

MAVZU : SAVDO KOMPLEKSLARI HAQIDA (SUPERMARKET VA GIPERMARKETLAR)



Bajardi : Kamolov G'

- ▶ O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI
 - ▶ TOSHKENT ARXITEKTURA QURILISH INSTITUTI
 - ▶ ARXITEKTURA FAKULTETI
 - ▶ “ARXITEKTURA LOYIHALASH” kafedrası
 - ▶ BINO VA INSHOATLAR TIPOLOGIYASI fanidan

▶ KURS ISHI

- ▶ MAVZU: SAVDO KOMPLEKSLARI HAQIDA (SUPERMARKET VA GIPERMARKETLAR)

- ▶ GURUH: 2-16 Au
- ▶ TALABA: Kamolov G'
- ▶ RAHBAR: Shukurullo Yunusov Hayrullayevich

- ▶ TOSHKENT – 2017

Reja :

1. Savdo markazlari turlarining rivojlanishi
2. Savdo markazlari klassifikatsiyasi va xizmat ko'rsatish tizimining tashkiliy prinsplari
3. Transport va piyodalar harakatlanuvchi yo'llarini ajratish
4. Savdo markazlari tizimini tashkil etish
5. Savdo markazlarining hajmiy-rejaviy va konstruktiv yechimlari
6. Xulosa



Zamonaviy sharoitlarda aholiga maishiy xizmat ko'rsatish va umumiy ovqatlanish savdo korxonalri shuningdek uyushmagan alohida yoki qo'shimcha qurilgan obyektlar bilan bir qatorda barcha xizmatlar bir joyda mujassamlashtigan binolar komplekslari – savdo markazlari kata ro'l o'ynamoqda. Bu o'z navbatida aholiga qator qulayliklarni sezilarli darajada tug'diribgina qolmay, balki savdo va madaniy-maishiy korxonalar ishlarini tashkiliy jihatidan yaxshilashga imkon beradi.

O'ZBEKISTONDA HAM ESKI
KAM TARMOQLI SAVDO
MARKAZLARI O'RNIGA
ZAMONAVIY YIRIK TURDAGI
KO'P TARMOQLI SAVDO
MARKAZLARI QURILISHI
KO'PAYMOQDA. CHAKANA
SAVDO KORXONALARI,
UMUMIY OVQATLANISH VA
MAISHIY XIZMAT KO'RSATISH
TARMOQLARINI TASHKIL
ETISH SHAHARNING TARKIBIY
REJALASHTIRILGAN
O'LCHAMLARIGA VA
AHOLINING SONIGA
BOG'LIQ. SHU SABABLI
XIZMAT KO'RSATISH
TARMOG'I, ZONALAR, HUDUDL
AR VA AYNI VAQTDA XIZMAT
KO'RSATISHNING TURI HAMDA

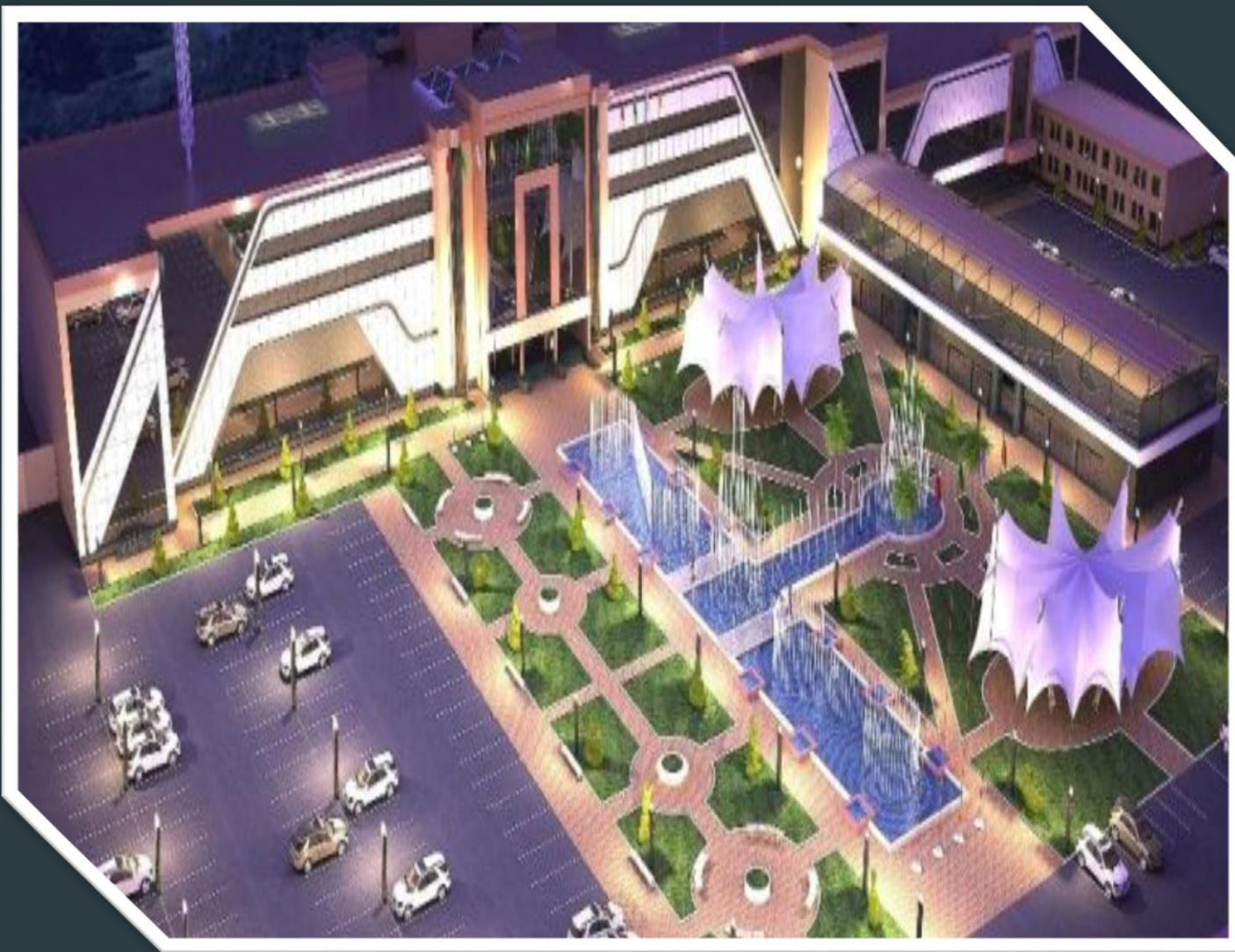




So'nggi vaqtlarda xizmat ko'rsatish tarmog'ining "pog'onali" prinsipi keng tarqalmoqda : 1-pog'ona 1,5-2 ming yashovchisi bo'lgan turar joy binolari guruhlariga korxonalar tomonidan birinchi navbatda zaruriy bo'lgan mahsulotlar bilan xizmat ko'rsatish. Bunday kichik korxonalar majmuasi 150m xizmat ko'rsatish radiusiga ega bo'lib birlamchi xizmat ko'rsatish punkti deb ataladi. Ular kooperatsiyalangan alohida binoda yoki mexmonxona turidagi uylarga qo'shimcha ichski qurilgan xonalarda bo'lihi mumkin;

2-pog'ona 5-8 ming kishilik mikrorayon 400m xizmat ko'rsatish radiusi bo'lgan kooperatsiyalangan savdo markazi binosi va unda mujassamlashgan xo'jalik bloki. Savdo markazlari sig'imi va belgilanish maqsadiga ko'ra asosiy – shaharning kata turar joy yoki mikrorayonlarning savdo markazlari turlariga bo'linadi.





3-pog'ona 30-50 ming kishilik aholi bo'lgan turar joy hududiga xizmat ko'rsatish radiusi 750-1000m atrofida;

Aniq sharoitlarda xizmat ko'rsatish tarmoqlarini tashkil etishda savdo markazlari bloklaridan yoki seksiyalardan tuziladi. Yangidan qurilayotgan shahar tumanida kooperatsiyalangan savdo markazini hajmiy – rejaviy tarkibi va bir-biri bilan texnologik bog'langan umumiy korxonalar majmuasini loyihalash maqsadga muvofiq.

4-pog'ona shaharning kata tumaniga yoki shaharga xizmat ko'rsatuvchi shahar ahamiyatidagi savdo markazi. Kooperatsiyalangan markaz bloklangan markazga qaraganda afzalliklarga ega. Korxonalarni kooperatsiyalash savdo markazi ba'zi xonalari hisobidan boshqa xonalarning kengayishi oqibatida ko'rinishini va rejasi o'zgartiradi, binolarning qurilish hajmini kamaytiradi





Avtomobillar turish joylari – savdo markazlarida barcha zonalar uchun umumiy, ularni imkoniyat darajasida savdo markazlari uzunligi bo'yicha magistral yo'llar yaqinida joylashtirgan ma'qul. Avtomobillar uchun maydon tanlashda ular sonini doimiy ko'tarilib borishi nazarda tutilishi lozim.

**Jamoat-savdo markazlariga
xaridorlar oqimining
kattaligi butun majmuani
funktional bir turdagi binolar
va ularni o'rab turgan
muhitdan ajratish
zaruriyatga olib keladi. Shu
asosda turli maqsadlarga
ko'ra tashkil etilgan
zo'nalarkatta o'lchamli
maydonlar o
rniga transport va iydalar
harakatini qulay tashkil etish
imkonini beradi.**





Birinchi guruh mahsulotlari yani zarur mahsulotlar masalan non,go'sht,baliq,sut va sut mahsulotlari.Asosan ular tez buziladigan mahsulot bo'lib barch savdo markazlari uchun xarakterli hisoblanadi.

Ikkinchi guruh mahsulotlari keng istemol mollari bo'lib har bir oilada zarur bo'lgani holda doimiy sotib olinmaydi .Masalan kiyimlar poyafzal gazlamalar bosh kiyimlar, soatlargullar kiradi.





Quyidagi guruhga aholi davriy tashrif buyuruvchi korxonalar ya'ni elektr jihozlari, radio-televizor, musiqa asboblari, ustaxonalarshuningdek sartaroshxonalar yuqori sifatli tikish-bichish atelyerlari uy joylarni ta'mirlash asosida ish olib boorish shaxobchalari va maishiy xizmat kombinatlari kiradi.



Savdo markazlaridan foydalanish amaliyoti konstruktiv setkani 9/9m va 9/12 m gacha kattalashtirish zarurligi haqida guvohlik beradi.Korpusning chuqurligi 18,24,36m bo'lgan, kooperatsiyalangan savdo markazlari yanada tejamkor va qulaydir.Binoning chuqurligini kattalashtirish bilan qo'shimcha rejaviy va texnologik imkoniyatlar vujudga keladi.To'siqlarni va jihozlarni almashtirish yo'li bilan rejadagi o'zgarishlar asosida savdo-sotiqning yangi shakllarini tatbiq etish mumkin.



Parfyumer yoki kiyim kechak do'konlari maishiy xizmat ko'rsatish korxonasini 2-qavatga joylashtirish mumkin. Buyurtmalarni qabul qilish uyga elitib berish bolalar xonalarini 1-qavatning markaziy qismiga joylashtirish maqsadga muvofiq. Barch turdagi korxonalar savdo markazlari uchun rejaviy konsrtuktiv yechimlarunifikatsiyalashtiriladi.



XULOSA

Savdo markazi odamlar ko'p to'planadigan bir paytning o'zida bir necha vazifani bajara oladigan binodir. Uning loyihasi ham shunga mos bo'lishi kerak. Bir paytning o'zida ham sotuvchi ham xaridorlarni talablarini bajara olishi kerak. Bugungi kunda savdo majmualariga bo'lgan talab ortib bo'lmoqda. Shunga ko'ra savdo majmuasi arxitekturasini loyihalari ham borgan sari rivojlanib borayapti.