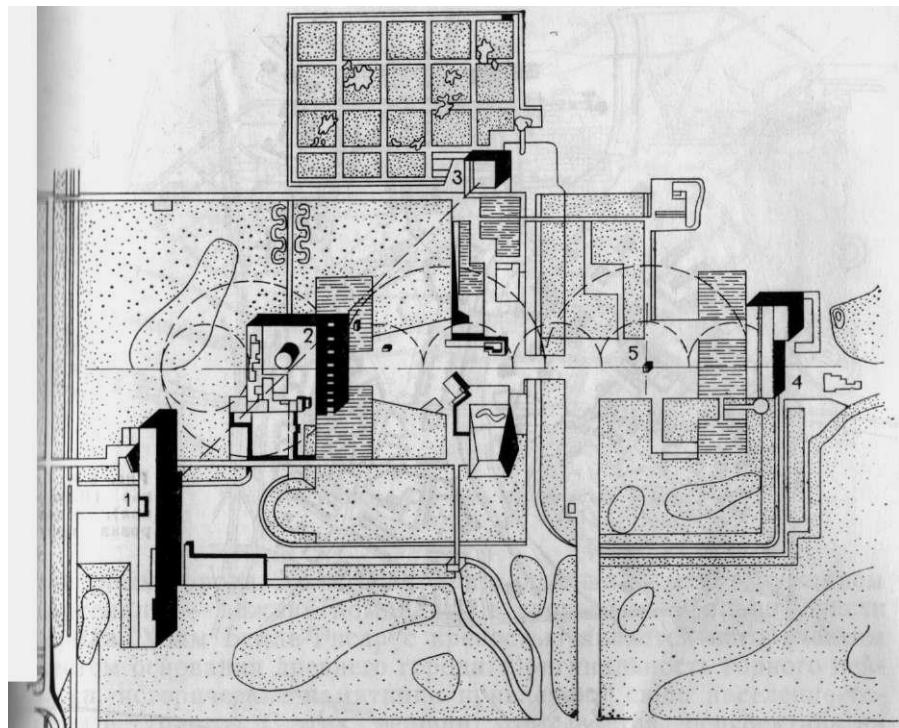


Рис1.6: Чандигарх (Индия). Планировка правительственного центра

- 1 - секретариат;
- 2 —дворец Ассамблеи;
- 3 —резиденция губернатора;
- 4 — здание Верховного суда;
- 5 — символическая скульптура «Раскрытая рука»

Удачный пример градостроительного решения центра города применительно к жаркому климату дает планировочное решение центра г. Чандигарха (Индия). Этот проект планировки и застройки центрального комплекса решен Ле Корбюзье с учетом местных климатических факторов (погашение солнечной радиации, привлечение в город прохладных ветров, регулирование влажностного режима и т. п.). Здесь также учтено своеобразие географического местоположения и особенности рельефа местности (рис. 1.5.).

Оригинальным в проекте является размещение центра с учреждениями государственной власти, Капитолием за пределами борда, в районе, обильно озелененном различными породами деревьев,

кустарников и газонов. Создание искусственного рельефа, плотины, сети водных каналов, бассейнов и искусственных водоемов позволили резко улучшить температурно-влажностный режим местности.

Использование местных климатических условий характерно для планировочного решения центра г. Конакри — столицы Гвинейской Республики и г. Абиджана (Берег Слоновой Кости), где главные композиционные оси пешеходного движения ориентированы в соответствии с направлением преобладающих прохладных ветров, что обеспечивает необходимую аэрацию в зоне плотной застройки центра города (рис. 1.6.).

Работы по планировке и застройке центральной части Ташкента стали основой для разработки принципов формирования центра в сложных климатических условиях.

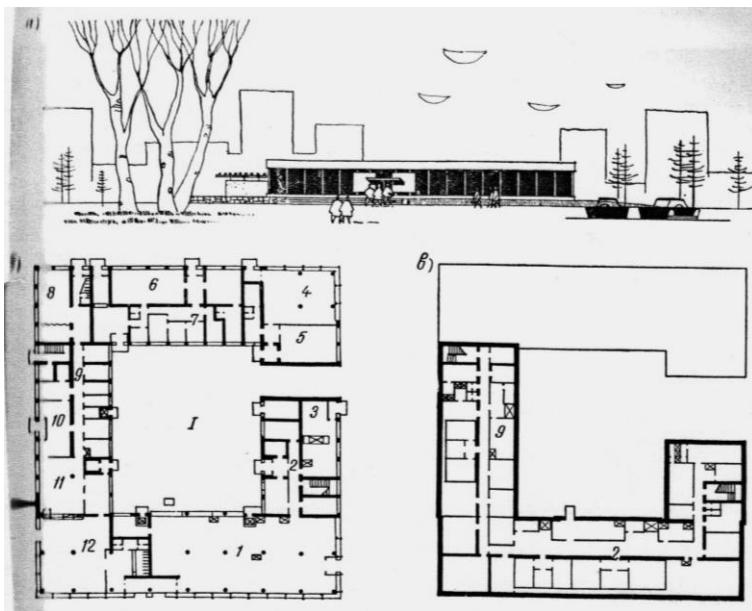
Ташкент расположен в зоне резко континентального жарко-сухого климата, в связи с чем особую остроту приобрела проблема взаимозависимости климатических условий и приемов застройки. Главные общественные здания центра имеют островное вентилируемое расположение среди разумно распланированных участков зелени и водных бассейнов. Обилие зелени, открытые пространства газонов, наличие водных поверхностей образуют в центре города большие поверхности с высоким коэффициентом отражения, что улучшает микроклиматические условия среды, способствуя местному проветриванию и созданию в центре города относительно прохладной среды, снижают тепловую нагрузку на человека в дневной период.



Общественный центр микрорайона на 6 тыс. жителей, решенный по компактной схеме с внутренним посетительским двориком. Рабочая площадь 1802 м²; строительный объем 7850 м² проект ЦНИИЭП жилища. План

1 — универсальный зал на 300 мест; 2 — вестибюль с гар.бом; 3 — обеденный зал столовой-кафе на 100 пос. мест; 4 - подсобно-складские помещения магазина и столовой; 5 - торговый зал магазина на 12 раб. мест; 6 — предприятия бытового

обслуживания; 7 — помещения ЖЭК и кружковые комнаты: / — внутренний дворик; // — хозяйственная зона



Комплекс обслуживания микрорайона на 6—7 тыс. жителей для г. Крюково, решенный по компактной схеме с внутренним закрытым хозяйственным двором. Проектное предложение. Моспроект. Арх. Э. Биксон, инж. Б. Зубрович

а - фасад; б — план 1-го этажа; в — план подвала; 1 — торговый зал продовольственного магазина на 6 касс; 2 -подсобно-складские помещения магазина; 3 — стол заказов; 4 — отдел промышленных товаров на 5 раб. мест; 5 - подсобное помещение отдела промтоваров; 6 — зал приема заказов комбината бытового обслуживания; 7 — парикмахерская; 8 — зал приема гостей; 9 — подсобные помещения столовой; 10 — магазин кулинарии и полуфабрикатов; 11 — производственные помещения столовой; 12 — обеденный зал столовой на 75 пос. мест; 1 — хозяйственный двор

I.2. Опыт проектирования и застройки ТРЦ

I.2.1. Зарубежный опыт.

До конца XIX века происходила постепенная подготовка того фундамента, на котором в XX веке сформировался современный торговый центр. Возникавшие торговые здания усложнялись, приобретали новые функции, увеличивали свои размеры. При этом их эволюция не была плавной - периодически накопление количественных изменений приводило к качественному скачку - появлению новых типов торговых сооружений.

Наибольшее влияние на торговые сооружения с момента их возникновения и до конца XIX века оказали: изобретение монет (687 г д.н.э.); разработка в 1688 году технологии литого стекла и, как следствие, появление в

конце XVIII века стеклянной кровли; изобретение лифта и эскалатора. Следует также принять во внимание развитие экономических и организационно-управленческих разработок (банковский кредит реклама и т.п.).

Долгое время на Руси самой широкомасштабной формой организации торговли были сельскохозяйственные и промышленные ярмарки, охватывающие практически все экономически активное население. Помимо своего экономического значения организация и проведение ярмарок вносили существенное разнообразие в досуговую деятельность россиян: на ярмарках обменивались важными новостями, опытом и достижениями, проводились театрализованные представления и формировались основные модные тенденции. С XIX века потребность объединения торговых агентов проявилась в новой форме - в Европе, а в том числе и России, появились галереи и пассажи. Ярким примером таких образований могут служить «Пассаж» в Санкт-Петербурге и «ГУМ» в Москве, построенные в 1848 и 1893 годах соответственно. Следует отметить особое значение пассажей и галерей в идентификации личности - прогуливаться здесь, а тем более совершать покупки мог себе позволить далеко не каждый.

Непосредственное формирование концепции торгового центра происходит в 20 - е гг XX века в США. К этому времени процесс урбанизации достигает своих пределов, частично проблема решалась за счет развития автомобилестроения и оттока части городских жителей в пригороды. Однако, города оставались функциональным сосредоточением активности населения. Австралийский архитектор В. Грюен для решения проблемы предлагает вынести часть функций за пределы города путем строительства «моллов» - торговых городов, предлагающих широкий спектр торговых и бытовых услуг. По замыслу создателя «моллы» должны стремится предоставить как можно больше услуг, забирая у городских центров доминантную роль в формировании культуры, внедрение развлекательных сегментов и зон отдыха

должны стать обязательным условием развития торгового комплекса. Именно с этого момента мы видим развитие таких ключевых характеристик торговых и торгово-развлекательных центров как масштабность, универсальность, многофункциональность и единство места совершения покупок. Идея Грюена с легкостью находила как приверженцев, так и противников, но, трансформируясь и сливаясь с национальными особенностями, ко второй половине XX века она распространилась по всему миру.

Приведем примеры из зарубежной практики.

Микрорайонный торговый центр (Conveniencce center).

Микрорайонный ТЦ осуществляет торговлю товарами первой необходимости и предлагают услуги повседневного спроса (ремонт обуви, прачечная). Состоят как минимум из трех магазинов, общая арендная площадь (GLA) которых составляет обычно 2800 кв. м. и может варьироваться от 1500 до 3000 кв.м. Основным оператором (якорем), в большинстве случаев, является минимаркет. Торговой зоной является территория 5-10 минутной пешеходной доступности, количество покупателей - до 10 000 человек. Примером такого рода центров могут служить бывшие советские универсиамы, крупные продовольственные и промтоварные магазины, которые сократили площадь основной торговли и сдали часть площадей арендаторам (аптечный пункт, прачечная, видеопрокат, хозтовары, фотоуслуги и прочее).

Районный торговый центр (Neighorhoob center).

Районный ТЦ предлагает товары повседневного спроса (продукты, лекарства, хозтовары и т.д.) и услуги (прачечная, химчистка, парикмахерская, ремонт обуви, металлоремонт) для удовлетворения ежедневных потребностей жителей района. Якорным арендатором, как правило, является супермаркет, мини-якорями могут быть аптека, хозяйственный магазин.

Сопутствующими арендаторами являются магазины одежды, обуви и аксессуаров, парфюмерии, спорттоваров и пр. Общая арендная площадь данных ТЦ в основном составляет 5600 кв.м., на практике площадь может варьироваться от 3000 до 10000 кв.м. Первичная торговая зона районного торгового центра включает в себя от 3 000 до 40 000 человек, проживающих в 5-10 минутах езды на личном или общественном транспорте.

Окружной торговый центр (Community center)

Окружной ТЦ предлагает широкий спектр товаров и услуг, с большим выбором «мягких» товаров (мужская, женская, детская и спортивная одежда) и "жестких" товаров (металлические изделия, электроинструменты, бытовая техника). Для данной категории ТЦ характерен более глубокий ассортимент и более широкий диапазон цен, нежели в районном ТЦ. Многие центры строятся вокруг детских универмагов (Лишог с1ераг1теп1 з1оге), дискаунт- универмагов, крупных аптек (с1ш§-\$Юге), универсальных магазинов, торгующих разнообразными товарами, часто по сниженным ценам, как основных арендаторов в добавлении к супермаркетам. Хотя окружной ТЦ не имеет универмага полной линии, у него могут быть сильные специализированные магазины. Типичный размер арендной площади - 14000 кв.м., может занимать от 9500 до 47000 кв. м. Первичная торговая зона для окружного торгового центра находится в пределах 10-20 минут транспортной доступности, и покупатели центра насчитывают от 40 000 до 150 000 человек.

Суперокружной торговый центр (Super community center)

Центры, которые соответствуют общему профилю окружного центра, но имеют площадь более 23000 кв. м, классифицируются как суперокружные. В исключительных случаях площадь достигает 90000 кв.м. В результате, окружной ТЦ - самая сложная категория торговых центров для оценки их размеров и зоны обслуживания.

Существует разновидность супер окружного торгового центра - Пауэр центр (power center). Он содержит, по крайней мере, 4 якоря, специфичных для данной категории площадью более 1900 кв. м. Такими якорями являются «жесткие» товары: бытовая техника и электроника, спортивные товары, офисные принадлежности, товары для дома, лекарства, средства для здоровья и красоты, игрушки, персональные компьютеры и их элементы. Power center сочетает в себе узко направленных «убийц категорий» (полный ассортимент товаров по какой-либо категории по низким ценам), оптовый клуб и дискаунт-универмаг. Якоря в таких центрах занимают 85 % общей арендаемой площади.

Региональный торговый центр (Regional center)

Региональные центры обеспечивают покупателей широким выбором товаров, одежду, мебелью, товарами для дома (глубокий и широкий ассортимент), различными видами услуг, а также местами отдыха и развлечения. Они строятся вокруг 1-2 универмагов полной линии, площадь обычно не менее 5000 кв. м. Типичная для данной торговли и сдали часть площадей арендаторам (аптечный пункт, прачечная, видеопрокат, хозтовары, фотоуслуги и прочее).

Районный торговый центр (Neighborhood center)

Районный ТЦ предлагает товары повседневного спроса (продукты, лекарства, хозтовары и т.д.) и услуги (прачечная, химчистка, парикмахерская, ремонт обуви, металломонтаж) для удовлетворения ежедневных потребностей жителей района. Якорным арендатором, как правило, является супермаркет, мини-якорями могут быть аптека, хозяйственный магазин. Сопутствующими арендаторами являются магазины одежды, обуви и аксессуаров, парфюмерии, спортивных товаров и пр. Общая арендная площадь данных ТЦ в основном составляет 5600 кв.м., на практике площадь может варьироваться от 3000 до 10000 кв.м. Первичная торговая зона районного торгового центра включает в

себя от 3 000 до 40 000 человек, проживающих в 5-10 минутах езды на личном или общественном транспорте.

Окружной торговый центр (Community center)

Окружной ТЦ предлагает широкий спектр товаров и услуг, с большим выбором «мягких» товаров (мужская, женская, детская и спортивная одежда) и "жестких" товаров (металлические изделия, электроинструменты, бытовая техника). Для данной категории ТЦ характерен более глубокий ассортимент и более широкий диапазон цен, нежели в районном ТЦ. Многие центры строятся вокруг детских универмагов (junior department store), дискаунт-универмагов, крупных аптек (drug-store), универсальных магазинов, торгующих разнообразными товарами, часто по сниженным ценам (variety store), как основных арендаторов в добавлении к супермаркетам. Хотя окружной ТЦ не имеет универмага полной линии, у него могут быть сильные специализированные магазины. Типичный размер арендной площади - 14000 кв.м., может занимать от 9500 до 47000 кв. м. Первичная торговая зона для окружного торгового центра находится в пределах 10-20 минут транспортной доступности, и покупатели центра насчитывают от 40 000 до 150 000 человек.

Суперокружной торговый центр (Super community center)

Центры, которые соответствуют общему профилю окружного центра, но имеют площадь более 23000 кв. м, классифицируются как суперокружные. В исключительных случаях площадь достигает 90000 кв.м. В результате, окружной ТЦ - самая сложная категория торговых центров для оценки их размеров и зоны обслуживания.

Существует разновидность суперокружного торгового центра - Пауэр центр (power super). Он содержит, по крайней мере, 4 якоря, специфичных для данной категории площадью более 1900 кв. м. Такими якорями являются «жесткие» товары: бытовая техника и электроника, спортивные, офисные

принадлежности, товары для дома, лекарства, средства для здоровья и красоты, игрушки, персональные компьютеры и их элементы. Power super сочетает в себе узко направленных «убийц категорий» (полный ассортимент товаров по какой-либо категории по низким ценам), оптовый клуб и дискаунт-универмаг. Якоря в таких power super занимают 85 % общей арендной площади.

Региональный торговый центр (Regional center)

Региональные центры обеспечивают покупателей широким выбором товаров, одежды, мебели, товарами для дома (глубокий и широкий ассортимент), различными видами услуг, а также местами отдыха и развлечения. Они строятся вокруг 1 -2 универмагов полной линии, площадь обычно не менее 5000 кв. м. Типичная для данной категории общая арендная площадь 45000 кв. м, на практике она варьируется 23000 кв.м - 85000 кв.м. Региональные центры предлагают услуги, характерные для деловых районов, но не такие разнообразные, как в суперрегиональном торговом центре. Торговая зона для регионального торгового центра находится в пределах 30-40 минут транспортной доступности, количество посетителей центра - 150 000 человек и более.

Суперрегиональный центр (Super regional center)

Предлагает широкий выбор товаров, одежды, мебели, товаров для дома, также услуги отдыха и развлечения. Строятся вокруг 3 и более универмагов площадью не менее 7000 кв. м каждый. Такой центр часто имеет общую арендную площадь 93000 кв.м. На практике площадь варьируется от 50000 и может превышать 150000 кв. м. Торговая зона для суперрегионального торгового центра может достигать 1,5 часов транспортной доступности, количество посетителей центра - 300 000 и более человек.

Специализированные торговые центры (Specialty centers)

Существует множество вариантов названных основных категорий, которые можно объединить словом специализированные, то есть это подтипы других, более или менее традиционных видов ТЦ. Специализированные торговые центры в широком смысле - это такие торговые центры, которые сильно отличаются или не отвечают требованиям, указанных в предыдущих категориях. Например, районный ТЦ, который имеет группу специализированных продуктовых магазинов - гастроном, мясной магазин, овощи/фрукты, винный отдел - как заменитель супермаркета, может быть назван специализированным районным центром. Центр окружного масштаба, в котором якорем является крупный фитнес-центр с такими магазинами как спортивные товары, товары для здорового образа жизни, туризма и отдыха, представляет собой статус специализированного.

Специализированные торговые центры часто разделяют по темам:

Развлечение (Entertainment)

Торговля и Развлечения (Retail- entertainment:)

Скидки (Off-price)

Товары для дома (Home improvement:)

Стрип-центр (Strip Center)

Исторический (Historic) .

Мегамолл (Megamall)

Стиль жизни (Lifestyle)

Также выделяют несколько типов:

Фестивал-центр (Festival Center) - якорем является совокупность предприятий развлечений и общественного питания, предприятия торговли (магазины сувениров и парфюмерии, одежды, обуви и аксессуаров, ювелирные) выступают в качестве сопутствующих. Расположены, как правило, в культурно-исторических местах города, на центральной площади.

Торгово-общественный центр - якорем в таком центре могут выступать детские и фитнес-клубы, спортивные и развлекательные комплексы, гостиница и универмаг. В своем составе они могут иметь объекты социальной направленности. Сопутствующими арендаторами являются магазины сувениров и парфюмерии, одежды, обуви и аксессуаров.

Торговый центр Моды (Fashion Center) - якорем, в данном центре, является совокупность магазинов одежды и обуви. Сопутствующими арендаторами выступают магазины аксессуаров, парфюмерии и косметики, подарков. Торговые центры моды, как правило, находятся в центре города, и часто занимают первые (с 1-го по 3-й) этажи в торгово-офисных центрах.

Аутлет-центр (Outlet Center) - в данных центрах торговлю осуществляют предприятия-производители одежды и обуви, бытовой техники и электроники, строительных и отделочных материалов. В качестве сопутствующий операторов могут выступать предприятия услуг. Могут располагаться в спальных и удаленных районах города.

Пауэр-центр (Power Center) - в его состав входят 4 и более специализированных оператора розничной торговли, представляющих широкий и глубокий ассортимент товара какой-либо категории. Так же в его составе могут присутствовать дискаунт-универмаг, центр торговли по

каталогам и др. Располагаются Пауэр-центры, в большинстве случаев, в спальных районах и на окраинах города рядом с автомагистралями.

В качестве важного момента обнаруживается выход на рынок торговой недвижимости новых форматов: садовых центров (к примеру, садовый центр «МЕГА Белая дача») и «стрип-моллов» (этот формат представляет собой торговый центр, в котором магазины расположены в одну линию или полукругом, в виде буквы «L», «Г» или «П», в зависимости от конфигурации участка). Также возможно появление на рынке полноценных «аутлет-центров» - это совокупность стоковых магазинов известных операторов, собранных в одном торговом центре, расположенному преимущественно за чертой города.

Что касается «стандартных» торговых центров, то и их концепции подверглись серьезным изменениям. Так, в большинстве торговых центров, открытых в 2007 году, основной акцент делался на развлекательную составляющую. Причем, помимо у популярных видов развлечений (кинотеатры, фуд-корты, кафе и рестораны, боулинг, фитнес-клубы и бильярд), в состав пула арендаторов торговых центров стали включаться «оригинальные» операторы. Наибольшее распространение данная тенденция получила в Санкт-Петербурге. Так, например, в ТРК «Планета Нептун» открылся океанариум, а в строящемся ТРК «Интерио» предполагается размещение музея старинного интерьера».

Надо сказать, что сфера развлечений сегодня широка и многогранна. Развлекательная индустрия подхватывает на лету любые запросы и воплощает их в жизнь. Но произошло это не так уж давно. До 90-х годов прошлого века в России практически не существовало цивилизованного рынка развлечений и многих видов отдыха.

Началом развития массовой индустрии развлечений рынка считают появление торгово-развлекательных центров. Первыми операторами этой инфраструктуры стали кинотеатры. Их сочетание с игровыми автоматами и барами пользовалось огромным спросом, так как позволяло объединить шопинг и развлечения. При этом присутствовал некий эффект новизны: приходя в один и тот же кинотеатр, посетитель получает возможность посмотреть разные фильмы. Однако со временем интерес к ним поостыл.

В среднем раз в 10-15 лет происходит всплеск интереса к тому или иному развлечению. Например, в середине 90-х в Москве на пике популярности был билльярд, а в начале 2000-х ему на смену пришел боулинг. Благодаря своей новизне, антуражу и универсальности, боулинг стал существенным шагом вперед в развитии инфраструктуры торгового центра. Кинокомплексы и залы для боулинга продолжают оставаться основными направлениями развития рекреационной недвижимости и обладают значительным резервом востребованности.

Торгово-развлекательный центр "Plima" (Сингапур)

Торгово-развлекательный центр "Plima" в Сингапуре имеет удивительный интерактивный медиафасад облицованный поликарбонатными модулями, которые сверкают днем на солнце и светятся ночью. "Plima" первый настолько большой развлекательный центр в Сингапуре (бюджет более 100 млн сингапурских долларов) ориентированный на молодых людей в возрасте от 20-30 лет. Торговый центр может ежедневно обслуживать до 60-80 тысяч потребителей. Проект "Plima" был разработан архитектурной фирмой WOHA (Сингапур) а его интерактивные фасады Realities United (Германия).

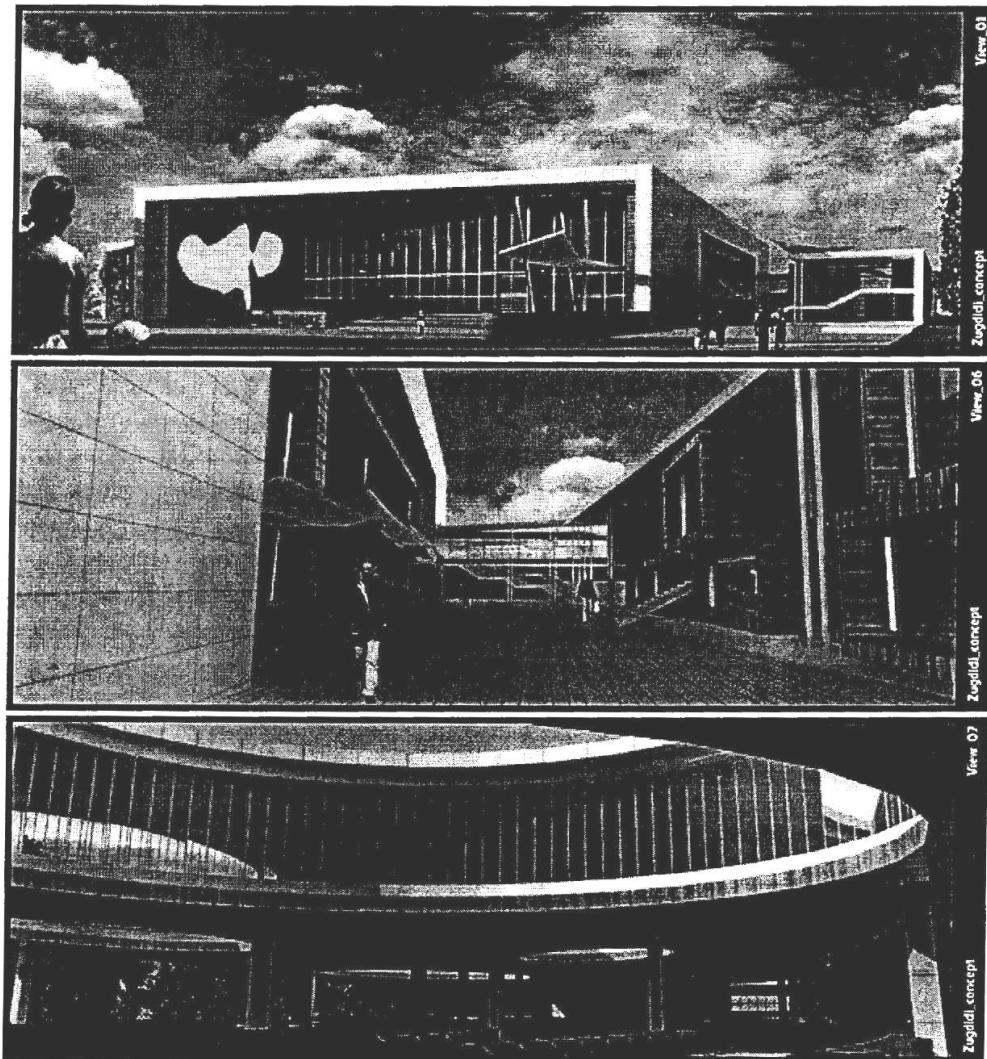
Архитекторы из WOHA отвечали за разработку общей концепции здания, а Realities United отвечали за дизайн поликарбонатных кристаллических

модулей, их установку и подключение на фасаде, программное обеспечение которое позволяет устраивать световые шоу.

Фасад торгово-развлекательного центра Піма является крупнейшим медиафасадом в мире. Он состоит из тысяч индивидуально управляемых энергосберегающих флуоресцентных лампочек.

Началась разработка большого торгово-развлекательного центра с довольно большой спортивной составляющей, практически в центре города Зугдиди. Проектом предусматривалось сохранение большого 3-х этажного пром-здания в центре участка. В комплексе планировалось процентов 30 отдать под все административные, магазинные зоны, фуд-корты и.т.д. а 70 - под спортивную составляющую. Спортивная составляющая была довольно разнообразной: тир (речь идет не о палатке в парке Горького, а о большом тире, который должен был позволять проводить официальные соревнования), кружки вольной борьбы, греко-римской борьбы, картодром, отдельное помещение для игры в пейнт-болл. Также предусматривалось расположение небольшой гостиницы.

Непосредственно картодром, а над ним зона пейнт-болла. Были предусмотрены большие световые колодцы для освещения трассы картина.



Размещение торгового центра на территории

Вопросы размещения сети обслуживания, и частности районных торговых центров, чрезвычайно существенны. При современной гибко планировке зданий всегда возможно несколько изменить состав и вместимость предприятий, в то время как исправить ошибку в возмещении центра нельзя, ее отрицательное влияние всегда будет сказываться на качестве обслуживания (например, увеличение пешеходных путей, их пересечение с транспортными потоками, шум, загрязнение жилой территории и др.) и постоянно увеличивать расходы на доставку товаров.

Можно определить два основных приема помещения торгового центра: в геометрическом центре района и эксцентричное, с большим или меньшим приближением к периферии территории района и общегородским

магистралям. Естественно, что местоположение центра определяет его радиус обслуживания. Так, при перемещении центра из геометрического центра территории к ее периферии величина допускаемого радиуса колеблется в пределах:

для территории 110 га от 0,64 до 1,07 км

150 , 0,76 1,27 .

230 , 0,97 1,60 .

т. е. радиус увеличивается в среднем на 60—65%.

Заметим, что при геометрическом радиусе 0,8—1 км время пути составит 15—18 мин, а при радиусе 1,1 —1,2 км — уже 20—25 мин. Поэтому в принципе надо стремиться к сокращению радиуса обслуживания.

Однако общая длина пешеходных путей (равно как и затраченное время) не находится в прямой связи с величиной геометрического радиуса, а главным образом зависит от размещения линий общественного транспорта, обслуживающего данный район (что в свою очередь зависит от размещения мест труда, учебы, отдыха, условий рельефа и т. д.).

Как показывают обследования, около 40% населения жилых районов по крайней мере дважды в день проходят путь от жилья до остановки городского транспорта. Следовательно, с точки зрения работающего населения торговый центр должен размещаться на основных пешеходных путях района к остановочным пунктам или поблизости от них.

Размещение торгового комплекса на территории микрорайона

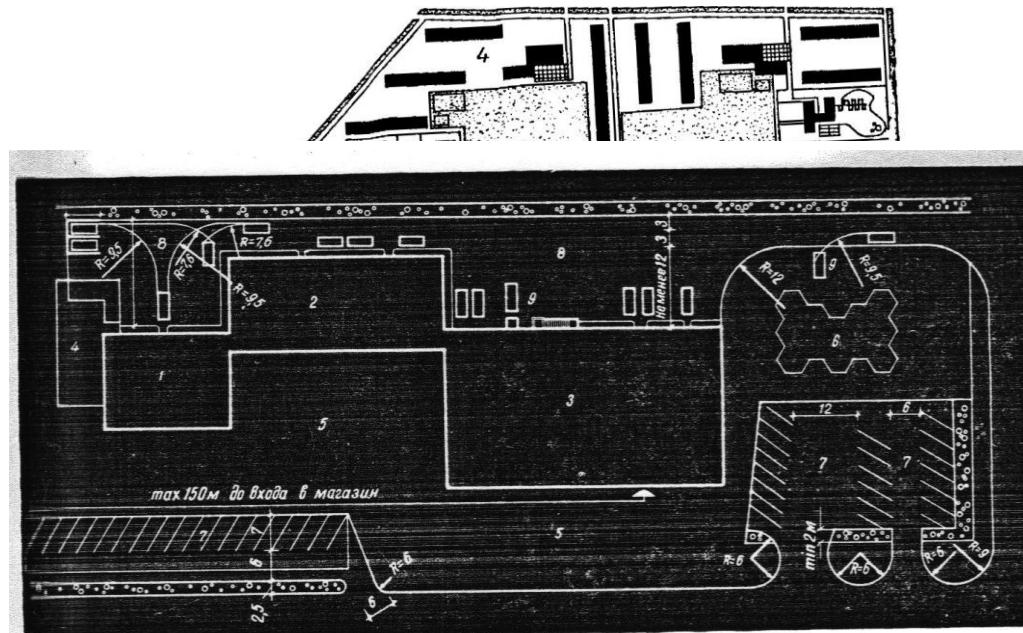
Размещение торгового комплекса на территории микрорайона существенно влияет на качество обслуживания населения, сокращая или увеличивая пешеходные пути. С точки зрения сокращения пешеходных путей и, следовательно, радиуса обслуживания оптимальными являются микрорайоны с отношением сторон от 1:1 до 4:3. В микрорайонах вытянутой формы (с отношением сторон более 2:1) практически трудно

иметь радиус обслуживания в пределах 400 м для всей территории микрорайона (при площади территории около 30 га).

Различимы следующие основные приемы размещения торгового комплекса на территории микрорайона: в геометрическом центре территории (или вблизи него) и эксцентрично с большим или меньшим приближением к периферии.

При размещении комплекса в середине микрорайона радиусы обслуживания равномерны для всей территории микрорайона. Однако нельзя не учитывать, что предприятия, размещаемые в торговом центре микрорайона, нуждаются в более или менее интенсивном движении транспорта, подвозящего грузы (продовольственный магазин, столовая, приемный пункт прачечной и пр.). Поэтому неизбежны взаимопересечения пешеходных и транспортных путей, наполовину перерезающих территорию микрорайона. Таким образом, основное требование организации обслуживания населения микрорайонов на базе торговых (или общественных) центров — дифференциация пешеходных и транспортных путей — в этом случае трудно осуществимо. Кроме того, при таком местоположении комплекса он будет находиться в стороне от основных пешеходных потоков населения микрорайона к остановкам городского общественного транспорта. К тому же в центре микрорайона, как правило, размещается зона отдыха (парк, сад, стадион и пр.) и тяготеющие к ней участки школ и детских учреждений.

В практике широко применяется прием размещения микрорайонного центра на периферии территории микрорайона. Примерами такого решения могут служить экспериментальный квартал № 39 в Ленинграде и микрорайон № 2 в Западном районе г. Алма-Аты.

**Схема размещения автостоянок и подъездов при торговом центре**

- 1 — предприятия общественного питания;
- 2 — предприятия бытового обслуживания, связи и банковских операций;
- 3 — магазины;
- 4 — летнее кафе;
- 5 — пешеходная зона;
- 6 — навес для сезонной торговли;
- 7 — автостоянки легковых машин;
- 8 — ходьбы;
- 9 — грузовые автомашины.

олее распространенных приемов композиции в практике строительства торговых центров является «пешеходная торговая улица». Этот прием создает естественный график движения покупателей и возможность правильного функционального зонирования территории. По сравнению с другими схемами пешеходная улица имеет наименьшие площади участка и наиболее удобный фронт фасадов предприятий с витринами и входами для покупателей. Для того чтобы посетителю торгового центра хорошо были видны предприятия, расположенные на противоположной стороне торговой улицы, и чтобы пути покупателей не были слишком длинны и утомительны, ширина торговой улицы принимается в пределах 16—25 м, а

бины

нного

О

ДН

им

из

на

иб

длина 100—150 м. Недостатком этой схемы является расчленение хозяйственной зоны на две части, так как загрузка товаров, как правило, будет производиться с двух сторон.



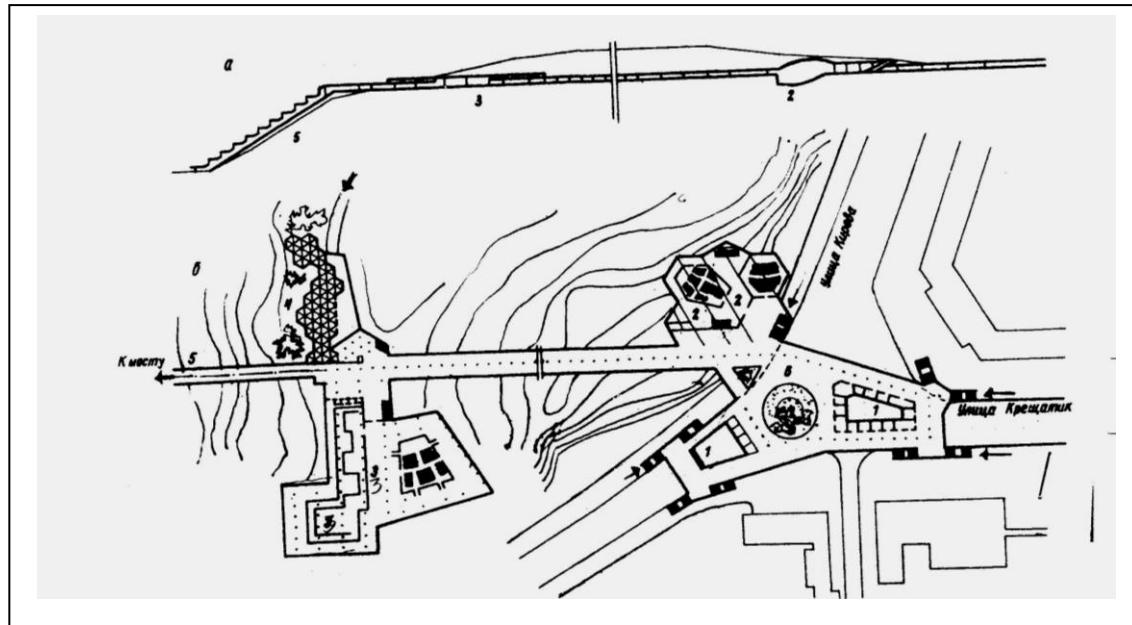
Пешеходов в городах, видимо, будут организованы преимущественно не только в виде просторных пешеходных зон и эспланад (на уровне земли), но и в виде протяженных платформ, поднятых на высоту или даже нескольких этажей над уровнем проездов, а также (преимущественно в районах старой, исторически сложившейся застройки) в виде хорошо оборудованных подземных улиц и площадей, сеть которых на протяжении ряда лет уже формируется в таких городах, как Осака и Монреаль.

В узловых пунктах многих крупнейших городов уже сейчас проектируются протяженные подземные пешеходные тоннели,

чередующиеся с отдельными залами и открытыми пространствами, объединяющими подземные помещения крупных общественных и других зданий. При этом даже основные помещения этих зданий (операционные залы почтамтов, обеденные залы ресторанов, торговые залы универмагов, перроны вокзалов) иногда располагаются в уровне переходов. Такие решения особенно оправданы в условиях радикальной реконструкции с изменением планировки существующих зданий, с устройством входов в них не только с уровня тротуаров, но и с уровня подземного перехода. В отдельных случаях -предусматриваются развитые системы внеуличных переходов в виде подземных пешеходных улиц и связанных с ними сооружений.

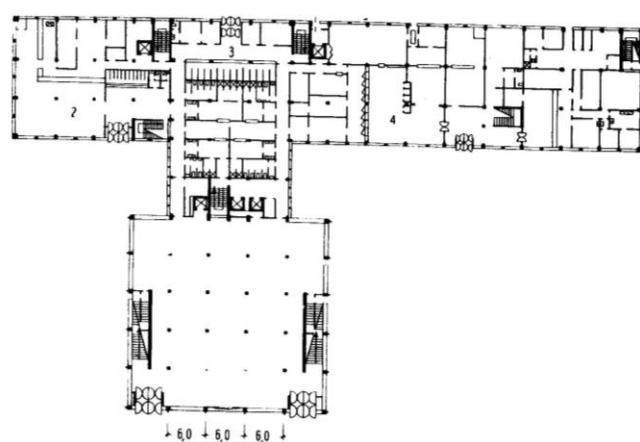
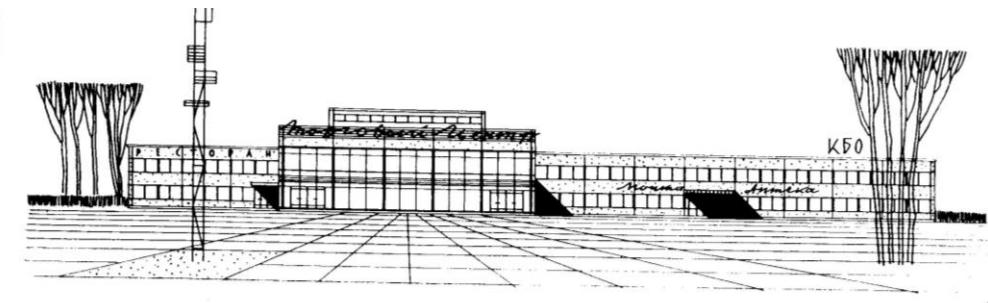
ЦНИИП градостроительства (архитекторы Г. Голубев и О. Тер-Восканян) и Киев-ЗНИИЗП (архитекторы А.Заваров, А. Бойченко) разработаны проектно—экспериментальные предложения для Киева, по одному из которых центром такой системы может быть большой распределительный зал-конкорс, оборудованный блоками магазинов попутного обслуживания, телефонами-автоматами, справочными бюро а т.п. В центре зала предлагается создать открытый, хорошо озелененный дворик с декоративным бассейном. Такой прием способствует улучшению микроклимата и обогащению пространственной характеристики интерьеров. В начале этого тоннеля предложено построить блок зрелищных учреждений (кинотеатр на 1200 мест и зал хроники на 400-600 мест), пространство которого будет как бы продолжением главного распределительного зала-конкорса. Большие остекленные стены двусветного кассового вестибюля и фойе кинотеатра, примыкающие к переходу и главному распределительному залу, приадут интерьеру необходимую индивидуальность и подчеркнут его значение как важного элемента всей системы подземных сооружений. Из распределительного зала и кинотеатров к эскалаторам можно будет пройти пешком или воспользоваться движущимся тротуаром. Непосредственно

перед выходом к эскалаторам с одной стороны перехода предлагается разместить кафе-ресторан с буфетом. На противоположной стороне главного пешеходного тоннеля предлагается построить подземный или полуподземный выставочный зал (например, истории народных промыслов и искусства или историко-археологический музей). Все эти сооружения



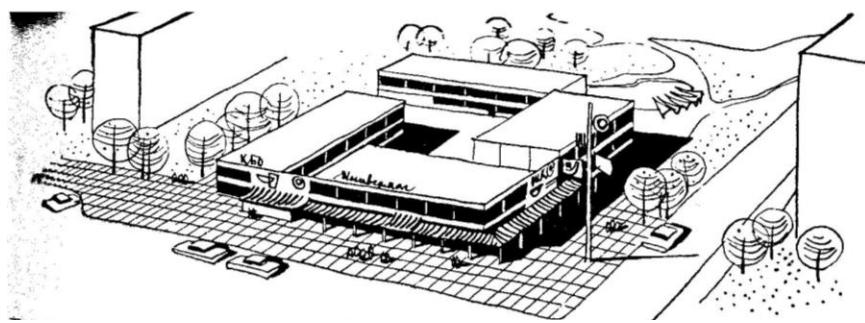
могут возводиться по очереди.

г. Киев торговый комплекс.



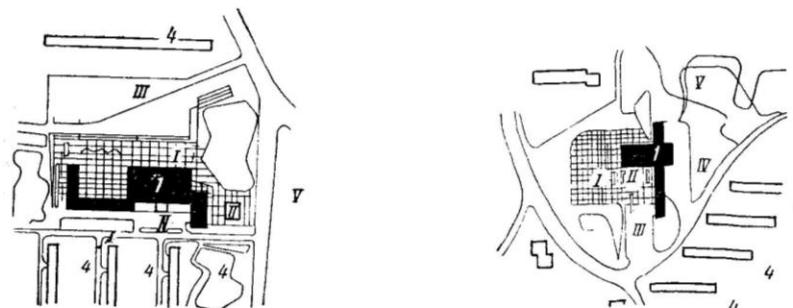
Типовой проект здания торгового центра жилого района на 30 тыс. жителей. ЦНИИЭП торговых зданий. Архитекторы А. Борецкий, Н. Друцкий, Э. Андрашников, Н. Насонова, инж. 6. Павленко, 1965 г. Главный фасад. План 1-го этажа

1 — торговый зал гастронома и универмага;
2 — кафе;
3 — подсобные помещения;
4 — аптека



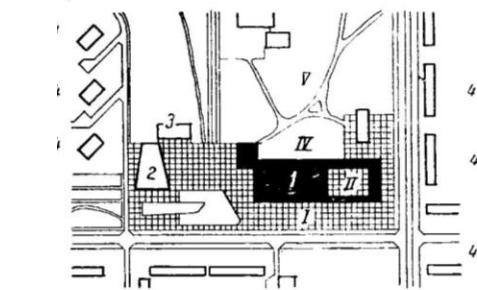
Пример размещения в жилой застройке центра обслуживания, решенного по компактной схеме с внутренним закрытым хозяйственным двором.

Проектное предложение для 10-го квартала Новых Черемушек г. Москва. Проект МИТЭМ



Приемы размещения торгового центра по отношению к другим зданиям общественного центра и окружающей жилой застройке.

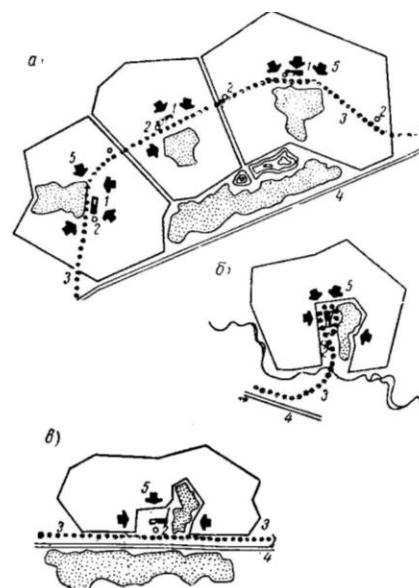
1 — торговый центр; 2 — клуб с универсальным залом; 3 — кинотеатр; 4 — жилые дома; I — пешеходная зона; II — площадка для сезонной торговли; III — автостоянки; IV — дворы; V — сад жилого района



Приемы размещения торгового центра на территории района

а — группа смежно расположенных районов; б — изолированный рамок с конечной остановкой общественного транспорта у центра; в — район, примыкающий к существующей транзитной магистрали;

1 — торговый центр; 2 — остановка общественного транспорта; 3 — линия общественного транспорта; 4 — транзитная магистраль; 5 — основные пешеход-



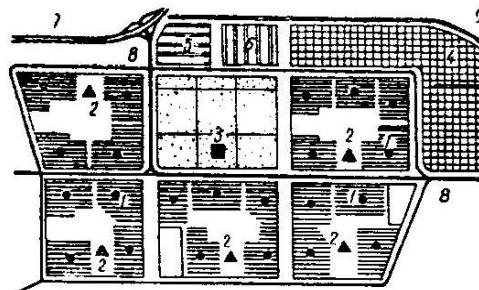


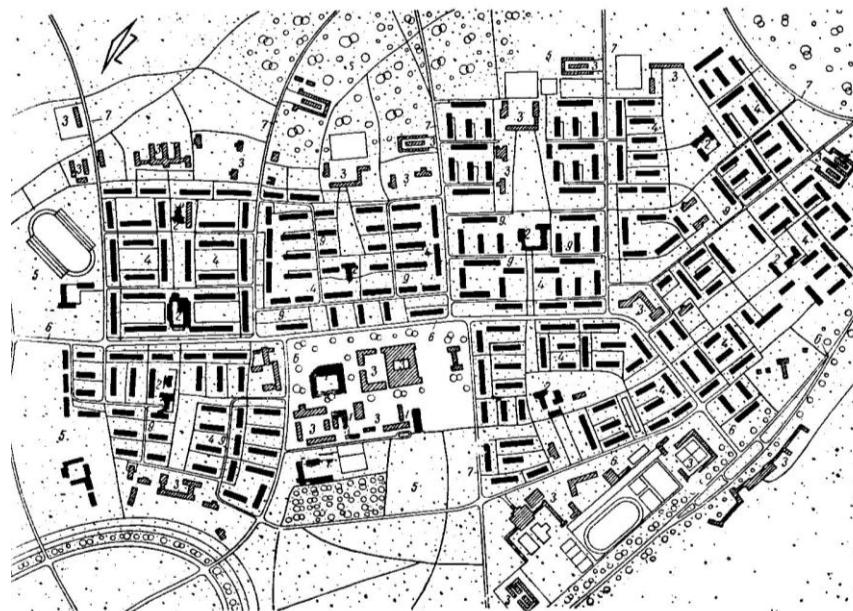
Схема организации сети торжово-бытового обслуживания в малом городе с населением 30 тыс. жителей

1 - блок первичного обслуживания в жилой группе; 2 - общественный центр микрорайона; 3 - общегородской торговый центр; 4 - промышленность; 5 - квартал коммунально-бытового обслуживания; 6 - зона складов; 7- скоростная междугородная магистраль; 8- улица общегородского значения; 9 – железная дорога.



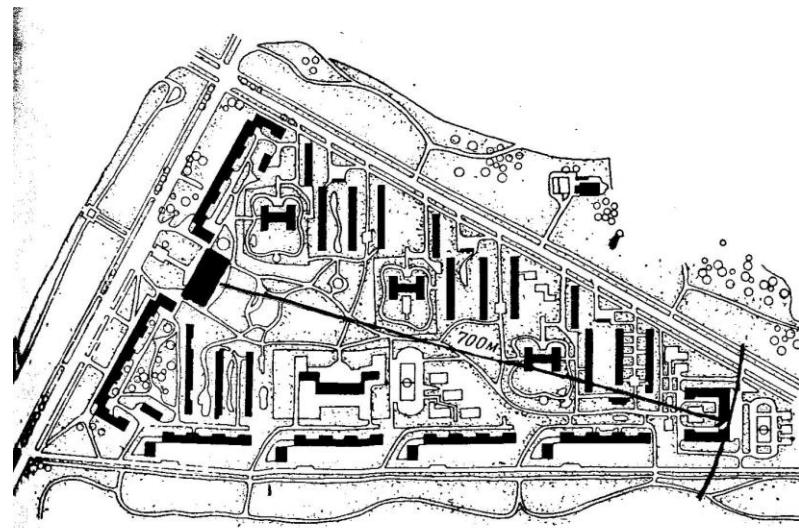
Организация сети торжово-бытового обслуживания в городе с населением 30 тыс. чл.

1 - общегородской центр;
2 - общественный центр микрорайона;
3 - блоки первичного обслуживания;
4 - магазины.



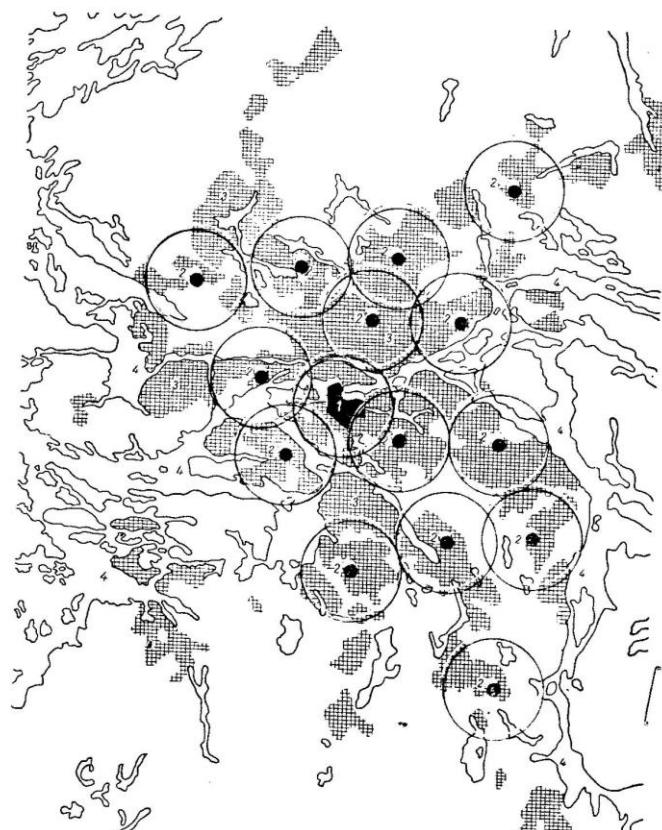
Организация сети торжово-бытового обслуживания в г. Хойерсверде Новая часть города:

1—общегородской торговый центр; 2 — микрорайонный торговый центр; 3 — общественное здание; 4 — жилая застройка; 5—озеленение и пригородная зона; 6 — общегородская магистраль; 7 — жилая улица; 8 —загородная дорога; 9 — микрорайонный проезд.



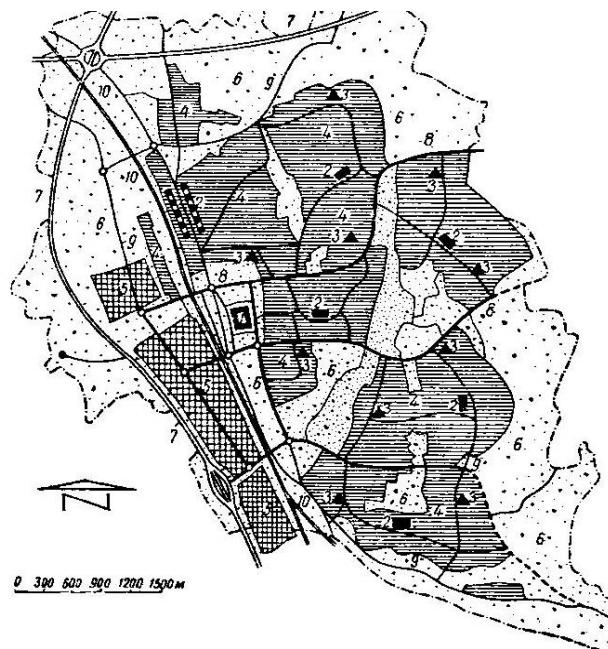
Проект экспериментального квартала №39 в г. Ленинграде с размещением центра обслуживания на периферии территории

1 — торгово-общественный центр



Размещение торговых центров в г. Стокольме

- 1 – общегородской торговый центр;
- 2 – районный торговый центр;
- 3 – жилая застройка;
- 4 – заливы и озера.



Организация сети торгово-бытового обслуживания в г. Стивенедже

- 1 — общегородской торговый центр;
- 2 — существующие магазины старого города;
- 3 — торговый центр микрорайона;
- 4 — жилая застройка;
- 5 — промышленность;
- 6 — озеленение и сельскохозяйственные земли;
- 7 — транзитная межгородская автомагистраль;
- 8 — общегородская магистраль;
- 9 — магистраль районного значения;
- 10 — железная дорога

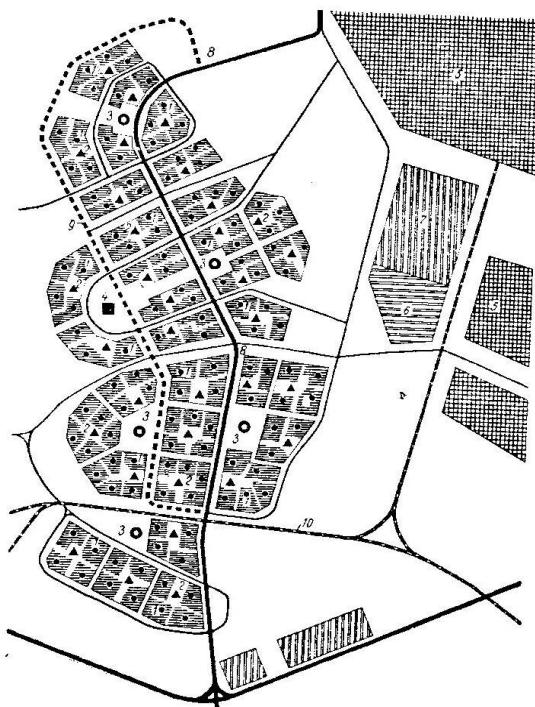
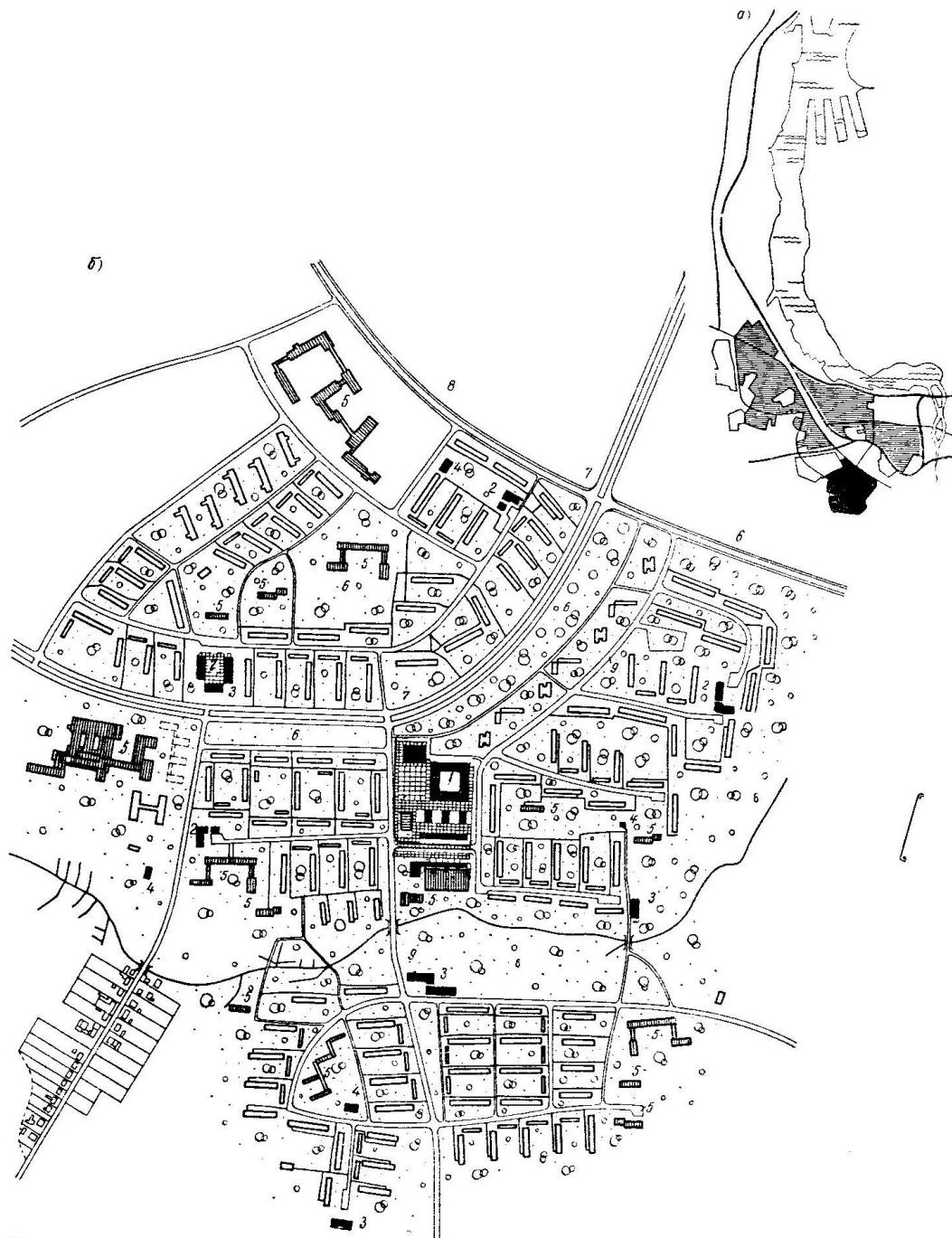


Схема организации сети торгово-бытового обслуживания в крупном городе с населением более тыс. жителей .

- 1 — блок первичного обслуживания в жилой группе
- 2 — общественный центр жилого района;
- 3 — торговый центр жилого района;
- 4 — общегородской торговый центр;
- 5 — промышленность;
- 6 — квартал коммунально-бытового обслуживания;
- 7 — зона складов;
- 8 — магистраль общегородского значения;
- 9 — магистраль районного значения;
- 10 — железная дорога



22

Организация сети торгово-бытового обслуживания в новом жилом районе г. Росток

а — местоположение нового жилого района в городе; б — организация сети торгово-бытового обслуживания в новой жилом районе;

1 — торговый центр жилого района; 2 — микрорайонный центр; 3¹ — столовая-клуб; 4 — самодеятельная прачечная; 5 — прочие общественные здания; 6 — озеленение и пригородная зона; 7 — общегородская магистраль; в — магистраль районного значения: « — микрорайонная улица

Величина автостоянок при торговых центрах

Тип торговых центрах	Количество машин	Площадь в м/2
Микрорайонный общественный центр на 6-13 тыс. жителей	13-30	400-1000
Торговый центр жилых районов на: 30 тыс. жит	30-40	1000-1200
45	45-55	1400-1600
Общегородской торговый центр на: 30 тыс. жит	30-40	1000-1200
50	45-55	1400-1600
150	100-150	3500-4500
300	200-250	7000-8000

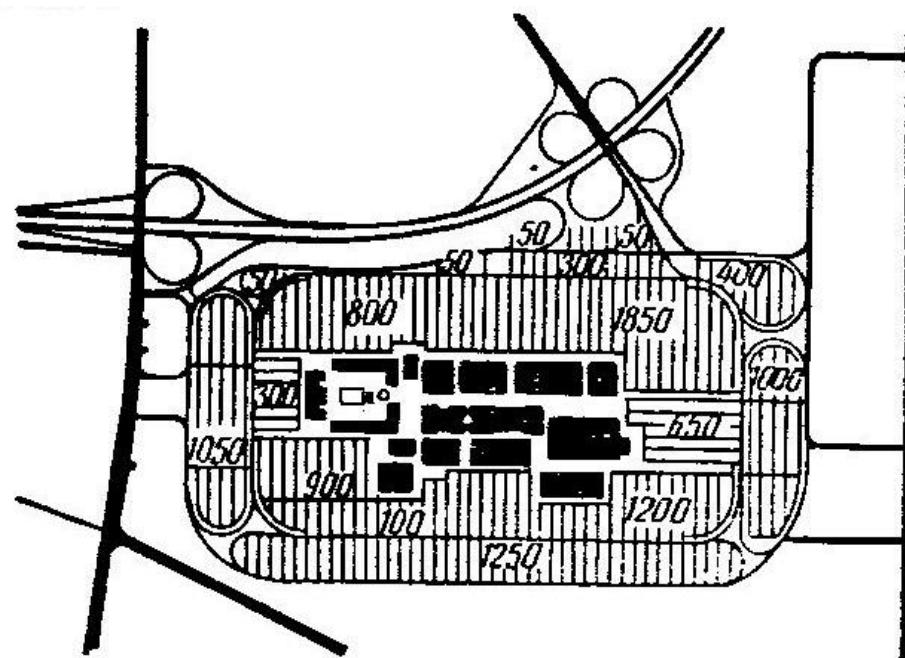


Схема организации автостоянок и подъездных путей в торговом центре Рузвельд-Филд (Нью-Йорк, США)

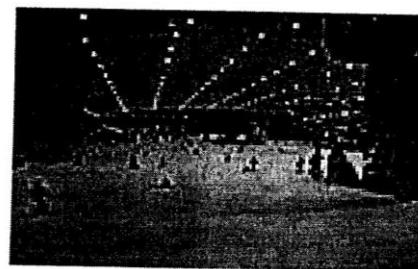
Вид центра	Общая рабочая площадь м/2	В том числе в % к рабочей площади			
		Продовольственныи магазин	Промтоварный магазин	Предприятия общественного питания	Предприятия коммунально-бытового обслуживания
Микрорайонный* центр торгово-бытовые предприятия	1200-2000	30	7	36	27
Торговые центры жилых районов	5000-6000	20	35	13	32
Торговые центры городского значения	10000-25000	14	65	13	8

*В общественном центре микрорайона примерно 32% общей рабочей площади занято помещениями общегородского назначения (универсальный зал, клубные комнаты и др.)

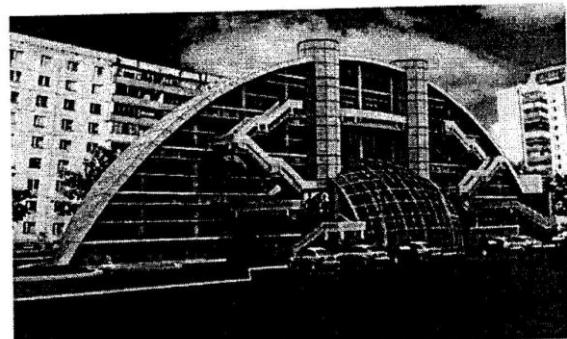
Примеры торговых центров



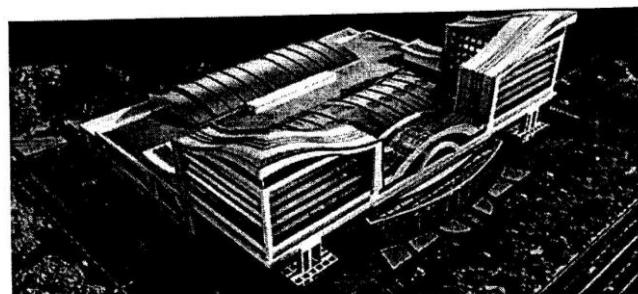
«Пассаж» в Санкт-Петербурге,
фото 1902 года



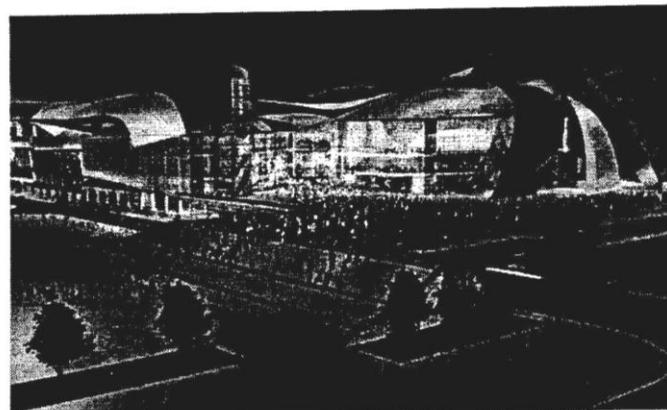
Горнолыжный спуск в «Ski Dubai»
торгового центра «Mall of the Emirates»



Akva Plaza (Киев)



Prime Plaza Almaty (2011)



Mall of Russia (Moskva city)



One New Change London

II.2.2. Отечественный опыт

Рассматривая практику проектирования и строительства предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания следует отметить, что организация сети обслуживания все еще носит стихийный характер и имеет ряд крупных недостатков. К основным из них относятся: отсутствие четкой структуры сети торгового и бытового обслуживания, многочисленность и измельченность типов предприятий, размещение предприятий в основном в первых этажах жилых домов.

В этих условиях организация системы комплексного обслуживания населения чрезвычайно затруднена. Кроме того, перечисленные недостатки отрицательно влияют на экономическую эффективность строительства и эксплуатации указанных предприятий, сдерживают индустриализацию строительства, а также внедрение прогрессивных форм торговли и обслуживания.

Как показывают практика и научные исследования, наиболее рациональной и эффективной является ступенчатая система организации сети обслуживания, которая соответствует частоте и характеру общественного потребления (повседневное, периодическое, эпизодическое) и в то же время отвечает планировочной структуре современного города (микрорайоны — жилые районы — город в целом).

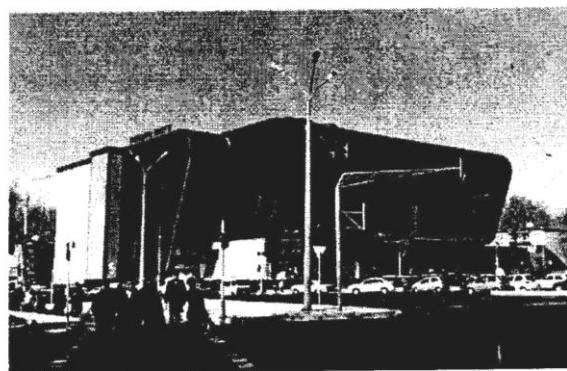
Торговый центр является одним из основных звеньев этой ступенчатой структуры. Он состоит из группы предприятий розничной торговли, общественного питания и коммунально-бытового обслуживания, которые в совокупности обеспечивают комплексное удовлетворение спроса населения.

В торговом центре организуются крупные предприятия, которые могут предоставить населению широкий ассортимент продовольственных и промышленных товаров и разнообразные виды бытовых услуг.

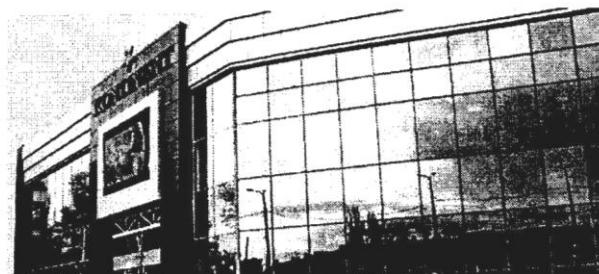
Посетитель получает возможность делать свои покупки в одном месте, что способствует экономии времени и сил.

Кооперации предприятий достигаются снижение стоимости строительства и сокращение затрат на работы по прокладке коммуникации и благоустройству участка. Сокращение расходов на эксплуатацию достигается уменьшением числа административного и обслуживающего персонала, механизацией технологических процессов и интенсивностью использования площадей здания.

ТРЦ – новый тип копированного здания, который представлен в г. Ташкенте всего несколькими зданиями: ТРЦ «РОУТАХТ» в центре города, «Mega Planet на Юнус Абаде, «Integro» на Чиланзаре, торговый центр «Tashkent» на площади «Чар-су», «Kontinent» на саперной площади.



Mega Planet Tashkent



ГЛАВА II. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТРЦ

II.1. Природно-климатические факторы

Градостроительство, т.е. теория и практика планировки и застройки городов, охватывает широкий комплекс социально-экономических, архитектурно-художественных, санитарно-гигиенических и технических проблем. Город, человек, общество, природа тесно взаимосвязаны при решении основных задач преобразования и совершенствования среды населенных мест.

Учет природных условий в градостроительстве - необходимая предпосылка решения глобальной проблемы охраны и преобразования окружающей среды и создания научно обоснованных взаимосвязей человека с природой

Создание равноценных условий труда, быта и отдыха для населения всех городов страны, несмотря на многообразие их природно-климатических условий, различие размеров и народнохозяйственного профиля, - важнейшая задача - градостроителей. В нашей стране, не все районы равнозначны для градостроительства с точки зрения природно-климатических условий.

Эффективность решения проблемы учета природных условий в градостроительстве обеспечивается комплексным подходом и преемственностью на всех уровнях: общегосударственном, региональном, в рамках складывающихся систем расселения, отдельных городов, жилых районов - вплоть до благоустройства жилой территории и ландшафтного дизайна.

Учитывая, что климат относится к основным факторам внешней среды, градостроители ведут всесторонний учет природно-климатических условий при

планировке и застройке населенных мест, улучшая тем самым микроклимат. Разрабатываются эффективные мероприятия, компенсирующие, смягчающие или устраняющие недостатки естественных условий среды, а также максимально используются благоприятные природные факторы.

Многовековая практика градостроительства имеет множество примеров удачного сочетания средств архитектуры с природой, свидетельствующих об огромном разнообразии планировочных и композиционных приемов при решении отдельных градостроительных задач, наиболее отвечающих местным природно-климатическим условиям, что оказывает положительное влияние не только на условия жизни и быта людей, но также и на экономику строительства, его функциональные и эстетические качества.

Необходимо все-таки признать, что проблема учета природно-климатических факторов при проектировании городов, в том числе и вопросы формирования улучшенного микроклимата в городской среде, все еще остаются не всегда решенными. Отсутствует и научная обобщенная база по данной проблеме.

Правильный и всесторонний учет природно-климатических условий при проектировании и строительстве населенных мест требует согласованной работы архитекторов, климатологов, гигиенистов и специалистов ряда смежных областей науки.

Разнообразие природно-климатических условий обуславливает существенные различия в формировании населенных мест и особенности расселения в пределах отдельных географических зон. Эти разнообразия могут быть выявлены в результате ландшафтно-климатической оценки территорий на основе раскрытия естественных возможностей с учетом потребностей в создании благоприятной городской среды для

жизнедеятельности человека. В свою очередь формируются отношения человека к окружающей природе, выявляются пути ее преобразования и хозяйственного развития различных природных зон.

Люди привыкли к определенному способу использования территорий. По той или иной причине в их сознании отпечатались конкретные представления о среде и выработались меры как по использованию благоприятных природных факторов, так и средства, снижающие действие отрицательных явлений.

Когда человек находится в помещении, он защищен от влияния внешних метеорологических факторов. Нормальные бытовые условия в жилище могут быть обеспечены соответствующими планировочными, конструктивными и техническими средствами.

В то время, когда человек находится вне помещения, он подвергается непосредственному воздействию внешних метеорологических факторов, активность и изменчивость которых на территории не всегда поддается существенному регулированию.

Климат как динамичный фактор изменяется во времени и в пространстве. Он по-разному отражается на отдельных функциональных элементах города. Некоторые элементы города могут усиливать неблагоприятные воздействия климата, а другие, наоборот, смягчать. Подобное явление чаще всего наблюдается и в условиях естественного ландшафта.

Выбор практических мер, снижающих отрицательное действие климата зависит от степени дискомфортиности метеорологических факторов и от качества ландшафтных устройств территории, предопределяющих

основные мероприятия по созданию благоприятной среды в населенных пунктах.

Элементами ландшафта, влияющими на решение градостроительных задач, являются: рельеф местности, от которого зависит характер планировки и застройки; типология зданий; трассировка дорог, улиц и инженерных сетей;

- почва и растительный покров, обуславливающие возможности и рациональные нормы озеленения населенных пунктов; а также необходимость в агротехнические приемы по улучшению почвы;
- гидрологические ресурсы, оказывающие влияние на выбор источников водоснабжения (открытый, подземный или опреснительные установки), и установление норм расхода воды на способы мелиорации территории (осушение, орошение и обводнение);
- видовые качества местности, влияющие на построение архитектурной композиции, создание образов архитектуры, характерных для того или иного типа ландшафта;
- геологические условия, влияющие на конструктивные и типологические решения зданий и сооружений.

В климате определяющими факторами являются:

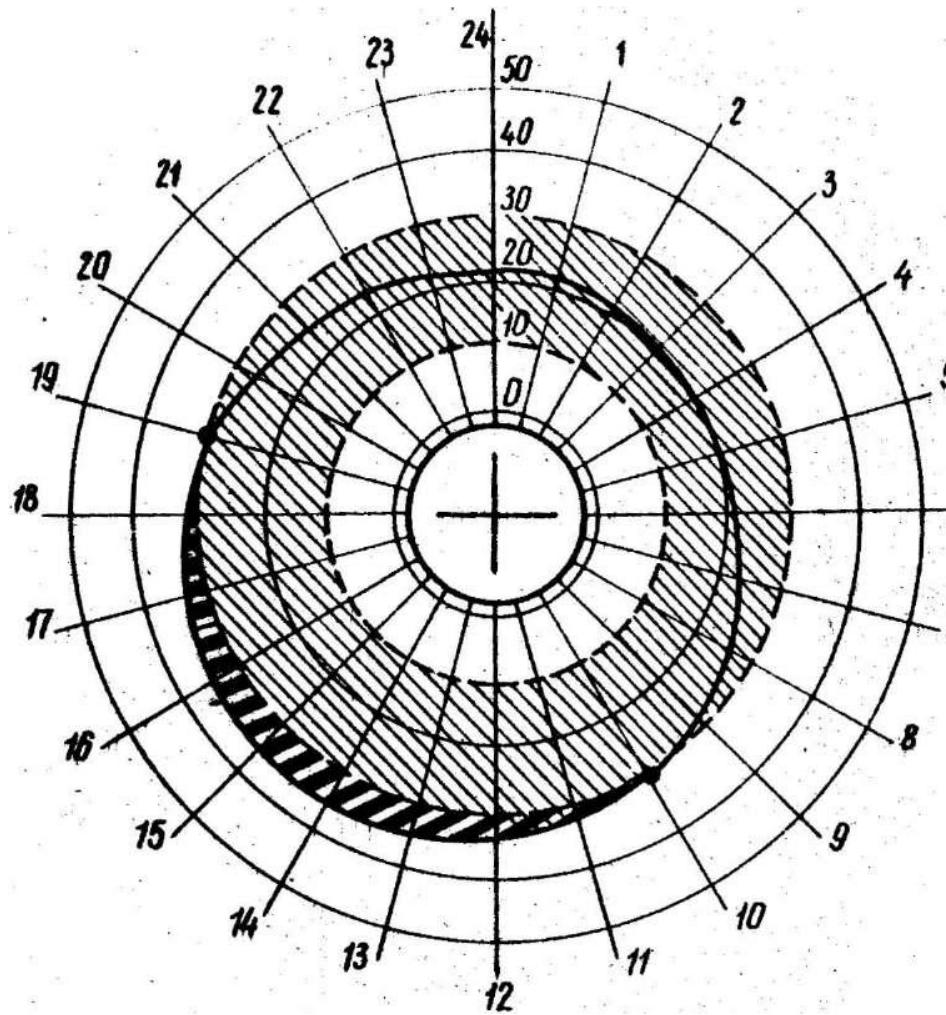
- интенсивность солнечной радиации, обуславливающая характер температурно-влажностного режима;
- ветровой режим местности, оцениваемый по степени влияния ветра на тепловое состояние человека, микроклимат населенных мест, расположение отдельных функциональных зон города и на типологию жилища;
- продолжительность воздействия климатических факторов, выраженных в погодах и обуславливающих образ быта населения

(связь жителей со средой), особенности использования и режим полива городских территорий.

Комплексный учет влияния ландшафта и климата позволяет рассматривать населенные пункты как часть среды, в которой они расположены, и принимать специфические решения, соответствующие ландшафтно-климатическим условиям.

Вся жизнь человека, его работа и отдых проходят при постоянном воздействии на него окружающей среды. В связи с этим различные климатические условия требуют активного приспособления к ним застройки и благоустройства, а также разработки количественных показателей по их учету. Пути решения этой задачи тесно связаны с привычным ритмом жизни человека в течение суток, сезона и года, характерных для определенных погодных условий.

В условиях Узбекистана весной, осенью и большую часть зимы днем *температура* воздуха невысока и ее максимум ниже 30°C. Летом, когда особенно жарко, наиболее благоприятным *временем* для человека является утро. После захода солнца температура воздуха приближается к комфортной.



Зона комфорта на открытом воздухе



Зона дискомфорта

Типичный ход суточной температуры наружного воздуха
в г. Ташкенте (июль-август).

II.2. Социально-экономические условия

В новых типах общественных и жилых зданий, организованных в стройную ступенчатую систему коллективного культурно-бытового обслуживания, заключены большие резервы экономии строительных и эксплуатационных затрат (по сравнению с традиционной системой расселения и культурно-бытового обслуживания при действующих типах зданий). Экономический эффект достигается во всем городском хозяйстве и



в отдельных его частях. Таковы органичные преимущества коллективного устройства быта. Иначе и не может быть. Даже если бы мы ограничились только упорядочением организации сетей и типов общественных зданий, т. е. кооперированием и укрупнением зданий на основе ступенчатой системы, то и при этом удалось бы получить значительную экономию.

Размещение торгово-бытовых предприятий в торговых центрах позволяет существенно сократить количество типовых проектов и обеспечить возможность вести комплексную застройку жилых массивов.

При концентрированном размещении торгово-бытовых предприятий создаются предпосылки для внедрения индустриальных полносборных конструкций в строительство обслуживающих предприятий, что облегчит переход к современным индустриальным методам возведения зданий и сократит сроки их строительства.

Переход от рассредоточенного строительства отдельных торгово-обслуживающих предприятий к упорядоченному возведению торговых центров позволит достигнуть существенной экономии в области строительства и эксплуатации. Экономия при строительстве обусловливается сокращением строительного объема зданий торговых центров по сравнению с объемом отдельных зданий эквивалентной вместимости. Сокращение объема достигается, прежде всего, за счет объединения ряда административно-хозяйственных, подсобно-технических и некоторых производственных помещений, что позволяет сократить их суммарную площадь и повысить интенсивность использования, применяя более высокопроизводительное оборудование и механизмы. Известное удешевление достигается также за счет сокращения строительно-монтажных работ при укрупнении зданий.

По сравнению с рассредоточенным концентрированное размещение зданий торгово-бытового обслуживания позволит сократить суммарную площадь участков, отводимых под строительство, и соответственно снизить

расходы на благоустройство (асфальтирование территории, прокладку подъездных путей, ограждение, озеленение и др.) и прокладку коммуникации.

Уменьшение эксплуатационных расходов может быть достигнуто за счет сокращения административного и обслуживающего персонала, широкого внедрении новых, прогрессивных форм обслуживания, автоматизации и механизации технологических и производственных процессов и сокращении расходов на содержание помещении (отопление, вентиляция, уборка и пр.).

Типы торговых центров должны строго соответствовать ступенчатой системе торгово-бытового обслуживания населения, которая в свою очередь увязывается с планировочной структурой города. Изложенная в общем виде система торгово-бытового обслуживания имеет трехступенчатую структуру (микрорайон — жилой район — город). Однако эта структура трансформируется в соответствии с величиной города и его планировочной структурой. Так, в малых городах сеть торгово-бытовых предприятий должна иметь двухступенчатую структуру (предприятия общегородского и районного значения сливаются в один центр), а в более крупных городах целесообразно иметь сеть, построенную по трехступенчатой системе. В рабочих поселках предприятия всех трех ступеней сливаются в единый центр.

Величина предприятий, входящих в состав торгового центра, определяется численностью населения планировочного подразделения селитебной территории, на обслуживание которого рассчитан этот центр, и расчетными показателями, дифференцированными в соответствии со ступенчатой системой торгово-бытового обслуживания.

Бурный рост населения обуславливает необходимость решения социальных проблем, среди которых одна из неотложных - обеспечение населения полноценным общественным обслуживанием.

Климатические условия, характер труда, уклад жизни предъявляют к типам зданий общественного назначения специфические требования как в организации функциональных структур, так и в размещении их в структуре города.

Существует определения системы ценности, представляющая собой наиболее значимое составляющее культуры и служащая практическим ориентиром в поведении людей. Такая ценностная система отличалась стабильностью на протяжении десятилетий и преемственностью передачи и освоения культурных стереотипов. В связи со стремительными переменами, происходящими во многих странах и принесшими с собой политический, экономический, социальный и культурный кризисы, стало характерным состояние некоторой растерянности перед лицом разнообразия. В настоящее время общество все активнее переосмысливаются представления о наиболее совершенном развитии личности; причинах социального расслоения населения, ставшего приметой времени, интенсивности потребления культурных ценностей, формировании культурных стереотипов, эстетических вкусов, норм и идеалов, расширенным культурного пространства при непременном сохранении территориального своеобразия культур.

Принимая во внимание динамику, специфику и эффективность поддержания роли торгово-развлекательных центров комплексного типа, отмечается существенное повышение популярности этих учреждений у населения. Изучение феномена успешности развития сети торгово-развлекательных центров предполагает раскрытие таких культурно-образовательных программ и мер, которые позволили бы с минимальными потерями выйти из кризисного для всей социальной и культурной жизни положения в стране. Актуальность исследования обусловлена еще и тем, что 'самостоятельная ориентировка человека в новых условиях досуга возможна лишь тогда, когда он владеет инвариантной основой одного из видов

предметной деятельности или методом, действиями, пригодными для любого варианта участия в деятельности торгово-развлекательных центров. В дальнейшем мы устанавливаем, что, изучив креативную направленность культурно-досугового процесса в торгово-развлекательных центрах комплексного типа, мы указываем на -возможности укрепления ее основ с целью осуществлять конкретные социально-педагогические действия с ориентацией на улучшение социально-культурного климата. Тем самым данный анализ позволит раскрыть возможности оптимизации культурных процессов, непосредственно ведущей к стечению эффективного поддержания роли торгово-развлекательных центров комплексного типа досуг населения.

На примере зарубежных мировых лидеров в развитии сферы досуговой деятельности в торгово-центрах комплексного типа - мы получаем уникальную возможность познакомиться; нововведениями в этих странах, осмыслить и применить и на почве Узбекистана все то ценное, что за рубежом на протяжении уже нескольких десятков лет. За последние 5 лет в Ташкенте появились несколько объектов ТРК. К ним можно «Mega Planet на Юнус Абаде, «Integro» на Чиланзаре,, «Роутакси» в центре города. Они призваны население не только своего района, но и всего города, Они включают в себе торговлю, питание и элементы организации досуга, как для взрослых, так и для детей. Стратегия совершенствования системы обслуживания населения города направлена на равных условий в различных его градостроительных частях, отличающихся социально - специфическими показателями и соответствующими им планировочной структурой, плотностью застройки и сложившимися особенностями обеспечения потребностей населения в сфере культурно- бытовых и торговых услуг.

Основная задача - устранение противоречий, возникающих в условиях быстро меняющихся жизненных потребностей и длительно существующей стабильной материальной среды города, создание таких систем обслуживания и типов зданий, которые позволяли бы их изменять в

зависимости от конкретных градостроительных условий и экономических все возможностей с учетом развития систем по мере роста - потребностей населения в будущем.

II.3. Градостроительно-планировочные условия

Возникновение новых видов и форм общественного обслуживания, обогащение новыми функциями сложившихся обслуживающих учреждений, усложнение взаимосвязей между ними ведут к перестройке существующей системы центров, связанной с усовершенствованием и развитием их функциональной и пространственно-планировочной структуры. Проблема достижения согласованности между расширяющимся многообразием типов обслуживающих учреждений усложняющейся структурой функциональных взаимосвязей, одной стороны, и планировочными средствами реализации этих процессов с другой является особенно актуальной для общественных центров общегородского значения.

В связи с наметившейся тенденцией укрупнения и специализации учреждений культурно-бытового и торгового обслуживания возникают крупные торговые центры, порождающие большие объемы связей с населением и активно воздействующие на планировочную ситуацию в общегородском и локальном масштабах. Создание крупных торговых центров, рассчитанных на население города планировочного района и тяготеющих к нему населенных мест, связано с реализацией возрастающего многообразия предложений и необходимостью удовлетворения повышенных требований к уровню обслуживания. Процесс их образования, носящий в условиях малой исследованности проблемы во многом случайный, изолированный характер, не может рассматриваться в отрыве от направлений совершенствования всей системы общественного обслуживания, без учета усиливающейся взаимосвязи с формированием планировочной структуры общегородского центра, в частности центров планировочных районов.

Крупные ТРЦ - важное звено в системе общегородского обслуживания, формирование которых должно преследовать в качестве одной из главных целей создание предпосылок урегулирования общегородских культурно-бытовых, торговых связей населения - одной из основ нормального функционирования города. В то же время, такие центры должны получить структуроформирующее значение по отношению к району, в котором они расположены. В процессе развития функции общегородского центра различные его элементы, и в том числе крупные торговые центры, оказываются в зонах города с различными типологическими характеристиками. Характер складывающегося при этом взаимодействия между торговым центром и зоной, в которой он размещен, с одной стороны, во многом определяет пути формирования пространственно-планировочной структуры последней, а с другой - оказывает обратное влияние на специфику функционирования самого центра.

В теоретических и проектных разработках последних лет большое внимание уделяется вопросам формирования такого рода центров различного профиля, специализации, величины и назначения. Разрабатываются вопросы типологии, номенклатуры, емкости, технологии функционирования, общие принципы их размещения в расчете на население города и взаимосвязанной с ним группы населенных мест. Однако вопросы, связанные с влиянием различного градостроительного окружения, в котором располагаются крупные торговые центры, на их функциональное и пространственно-планировочное решение, а также обратного влияния их размещения на функционирование прилегающей городской территории остаются малоисследованными.

Одним из важных условий взаимосвязанного исследования проблемы торговый центр - планировочные условия его размещения является изучение структуры обслуживаемого им контингента покупателей.

Предпочтение отдается посещению объектов торговли в районе мест приложения труда, жительства, либо по пути следования с работы домой.

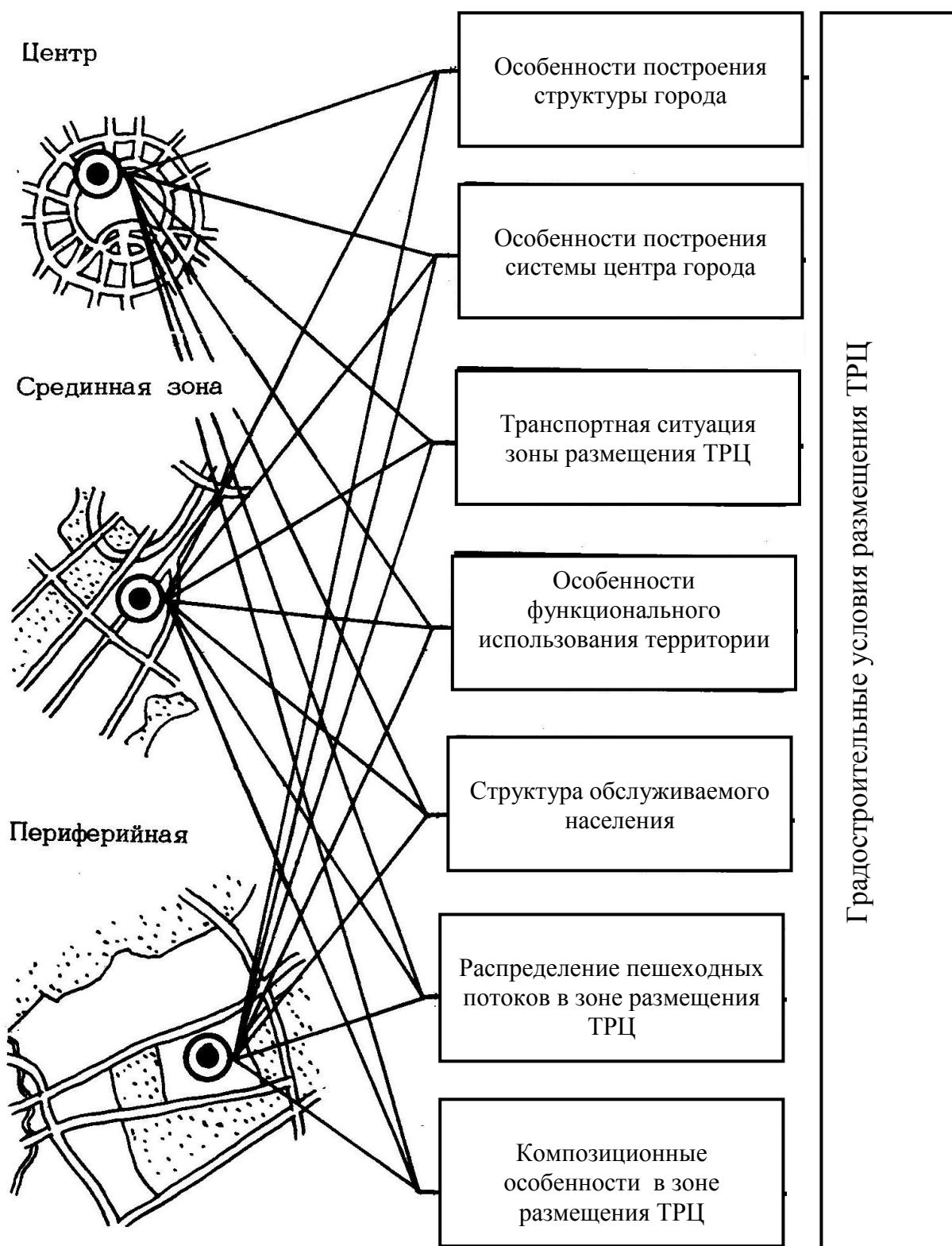
Проблема совершенствования размещения крупных торговых центров не может быть решена без учета многообразных условий их функционирования в структуре города как единого целого.

Воздействие крупного ТРЦ на планировочную ситуацию района его расположения определяется, прежде всего, существованием мощных пешеходных и транспортных потоков. Потоки пешеходов, генерируемые крупным торговым центром, характеризуются интенсивностью, значительным объемом и стабильностью направления. Максимальное значение этих потоков приближается по величине к потокам пешеходов от железнодорожных вокзалов пригородного сообщения или к станциям метро в час пик.

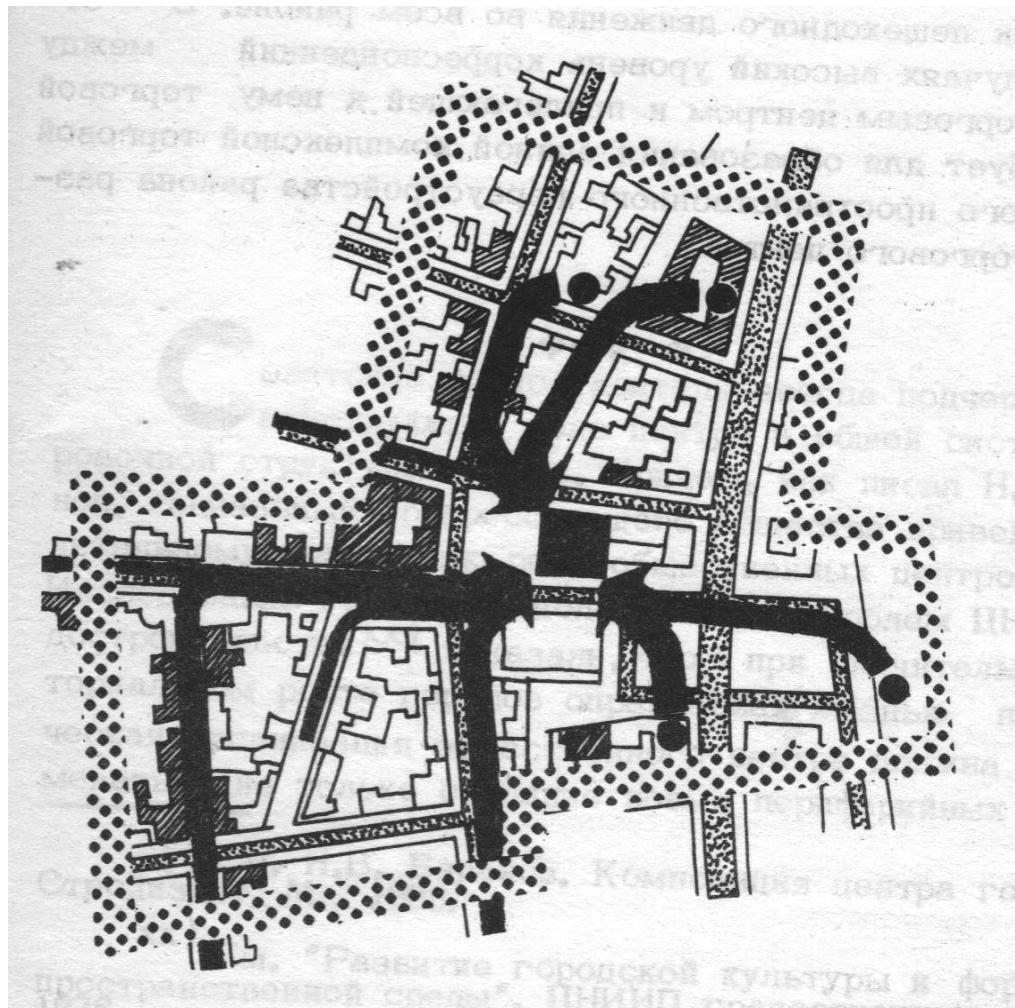
Каждая торговая зона может сложиться в любой типологической ситуации города. Однако если для центральной части города характерно существование всех трех типов зон, то для остальной территории наиболее характерной является ситуация разрозненного размещения учреждений торгово-бытового обслуживания с очаговыми вкраплениями полукомплексных торговых зон, сформировавшихся в узлах наибольшей притягательности населения (вблизи вокзалов, транспортных узлов, станций метро, около рынков). Комплексность торговой зоны способствует сокращению непроизводительных перемещений, связанных с отсутствием необходимого ассортимента товаров в торговой зоне. Появление такого рода перемещений ведет к увеличению затрат времени населения, перегружает работу общественного транспорта, снижает эффективность работы учреждений торговли.

Исследование фактических условий функционирования крупных торговых центров, особенностей их взаимодействия со сложившейся средой

города позволяет сформулировать ряд градостроительных требований к размещению крупных торговых центров.



Размещение крупных ТРЦ



Негативные характеристики района размещения ТРЦ

- | |
|--|
| • пересечение района размещения ТРЦ транспортными потоками |
| • перегрузка прилегающих учреждений обслуживания |
| • перегрузка линий общественного транспорта |
| • загромождение дворов подвозящим транспортом |
| • разрушение элементов благоустройства и озеленения |
| • нарушение ритма функционирования прилегающих архитектурных ансамблей |



Пешеходные потоки



Специализированные магазины



Застройка



Крупный ТРЦ



Станции скоростного общественного транспорта

Размещение крупного торгового центра в сложившемся ядре города

ГЛАВА III. ПРИНЦИПЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ТРЦ В ПЛАНИРОВОЧНОЙ СТРУКТУРЕ ГОРОДА

III.1. Основные объемно - планировочные и функциональные Параметры ТРЦ

Торговый центр (ТЦ)- это совокупность предприятий торговли, услуг, общественного питания и развлечений, подобранных в соответствии с концепцией и осуществляющих свою деятельность в специально спланированном здании (или комплексе таковых), находящемся в профессиональном управлении и поддерживаемом в виде одной функциональной единицы.

Первоначально выделились районные, окружные и региональные ТЦ. Позже добавились микрорайонный, суперрегиональный центр и различные менее общепринятые типы центров. Для каждого типа ТЦ присущ свой парковочный индекс, определяемый его концепцией и рассчитываемый, исходя из необходимого количества парковочных мест на 100 м. арендной или общей площади. Во всех случаях тип ТЦ и его специализация определяются составом арендаторов и масштабом влияния (размером торговой зоны).

Разработка архитектурно-планировочных решений, а также брокеридж (сдача площадей торгового центра в аренду) проводятся на основании концепции торгового центра.

Торговый центр (нем. Einkaufszentrum, галерея, пассаж, торгово-развлекательный, комплекс, молл) — группа предприятий торговли, управляемых как единое целое и находящихся в одном здании или комплексе зданий, соединённых крытым переходом. По определению Международного

совета торговых центров, торговым центром можно считать группу архитектурно объединенных розничных предприятий, управляемых единой компанией, обеспеченных парковкой и расположенных на специально спланированном участке.

Крупнейшим торговым центром в мире по общей площади является Дубай Молл. В отношении размера торговой площади является шестым по величине в мире. Дубай Молл находится в Объединенных Арабских Эмиратах в Дубае.

Современный торговый центр может представлять собой большой торгово-развлекательный комплекс — многоэтажное здание в стиле хай-тек, в котором кроме магазинов могут находиться также кафе, бары, казино, кинотеатр. Как правило, комплекс оборудован эскалаторами, снабжён парковкой для личного транспорта покупателей и расположен около станций метро и остановок общественного транспорта.

Такой торгово-развлекательный комплекс может представлять собой образец сосредоточия современной массовой культуры.

Торговая зона (Trade Area, Catchment Area) - географическая область, на территории которой проживает или работает подавляющее большинство (около 95%) покупателей торгового центра.

Границы торговой зоны торгового центра, определяются такими факторами, как:

- тип торгового центра;
- пешеходная и транспортная доступность;
- естественные или искусственные физические препятствия;
- наличие конкурентных объектов;

- плотность населения и др.

Обычно выделяют три концентрические зоны влияния:

Первичная торговая зона - это географический сегмент, где проживает 70-80% от общего числа регулярных покупателей или так называемая «опорная» группа. Для городов важным является время пешеходной доступности.

Вторичная торговая зона занимает большую территорию - на нее приходится 15-20% покупателей. На протяженность этой зоны влияет наличие подобных объектов в округе. Хорошая транспортная доступность может значительно увеличивать эту зону.

Третичная (периферийная) торговая зона - это максимальная территория, с которой покупатели притягиваются к торговому центру. Их число может составлять 5-10%. Хотя потенциальным покупателям приходится преодолевать большие расстояния, их могут привлекать хорошая транспортная доступность, определенные группы товаров или услуг, отсутствующие в других центрах, расположение объекта по пути на работу и обратно. В число покупателей приезжающих из этой зоны принято включать транзитных и случайных покупателей, не проживающих в географических пределах третичной зоны. Небольшую, а иногда значительную долю покупателей торгового центра могут составлять туристы.

Границы торговых зон не являются абсолютными и могут изменяться с течением времени или увеличением уровня конкуренции. Реальные границы торговой зоны объекта могут быть определены не ранее чем через 6 месяцев после ввода объекта в эксплуатацию.

Проектирование торгово-развлекательных и торговых центров

Спроектировать оптимальный с точки зрения потребителей и арендаторов торговый центр (ТЦ) или торгово-развлекательный центр (ТРЦ) - задача под силу только специализированной проектно-технологической организации.

Современный торгово-развлекательный комплекс - это идея концентрации разноплановых форм отдыха и торговых площадей. Проектирование торгово-развлекательных центров с размещением довольно большой зоны развлекательного блока (до 30% общего метража) позволяет снизить срок окупаемости объекта и увеличить рентабельность всего комплекса, несмотря на более низкую отдачу с одного квадратного метра площади игровой зоны по сравнению с торговой частью. Развлекательная часть притягивает большое количество посетителей, поэтому привлекательность торговых площадей в таком центре значительно возрастает.

В тоже время проектирование развлекательных центров не менее востребовано. Отличительной чертой развлекательных центров выступает комплексность предоставляемых услуг: кинотеатр, игровая зона, боулинг, бильярд, зона быстрого питания и ресторанный дворик - все пронизано общей концепцией. При проектировании развлекательных центров учитывается, что публика разнообразна, и выделить узкий круг потребителей невозможно, так как такой центр всегда демократичен и доступен для самых широких слоев населения.

Однако при проектировании торговых комплексов необходимо всегда придерживаться основной концепции, чтобы аудитория торговой и развлекательной части как минимум не конфликтовали. Человек определенного социального статуса, прия в развлекательную или торговую часть здания, хочет видеть рядом с собой таких же людей.

Поэтому проектирование торговых зданий и торгово-развлекательных центров должно учитывать совместимость форматов, исходя из общей концепции (концепция включает определение состава арендаторов, ценовой уровень, представленные в ТРЦ бренды и количество их потребителей).

Проектирование и строительство торговых центров, торговых комплексов

Для создания успешного проекта торгового центра требуется сотрудничество специалистов многих специальностей: маркетологов, технологов, проектировщиков, дизайнеров и конечно самих торговцев. В первом приближении, задача проектирования торговых центров, торгово-развлекательных комплексов заключается в планировании покупательских потоков, создании комфортных эмоциональных условий для покупателей, удобных условий для арендаторов. Немаловажную роль при проектировании играет удобство эксплуатации и затраты на ежегодную эксплуатацию здания.

Подготовительный этап. Архитектурному и технологическому проектированию торгового центра или комплекса предшествует большой объем работы, состоящий из следующих этапов:

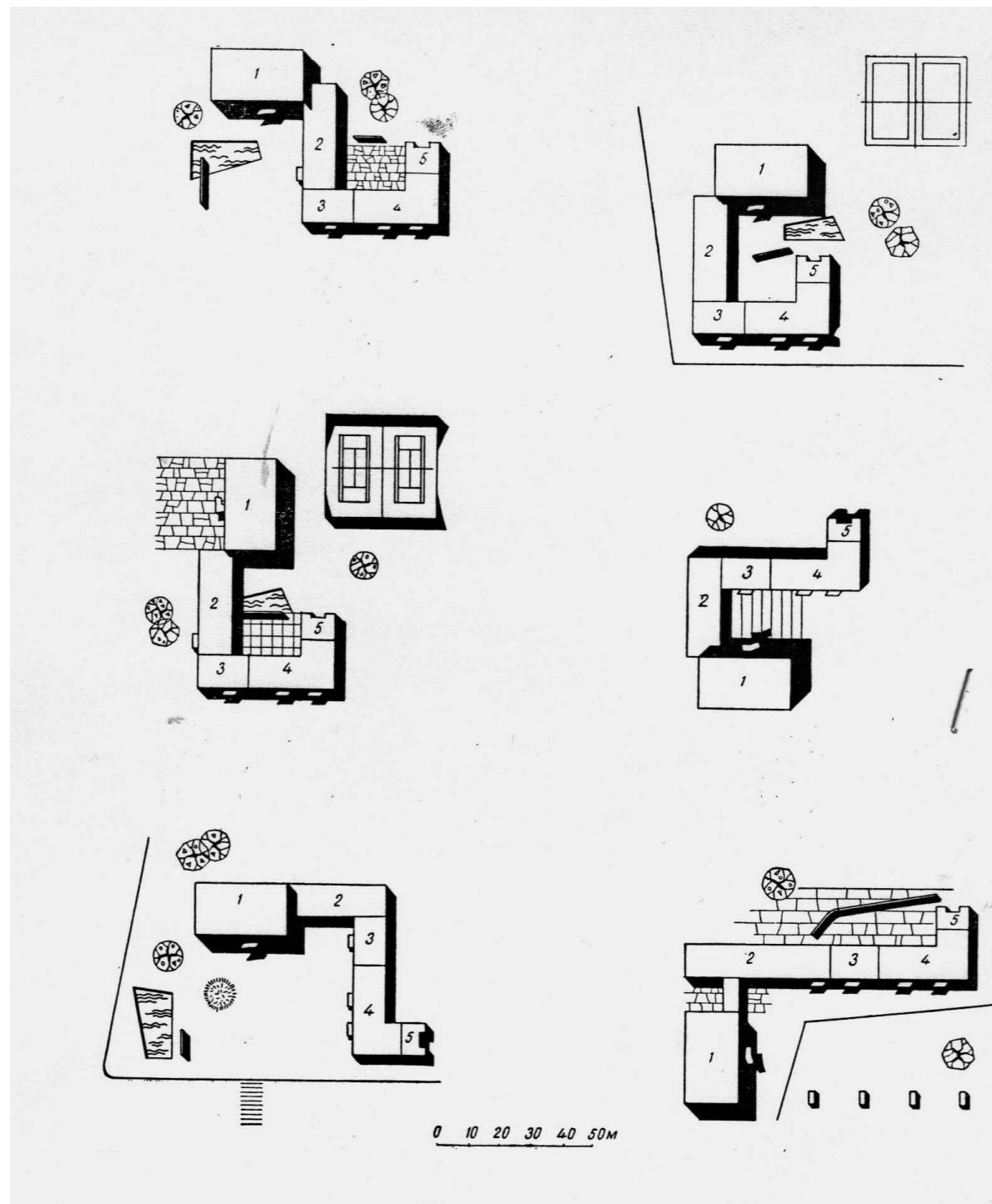
- выбор участка, анализ территории;
- позиционирование и определение концепции торгового объекта;
- выбор определение состава товаров и услуг, анализ списка потенциальных якорных и иных арендаторов, наиболее перспективных для данной территории и конкретного участка;
- посадка здания на участок, выбор оптимального положения относительно объектов инфраструктуры;

- определение этажности, общей площади, распределение площадей по функциям объекта;
- формулирование основных требований к объемно-планировочным решениям и дизайну в зависимости от концепции;
- определение объема покупательских потоков и создание схем движения посетителей;
- определение объема товарных потоков и создание системы внутренней логистики;
- разработка марки и формулирование требований к фасаду, интерьеру, средствам навигации и опознавательным элементам.

Объемно-планировочные решения, технология. Следующий шаг создания проекта - выполнение архитектурного и технологического разделов. Здесь должны быть учтены следующие важные моменты:

- планировка торгового центра должна эффективно направлять и распределять потоки, что бы все арендные площади были доступными и посещаемыми, должно быть уделено внимание правильному расположению магазинов-«магнитов» и арендных мест относительно входа и друг друга;
- планировка торгового центра должна быть удобной для торгово-технологических процесс. Должны быть учтены покупательские потоки, способы доставки, складирования и распределения товара, организованы складские и бытовые помещения, не должно быть пересечения потоков входящего и выходящего товара, открытых путей для хищения;
- способы перехода на верхние этажи (траволаторы, эскалаторы, лифты, лестницы) и их расположение должны быть правильно разработаны с целью формирования потока на верхние этажи;

- фасад и входные группы должны соответствовать концепции и уровню торгового центра, иметь правильную конфигурации по отношению к внешнему потоку;
- принцип «нет парковки - нет торговли»: должен быть предусмотрен удобный паркинг, с возможностью заезды/выезда при разных направлениях маршрута до и после посещения торгового центра - торговый объект должен быть также удобен как для покупателей пользующихся общественным транспортом, так и покупателей живущих в пределах шаг.



Варианты блокировки предприятий при решении центра обслуживания микрорайона из отдельных кооперированных блоков

- 1-клуб ЖЭК;
- 2-столовая;
- 3 — комбинат бытового обслуживания;
- 4 — магазин;
- 5 - приемный пункт прачечной

III.2. Предложение и размещение ТРЦ в структуре г. Ташкента

Мы идём коллективной организации быта и всесторонне развитой общественной и личной жизни людей. Это определяет в принципе, какими должны быть новые виды зданий и комплексов: состав и площади помещений, объемно-планировочная структура жилых и общественных зданий, их наиболее целесообразная этажность, система их взаиморасположения, соотношение их между собой. Тем самым создаются материальные предпосылки ком позиционных решений как целых комплексов, так и отдельных зданий. Одновременно выдвигается за дача — правдиво отразить во внешнем облике зда ний, интерьерах квартир и общественных помещений их назначение, сущность происходящих в них процессов, отразить с помощью современных технических средств и в полном соответствии с нашими эстетическими представлениями о городе.

Величала и местоположение центров устанавливаются исходя из условий рентабельности работы предприятий, размера обслуживаемых районов и системы дорог, дифференцированных по видам транспорта. Существенно также отметить четкое зонирование территории микрорайонов на три функциональных зоны: центр с магазинами, чисто жилая застройка и зона мелких бытовых предприятий. Таким образом, ведущиеся за рубежом работы в области организации сети торгово-бытового обслуживания в новых жилых массивах сложившихся городов представляют большой интерес.

При организации участка ТРЦ прежде всего должны быть установлены оптимальные размеры и правильная взаимосвязь его основных зон — пешеходной, транспортной и хозяйственной, обеспечивающие удобное и одновременно экономичное решение всего комплекса. Имеется также целый

ряд технологических, санитарных и других требований, предъявляемых к отдельным элементам участка.

Пешеходная зона — это главный и наиболее характерный элемент участка торгового центра. Поток пешеходов у таких предприятий значительно превосходит пропускную способность тротуаров, в связи с чем некоторые улицы даже приходится закрывать для транспортного движения. Вопрос об организации пешеходной зоны в торговых центрах является частью большой градостроительной проблемы — создания в городах такой среды, в которой житель чувствовал бы себя в полной безопасности от транспортного движения. Вместе с тем пешеходная зона является тем организующим пространством, которое объединяет отдельные здания торгового окружающей среды (улиц, площадей). Она должна быть органически связана со всей системой пешеходных путей окружающей застройки, а также с транспортными коммуникациями.

По-своему функциональному назначению пешеходную зону можно разделить на три части: территорию, непосредственно примыкающую к магазинам и другим предприятиям, территорию для отдыха и площадки для сезонной торговли.

Перед предприятиями проектируются ровные замощенные площадки или широкие тротуары без ступенек с низким озеленением и газонами, которые должны помочь организации потоков посетителей. На пути движения посетителей устанавливаются отдельно стоящие витрины, киоски, указатели, рекламы.

Для защиты от дождя, снега и солнца применяют козырьки, навесы или галереи на столбах, которые располагаются вдоль фронта предприятий или связывают отдельные здания.

Обычно планировочные и композиционные решения ТРЦ чересчур разнообразны. Они зависят от условий их размещения на территории, состава и вместимости входящих в них предприятий и способа

их взаимного расположения и кооперации. Спецификой комплексов ТРЦ является единство зданий и участка, когда последний служит как бы продолжением торговых залов, залов ожидания, производственных и других помещений. Эта взаимосвязь определяет, в свою очередь, некоторые особенности объемно-планировочных решений и в первую очередь — приемы композиции.

Все объемно-планировочные решения зданий ТРЦ могут быть разделены на две большие группы: для новых жилых районов, где строительство жилых и общественных зданий ведется одновременно, и для сложившейся застройки, где уже имеется какая-то сеть обслуживания и необходимо дополнить и реконструировать ее, создав центры комплексного обслуживания. Поэтому решения, оптимальные для первого случая, не всегда могут быть применены во втором. Это относится и к вопросу размещения здания на участке. Учитывая масштабы нового строительства, основной задачей является выбор наилучших композиционных решений комплексов торговых центров для новых жилых районов.

ТРЦ размещается в городе с учетом равномерного обслуживания населения и обеспечения удобных связей со всеми частями селитебной территории города, местами приложения труда, вокзалами, вблизи основных транспортных магистралей.

Если промышленная зона размещается вблизи селитебной территории города, необходимо при выборе места для ТРЦ учитывать, что большой процент жителей будет пользоваться им по дороге с работы. При значительном удалении мест приложения труда торговый центр размещается независимо от них, однако должен быть удобно связан с ними транспортом. Желательно, чтобы общегородские центры ставились у главных улиц и площадей, избегая транзитных межгородских магистралей.

В общем случае для малых и средних городов характерным является проектирование общегородского торгового центра как части общественного. Входя одним из компонентов в общественный центр, ТРЦ решается, однако, как самостоятельный комплекс, для которого выделяется специальная зона. При этом торговый центр имеет в системе общественного центра в известной степени подчиненное значение. В этом одно из принципиальных отличий построения центров наших городов от зарубежной практики, где обычно доминирует торговый сектор ТРЦ городского значения больших и крупных городов обычно решаются как самостоятельные комплексы входящие в общую систему общественного и административного центра.

При решении генерального плана ТРЦ городского значения основными требованиями являются: четкое зонирование его территории и правильное размещение по отношению к транспортным магистралям. Особое внимание следует уделять организации удобных и безопасных подъездов, не нарушающих пешеходную зону.

Во всех случаях при условии хорошей связи с районами города торговый центр должен быть изолирован от транспортного движения.

Поэтому транспортные магистрали и улицы не должны пересекать ТРЦ а лишь примыкать к границам. Торговые центры необходимо отодвигать от транспортных магистралей не менее чем на 20—50 м в зависимости от величины центра и его композиции и отделять полосами зеленых насаждений. Расстояние до остановок общественного транспорта не должно превышать 200 м. Подъезды к торговому центру не должны нарушать транзитное движение по магистрали. Поэтому их лучше устраивать с второстепенных улиц или располагать на расстоянии не менее 100 м от перекрестков.

Возникновение новых видов и форм общественного обслуживания, обогащение новыми функциями сложившихся обслуживающих учреждений, усложнение взаимосвязей между ними ведут к перестройке существующей

системы центров, связанной с усовершенствованием и развитием их функциональной и пространственно-планировочной структуры. Проблема достижения согласованности между расширяющимся многообразием типов обслуживающих учреждений и усложняющейся структурой функциональных взаимосвязей, с одной стороны, и планировочными средствами реализации этих процессов с другой является особенно актуальной для общественных центров.

В связи с наметившейся тенденцией укрупнения учреждений культурно-бытового и торгового обслуживания возникают крупные торговые центры, порождающие большие объемы связей с населением и активно воздействующие на планировочную ситуацию в общегородском и локальном масштабах. Создание крупных центров, рассчитанных на население планировочного района города связано с реализацией возрастающего многообразия предложений и необходимостью удовлетворения повышенных требований к уровню обслуживания. Процесс их образования, носящий в условиях "малой исследованности проблемы во многом случайный, изолированный характер, не может рассматриваться в отрыве от направлений совершенствования всей системы общественного обслуживания, без учета усиливающейся взаимосвязи с формированием планировочной структуры общегородского центра, в частности центров планировочных районов.

Крупные торговые центры - важное звено в системе общегородского обслуживания, формирование которых должно преследовать в качестве одной из главных целей создание предпосылок урегулирования общегородских культурно-бытовых торговых связей населения - одной из основ нормального функционирования города. В то же время, такие центры должны получить структуро - формирующее значение по отношению к району, в котором они расположены. В процессе развития функции общегородского центра различные его элементы, и в том числе крупные

торговые центры, оказываются в зонах города с различными типологическими характеристиками. Характер складывающегося при этом взаимодействия между торговым центром и зоной, в которой он размещен, с одной стороны, во многом определяет пути формирования пространственно-планировочной структуры последней, а с другой - оказывает обратное влияние на специфику функционирования самого центра.

Одним из важных условий взаимосвязанного исследования проблемы "торговый центр - планировочные условия его размещения" является изучение структуры обслуживаемого им контингента покупателей.

Предпочтение отдается посещению объектов торговли в районе мест приложения труда, жительства, либо по пути следования с работы домой.

Проблема совершенствования размещения крупных торговых центров не может быть решена без учета многообразных условий их функционирования в структуре города как единого целого.

Воздействие крупного торгового центра на планировочную ситуацию района его расположения определяется прежде всего существованием мощных пешеходных и транспортных потоков. Потоки пешеходов, генерируемые крупным торговым центром, характеризуются интенсивностью, значительным объемом и стабильностью направления. Максимальное значение этих потоков приближается по величине к потокам пешеходов от железнодорожных вокзалов пригородного сообщения или к станциям метро в час пик.

Основными градостроительными условиями размещения торговых центров являются:

1. Особенности построения структуры города.
2. Особенности построения системы, центра города.
3. Транспортная ситуация зоны размещения торгового центра.
4. Особенности функционального использования территории.
5. Структура обслуживаемого населения.

6. Распределение пешеходных потоков в зоне размещения торгового центра
7. Композиционные особенности зоны размещения торгового центра,

ЛИТЕРАТУРА

1. А.Н. Римша. Градостроительство в условиях жаркого климата. Москва, 1979.
2. В.М. Фарсанов. Архитектура гражданских зданий в условиях жаркого климата. Москва, 1982.
3. Л.И. Кирилова и др. Архитектурная композиция жилых и общественных комплексов. Москва, 1976.
4. Г.А. Градов. Город и быт. Москва, 1968.
5. Н.В. Максименко. Объединенные общественно-транспортные комплексы. Москва, 1968.
6. Х.К. Турсунов и др. Реконструкции по организации центров общественного обслуживания населения в городах и системах населенных мест Узбекистана. Ташкент, 1991.
7. Т.Ф. Кадирова. Пути архитектурного возрождения Узбекистана за XX – начала XXI вв. Ташкент, 2007.
8. А.В. Кочетко. Развитие инфраструктуры в условиях систем группового расселения. Москва, 1974.
9. З.Н. Яргина, К.К. Хачатрянц. Социальные основы архитектурного проектирования.
10. И.Е. Режина, А.И. Урбах. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений. Москва, 1985.
11. А.М. Журавлев, В.И. Рабинович. Для народа созданные. Москва, 1978.
12. Проблемы формирования общественных центров городов. Сборник научных трудов. Москва, 1978.
13. X. Pulatov. Shaharsozlik tarixi. Toshkent, 2008.

14. D.U. Isamuxamedova, L.A. Adilova. Shaxarsozlik asoslari va landshaft arxitekturasi. 1-qism, Toshkent, 2009.
15. Л.Г. Эдуардо. Размещение системы предприятий торговли и организации обслуживания населения в городах-центрах провинции Республики Куба. Автореферат на соискателя ученной степени кандидат архитектуры. Москва, 1986.
16. Правила застройки городов и поселков Узбекистана. Ташкент, 1980.
17. Справочник проектировщика. Градостроительство. Москва, 1978.
18. О.В. Юферов. Планирование социальной бытовой инфраструктуры. Москва, 1990.
19. Перспективы развития супермаркетов в Санкт-Петербурге. Доклады 58-й научной конференции профессоров, преподавателей, научных работников, инженеров и эсджрантов университета. ч.2., СПбГАСУ, - СПб.,- 2001..
20. Торговые центры в Германии. Доклады 59-й научной конференции профессоров, преподавателей, научных работников, инженеров и аспирантов университета. Ч.2., СПбГАСУ,-СПб.,- 2002.
21. А.Л.Урбах и др. Малые и средние города шдзоекпта. совершенствования торгового обслуживания Архитектура и строительство Подмосковья. - 1984. - № 1. .
22. В.Л. Кулага, В.Г Курышев. Общественные центры в сложившейся жилой застройке. - М.: Стройиздат, 1981.
23. Основные подходы к определению параметров торговых центров в зависимости от места их расположения (на примере Санкт-Петербурга). Доклады 56-й научной- технической конференции молодых ученых. ч.3., СПбГАСУ, - СПб.,- 2004.

24. Е.С. Пронин. Формирование городских центров. - М.: Стройиздат, 1983.
25. О. Будза. Общественно-развлекательный комплекс нового тысячелетия. Строительство и реконструкция. - 2000. - №2(51).
26. В.В. Емец. Архитектура общественно-торговых центров в историческом ядре крупнейшего города (на примере г. Москвы): дис. кан. арх. - М., 2003.
27. С. Момынова. Формирование стратегии развития предприятий (на материалах торговых домов и гипермаркетов Казахстана).: дисс. кан. экон. наук. - Алматы, 2004.
28. ШНК 2.07.01-03 Градостроительство планирование развития застройки территорий городских и сельских населенных пунктов. Ташкент, 2006.
29. Х.К. Турсунов. Социально-демографические предпосылки формирования системы культурно-бытового обслуживания в городах Узбекистана. Журнал СиА Узбекистан. №3/90.
30. Рекомендации по проектированию жилой застройки в городах Узбекистана. (Совершенствование системы общественного обслуживания населения крупных городов). Ташкент, 1977.

