

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

АРХІТЕКТУРНИЙ  
(факультет)

ДИЗАЙНУ АРХІТЕКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА

(назва випускової кафедри)

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**  
**ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**  
**НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

на тему:

**«Особливості архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів (на прикладі торговельно-розважального центру в м. Рабат Королівства Марокко)»**

Черкаоуі Семмоуні Гіба

(прізвище, ім'я та по батькові здобувача повністю)

Київ 2025 р.

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**

АРХІТЕКТУРНИЙ  
(факультет)

ДИЗАЙНУ АРХІТЕКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА  
(назва випускової кафедри)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри  
д. арх., проф. \_\_\_\_\_ В.О. Тімохін  
“ \_\_\_ “ травня 2025 року

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА  
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

«Особливості архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних  
центрів (на прикладі торговельно-розважального центру  
в м. Рабат Королівства Марокко)»  
(назва )

Виконав \_\_\_\_\_ Черкаоуї Семмоуні Гіба

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

\_\_\_\_\_ 191 – Архітектура та містобудування

(Спеціальність)

\_\_\_\_\_ «Дизайн архітектурного середовища»

(Освітньо-наукова програма)

Групи \_\_\_\_\_ ДАСм-23-6

Керівники: Ольховська О.В., Щурова В.А.

(прізвище, ініціали)

\_\_\_\_\_ канд. арх., доценти \_\_\_\_\_

(науковий ступінь, вчене звання)

*Ідентичність підтверджую*

*Я, як здобувач вищої освіти КНУБА, розумію і підтримую політику закладу з академічної  
доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволену допомогу під час  
підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають  
посилання на відповідне джерело.*

\_\_\_\_\_ Черкаоуї Семмоуні Гіба

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Київ 2025 р.

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**

Факультет: Архітектурний  
 Випускова кафедра: Дизайну архітектурного середовища  
 Освітній ступінь: Магістр  
 Спеціальність: 191 – Архітектура та містобудування  
 Освітньо-наукова програма: Дизайн архітектурного середовища

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
 Декан факультету  
 д.т.н., проф. \_\_\_\_\_ О.В. Кашенко  
 „\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2025 року

**З А В Д А Н Н Я  
ДО ВИКОНАННЯ ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ  
ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

Черкаоуї Семмоуні Гіба

*(прізвище, ім'я та по батькові студента)*

1. Тема роботи «Особливості архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів (на прикладі торговельно-розважального центру в м. Рабат Королівства Марокко)»  
 затверджена наказом ректора КНУБА № 85/19/25 від «24»квітня 2025 року

2. Керівники

Ольховська О.В., Щурова В.А., канд. арх., доценти

*(прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання)*

3. Строк подання здобувачем роботи до захисту 19.05.2025 р.

4. Зміст пояснювальної записки за розділами:

Розділ 1. Передумови розвитку середовищного підходу в організації торговельно-розважальних центрів у Марокко

*(Назва розділу)*

Розділ 2. Засоби і прийоми архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів

*(Назва розділу)*

Розділ 3. Прийоми архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів (на прикладі торгово-розважального центру в м. Рабат Королівства Марокко)

*(Назва розділу)*

Розділ 4.

ЦИВІЛЬНИЙ ЗАХИСТ

*(Назва розділу)*

5. Перелік графічного матеріалу (з точними назвами обов'язкових креслень):  
 Загалом робота складає 15 аркушів формату А1, з них 6 аркушів – таблиці наукової частини першого та другого розділів. Проектна частина включає: Ситуаційну схему розташування об'єкта у місті; опорний план; містобудівний аналіз; генеральний план; Схеми: функціонального зонування, розподілу транспортних і пішохідних потоків; Плани тьох поверхів; фасади з антуражем;

два розрізи; загальні візуалізації; план приміщення з розміщенням обладнання; розгортки стін; план стелі; візуалізація інтер'єру.

6. Календарний план виконання роботи:

Види робіт та їх зміст	Дата виконання
Розділ 1.	28.02.2025
Розділ 2.	28.03.2025
Розділ 3.	01.05.2025
Розділ 4. Цивільний захист	09.05.2025
Остаточне оформлення роботи	12.05.2025
Направлення роботи для перевірки на плагіат	12.05.2025
Попередній захист роботи на випусковій кафедрі	19.05.2025
Направлення роботи на рецензування	19.05.2025
Передача матеріалів роботи на кафедру	20.05.2025
Захист роботи	20, 21.05.2025

7. Консультанти розділів кваліфікаційної випускної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Перевірів	
		дата	підпис
Розділ 1	Ольховська О.В., доц.	28.02.2025	
Розділ 2	Ольховська О.В., доц.	28.03.2025	
Розділ 3	Щурова В.А., доц.	01.05.2025	
Цивільний захист	Щурова В.А., доц.	09.05.2025	

8. Дата видачі завдання 17.02.2025 р.

Зав. кафедри

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Тімохін В.О.  
(прізвище та ініціали)

Керівники

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Ольховська О.В.  
(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Щурова В.А.  
(прізвище та ініціали)

Здобувач

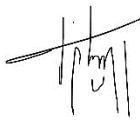
\_\_\_\_\_  
(підпис)


Черкаоуї Семмоуні Гіба  
(прізвище та ініціали)


<b>РЕЗЮМЕ (SUMMARY)</b> <i>до кваліфікаційної випускної роботи здобувача:</i>		<u>Черкаоуї Семмоуні Гіба</u> <u>Cherkaoui Semmouni</u> <u>Hiba</u> (ПІБ здобувача українською та англійською)	
<b>ЗВО</b>	Київський національний університет будівництва і архітектури		
<b>Тема</b> <i>(українською та англійською)</i>	Особливості архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів (на прикладі торговельно-розважального центру в м. Рабат Королівства Марокко) Features of the architectural and environmental organization of shopping and entertainment centers (on the example of a shopping and entertainment center in Rabat, Kingdom of Morocco)		
<b>Освітній ступінь</b>	Магістр		
<b>Факультет</b>	Архітектурний		
<b>Випускова кафедра</b>	Дизайну архітектурного середовища		
<b>Спеціальність</b>	191 «Архітектура та містобудування»		
<b>Освітньо-наукова програма</b>	Дизайн архітектурного середовища		
<b>Керівники</b>	Ольховська О.В., Щурова В.А, канд. арх., доценти		
<b>Обсяг роботи:</b>	<i>пояснювальна записка, стор.</i>	<i>розділів</i>	<i>креслень формату А1</i>
	83	4	15
<b>Розділ 1. Назва розділу</b>	<b>Передумови розвитку середовищного підходу в організації торговельно-розважальних центрів у Марокко</b> Проаналізовано вплив природно-кліматичних факторів на об'ємно-планувальні рішення торгово-розважальних центрів. Історичні особливості формування типологічної групи торгово-розважальних центрів у Марокко. Світовий досвід проектування торгово-розважальних центрів.		
<b>Розділ 2. Назва розділу</b>	<b>Засоби і прийоми архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів.</b> Визначено місце торговельно-розважальних центрів у типологічній групі торговельних будівель і споруд. Особливості функціонального зонування торговельно-розважальних центрів Композиційні засоби і прийоми об'ємного рішення та інтер'єру		
<b>Розділ 3 Назва розділу</b>	<b>Прийоми архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів (на прикладі торгово-розважального центру в м. Рабат Королівства Марокко)</b> Аналіз вихідної ситуації Архітектурно-планувальна організація музейного комплексу Середовищна організація музейного комплексу		

Розділ 4. ЦИВІЛЬНИЙ ЗАХИСТ	Пожежна безпека в громадських будівлях Представлено основні засади цивільного захисту в разі пожеж, надано схеми евакуаційних шляхів в будівлі.
Висновки по роботі:	<p>У світі все більшої популярності набуває тенденція "відкриття" закритих публічних просторів. Першим молем, простір якого було відкрито, став River Center (м. Сан-Антоніо, США). Створюються моли, які об'єднують парки, ринки, Так, наприклад, мол Isolotto (м. Флоренція, Італія) об'єднує парк, критий ринок XIX ст. і площу, на якій розташовані громадські інституції. Це робить його осередком міського життя. Створюються також "населені" моли, в яких поєднуються житло і комерційна діяльність. Тобто стара модель ТРЦ поступово поступається новій, гаслом якої є "моли не лише для покупок, але і для життя".</p> <p>Сучасний торгово-розважальний центр — це сукупність різнопланових зон відпочинку, торгових і допоміжних майданчиків. Проект торгово-розважального центру містить у середньому 70% торгових площ. Решта 30% відводяться під розважальну зону. Зона розваг дає змогу непрямо підняти рентабельність усього комплексу завдяки залученню більшої кількості відвідувачів. Проекти торгово-розважальних центрів з інтегрованою розважальною частиною дають змогу швидше залучити покупців, з огляду на те, що ринок якісного сімейного відпочинку ще не насичений і в таких комплексів невисока конкуренція. Під час проектування розважального центру в складі ТРЦ враховується то обставина, що публіку різноманітна та виділити домінуючий круг споживачів просто неможливо. Загальна, добре продумана концепція дає змогу максимально підвищити ефективність і рентабельність зони розваг.</p>

**Ключові слова: Keywords:** торговельно-розважальний центр, архітектурно-середовищна організація, інтер'єр, благоустрій / shopping and entertainment center, architectural and environmental organization, interior, landscaping

Здобувач:  / Черкаоуї Семмоуні Гіба/  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник:  / ОЛЬХОВСЬКА О.В. /  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник:  / Щурова В.А. /  
(підпис) (прізвище та ініціали)

“ 19 ” травня 2025 р.

## Anti-Plagiarism v-15.257

Максимальна подібність до одного документу 5.0%

Словники перевірки: en\_US, ru\_RU, ua\_UA **Помилоч в документах: 12%**

ID: 241256  Назва: «Особливості архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів (на прикладі торговельно-розважального центру в м. Рабат Королівства Марокко)» Додано до БД: 2025-05-16 Автор: Черкаоуі Семмоуні Гіба Керівники: Ольховська О.В., Щурова В.А.	Документ		Сумарна подібність по Базі Даних	
	Символи	Лексеми	Символи	Лексеми
	70189	1035	5246 (7%)	70 (7%)

Відсоток плагіату не перевищує дозволону норму (30 %)  
 Відповідальний за перевірку \_\_\_\_\_ /Рябець Ю.С./

## ЗМІСТ

<b>Вступ</b> .....	9
<b>Розділ I. Передумови розвитку середовищного підходу в організації торговельно-розважальних центрів у Марокко</b> .....	14
<b>1.1.</b> Вплив природно-кліматичних факторів на об'ємно-планувальні рішення торгово-розважальних центрів .....	14
<b>1.2.</b> Історичні особливості формування типологічної групи торгово-розважальних центрів у Марокко .....	18
<b>1.3.</b> Світовий досвід проектування торгово-розважальних центрів .....	22
<b>Висновки до розділу I</b> .....	35
<b>Розділ II. Засоби і прийоми архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів</b> .....	36
<b>2.1.</b> Місце торговельно-розважальних центрів у типологічній групі торговельних будівель і споруд .....	36
<b>2.2.</b> Особливості функціонального зонування торговельно-розважальних центрів .....	39
<b>2.3.</b> Композиційні засоби і прийоми об'ємного рішення та інтер'єру .....	43
<b>Висновки до розділу II</b> .....	51
<b>Розділ III. Прийоми архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів (на прикладі торгово-розважального центру в м. Рабат Королівства Марокко)</b> .....	52
<b>3.1.</b> Аналіз вихідної ситуації .....	52
<b>3.2.</b> Архітектурно-планувальна організація музейного комплексу .....	59
<b>3.3.</b> Середовищна організація музейного комплексу .....	61
<b>Висновки до розділу III</b> .....	66
<b>РОЗДІЛ IV. Цивільний захист</b> .....	67
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ</b> .....	76
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	77
<b>ДОДАТКИ</b> .....	83

## Вступ

У зв'язку зі світовими процесами інтеграції та глобалізації з початку XXI століття почали з'являтися нові види публічних просторів – торговельно-розважальні центри (ТРЦ). Торговельно-розважальний центр (мол) – це одна або кілька будівель, що включають сукупність магазинів та різноманітних закладів, які надають культурно-розважальні та соціально-побутові послуги та об'єднані між собою пішохідними алеями. Як правило, моли мають привабливий дизайн та передбачають наявність паркінгів. ТРЦ сьогодні стають одним з найпопулярніших видів публічних просторів. За рахунок зручного розташування, багатофункціональності, компактності і насиченості різноманітними послугами та розвагами ТРЦ приваблюють величезні потоки відвідувачів, що забезпечує їм гарантію подальшого існування. Враховуючи, що будівництво таких закладів є порівняно новою практикою як для України, так й для Марокко, актуальним є вивчення закономірностей та основних тенденцій їх розміщення і функціонування.

### Актуальність теми

Спрощеними моделями сучасних торговельно-розважальних центрів були торговельні центри. Традиційно вони розміщувалися у ділових районах міст (downtown). З середини XX століття у зв'язку із розвитком процесів субурбанізації та поліпшенням транспортної доступності і транспортного забезпечення населення активізувалося створення заміських торговельних центрів. Перші торговельні центри з'явилися в США у передмістях Сан-Дієго (у 1944 році), Сіетла (1946), Лос-Анджелеса (1947).

Закриті моли виникли у 50-х роках XX століття. Першим було відкрито мол у передмісті Едіна (Мінесота, США) у 1956 році. Найбільшими на той час молами стали "Roosevelt Field" поблизу Нью-Йорка (відкрито у 1956 році) та "Northland Mall" і "Eastland Mall" (відкрито у 1960-х роках) в Колумбусі (Огайо, США).

У країнах Західної Європи торговельні центри почали створювати після другої світової війни. На відміну від США, європейські торговельні центри, як правило, будувалися в центральних частинах міст в зв'язку з їх реконструкцією. Так виникла пішохідна торгова вулиця "Lijnbaan" в Роттердамі (Нідерланди) та пішохідна територія "Precinct shopping area" в Ковентрі (Велика Британія). Перший класичний мол у Великій Британії було відкрито в Бірмінгемі ("Bull Ring Birmingham") у 1964 році. На початку 60-х років ХХ століття в містах країн Західної Європи з'являються заміські торговельні центри. Найпо- тужніший з них "Main-Taunus-Zentrum" було побудовано на околиці Франкфурта-на-Майні у Німеччині.

Інтенсивний розвиток автотранспорту і проблема реконструкції міст сприяли появі торговельно-розважальних центрів, які краще і ширше використовували прогресивні методи торгівлі, послуг та розваг. Сприяли цьому і докорінні зміни "закупівельних звичок" населення, що масово почало користуватися індивідуальним транспортом та холодильниками глибокої заморозки.

З часом висока вартість землі у великих містах та передмістях сприяла появі "вертикальних молів", які включають кілька рівнів розміщення закладів торгівлі та розваг. Нині найпоширенішими є такі типи торговельно-розважальних центрів [14]: багаторівневі торговельно- розважальні центри з вертикальним зонуванням і групуванням обслуговуючих закладів та підприємств; тор- говельно-розважальні центри, об'єднані з транспортними вузлами; торговельно-розважальні центри, об'єднані з житловими комплексами.

На даний час в світі спостерігається тенденція зміни світових центрів ТРЦ. Якщо у 90-х роках ХХ століття лідером щодо їх функціонування були США, то зараз такими лідерами є країни Південно-Східної і Східної Азії. За рахунок незначної вартості земельних ділянок та дешевої робочої сили, величезні моли з'явилися в ОАЕ, Китаї, на Філіппінах. В Азії знаходиться сім з десяти найбільших торговельно-розважальних центрів світу, шість з яких було

побудовано після 2004 року. Два китайських торговельно-розважальних центри, які вважаються найбільшими в світі, – South China Mall в Донггуані (площею 892 тис. м<sup>2</sup>) і Golden Resources Mall в Пекіні (680 тис. м<sup>2</sup>) – включають в себе такі унікальні об'єкти, як вітряки та тематичні парки для дітей. Третю і четверту позиції в світі займають два моли, розміщені на Філіппінах ("SM City North EDSA" та "SM Mall of Asia"). Серед найпотужніших можна відзначити і Дубайський торговельно-розважальний центр (The Dubai Mall) в ОАЕ, в якому налічується 1200 магазинів, кінотеатр з 22-ма кінозалами і п'ятизірковий готель.

### **Нормативна база проектування торгових центрів**

При проектуванні потрібно враховувати такі показники :

- ступінь безпечності будівлі стосовно вогню;
- наявність наземного та підземного паркінгу;
- наявність обладнання для електромобілів;
- заповнення віконних отворів;
- проектування відкритих просторів з доступом природного світла (проходи та частини атріуму);
- раціональне планування та розміщення орендарів;
- розміщення загальних зон (фуд-корт, зони відпочинку);
- формування артерії руху (основні, центральні та допоміжні алеї)

Під час проектування важливо передбачати необхідні системи протипожежного захисту:

- пожежна сигналізація;
- керування евакуацією;
- самостійні системи миттєвого пожежогасіння;
- система диспетчеризації СПЗ;
- зручне розташування об'єкту для маломобільного населення.

### **Зв'язок роботи з науковими програмами, планами та темами:**

Досліджена тема могла би стати теоретичною базою та практичним посібником для проектування музею екології.

**Мета і завдання дослідження:**

Мета дослідження полягає у визначенні специфіки формування архітектурного середовища спеціалізованих музейних комплексів, та в розробці основних науково-обґрунтованих принципів організації їх архітектурного простору.

**Завдання дослідження:**

1. Проаналізувати передумови розвитку середовищного підходу в організації торгово-розважальних центрів у Марокко.
2. Визначити засоби і прийоми архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів.
3. Розробити проект торговельно-розважального центру у м. Рабат, враховуючі усі особливості організації та проектування.

**Об'єкт дослідження** є архітектурне середовище торговельно-розважального центру в м. Рабат, Королівства Марокко;

**Предмет дослідження** є особливості архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів (на прикладі торговельно-розважального центру в м. Рабат Королівства Марокко).

**Основними методами дослідження, що використано у роботі:**

- аналіз літературних джерел: законодавчих, нормативних, наукових;
- аналіз міжнародного досвіду проектування торговельно-розважальних центрів;
- метод структурно-функціональний;
- Комплексний аналіз умов формування торговельно-розважальних центрів;
- методи проектування.

**Новизна отриманих результатів** полягає у формуванні нових підходів та архітектурно-планувальних прийомів будівництва на основі сучасної розробки та аналізу досвіду попередників.

**Практичне знання отриманих результатів** у покращенні архітектурно-планувальних рішень та подальшому дослідженні теми при розробці та проектуванні торговельно-розважальних центрів.

#### **Апробація результатів**

Основні результати магістерського дослідження пройшли апробацію на науково-практичних конференціях:

1. Доповідь на тему «ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ЦЕНТРІВ» на науково-практичній конференції «ПРОБЛЕМИ І МЕТОДИ ВІДНОВЛЕННЯ І РОЗВИТКУ АРХІТЕКТУРНО-МІСТОБУДІВНОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ» КНУБА 9 квітня 2025 року;

#### **Структура та обсяг магістерської роботи**

Магістерська робота складається зі вступу чотирьох розділів з висновками, загального висновку, спису використаної літератури та додатків.

## Розділ I.

### Передумови розвитку середовищного підходу в організації торгово-розважальних центрів у Марокко

#### 1.1. Вплив природно-кліматичних факторів на об'ємно-планувальні рішення торгово-розважальних центрів

Природно-кліматичні чинники відіграють вирішальну роль на об'ємно-планувальні рішення торгово-розважальних центрів. Ці фактори можуть істотно вплинути на енергоефективність, стійкість й привабливість проектів. Ось деякі з основних факторів та їх вплив на об'ємно-планувальні рішення торгово-розважальних центрів:

- **Клімат і температура:**

*Надмірна спека та керування температурою:* у таких жарких регіонах, як Марокко, високі температури, особливо влітку, вимагають стратегій підтримки комфортного середовища у внутрішньому просторі. Такі стратегії можуть включати використання світловідбиваючих матеріалів для фасадів, зелених дахів або пасивних систем охолодження. Крім того у планувальному рішенні також має вирішальне значення на оптимізацію впливу сонця та зменшення вимог до кондиціонування повітря орієнтація будівель.

*Системи природної вентиляції:* використання природної вентиляції в дизайні торгових центрів допомагає зменшити залежність від кондиціонування повітря та використовує природні бризи для охолодження приміщень.

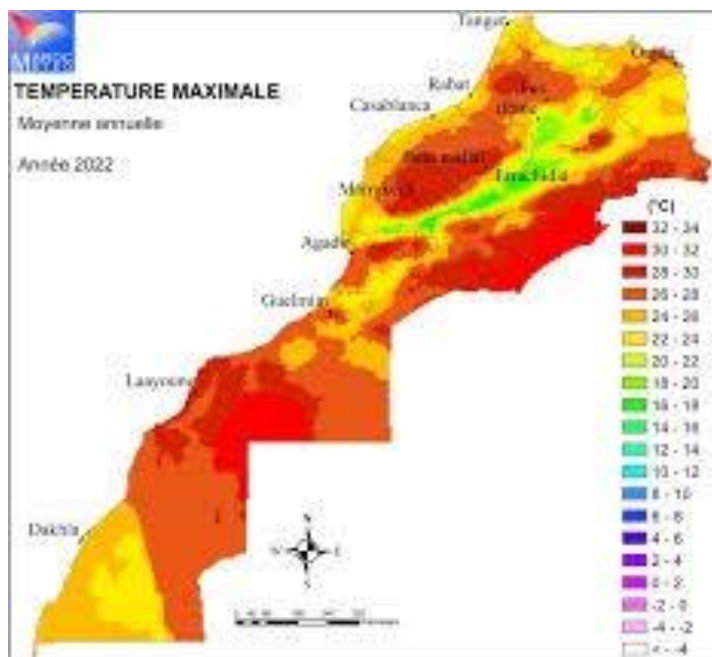


Рис. 1.1.1. Максимальна температура повітря у м. Рабат (Королівство Марокко)

- **Опади та водні ресурси:**

*Опади:* у регіонах, де опади можуть бути сильними або непередбачуваними, для ефективного управління необхідне ретельне планування, що може включати створення систем збору дощової води, дощових садів або зон утримання води для запобігання повеням а також повторне використання води для зрошення або інших непитних потреб.

*Відповідні системи зрошення:* залежно від місцевих кліматичних умов ландшафтний дизайн повинен включати посухостійкі рослини та водозберігаючі системи зрошення, такі як крапельне зрошення.

- **Вітри та орієнтації будівель:**

*Використання вітру для вентиляції:* у районах, де поширені вітри, орієнтація будівель і планування приміщень можуть бути розроблені таким чином, щоб використовувати ці вітри для природної вентиляції. Це може сприяти зменшенню споживання енергії для кондиціонування повітря.

*Захист від сильних вітрів:* у місцях, де вітри можуть бути сильними, потрібні архітектурні пристрої для захисту зовнішнього простору та відвідувачів.

Для обмеження впливу поганої погоди можна використовувати вітрові стіни, рослинні завіси або стратегічне озеленення.

- **Кліматичні ризики та екстремальні події:**

*Затоплення та управління ризиками:* у зонах, схильних до повеней, торговельні центри слід будувати на височині та мати ефективні дренажні системи, щоб уникнути пошкоджень. Використання вологостійких матеріалів і планування безпечних зон циркуляції в разі затоплення є важливими.

*Посуха та управління водними ресурсами:* у таких регіонах, як Марокко, які часто стикаються з періодами посухи, надзвичайно важливо розробити системи збереження та повторного використання води, впроваджуючи відповідну інфраструктуру та вибираючи матеріали та технології, які мінімізують споживання води.

- **Рельєф і геологія ділянки:**

*Адаптація до місцевої топографії:* проект торгового центру повинен враховувати рельєф землі. Наприклад, у гірській або горбистій місцевості необхідні пандуси та відповідний доступ. Крім того, розташування будівель може відповідати природним вигинам землі, щоб уникнути ризику зсувів або геологічної нестабільності.

*Фундаменти та конструкція залежно від ґрунту:* Аналіз якості ґрунту має важливе значення для будівництва, особливо на піщаних, кам'янистих ділянках або ділянках, які піддаються руху ґрунту. Для визначення глибини закладення фундаменту та матеріалів, які будуть використовуватися, необхідні обширні геотехнічні дослідження.

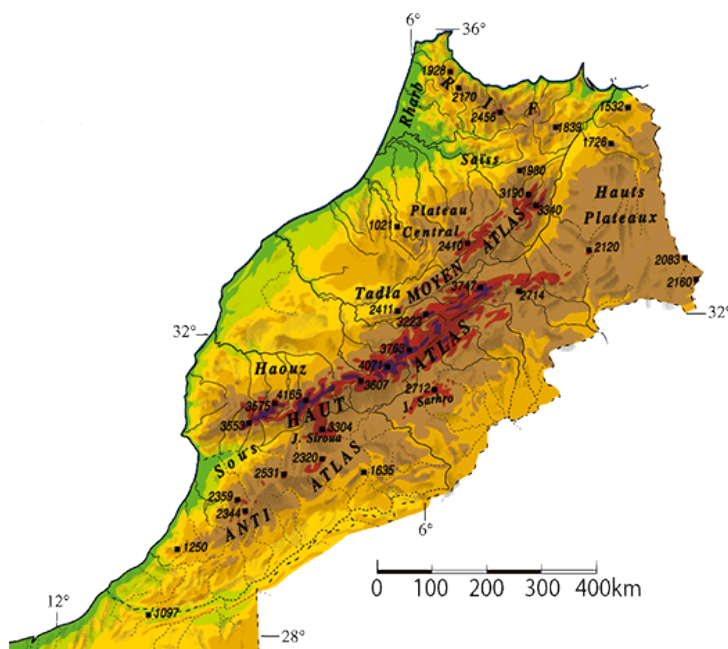


Рис. 1.1.2 Рельєф ділянки

- **Ensoleillement et optimisation de l'énergie solaire :**

*Експлуатація сонячної енергії:* інтенсивне сонячне світло у Марокко є перевагою для використання відновлюваних джерел енергії. Торгові та розважальні центри можуть встановлювати сонячні батареї, щоб задовольнити частину своїх енергетичних потреб, мінімізуючи вплив на навколишнє середовище. Ця стратегія особливо корисна для виробництва електроенергії та управління гарячою водою.

*Природне освітлення та енергозбереження:* проектування вікон і конструкцій, які забезпечують оптимальне проникнення природного світла, може зменшити споживання енергії для штучного освітлення.

- **Зміна клімату та стійкість:**

*Адаптація до зміни клімату:* дуже важливо проектувати торгові центри, стійкі до наслідків зміни клімату, таких як підвищення температури, екстремальні погодні явища (шторми, повені) або навіть підвищення рівня моря в прибережних районах. Впровадження адаптивних рішень здатні протистояти цим змінам і мають важливе значення для забезпечення стійкості проєктів.

Вплив природних і кліматичних факторів на об'ємно-просторове рішення торгово-розважальних центрів у Марокко передбачає ретельний розгляд кожного аспекту місцевого клімату, рельєфу, управління природними ресурсами та екологічних ризиків. Інтеграція цих факторів у планування та дизайн проекту дає змогу створювати простори, які є більш стійкими, зручнішими для користувачів і більш стійкими до кліматичних викликів.

## **1.2. Історичні особливості формування типологічної групи торгово-розважальних центрів у Марокко.**

Формування типологічної групи торгово-розважальних центрів у Марокко є частиною загального історичного процесу розвитку типологічної групи торгово-розважальних центрів, позначеного кількома етапами соціально-економічної трансформації, еволюції моделей споживання та впливу глобальних тенденцій. Перші торгові центри з'явилися в США в середині ХХ століття у 50-60-х роках як закриті приміщення, об'єднані одним дахом. У 1970-80 роках вони почали включати місця відпочинку (ресторани, кінотеатри а іноді парки розваг) всередині торгових центрів. Архітектурна форма торгово-розважальних центрів пристосовувалася під такі нові функції, а також змінювалася відповідно використанню новітніх технологій.

### **• Період урбанізації та модернізації (1960-1980-ті роки):**

*Перехід до урбанізації:* у роки після здобуття Марокко незалежності в 1956 році урбанізація значно пожвавилася, з високою концентрацією населення у великих містах, таких як Касабланка, Рабат і Марракеш. Зростання населення та сільська міграція призвели до збільшення потреби в комерційній інфраструктурі та інфраструктурі відпочинку.

*Вплив європейської та північноамериканської моделі:* на перші торгові центри в Марокко вплинули західні моделі, зокрема європейські та американські, де різноманітні торговельні центри відігравали значну роль у сучасному містобудівному середовищі. Така західна модель почала впроваджуватися в 1970-

х і 1980-х роках, у таких проектах, як **Marjane** (спочатку гіпермаркет), які поступово приєднали простори й для відпочинку.



Рис. 1.2.1 Зовнішній вигляд Marjane Молл

- **Зростання кількості торгових й розважальних центрів у 1990-х роках:**

*Поява супермаркетів:* у 1990-х роках Марокко пережило справжній бум споживання, що супроводжувався появою великих міжнародних брендів. Тоді почали масово розвиватися торгові центри. Такі групи, як **Carrefour** або **Marjane**, відкрили гіпермаркети, з'явилася концепція торгових центрів з кількома брендами, послугами та місцями для відпочинку.

*Ранні торгові центри як місця для дозвілля:* ці центри поступово еволюціонували та почали включати місця, що призначені для швидкого харчування, дитячі ігрові зони, кінотеатри та інші послуги для дозвілля, таким чином залучили більш широку базу клієнтів, які шукають не тільки лише споживчі товари, але й розваги. У цей період також почало збільшуватися число торгових центрів, особливо у великих містах країни, таких як Касабланка (наприклад, **Casa Near Shore**), Марракеш (наприклад, **Menara Mall**) і Рабат.

- **Інтернаціональні риси та вплив глобалізації (2000-2010 роки):**

*Відкритість до міжнародних брендів:* на початку 2000-х років Марокко стало більш відкритим до залучення міжнародних брендів із їхньою появою на світовій арені. Це прискорило розвиток великих торгових центрів, що часто інтегровані у змішані проекти нерухомості, включаючи готелі, офіси, торговельні та розважальні комплекси. Створення великих магазинів й міжнародних мереж ознаменувало поворотний момент для сектора, що запропонувало новий досвід споживання для громадськості.

*Створення багатофункціональних комплексів:* Торгові центри в Марокко стають все більш багатофункціональними - з торговими зонами, ресторанами, кінотеатрами, ігровими та культурними зонами. Це сприяло диверсифікації функцій цих центрів, які, окрім комерційних функцій, самі по собі стали місцями спілкування та дозвілля.



Рис. 1.2.2. Створення багатофункціональних комплексів в Марокко

- **Перша чверть XXI століття: (2010-і роки) диверсифікація та адаптація до місцевого попиту**

*Адаптація до смаків і звичок марокканських споживачів:* оскільки ринок диверсифікувався, торговельні центри адаптували свої пропозиції відповідно до

місцевих уподобань, таких як збільшення попиту на традиційні продукти, важливість місцевих брендів та інтеграція послуг, що відповідають потребам споживачів. Специфічні потреби марокканських споживачів - це сучасні базари, зони, присвячені місцевим продуктам харчування, популярні культурні заходи.

*Проекти дозвілля та релаксації:* з'явилися нові типи центрів, які об'єднують більше елементів дозвілля та сімейних заходів, таких як парки розваг або спортивні комплекси. Наприклад, такі центри, як **Anfaplace Shopping Center** у Касабланці або **Marjane Mall**, більше перейшли до гібридної моделі, яка поєднує комерцію, культуру та відпочинок.

*Поява концепції відкритих торгових центрів:* такі проекти, як **Marrakech Plaza**, запровадили нову концепцію відкритих торгових центрів, таким чином відповідаючи на очікування, які дедалі більше позначаються пошуком більш динамічного та відкритого досвіду, у більш дружній обстановці, адаптованій до Середземноморського клімату.



Рис. 1.2.3. Зовнішній вигляд Marrakech Plaza

- **Сучасні виклики та останні тенденції (2020 рік і далі):**

*Еволюція до стійких та екологічно відповідальних центрів:* врахування сталого розвитку та проблем навколишнього середовища стало важливим критерієм у проєктах розвитку торгових і розважальних центрів у Марокко.

Інтеграція зелених технологій, таких як сонячні батареї, управління водними ресурсами та зменшення відходів, є частиною порядку денного забудовників та менеджерів цих просторів.

*Вплив кризи COVID-19 на здоров'я:* пандемія змінила споживчі звички та підкреслила важливість досвіду клієнтів у комерційних і розважальних приміщеннях. Торговим центрам довелося переосмислити свою роботу, щоб пропонувати цифрові послуги, опції «клацай і збирай» і місця, які дотримуються заходів охорони здоров'я, але зберігають при цьому привабливість для відвідувачів.

*Багатофункціональні простори та цифровізація:* наразі багато торгових центрів у Марокко використовують цифрові рішення, щоб запропонувати кращий досвід покупок і дозвілля, наприклад, мобільні додатки, які дозволяють резервувати квитки в кіно, оплачувати безконтактно або замовляти страви на винос. Інтеграція електронної комерції з фізичними центрами є важливою, бо розширює горизонти роздрібної торгівлі та торгівлі для відпочинку.

### **1.3. Світовий досвід проєктування торгово-розважальних центрів.**

Сучасний досвід проєктування торгово-розважальних центрів значно розвинувся протягом десятиліть, адаптуювався до споживчих тенденцій, очікувань клієнтів, технологічних інновацій та екологічних проблем. Сучасні торгові центри більше не обмежуються торговими площами: вони стали багатофункціональними просторами, де торгівля, розваги та послуги перетинаються задля забезпечення унікального і захоплюючого проведення часу споживачів.

Торговий центр **Iгуатемі (Iguatemi São Paulo)** є знаковим і престижним торговим центром, що розташований у м.Сан-Паулу, Бразилія. Він був відкритий у 1966 році та став першим торговим центром у Бразилії, відомий завдяки розкішній та висококласній атмосфері, що приваблює міжнародну клієнтуру. Центр пропонує широкий вибір дизайнерських бутиків та брендів класу люкс,

зокрема таких як Louis Vuitton, Gucci, Prada, Chanel, Dior тощо. На додаток до торгових пропозицій Ігуатемі робить акцент на клієнтському досвіді - пропонує персоналізовані послуги, такі як VIP-зали та послуги консьєржа. Його елегантна архітектура та приміщення створюють вишукану атмосферу, що підсилюється завдяки висококласним ресторанам, таких як Fogo de Chão та Rascal. Центр також прагне поєднати культурні елементи з тимчасовими виставками та мистецькими заходами, що робить його місцем зустрічі для любителів мистецтва [47].



Рис. 1.3.1. Звнішний вид торгового центру Ігуатемі.

Завдяки регулярним реконструкціям та інтеграції сучасних технологій, Ігуатемі надає інноваційний досвід в організації архітектурного простору. Так у 2015 році, у рамках розширення та реконструкції центру, виконаної архітекторами бюро Carbondale, існуючий скляний дах атриуму було замінено новою конструкцією, культова форма якої має стати його новою емблемою. Архітектори вирішили розробити конструкцію, яка спускається в об'єм атриуму та підтримує 4-стороннє світлове вікно, що має 36 метрів з кожного боку. Конструкція діє як фільтр для мансардного вікна, відбиваючи світло та створюючи тіні на підлозі атриуму. Конструкція являє собою двовимірну сітку з перевернутих арок. На периферії мансардного вікна їх вигини змінюються, щоб елегантно поєднати края. Товщина балок адаптується до цього викривленого

руху: у центрі структура арки стає тоншою, тоді як вона потовщується до периферії атриуму [46]. В результаті центральна частина мансардного вікна більш прозора, ніж його периметр (див рис.1.3.2.).

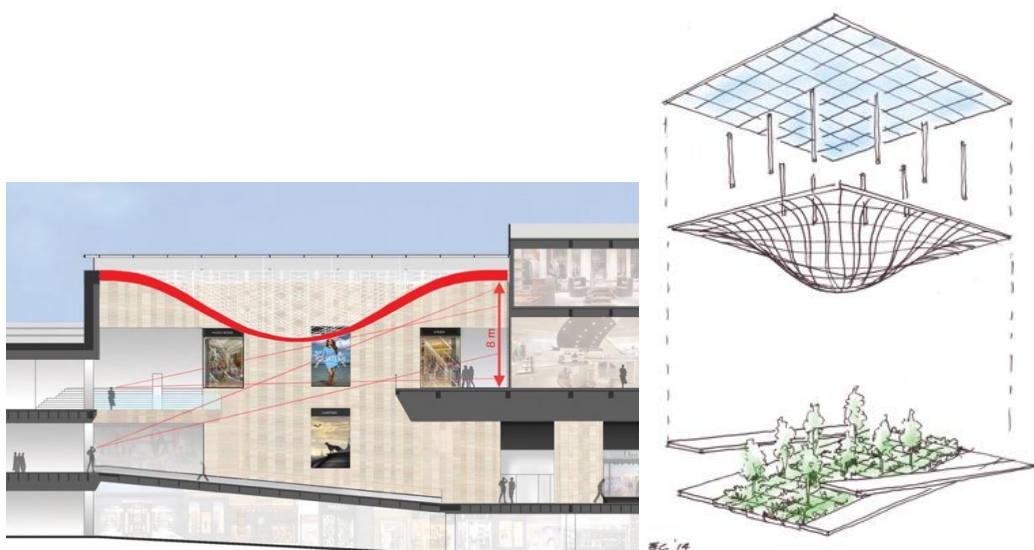
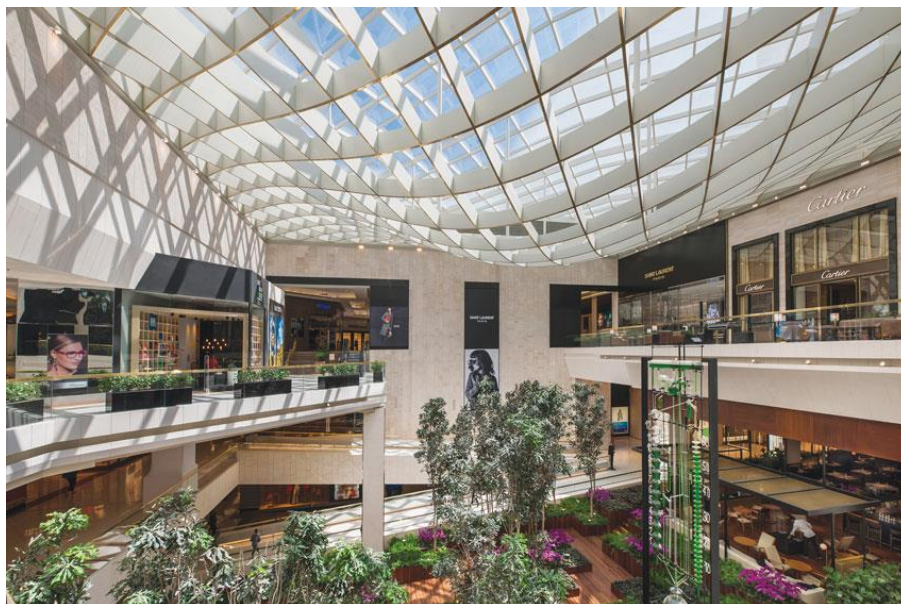


Рис. 1.3.2. Реконструкція головного холлу в Торговому центрі Ігуатемі.

У 1894 році кузени Теофіл Бадер і Альфонс Кан відкрили магазин Les Galeries Lafayette на розі вулиць Ла Файєт та Шоссе-д'Антен. Будівля торговельного центру Галерея Лафайєт (Galeries Lafayette), розташованого на бульварі Осман у м. Париж, Франція, була придбана в 1903 році в рамках розширення торговельного центру. У жовтні 1912 року відбулося урочисте

відкриття нової крамниці, що складалася з 96 бутиків, чайної, бібліотеки та перукарні. Будівля мала п'ять поверхів, балкони та великий купол у стилі модерн, круглої форми, найвища точка якого знаходиться на висоті 43 метри від землі. Цей скляний купол увінчують десять бетонних стовпів. Теофіл Бадер, один із співвласників торгового центру, любив використовувати дуже сучасні на той час матеріали, а також армований цемент на підлозі. Декори створювали майстри Нансійської школи: Едуард Шенк (металеві балки, виліплені квітковими мотивами), Жак Грюбер (неовізантійські вітражі) і Луї Мажорель (залізна обробка балконів і тримаршових сходів) [48].

Концепція розкішного базару, яку придумали її засновники Теофіл Бадер і Альфонс Кан, користується успіхом у Парижі через що власники вирішили експортувати цю концепцію в інші країни, зокрема в Марокко, яке тоді перебувало під протекторатом Франції. Їхні зяті, власники французької компанії «Парі-Марок», вже мають новозбудовану будівлю в центрі Касабланки, на Place de France, в двох кроках від недіючого кінотеатру Vox. На першому поверсі встановили «Сучасні магазини» з анотацією внизу: «філії Galeries Lafayette Paris». З тих пір історія Galeries de Casablanca була тісно пов'язана з історією будівлі. Будівля побудована за проєктом «батьків бетону», відомих архітекторів, братів Огюста та Гюстава Перре, ця архітектурна перлина є однією з перших будівель сучасної Касобланки.



Рис. 1.3.3. Зовнішній вигляд Галереї Лафайєт (Париж, Франція) на початку ХХ століття та на сьогодні

У 1953 році Галерея Лафайєт урочисто започаткувала нову концепцію торгівлі, запустивши першу з довгої серії виставок. У 1958 році були запуснені «ТРИ ДНІ» - три дні актуальні та якісні речі продавалися за надзвичайно низькими цінами. У 1950-х роках було встановлено перші ескалатори, видалено внутрішні холи та додано два поверхи. У 1974 році були демонтовані головні сходи, а в 1984 році центральний цокольний поверх був перебудований для відкриття престижних бутиків. У 2012 році, до сторіччя купола та після його повного очищення, було встановлено нову систему освітлення, автором якої є художник Янн Керсале [53].

Окрім цього Галерея **Лафайєт** також є центром досвіду з ексклюзивними подіями, майстернями моди та краси, а також мистецькими виставками, які приваблюють відвідувачів з усього світу.



Рис. 1.3.4. Головний купол Галереї Лафайєт на бульварі Осман (Париж, Франція)

Торговий центр **Dubai Mall** : 4 листопада 2008 року відбулося урочисте відкриття **The Dubai Mall** — найбільшої зі споруд такого роду в світі. Dubai Mall — головний проект фірми Emaar Malls Group, підрозділу групи Emaar Properties, що займається в тому числі торговельними центрами.

Торговий центр створений у відповідності з концепцією і масштабами району «Даунтаун Дубай» — нового комерційного та ділового центру Дубая. Тут під одним дахом знаходиться 1200 магазинів, а також культурні та розважальні споруди світового рівня [57]. Серед атракціонів та закладів, розміщених у центрі є SEGA Republic — перший у регіоні тематичний парк під дахом площею близько 7600 м<sup>2</sup>, Gold Souk — найбільший у світі критий «золотий ринок» із 220 магазинами, «Острів моди» площею 44 000 м<sup>2</sup>, відведений під 70 магазинів «от кутюр» елітних світових брендів, перший на Близькому Сході універмаг відомої компанії Galeries Lafayette, KidZania — дитячий розважально-освітній центр площею 8000 м<sup>2</sup>, Aquarium of the Dubai mall — один з найбільших океанаріумів світу, комплекс кінотеатрів з 22 екранами, льодова ковзанка олімпійських розмірів, «Гай» (The Grove) — крита алея з розсувним дахом.



Рис. 1.3.5. зовнішній вигляд Dubai



Рис. 1.3.6. Внутрішній простір центру Dubai Mall [57].

Торговий центр **Eschmarke** побудований у 2007 році за проектом архітектурного бюро **S333**. Цей багатофункціональний проект сучасного торгового центру займає важливе місце в центрі нового генерального плану Ешмарке, невеликого містечка на околиці Енсхеде. Енсхеде- це найбільше місто на сході Нідерландів, є столицею провінції Оверейсел у Нідерландах. Проект включає 27 житлових будинків, магазини, супермаркет і парковку на 93 автомобілі. Вимога щодо збереження простого плану, одночасно збалансованого між приватними та громадськими елементами на невеликій ділянці, вирішується шляхом розміщення приватної парковки над магазинами. Подвір'я з'єднане безпосередньо з вулицею широким схилом, яким можуть їздити автомобілі, велосипедисти та пішоходи [45, 29].

Схил перетворюється на широкі гвинтові сходи, які плавно піднімаються від майданчика для паркування до верхніх рівнів будівлі, з'єднуючи квартири та приватні сади на даху за допомогою великих доріжок зі світловими колодязями, сонячними майданчиками та приватними терасами.



Рис. 1.3.7. Зовнішній вигляд будівлі



Рис. 1.3.8. Фрагмент фасаду будівлі

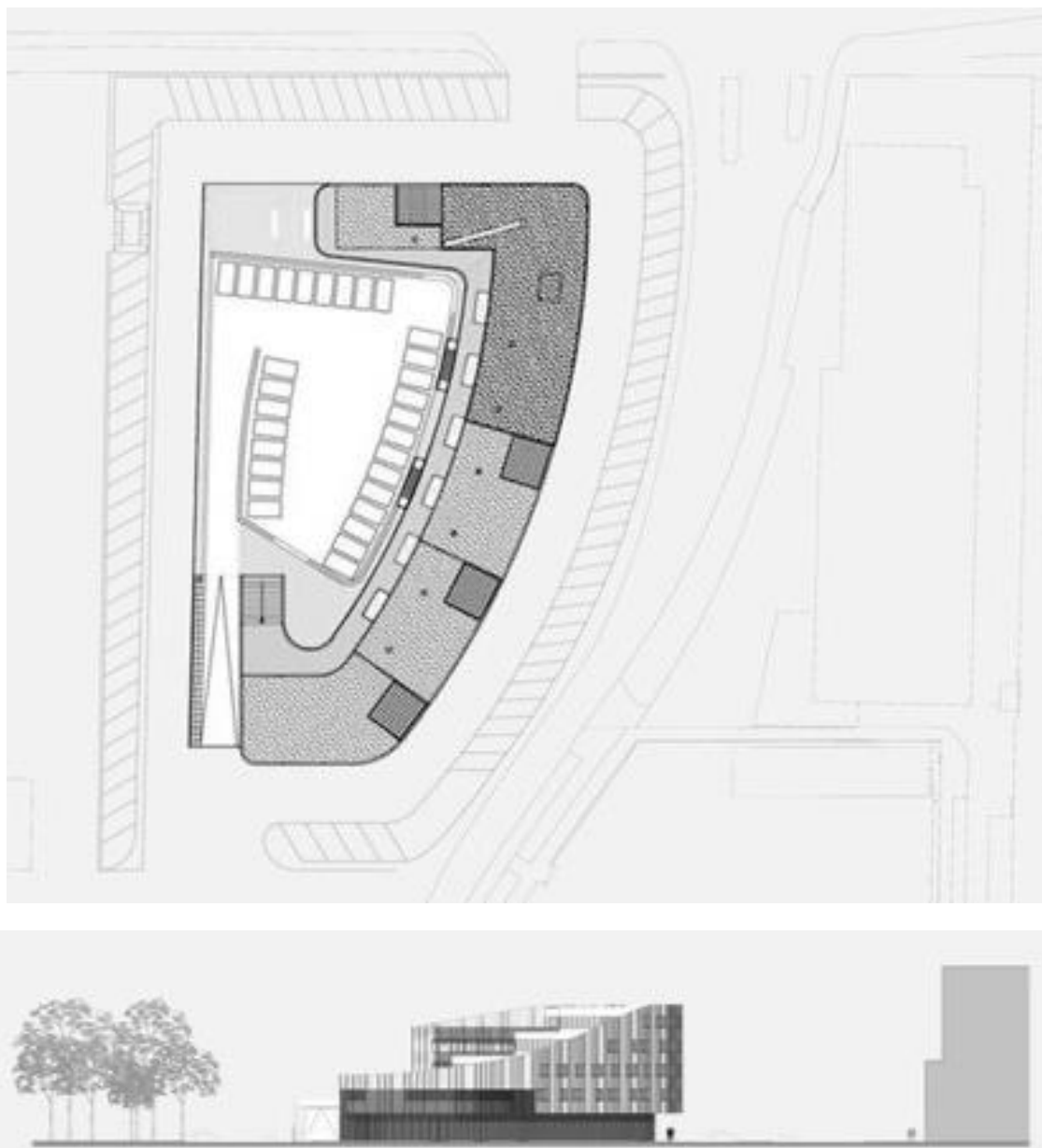


Рис. 1.3.9. План та розріз будівлі [45, 29].

Великий торговий центр **Bluewater**, щорозташований у Грінхіті, графство Кент, Англія, був побудований у 1999 році архітектором Еріком Куне, є одним із найбільших торгових центрів країни, який пропонує винятковий досвід покупок із широким вибором магазинів, ресторанів і місць для відпочинку. Він є домом для численних модних, технологічних і косметичних брендів, а також дизайнерських бутиків, що приваблюють різноманітну клієнтуру, починаючи від сімей і закінчуючи любителями моди, вирізняється сучасною та просторою

архітектурою, з великими проходами, світлими просторами та зонами відпочинку. Він також пропонує широкий вибір ресторанів, кафе та закладів швидкого харчування, що дозволяє відвідувачам насолоджуватися їжею під час покупок. Bluewater також пропонує такі види дозвілля, як кінотеатри, дитячі ігрові зони, і регулярно організовує заходи для сімей. Завдяки тому, що до нього легко дістатися з Лондона та інших районів Кента, Bluewater став місцем, яке поєднує в собі зручність, розваги та якісний досвід клієнтів.

Торговий центр розкинувся на 97 гектарах колишнього крейдяного кар'єру. Торгова площа становить 154 000 м<sup>2</sup>, розташованих на двох поверхах, що робить Bluewater другим за величиною торговим центром у Великій Британії після MetroCentre у Гейтсхеді. Будівля має трикутну форму і налічує 330 магазинів, у тому числі 40 кафе і ресторанів і мультиплекс з тринадцятьма залами [27, 28].

Усі блоки розташовані на верхньому торговому рівні галереї троянд і зимового саду



Рис. 1.3.8. Зовнішній вигляд та внутрішній простір торгового центру Bluewater, м. Грінхіт, Великобританія



Рис 1.3.9. Вид зверху на будівлю

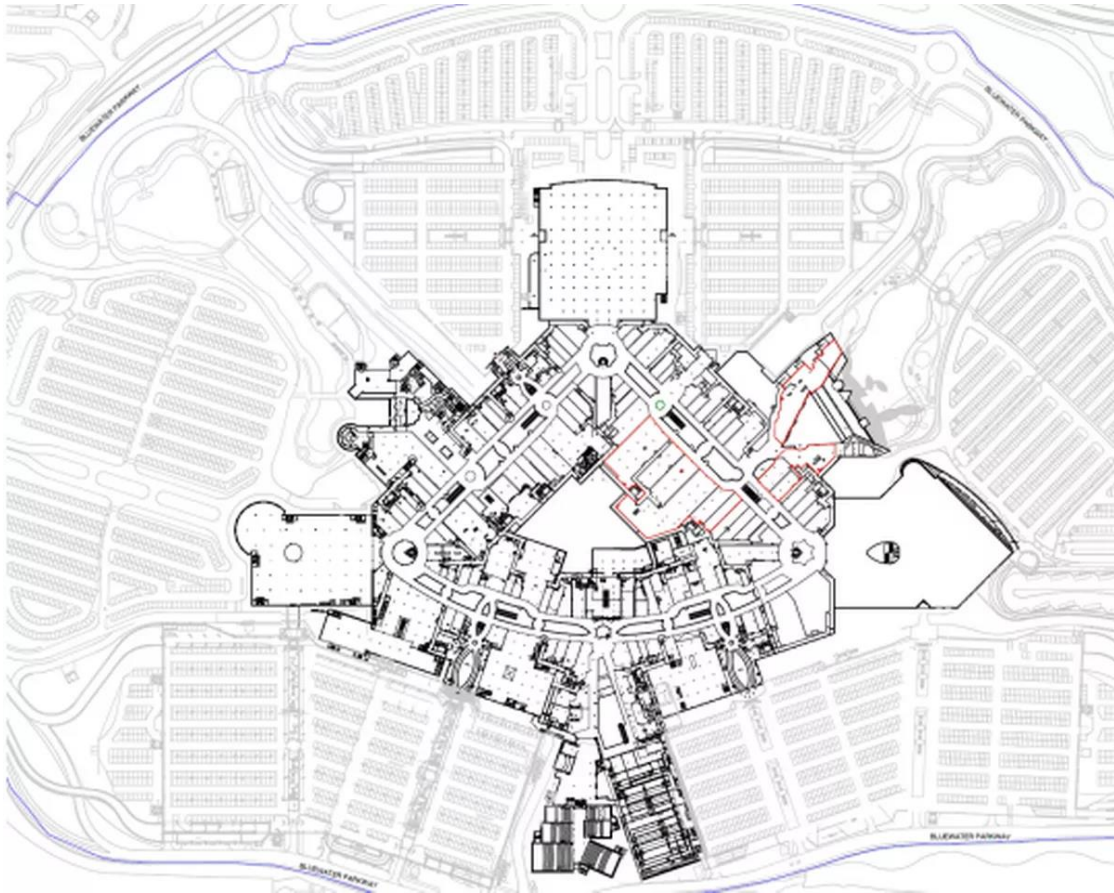


Рис 1.3.10. План будівлі [27, 28]

### **Висновки до розділу I**

Сучасний досвід проектування торговельно-розважальних центрів значно розвинувся протягом останніх десятиліть, адаптувався до споживчих тенденцій, технологічних інновацій та екологічних проблем. Сучасні торгові центри стали багатофункціональними просторами, де торгівля, розваги та послуги перетинаються задля забезпечення унікального проведення часу споживачів.

Торговельно-розважальні центри відіграють важливу роль у сучасному міському житті, надаючи місце для зустрічей, розваг та торгівлі для мешканців та відвідувачів. Їх ефективне проектування та управління можуть сприяти покращенню якості життя мешканців та стимулювати розвиток місцевої економіки.

## Розділ II

### **Засоби і прийоми архітектурно-середовищної організації торговельно-розважальних центрів**

Торгівля одна із наймогутніших чинників історичного процесу розвитку суспільства. Немає такого часу в історії, коли б вона не впливала на суспільне життя, більшою чи меншою мірою. Починаючи зі скромного обміну товарами всередині країни, і, закінчуючи мережею найскладніших комерційних операцій, що розкинулася по всьому світу, різноманітні види торгових відносин завжди, так чи інакше, реагували на різні сторони суспільного життя.

#### **2.1. Місце торговельно-розважальних центрів у типологічній групі торговельних будівель і споруд.**

Базар – це споруда чи комплекс споруд, які є безпосередньою частиною системи міських вулиць, відкритої як пішоходам, а й транспорту. Захист від сонця створювався тут дерев'яними конструкціями, покритими матами із соломи чи очерету. На відміну від східних ринків, проходи, будучи міськими комунікаціями, завжди виключають будь-яке транспортне пересування.

УНІВЕРСАЛЬНІ МАГАЗИНИ. Універсальні магазини з'явилися у XIX столітті внаслідок розвитку масового виробництва матеріальних цінностей та втрати безпосереднього контакту між виробниками товарів та його споживачем. Перші універсальні магазини з'явилися в Парижі в середині XIX століття і називалися «будинками товарів». Вони були простими 2-х і 3-х поверховими будівлями, що нагадують склади, де зберігалися і одночасно продавалися товари, як в роздріб, так і оптом. Магазин «Бон Марше» у Парижі згадується у літературі як перший у світі універсальний магазин.

Американські універсальні магазини розвинулися з 7-8-ми поверхових пакгаузів і набули широкого поширення в другій половині XIX століття. Знамениті універсальні магазини міста Чикаго були побудовані у вісімдесятих

роках XIX століття і за своїми величезними площами та способом торгівлі теж відносяться до типу пакгауза.

Громадський простір універсального магазину мав вільну форму плану з одним або декількома композиційними центрами, роль яких відігравали основні магазини, які називаються «магнітами». Магнітами вважалися магазини, найбільш привабливі для покупців своїми видами товарів. По дорозі руху потоку покупців, спрямованих до «магнітів», розміщувалися товари меншого попиту населення. Таким чином, забезпечувався рівень продажу та менш популярної продукції. У цей час почали вироблятися ази "науки вміння продавати".

Універсальні магазини брали на себе зобов'язання задовольнити вимоги будь-якого відвідувача, однак загальний асортимент товарів був розрахований на середній клас покупців. Часто ці магазини займалися лише оптовою торгівлею.

**ВИНИКНЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПАСАЖІВ.** Початок XIX століття в Європі ознаменувався появою будівель перших пасажів. Будівництво цього нового типу громадського - торгових споруд швидко поширилося всіма містами Європи, і було перенесено до Америки. До середини століття пасаж стає необхідним засобом для вирішення проблеми, пов'язаної зі створенням нових комфортабельних пішохідних просторів у центральній частині міста. Часто під час реконструкції міських територій, що склалися у середньовічних містах Європи під час прокладання нових пішохідних шляхів, у них влаштовувалися пасажі. І водночас, пасаж, будучи торговим підприємством, стає символом процвітання та комерційного благополуччя міста.

У загальноприйнятому вживанні слово «пасаж» – це крита галерея з низкою магазинів. Існує безліч літературних джерел, що підтверджують вплив принципів устрою східного ринку на виникнення торговельного пасажу в Європі. Східні базари справляли велике враження на мандрівників із Європи своєю розкішшю та пишнотою. Відкриття східних базарів відноситься до часу військової компанії Наполеона XVIII-XIX століть та наукових експедицій до Єгипту наприкінці XVIII століття.

Завдяки своїм якостям пасаж дуже швидко став улюбленим місцем для публіки. Люди називали пасаж «вулицею, укладеною в скло», де можна було гуляти, роздивлятися вітрини, відпочивати у кафе, чи ресторані, робити різноманітні покупки чи просто зустрічатися з друзями. Людина відповідно до своїх власних планів могла використовувати галерею пасажу виключно як найкоротший прохід від одного пункту центру міста до іншого. Разом з тим, вітрини салонів і магазинів, розташовані вздовж по обидва боки застланого проходу, привертають увагу навіть просто перехожих, які не мають на меті зробити покупку.

Торговим принципом пасажу є однакові умови для кожного магазину. Тут усі магазини мають однакові фасади та однаковий потік покупців, що проходять уздовж цих фасадів. Історично склався прийом декорування інтер'єру пасажу під вуличні фасади будинків. Кулінарні, розважальні, культурні заклади є необхідними елементами пасажу і, тим самим, перетворюють людину, що випадково зайшла, на активного учасника торговельного процесу.

**АРХІТЕКТУРА СУЧАСНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ БУДІВЕЛЬ.** Всі торгові центри будь-якого типу мають вертикальний транспорт і можуть мати ескалатори, траволатори та ліфти, крім сходів, що проектуються з урахуванням протипожежних норм. У всіх торгових центрах будь-якого типу необхідно продумувати зони підвезення та вивантаження товарів, а також проектувати зони збору та знищення сміття.

Розвиток та вдосконалення технологій торгових центрів призвело до появи нововведень у їхній роботі. По-перше, бажання збільшувати комфортність обслуговування покупців поступово призвело до змін в асортименті продукції магазинів за рахунок залучення до продажу виробів іншого асортиментного профілю. Тепер, наприклад, можна в продовольчому магазині купити зубну пасту, дитячі іграшки, шкарпетки та колготки, постільну білизну та інші вироби зі списку повсякденного попиту. По-друге, це ж бажання розширити області продажів і тим самим залучити до торгового центру якомога більшу кількість

покупців, що призвело до утворення центрів подвійного профілю обслуговування. Широкого поширення набули торгово-розважальні центри, де відвідувач, здійснивши покупки, може провести ще якийсь час у зонах відпочинку, кінотеатрах, ресторанах, спа-салонах, на катках та інших привабливих місцях.

Торгово-розважальні центри вражають різноманітністю пропонованих послуг, відвідувачі можуть у них проводити весь свій вільний час, одночасно купуючи, що виховує в суспільстві невгамовне бажання до споживання все більшої кількості нових товарів. Все більша кількість розважальних споруд, заповнюють торгові центри, їх кількість зростає, як і прибуток, який вони приносять. Реклама закликає проводити в центрах разом із усією сім'єю цілі дні, відгородившись від повсякденних турбот, поганої погоди чи невирішених проблем.

Завдання сучасної архітектури торгових центрів справляти на покупців приголомшливе враження, хвилювати його уяву, привертати увагу себе, залучаючи цим нових покупців. Завдяки багатому розмаїттю нових архітектурних форм та використанню нових матеріалів у будівництві, сучасній архітектурі вдається сьогодні вирішувати ці завдання. Дедалі більше людей прагне провести свій вільний час над музеях, картинних галереях чи театральних концертних залах, а торгових центрах, перетворилися на «музеї матеріальних цінностей» [20].

## **2.2. Особливості функціонального зонування ТРК (які з'являються нові приміщення для розваг)**

Торгово-розважальний центр – багатофункціональна споруда для забезпечення задоволення різного характеру потреб потенційного відвідувача. При проектуванні торговельно-розважальних центрів важливо враховувати, що співвідношення між торговельною та розважальною площами у торговельно-

розважальному центрі має бути не менше ніж 1/3. При проектуванні, торгово-розважальний центр може включати такі види площ:

1. Торгові майданчики (Супермаркети, профільні магазини, острівці)
2. Розважальні об'єкти (кінотеатри; аквапарки; дитячі ігрові комплекси; ігрові автомати; атракціони; міні-зоопарки; боулінг-клуби; караоке-центри; ковзанки; фотокіоски тощо)
3. Заклади громадського харчування (ресторани; фудкорт; кав'ярні, пекарні, бари, що окремо стоять)
4. Об'єкти сфери послуг (банки; платіжні термінали; пункти видачі, постамати; хімчистки; салони краси; ремонти одягу та взуття)
5. Приміщення загального призначення (зони відпочинку; коридори, тамбури; санвузли).
6. Відкриті майданчики (для проведення заходів)
7. Офісні та допоміжні приміщення (адміністрація/керівна компанія комплексу; офіси орендарів; охорона; кабінети обслуговуючого персоналу (електриків, сантехніків, приміщення МОП та ін.)
8. Складські приміщення.
9. Технічні приміщення (котельні; ліфтові шахти; приміщення для інженерних мереж та ін.)

**Типи зонування торгово-розважальних центрів.** Проектування торгово-розважальних центрів має враховувати таку специфічну характеристику, як зонування будівлі, що проектується. Від грамотного розподілу площ торгово-розважального центру залежить майбутня прибутковість проекту, його зручність для потенційних покупців та раціональність в обслуговуванні експлуатуючою організацією.

Існують такі типи зонування торгово-розважальних центрів::

1. Товарно-тематичне – внутрішня площа поділена на чіткі блоки. Наприклад, у правому крилі знаходиться дитячий одяг, у лівому – доросла, на

останньому поверсі – виключно меблі, а на першому – взуття. Але за такого зонування неможливо забезпечити 100% прохідність торгово-розважального центру - потенційні відвідувачі можуть не охоплювати далеко розташовані зони, що не вигідно для орендодавців та орендарів.

2. Змішане зонування, що передбачає створення тематичних зон. Наприклад, товари для дорослих відвідувачів (від одягу до косметики та шкіргалантереї), дитячий поверх, товари для саду та городу. За такого зонування є можливість управління потоком відвідувачів. Але таке планування не вигідне для орендарів, які продають різнопланову продукцію.

3. Взаємозамінне зонування – без чіткої прив'язки до асортименту. Один бутик може легко замінити інший, ніяк не впливаючи на концепцію торгово-розважального центру. За такого зонування існує можливість направляти клієнтопотік у потрібну сторону. Але головним недоліком є непроста навігація для відвідувачів, підвищена кількість «мертвих зон».

Зонування торгових приміщень торговельно-розважального центру, що проектується, може бути виконане за допомогою стаціонарних монолітних стін, непрозорих мобільних конструкцій, скляних перегородок.

### **Правила проектування торгово-розважальних центрів.**

Проектування торгово-розважальних центрів неспроможна уникнути дотримання деяких негласних правил проектування. Майбутній проект торговельно-розважального центру повинен мати [44]

:

1. Правильну форму. Оптимальною формою для торгово-розважальних центрів вважається атріумною, оскільки вона робить всі точки торгово-розважального центру однаково доступними.

2. Грамотне зонування. Відіграє першорядну роль. Стандартним під час проектування вважається такий розподіл торгових площ:

- 40-50% - магазини відомих брендів, які і залучають відвідувачів до ТЦ;
- 10-20% – невеликі приватні бутики;

- 30% - розважальна зона;
- 5% - фудкорт.

3. Адміністрація, підсобні та технічні приміщення розташовуються у віддалених частинах будівлі або на верхніх поверхах, може виділятися окреме крило будівлі. Як правило, цю частину закривають відвідувачам.

4. Наявність у будівлі торговельно-розважального центру об'єднуючих приміщень, доступ до яких однаково зручний з будь-якої точки. У таких приміщеннях зазвичай мають рекреаційні зони і фудкорти.

5. Наявність у приміщеннях, що надаються в оренду не тільки торгових площ, а й площ для складування, зон розвантаження-завантаження, розміщення персоналу та ін. підсобно-побутових приміщень.

Під час проектування торгово-розважальних центрів мають бути вирішені такі задачі:

- Рациональне використання площ. Усі площі торгово-розважального центру, включаючи підземну частину, мають бути максимально використані.
- Хороша навігація торгово-розважального центру – правильний розподіл купівельних потоків: потрапляючи всередину, відвідувач має охопити максимальну кількість торгових точок. Планування має бути зрозумілим і доступним, щоб потенційні відвідувачі легко орієнтувалися.
- Відсутність "мертвих зон". У будівлі не повинно бути віддалених куточків, доступ до яких утруднений. Усі приміщення повинні добре переглядатися із центральних холів та коридорів.
- Спокійна атмосфера. Важливо створити умови, за яких покупцю буде комфортно вибирати та розглядати товар. Світло не повинно бити в очі або бути тьмяним, підлога повинна бути рівною і неслизькою, щоб відвідувачі відчували себе спокійно і не боялися впасти.
- Вертикальна доступність. Для багатоповерхових торгово-розважальних центрів важливим є грамотний розподіл відвідувачів по поверхах. Для цього рекомендується будувати ескалатори поблизу входу, на доступних місцях. Сходи

та ліфти слід розташовувати у кількох частинах будівлі торгово-розважального центру для зручного пересування відвідувачів між поверхами у різних кінцях будівлі. Під час проектування торговельно-розважальних центрів обов'язково варто передбачити витяги для маломобільних громадян [20].

### **2.3. Композиційні засоби і прийоми об'ємного рішення та інтер'єру (атріуми, внутрішнє озеленення і т.п.)**

Ставлення до торговим центрам змінилося як і, як і самі види торгівлі. Тепер люди хочуть не тільки робити покупки, а й зустрічатися, спілкуватися, разом обідати та ходити, розглядаючи товари. Глава архбюро UNStudio Бен ван Беркель пропонує для цього термін *eye shopping* — тепер очима не лише «поїдають», а й «купають». А торгові центри відповідно продають.

У цій ситуації у торгових центрах природно виникла громадська функція. Одним із молів нового зразка став Parque Terezo у Мехіко, спроектований Sordo Madaleno Arquitectos. Назва повністю відповідає змісту: завдяки деревам, що ростуть у будівлі, внутрішній простір нагадує паркову вулицю з пролягаючими вздовж неї торговими рядами. Світло проникає крізь скляний дах, який підтримують розгалужені колони.



Рис. 2.3.1. ТРЦ Parque Terezo у Мехіко, арх. бюро Sordo Madaleno Arquitectos

Будівля торговельного центру не лише привертає більше уваги, а й у окремих випадках стає місцевою пам'яткою. Саме до таких проектів належить торговий центр Emporia, створений у бюро Герта Вінгорда у 2012 році. Будівля розташована в Мальме, в одному з нових районів міста. У скляному фасаді обіграно цікаве скульптурне рішення: середина будівлі сильно увігнута та утворює невеликий внутрішній двір. У 2013 році проект виграв конкурс MUF, а невдовзі після цього був удостоєний премій INSIDE та MIPIM.



Рис. 2.3.2. Торговий центр Emporia, Мальме, Фінляндія. Арх.бюро Герта Вінгорда, 2012

Так само працює архітектура торгового центру Фучжоу. Це масивний геометричний об'єм з безліччю граней, які надають будівлі схожість із дорогоцінним каменем. Форму обрано не випадково: під час роботи над проектом архітектори бюро Spark відштовхувалися від того, що мандрівник Марко Поло, опинившись у Фучжоу, назвав це місто «центром торгівлі дорогоцінним камінням».



Рис. 2.3.3. торговий центр Фучжоу, Китай. Арх. бюро Spark,

Щоб надати будівлі візуальної привабливості, необов'язково вибирати екстремальні ходи, часом досить грамотно підібрати облицювання, щоб виділити торговий центр у міській тканині. Подібний підхід продемонструвала польська студія Grupa 5 Architekci у торговому центрі Klif у Варшаві. Будівлі надали просту прямокутну форму, але покрили трикутним облицюванням, яке утворює безліч граней.



Рис. 2.3.4. торговий центр Klif у Варшаві, Польща. Арх.бюро Grupa 5 Architekci

Достойні всілякої уваги комплекси виростають один за одним - MyZeil Массиміліано Фуксаса у Франкфурті зі скляними «ярами» та «колодцями»; реконструйований Річардом Роджерсом за допомогою елементів 100-річна арена кориди в Барселоні.

У столиці Казахстану, наприклад, уже три будівлі сера Нормана Фостера, одна з них — найбільший намет у світі: торговий комплекс у вигляді натягнутого на 150-метровий шпиль «тенту», який, у свою чергу, «соткан» із полімерної плівки ETFE. Про її властивості ми вже писали: вона чудово пропускає світло, затримуючи УФ-випромінювання, і є основою для ефектного світлодіодного RGB-підсвічування, що успішно демонструє і «Хан-Шатир».



Рис. 2.3.5. ТРЦ Хан Шатир, Астана, Казахстан

Проектне бюро PT ENVIRO TEC INDONESIA постаралося задіяти максимум локальних природних ресурсів або, як мінімум, мотивів у проекті Beachwalk (Sahid Kuta) у Куті, о. Балі, Індонезія. Теракотова підлога з тутешньої глини імітує дерев'яні дошки для підлоги, на композитному бетоні — квітки лотоса, на стелі — характерні візерунки ротангового плетіння. Тільки в даному

випадку не з натуральної лози, а з полімерного волокна: від натурального майже не відмінне, нетоксичне, біорозкладне - і при цьому міцне і довговічне.

Звисаючі з верхніх терас ліани створюють благодатну тінь та забезпечують природну вентиляцію та очищення повітря. Полив здійснюється за рахунок колекторів дощової води. Додатковий захист від сонця дають покрівлі, цілком очевидно схожі на солом'яні капелюхи острівних фермерів — навіть матеріал виготовлення той самий.



Рис. 2.3.6. Beachwalk (Sahid Kuta) в Куті, о. Балі, Індонезія

Будівля ТРЦ голландського бюро UNStudio приховує кількість поверхів за фасадами, суцільно вкритими «кульками» із дзеркальної сталі. Перед архітекторами стояло завдання відтворити фактуру «живої» поверхні — водоймища або шовкового полотна. Автори стверджують, що для такого ефекту розробили та використали 9 різних видів сталевих сфер, завдавши їх на шар скляних панелей. Крім того в кожному «кульку» вмонтовано світлодіод, який у темний час доби переливається всіма кольорами веселки і, відбиваючись у склі, створює відблиск, що додатково оживляє поверхню. Насправді навіть тисячі відблисків — всього на фасаді торгового центру 42333 таких «кульки».

Інтер'єри комплексу загальною площею 22 630 кв. м продовжують ідею плинності та плавного хвилеподібного руху, заявлену на фасаді. На контрасті з яскравістю зовнішнього RGB-підсвічування вони переважно білі - але при цьому напрочуд нудні.

У плануванні та огорожувальних елементах вже знайомий мотив кіл і текучих криволінійних поверхонь. Обидва атріуми - південний і північний - акцентовані світловими ліхтарями - тунелями, що з'єднують нижній поверх з дахом. На кожну з 2600 скляних панелей, якими оздоблені тунелі, нанесено унікальний малюнок, а вони одночасно «працюють» ліфтовими шахтами.



Рис.2.3.7. Hanjia Wanda Square у Вухані, Китай

В інтер'єрі білий колір добре відображає світло, і коли його дійсно багато це певною мірою економить енергоресурси, оскільки штучного освітлення потрібно менше.

## **Висновки до розділу II**

На етапі архітектурного та технологічного проектування ТРЦ виконується весь основний обсяг проектних робіт, на якому детально розглядаються всі аспекти будівництва та функціонування торгово-розважального центру, закладені на етапі розробки передпроектного пропонування. Крім суто технічних питань, проектування є загальні важливі моменти:

- правильне й ефективне розташування орендних площ
- ефективний розподіл потоків відвідувачів ТРЦ
- доступність верхніх поверхів (здінки переходу та доступу)
- доступність для маломобільних груп населення
- ефективна організація торгово-технологічних процесів — доставка, складання та розподіл товарів, потоки товарів, що виключають взаємне перетинання, безпеку та усунення шляхів хіщення
- паркінг, зручність в'їзду та виїзду, громадський транспорт

## Розділ III

### **Шляхи архітектурно-середовищної організації торгово-розважальних центрів (на прикладі торгово-розважального центру в м. Рабат Королівства Марокко)**

#### **3.1. Екологічні умови містобудівного рішення торговельно-розважального центру в м. Рабат Королівства Марокко**

Земельна ділянка для проектування знаходиться в м. Рабат, регіон Рабат-Кенітра, Марокко. Оцінка природного середовища існування в регіоні Рабат-Кенітра є підходом, який вимагає врахування кількох екологічних, географічних і соціально-економічних аспектів. Цей регіон, розташований на атлантичному узбережжі Марокко, має велику різноманітність природних середовищ, включаючи прибережні території, ліси, сільськогосподарські угіддя, водно-болотні угіддя та гори (Рис. 3.1.1).

Ось кілька ключових аспектів, які слід враховувати при оцінці природного середовища існування в цьому регіоні:

##### *1. Різноманітність природних середовищ існування.*

Атлантичне узбережжя: регіон є домом для пляжів, дюн і морських екосистем. Прибережні райони часто є місцем проживання багатьох морських і пташиних видів.

Водно-болотні угіддя: такі місця, як лагуна Лукос і територія навколо озера Сіді Мусса, важливі для біорізноманіття, особливо для мігруючих птахів.

Ліси: у регіоні є ліси, зокрема корковий дуб і соснові ліси, які відіграють життєву важливу роль у регулюванні води та забезпеченні притулку для місцевої дикої природи.

Сільськогосподарські території: сільськогосподарські землі охоплюють більшу частину регіону, але вони впливають на навколишнє природне середовище існування. Стале управління сільськогосподарськими землями має вирішальне значення для збереження біорозмаїття.

## 2. Біорізноманіття.

У регіоні мешкає кілька ендемічних видів тварин і рослин, у тому числі такі види птахів, як фламінго та інші перелітні птахи. Морські та прибережні екосистеми, а також ліси та водно-болотні угіддя є ключовими середовищами існування різноманітної флори та фауни.

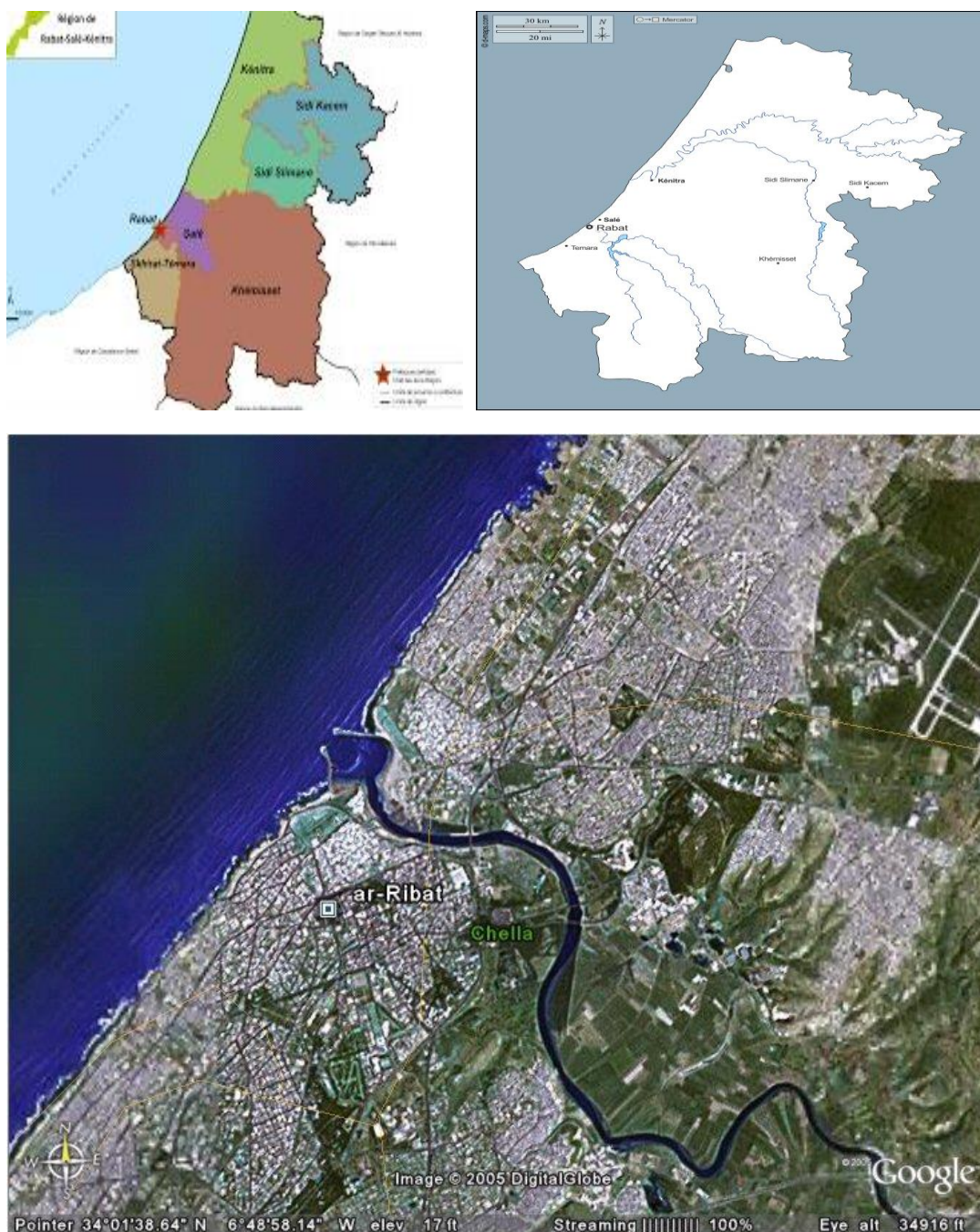


Рис. 3.1.1. Картографічні дані про м. Рабат Королівства Марокко.

Види, що знаходяться під загрозою зникнення: деякі види стикаються з такими загрозами, як втрата природного середовища існування через урбанізацію, забруднення та інтенсивне сільське господарство.

### 3. *Людський тиск і вплив*

Урбанізація: Швидке зростання міст у Рабаті, Кенітрі та їх околицях створює значний тиск на природне середовище проживання. Розширення міських і промислових територій призводить до фрагментації середовищ існування та забруднення прибережних і річкових територій.

Сільське господарство: Інтенсивне сільське господарство, особливо зернові культури та іригаційні системи, змінюють природні екосистеми. Існує також значне використання пестицидів і хімічних добрив, які впливають на якість ґрунту та води.

Туризм: збільшення туризму в прибережних районах може завдати шкоди навколишньому середовищу, якщо не керувати ним належним чином. Туристична інфраструктура часто впливає на місцеве біорізноманіття.

### 4. *Збереження та управління природними просторами*

У регіоні розташовані заповідні території, такі як парки та заповідники, які відіграють важливу роль у збереженні біорізноманіття. Приклад національного парку Мамора Форест важливий для цього регіону, оскільки він є важливим середовищем проживання багатьох видів рослин і тварин.

Такі природоохоронні ініціативи, як стале управління лісами, охоронні території для птахів і проекти відновлення екосистем, є важливими для збереження біорізноманіття.

### 5. *Зміна клімату*

Наслідки зміни клімату, такі як підвищення рівня моря, мінливість опадів і опустелювання, впливають на природні екосистеми в регіоні Рабат-Кенітра. Прибережні території, зокрема, вразливі до повеней та ерозії.

### 6. *Проблеми забруднення*

Забруднення повітря, ґрунту та води є серйозною проблемою в регіоні через промислову та сільськогосподарську діяльність. Якість води в прибережних районах і річках, таких як Уед Себу, знаходиться під загрозою через промислові та міські викиди.

#### *7. Проекти екологічного відновлення*

Вживаються заходи щодо відновлення деяких деградованих екологічних територій, наприклад, шляхом відновлення лісів і відновлення водно-болотних угідь. Ці проекти спрямовані на підвищення стійкості екосистем перед лицем тиску людини та зміни клімату.

Оцінка екологічних умов у регіоні Рабат-Кенітра висвітлює кілька проблем і проблем, пов'язаних із забрудненням, управлінням природними ресурсами та наслідками зміни клімату. Ось короткий виклад основних моментів:

**Якість повітря:** забруднення повітря є високим через викиди транспортних засобів, діяльність промисловості та портів, причому концентрації забруднюючих речовин часто перевищують рекомендовані ліміти.

**Якість води.** Водним ресурсам загрожує промислове, побутове та сільськогосподарське забруднення, особливо в прибережних районах. Управління водними ресурсами є проблемою, особливо під час посухи.

**Утилізація відходів:** Управління відходами залишається неадекватним, з мухами та низьким рівнем переробки, особливо за межами міських районів.

**Зміна клімату:** регіон вразливий до екстремальних погодних явищ, таких як підвищення рівня моря та посуха, що впливає на сільське господарство та доступність води.

**Зусилля щодо сталого розвитку:** існують ініціативи щодо збереження та сталого управління, спрямовані на відновлення екосистем, покращення якості води та сприяння більш екологічно чистим методам сільського господарства.

**Захист навколишнього середовища в регіонах Рабат-Кенітра та місті Рабат** базується на кількох ініціативах, спрямованих на збереження природних ресурсів, зменшення забруднення та сприяння сталому розвитку. Ось короткий

перелік основних дій і заходів, які вживаються для захисту навколишнього середовища в цих областях:

*Управління забрудненням повітря та води:*

Впроваджуються заходи контролю забруднення повітря, включаючи регулювання промислових викидів і покращення громадського транспорту для зменшення вихлопів транспортних засобів.

Управління стічними водами покращується завдяки проектам очищення води та реконструкції систем каналізації, особливо в міських районах Рабату.

*Утилізація відходів:*

У регіоні впроваджуються ініціативи щодо покращення збору, переробки та обробки відходів, докладаючи більше зусиль щодо обмеження викиду мух та сприяння вибірковому збиранню відходів.

Посилення управління твердими відходами є пріоритетом із зусиллями для підвищення обізнаності населення про важливість переробки та сталого поводження з відходами.

*Адаптація до зміни клімату:*

Впроваджується політика щодо посилення стійкості до зміни клімату із заходами щодо запобігання береговій ерозії, обмеження впливу посухи та збереження водних ресурсів.

Для підтримки сільського господарства в умовах мінливості клімату прийняті стратегії сталого управління зрошенням і збереження води.

*Стале міське планування та мобільність:*

Докладаються зусиль, щоб зменшити екологічний слід міст, зокрема в Рабаті, шляхом розвитку зеленої інфраструктури (громадські місця, парки) та сприяння екологічному громадському транспорту (трамваї, електробуси).

Зміцнюється стале міське планування, щоб обмежити розростання міст і зберегти зелені зони та сільськогосподарські угіддя.

*Захист від електромагнітного забруднення* в Рабаті та регіоні Рабат-Кенітра забезпечується правилами, спрямованими на обмеження впливу хвиль

від релейних антен та інших телекомунікаційних інфраструктур. Місцева влада регулярно контролює рівень радіації, щоб переконатися, що він відповідає міжнародним стандартам безпеки. Дослідження впливу проводяться перед встановленням нових антен, щоб захистити здоров'я населення, дозволяючи при цьому розвивати бездротові технології. Зусилля спрямовані на те, щоб збалансувати модернізацію інфраструктури з безпекою для навколишнього середовища та здоров'я.

*Регулювання мікроклімату* в Рабаті базується на кількох стратегіях, спрямованих на покращення місцевих кліматичних умов, зменшення впливу міських теплових островів і сприяння більш приємному та стійкому середовищу для його мешканців. Ось основні заходи:

Міське планування та зелені насадження: створення та утримання зелених насаджень (парків, садів, міських насаджень) відіграє вирішальну роль у регулюванні мікроклімату шляхом поглинання вуглекислого газу, зниження місцевої температури та покращення якості повітря.

Захист прибережної зони та управління: Рабат отримує переваги від своєї близькості до Атлантики, а управління прибережною зоною допомагає підтримувати помірний клімат, регулюючи температуру та зменшуючи наслідки сильної спеки влітку. Стала інфраструктура та будівельні матеріали: використання світловідбиваючих або зелених будівельних матеріалів на дахах і фасадах допомагає обмежити вплив міських теплових островів, як і підвищення енергоефективності будівель.

Зменшення забруднення повітря: заходи зі зменшення викидів забруднюючих речовин від транспортних засобів і промисловості допомагають зменшити наслідки місцевого потепління, одночасно покращуючи якість повітря.

Стала мобільність: розвиток громадського транспорту та заохочення м'якої мобільності (їзда на велосипеді, ходьба) допомагають обмежити вплив транспортних засобів на навколишнє середовище, таким чином зменшуючи забруднення та сприяючи кращому регулюванню міського клімату.

Саме такі принципи використовуються при проектуванні торговельно-розважального центру в м. Рабат. Місцезнаходження відповідає екологічним вимогам та не передбачає руйнування існуючих зелених зон (Рис. 3.1.2).



Рис. 3.1.2. Місцезнаходження ділянки проектування у м. Рабат Королівства Марокко.

Генеральний план центру компактний, за будівлею передбачається паркінг для автомобілів, накритий просторовою конструкцією з використанням сонячних колекторів на покрівлі (Рис.3.1.3).



Рис. 3.1.3. Генеральний план торговельно-розважального центру.

### 3.2. Архітектурно-планувальне рішення

З огляду на те, що у Марокко спекотний клімат, планувальне рішення торговельно-розважального центру просте і функціонально оптимальне. Достатня кількість виходів та широкий центральний хол створюють своєрідний громадський простір для відпочинку та розваг великих сімей.

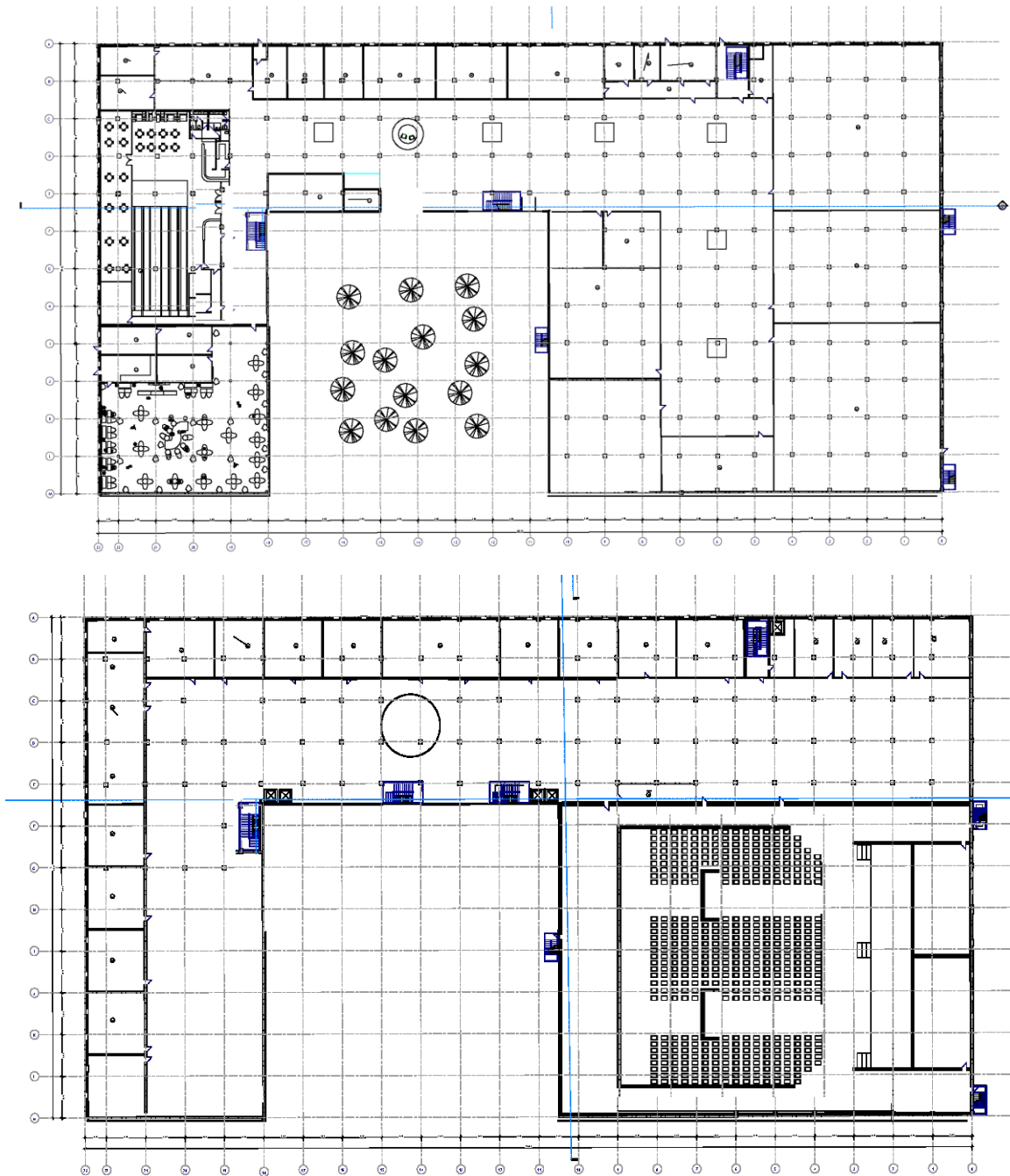


Рис. 3.2.1. Плани першого і другого поверхів.

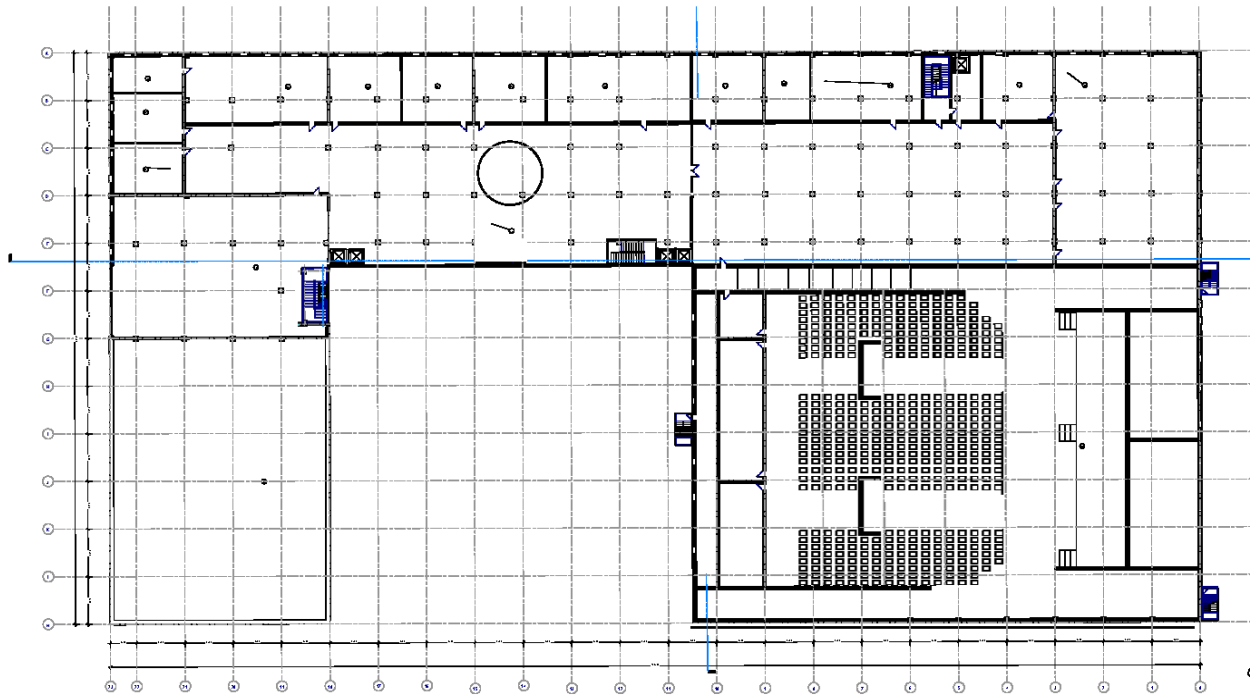


Рис. 3.2.2. План третього поверху.

Поверховість торговельно-розважального центру обумовлена розрахунком раціонального підходу людей до витрат сили. Більше поверхів проєктувати не доцільно. Навіть у світовій практиці вважається, що на поверхах вище першого вже треба робити товари дешевшими, бо у людей немає стимулу підійматися.

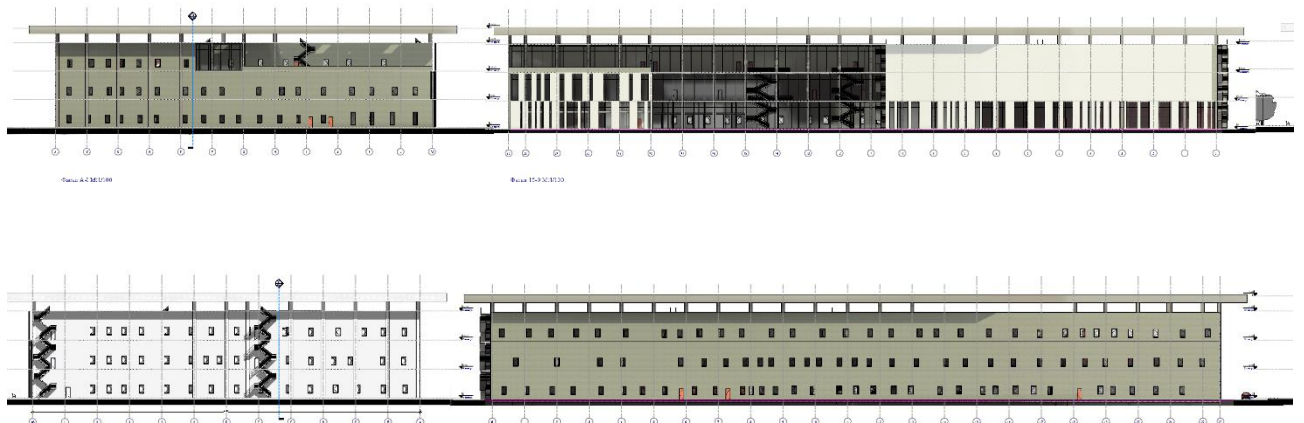


Рис. 3.2.3. Фасади

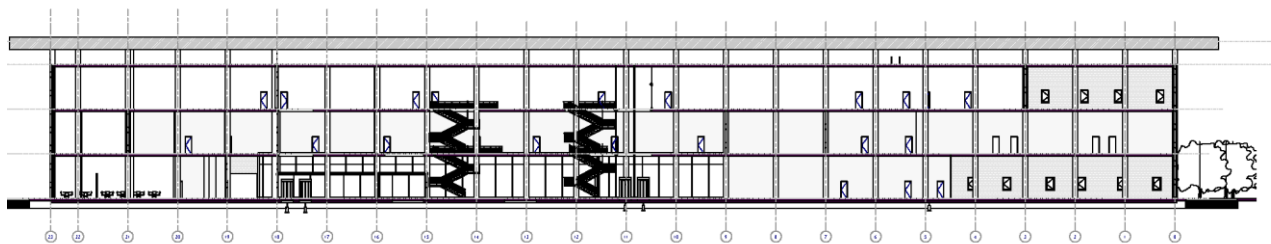


Рис. 3.2.4. Розріз

Кінотеатр – тип видовищного приміщення в торговельно-розважальному центрі. Боулінг, кімната для дітей, кафе. Все спрямоване на приємне проведення часу в торговельному центрі. В широкій рекреації можуть влаштовуватися островні торгові точки, влаштовуватись місця для відпочинку, бари з соками і коктейлями-суперфудами. Адміністрація розташовується на третьому поверсі.

### 3.3.3. Дизайнерське рішення

Для розробки дизайнерської частини проєкту обрано кафе, яке розташоване на першому поверсі в лівому крилі. Воно має вихід у громадську зону, накриту декоративним покриттям для затінення центральної частини центру, тим самим створюючи приємний мікроклімат.

Підлозі з геометричним малюнком відповідає підвісна стеля. Вони є основними акцентами в порівнянні із спокійним однорідним пофарбуванням стін. На фоні стін яскраво виділяються білі і червоні меблі та інтер'єрне озеленення. Сучасний інтер'єр завдяки малюнку на підлозі та фактурній стелі нагадує про марокканські традиційні оздоблення інтер'єрів за типом фігурного стукового тинку.

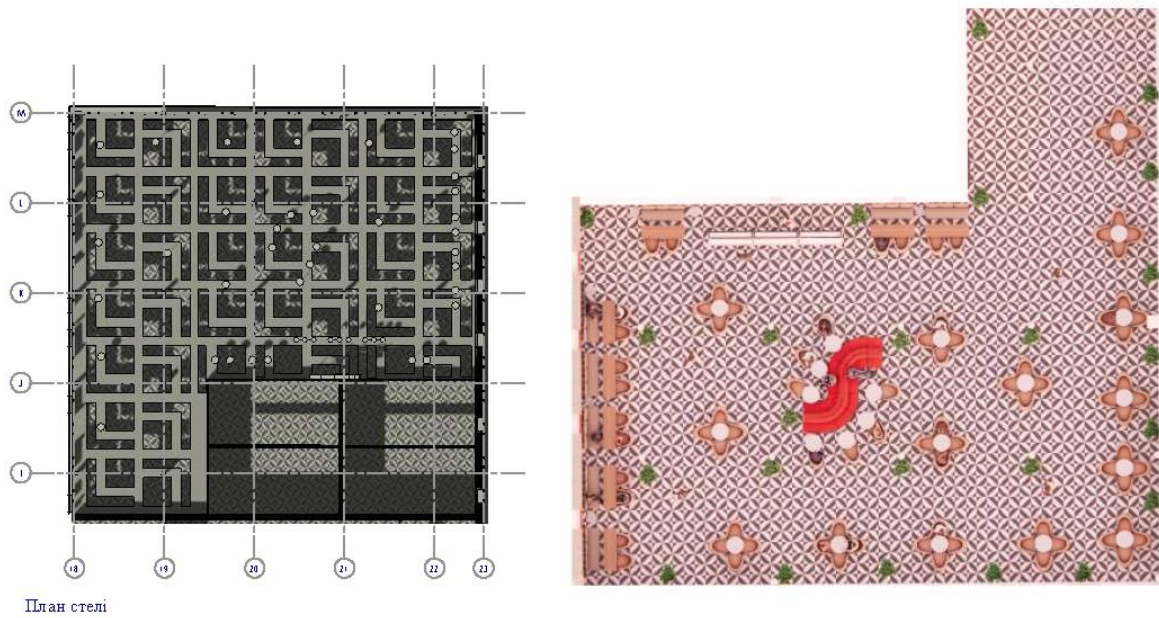
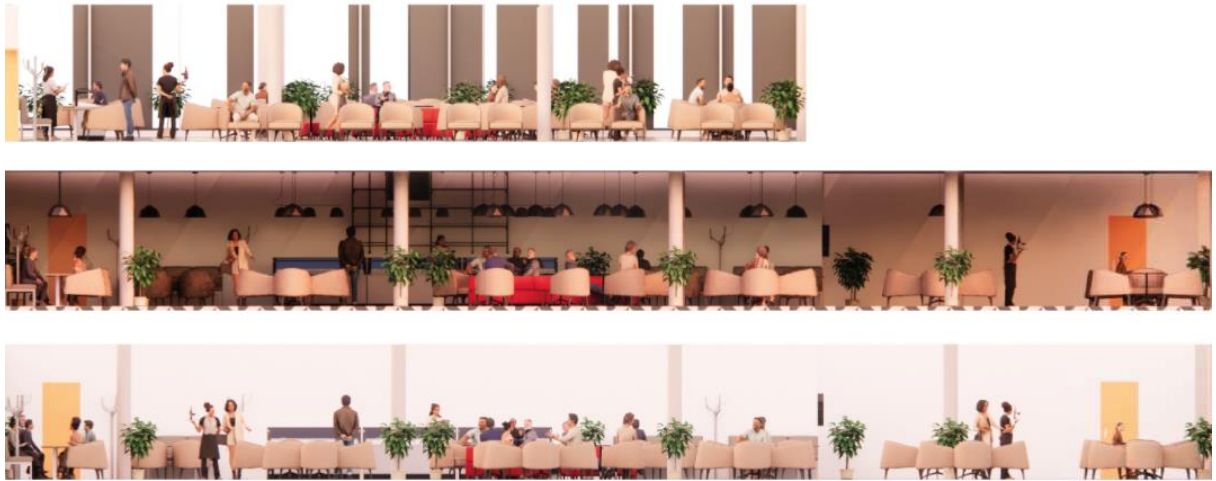


Рис. 3.3.1. Дизайн рішення інтер'єру кафе, розгортки, план підлоги і стелі.



Рис. 3.3.2. Дизайн рішення інтер'єру кафе, розгортки, план підлоги і стелі.

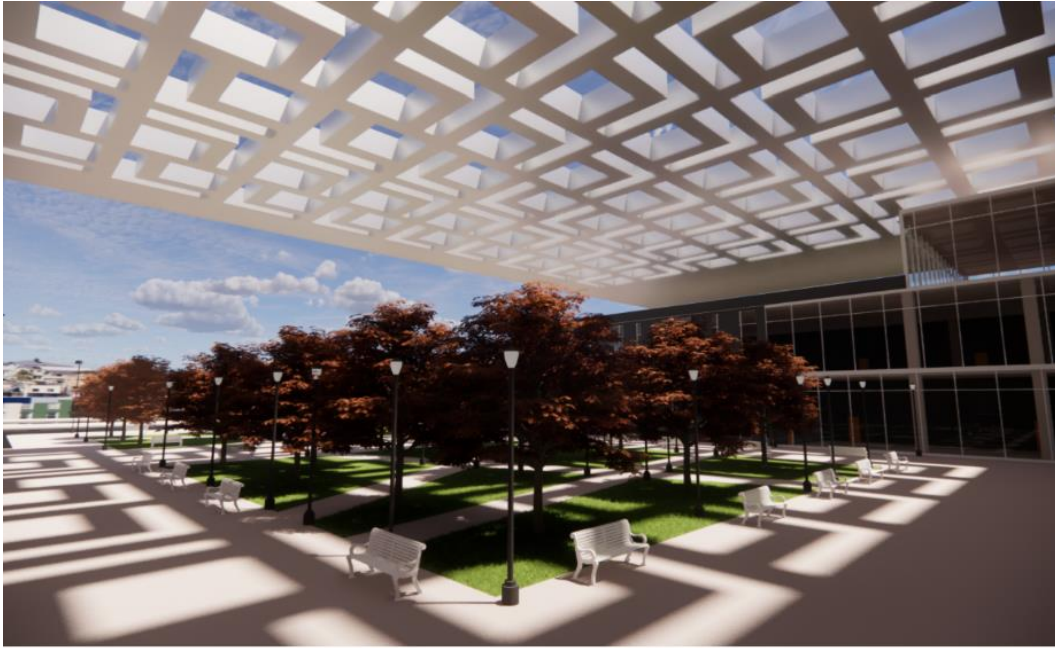


Рис. 3.3.1. Дизайн рішення покриття будівлі.



Рис. 3.3.3. Візуалізація торговельно-розважального центру.

### **Висновки до розділу III.**

Сучасне середовищне проектування торгово-розважальних центрів визначається врахуванням естетичних, функціональних та екологічних аспектів. Важливим є підход до створення просторів, які не лише задовольняють комерційні потреби, але й враховують вимоги стосовно сталого розвитку та взаємодії з оточуючим середовищем.

Розвиток і вдосконалення методів архітектурно-середовищного проектування торгово-розважальних центрів може включати в себе інтеграцію технологій для оптимізації використання енергії, водних ресурсів та впровадження екологічно чистих матеріалів. Додатково, важливо враховувати соціокультурні аспекти та створювати простори, які сприяють взаємодії та задоволенню потреб спільноти. Такий підхід допомагає підняти якість життя у міському середовищі та сприяє розвитку сталого та інноваційного архітектурного середовища.

## РОЗДІЛ IV. ЦИВІЛЬНИЙ ЗАХИСТ

### ВСТУП

Цивільний захист – заходи, які підтримує влада для захисту людей та їхнього майна при різних видах катастроф, надзвичайних ситуацій, війн та ін. Головні складові: відвертання, виучка, реагування та поновлення після катастрофи. Основні завдання спрямовані на безпеку та благополуччя населення у випадку надзвичайних станів або катаклізмів. Спочатку треба оцінити ризики та виробити стратегію щодо їх зменшення.

Для архітекторів це можна закласти при проєктуванні громадських будівель і споруд, в яких перебувають люди. Тому важливо дотримуватись нормативних вимог при проєктуванні та особливостей регіону будівництва.

Виучка або підготовка – це розробка сценаріїв нещасних випадків та прийоми негайного реагування. Реагування – заходи рятування та надання допомоги постраждалим. Відновлення починається, коли вважається, що ситуація під контролем. Зосереджено на поновленні незамінних послуг, зіпсованих інфраструктур та допомоги тим, хто постраждав.

**Основна мета** цивільного захисту – завбачати, запобігати, опрацьовувати, реагувати та відновляти в залежності від різних видів небезпеки.

**Завдання цивільного захисту** – інформування про ризики (попередження); вишкіл громадськості, розробка алгоритму оперативних дій в надзвичайних ситуаціях (підготовка), координація рятувальних робіт (координація), надання гуманітарної допомоги (реагування), лагодження інфраструктури та пошкоджень (відновлення).

#### 4.1. Надзвичайні ситуації в Марокко

Однією з найпоширеніших надзвичайних ситуацій в Марокко є пожежі, які виникають за різних умов.

Основна причина пожеж – клімат Марокко із спекотними сухими літніми порами року. Висока температура і низька вологість збільшують ризик пожеж. Урбанізація призводить до збіднення озеленення, що в свою чергу призводить до дегідратії ґрунту. Пожежі виникають внаслідок людської недбалості при спалюванні відходів власних господарств та побутових дрібних необережностях поводження з вогнем. Це ускладнює ефективному запобіганню пожежам, що спричиняються внаслідок високих температур більше 47 °C і відсутністю опадів (Рис. 4.1.1).

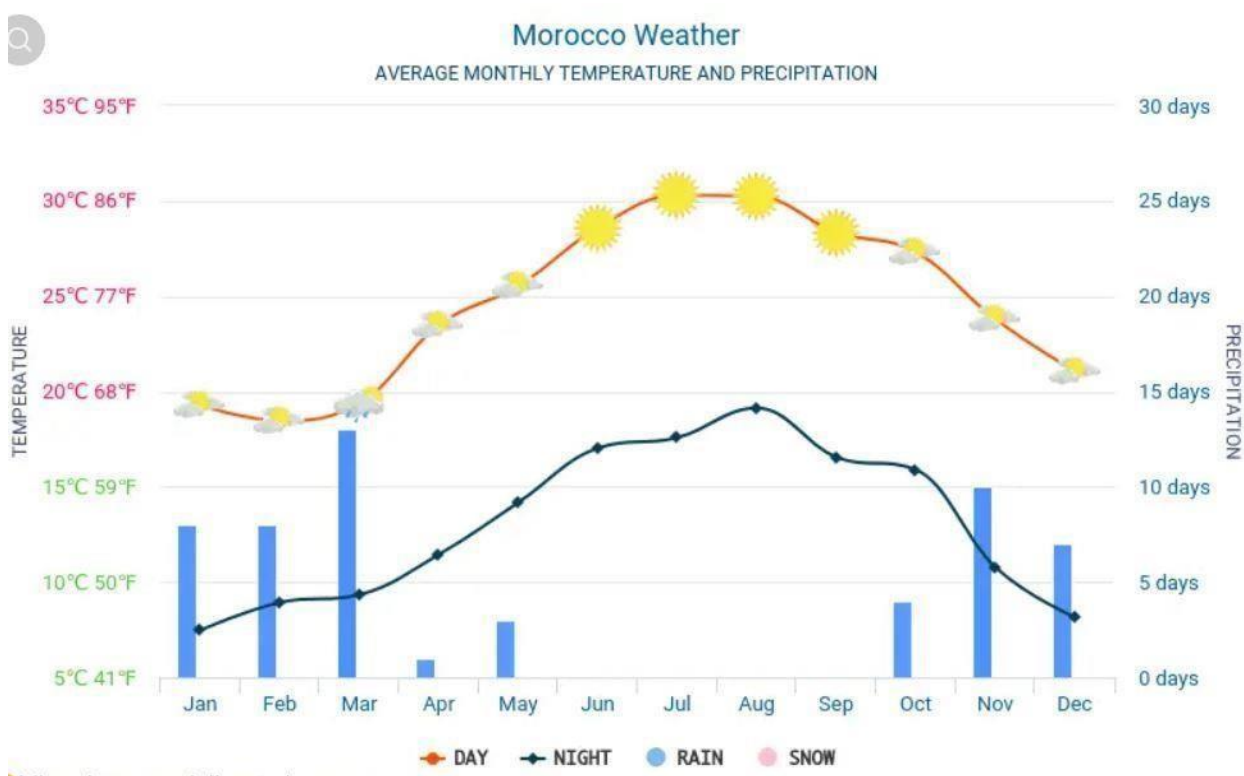


Рис. 4.1.1. Аналіз температурного режиму Королівства Марокко.

#### 4.1.1. Характеристика ділянки проектування



Рис. 4.1.1.1. Розміщення на карті міста.

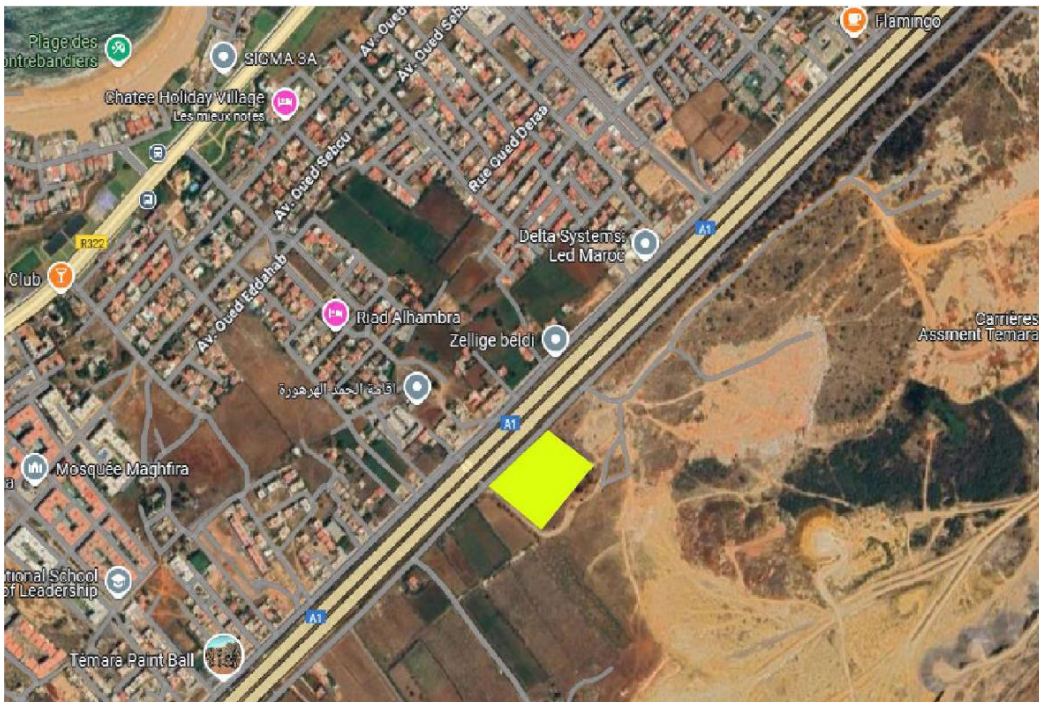


Рис. 4.1.1.2. Ситуаційний план.

З ситуаційного плану видно, що ділянка проектування являє собою незабудований пустир і опасання щодо пожежної небезпеки даного об'єкта не є безпідставними.

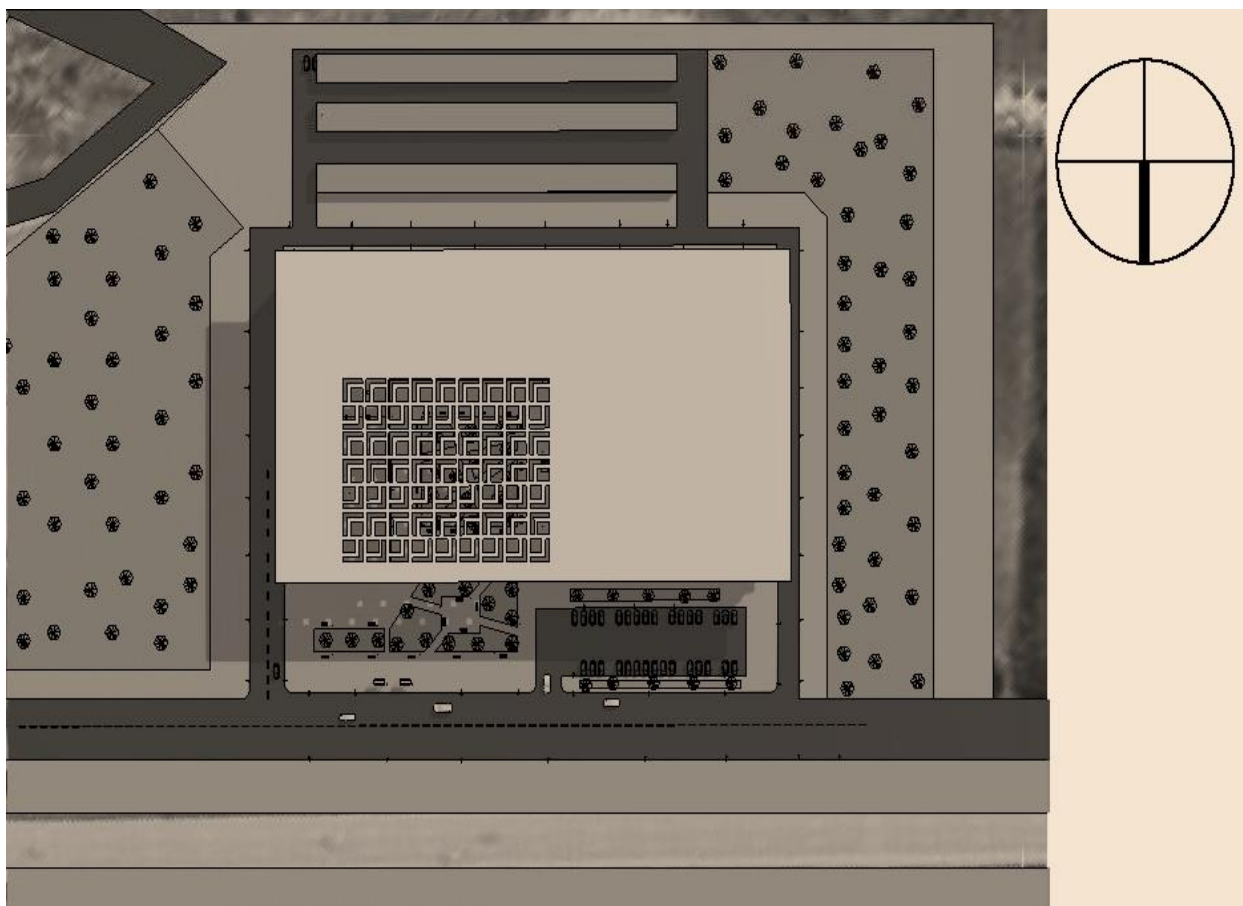


Рис. 4.1.1.3. Генеральний план торговельно-розважального центру

## 4.2. ПОЖЕЖНА БЕЗПЕКА

Пожежна безпека в будівлі передбачає ряд заходів, включаючи створення особливих структур з підвищеною стійкістю до вогню та розроблення планів та маршрутів для евакуації. Заходи з протипожежного захисту будівель, споруд, приміщень та їх складових визначаються з урахуванням рівня їхньої небезпеки та вогнестійкості. Пожежна небезпека виникає внаслідок характеристик будівель, що сприяють появі та поширенню вогню. Показник вогнестійкості визначає межу стійкості конструкції до вогню, а клас пожежної небезпеки характеризує рівень небезпеки.

Основні категорії пожеж та відповідні засоби їх загашення в Марокко:

- Клас А: пожежі твердих матеріалів (наприклад, деревини, паперу, текстилю).
- Клас В: пожежі рідин і рідких матеріалів (наприклад, бензину, масла, фарби).
- Клас С: газові пожежі (наприклад, пропан, метан, водень).
- Клас D: пожежі металів (наприклад, натрію, калію, магнію).
- Клас Е: пожежі електрообладнання.
- Клас F: спалювання жиру та олії на кухнях і в ресторанах.

Відповідно до цих класів використовуються такі засоби пожежогасіння:

- Для категорії А: використовуються водні струмені, водорозпилювачі та порошкові вогнегасники.
- Для категорії В: застосовуються пінні, порошкові та вуглекислотні вогнегасники.
- Для категорії С: використовуються порошкові вогнегасники та газові вогнегасники.
- Для категорії D: застосовуються порошкові вогнегасники.
- Для вогнегасників класу Е, які містять порошок чи вуглекислоту.
- Для категорії F: використовуються жирові вогнегасники та порошкові вогнегасники.

#### 4.2.1. Нормативні дані щодо евакуаційних шляхів при пожежі

*Архітектурні:* Висота горизонтальних ділянок шляхів евакуації в усьому світі повин бути не менше 2 м. Евакуація людей із будівлі або споруди передбачає два етапи всередині будівлі та зовні будівлі. У перший раз необхідно подбати про те, щоб проблема над 100 не передавалася.

*Маршрути евакуації:*

- Маршрути евакуації повинні відповідати вимогам щодо дверей, дверних вікон та проходів, коридорів, маневрових площ, пандусів і сходів з маркуванням ступенів та поручнів.
- Елементи керування та аварійні виходи дверей або вогневі датчики повинні відповідати вимогам щодо елементів керування.
- Шляхом евакуації вважається найкоротший шлях з будь-якої точки будівлі або споруди до безпечного місця на відкритому повітрі або в будівлі (норми пожежної безпеки).
- Двері евакуації не мають порога.
- Маршрути евакуації повинні бути легко впізнаваними. Людям повинна забезпечуватися легка ідентифікація просторової структури та тактильного навігаційного керівництва на підлозі, а також натуральними або штучними джерелами світла, які можна легко ідентифікувати.
- Необхідно уникати будь-якого блиску, відблиску чи відбивання.
- На шляхах втечі повинні бути розміщені написи та піктограми на висоті не більше 1,60 м над підлогою, а елементи конструкції повинні виділятися візуальними контрастами як допомога в орієнтації.

Ці вимоги полегшують втечу всіх людей, особливо осіб з порушеннями зору або слуху.

*Приміщення безпеки повинні:*

- Бути розташовані уздовж доступної фасади для проїзду аварійних транспортних засобів.
- У разі можливості мати вікно для сигналізації про свою присутність, що виходить безпосередньо на вертикальний шлях евакуації.

- Бути достатньо широкими, щоб вміщувати супутніх людей (наприклад, супроводжуючу особу).
- Мати мінімальну площадку 1,40 x 1,70 м.
- Бути позначеними піктограмами та вказані на схемах планів, що ілюструють шляхи евакуації.
- Бути обладнаними аварійним світлом, яке працює у випадку відключення звичайного освітлення.
- Бажано передбачити одне велике приміщення для безпеки, ніж декілька невеликих просторів по кількох поверхах.

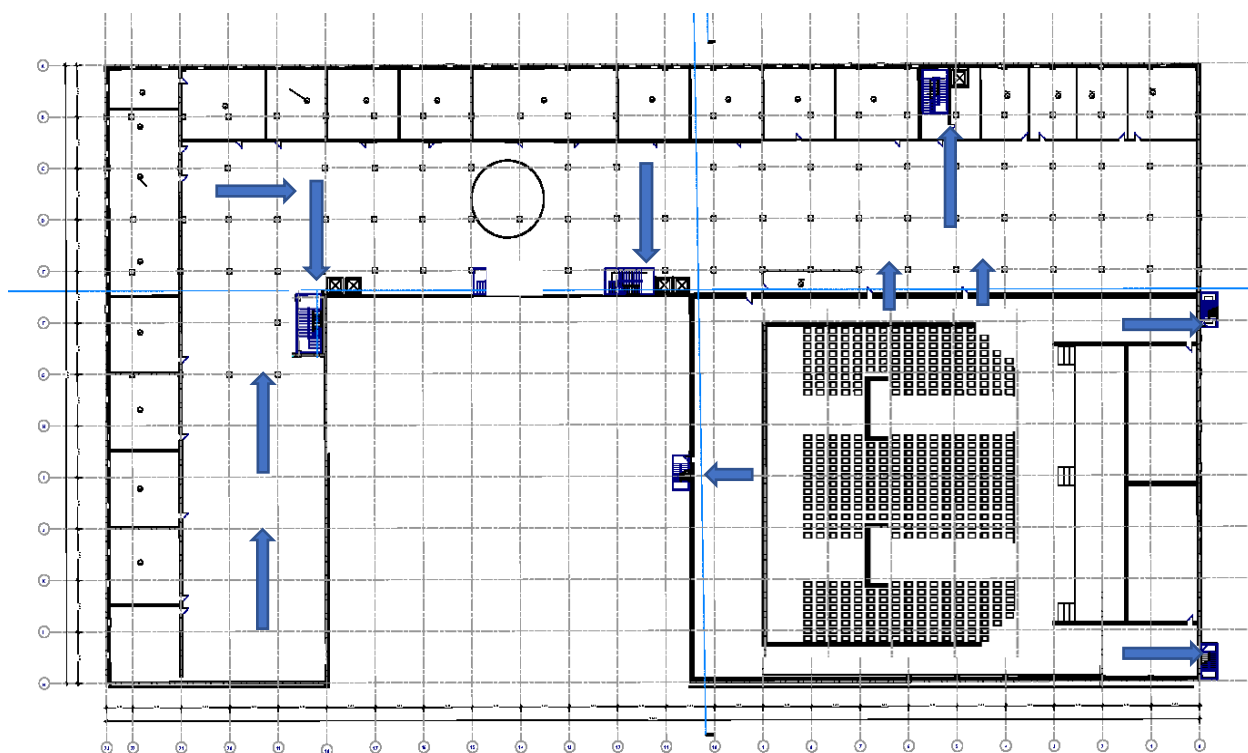


Рис. 4.2.2.2. Схема евакуаційних шляхів на плані другого поверху торговельно-розважального центру.

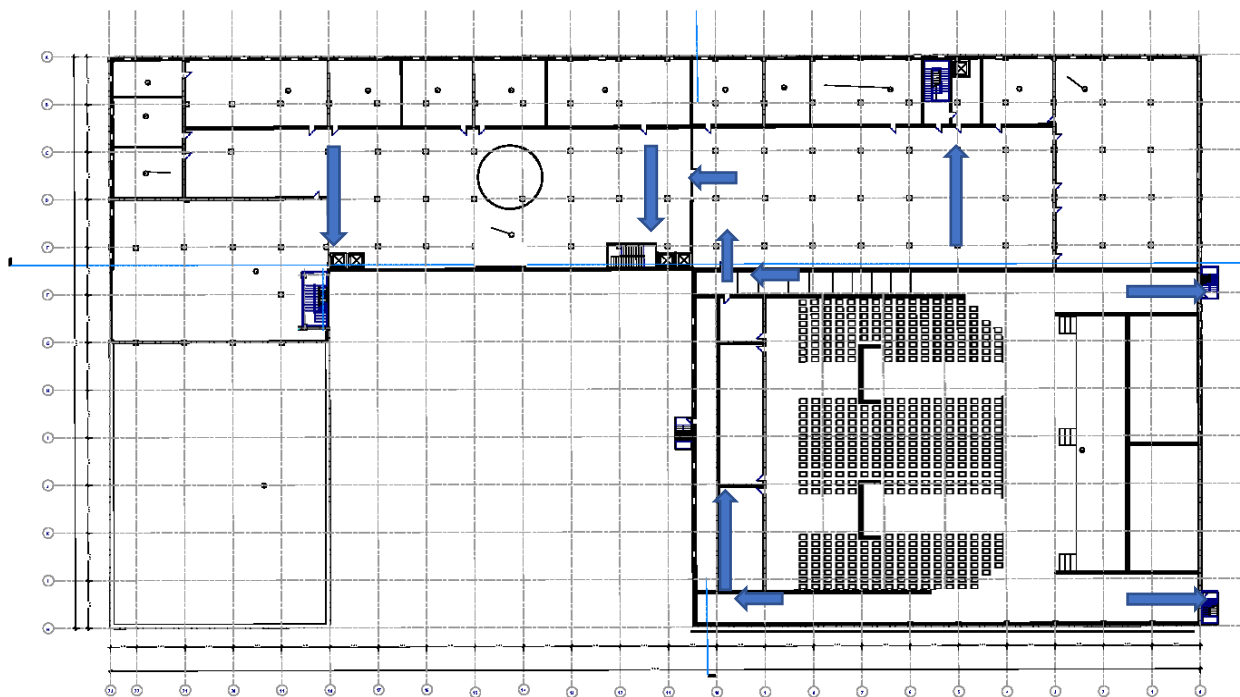


Рис. 4.2.2.3. Схема евакуаційних шляхів на плані третього поверху торговельно-розважального центру.

## Висновок

Цивільна безпека у торговельних центрах є гострим питанням, яке вимагає системних та координованих дій фахівців різних галузей. Пожежа – небезпечна надзвичайна ситуація, котра потребує надійних засобів захисту, швидкого реагування, прокладення евакуаційних шляхів та по-можливості застосування спринклерних систем та систем уловлювачів диму. Власники цих закладів мають потурбуватися про пожежну безпеку на рівні початку здачі будівлі в експлуатацію. Архітектор має при проєктуванні дотримуватися чітких правил щодо влаштування евакуаційних сходів, розрахунку ширини коридорів та додаткових виходів. Торговельні простори завжди наповнені людьми, особливо у вихідні та передсвяткові дні. Інвестування у передові технології виявлення та гасіння пожеж, вишкіл персоналу сприятимуть ефективному захисту відвідувачів, робітників та майна.

### Список літератури

1. Охорона праці в будівництві / В. І. Заїченко; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Х.: ХНУМГ, 2014. – 53 с.
2. Основні заходи пожежної профілактики на галузевих об'єктах [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://opcb.kpi.ua/wp-content/uploads/2014/09/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F-9.pdf>
3. ДБН А.3.1-9-2015.Захисні споруди цивільного захисту. Експлуатаційна придатність закінчених будівництвом об'єктів.
4. ДСТУ БА. 2.2-7:2010. Проектування. Розділ інженерно-технічних заходів цивільного захисту (цивільної оборони) у складі проектної документації об'єктів. Київ-Мінрегіонбуд. Україна. – 2010.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Останнім часом в усьому світі все більше поширюються тенденції "одомашнення" публічних просторів. Те, що прийнято вважати особистим, "приватним" активно синтезується з "публічним". Руйнуються загальноприйняті стереотипи поведінки у публічному просторі. Це виражається у архітектурі та дизайні. Так прозорі вітрини і вікна дозволяють слідкувати за особистим життям працівників; елементи домашнього вжитку присутні у зовнішньому дизайні кафе та ресторанів; популярним є сидіння на сходах, тротуарах, клумбах.

У світі все більшої популярності набуває тенденція "відкриття" закритих публічних просторів. Першим молем, простір якого було відкрито, став River Center (м. Сан-Антоніо, США). Створюються моли, які об'єднують парки, ринки, Так, наприклад, мол Isolotto (м. Флоренція, Італія) об'єднує парк, критий ринок XIX ст. і площу, на якій розташовані громадські інституції. Це робить його осередком міського життя. Створюються також "населені" моли, в яких поєднуються житло і комерційна діяльність. Тобто стара модель ТРЦ поступово поступається новій, гаслом якої є "моли не лише для покупок, але і для життя".

Сучасний торгово-розважальний центр — це сукупність різнопланових зон відпочинку, торгових і допоміжних майданчиків. Проєкт торгово-розважального центру містить у середньому 70% торгових площ. Решта 30% відводяться під розважальну зону. Зона розваг дає змогу непрямо підняти рентабельність усього комплексу завдяки залучення більшої кількості відвідувачів. Проєкти торгово-розважальних центрів з інтегрованою розважальною частиною дають змогу швидше залучити покупців, з огляду на те, що ринок якісного сімейного відпочинку ще не насичений і в таких комплексів невисока конкуренція. Під час проєктування розважального центру в складі ТРЦ враховується то обставина, що публіку різноманітна та виділити домінуючий круг споживачів просто неможливо. Загальна, добре продумана концепція дає змогу максимально підвищити ефективність і рентабельність зони розваг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений: учеб. для вузов Текст. / В.В.Адамович, Б.Г. Бархин, В.А. Варезкин и др. — М.: Стройиздат, 1984. 543 е.: ил.
2. Беддингтон, Н. Строительство торговых центров Текст. / Н. Беддингтон. -М.: Стройиздат, 1986. 172 с. Грюн, В. Торговые центры США Текст. / В. Грюн, Л. Смит. М.: изд-во литературы по строительству, 1966. - 192 с.
3. Боженко И.А. Архитектурная среда полифункциональных общественных сооружений (на примере западной и российской архитектуры): автореф. дис...к. арх. (05.23.21). — Нижний Новгород 2010, - 25 с.
4. Боков А.В. Архитектурно — пространственная организация многофункциональных общественных комплексов и сооружений: автореф. дис. к. арх. (18.00.01). — М.: Гос. ком. по граждан. строительству и архитектуре при Госстр. СССР. Объединенный совет при ЦНИИЭЛ жилища. Секция теории и истории арх., 1974 г. - 24 с.
5. Винникова И.С. Торговый центр как рыночный механизм трансформации социального городского пространства: дис.. к. соц.и.: 22.00.03 - Саратов. гос. ун-т им. Н.Г. Чернышевского, 2007 г. - 205 с.
6. Гослинг, Д. Проектирование торговых комплексов Текст. / Д. Гослинг. -М.: Стройиздат, 1970. 136 с
7. Земов, Д. В. Формирование архитектурной среды атриумных пространств общественно-торговых и деловых центров средствами мобильных компонентов Электронный ресурс.: дис. . канд. архитектуры/ Д.В. Земов. — Екатеринбург: УралГАХА, 2006. 147 е.: ил.
8. Казарезов В.В. Крестьянский вопрос России: Конец XIX-первая четверть XX века. Т. 1. — М.:Колос, 2000 г.

9. Костенко, А. Я. Средства информации в архитектуре Текст. / А.Я. Костенко. Киев.: Будивельник, 1984. - 112 с.
10. Лазарева, М. В. Многофункциональные пространства крупных общественных комплексов Электронный ресурс.: автореферат дис. . канд. архитектуры/ М.В. Лазарева. М, 2007. - 26 с.
11. Лукаш О.К.Н. Архитектурно-дизайнерские принципы формирования среды торгово развлекательных центров: автореф. дис. ... к. арх. — Москна., 2012 г. -25 с.
12. Мезенова, Г. А. Основные аспекты строительства ТРЦ и торговых комплексов / Г. А. Мезенова, В. А. Никитин, К. П. Лавров. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 28 (266). — С. 60-62. — URL: <https://moluch.ru/archive/266/61536/> (дата обращения: 08.05.2025).
13. Мезенцев К. В. Публічні простори Києва: забезпеченість населення та сучасна трансформація / К. В. Мезенцев, Н. І. Мезенцева // Часопис соціально-економічної географії : наук. зб. – Х., 2011. – Вип. 11 (2). – С.39-47.
14. Мезенцев К. В. Трансформація публічних просторів у великих містах України на прикладі торговельно-розважальних центрів / К. В. Мезенцев, Н. І. Мезенцева, Т. Л. Бура // Економічна та соціальна географія : наук. зб. – К., 2011. – Вип. 63. – С. 174-186.
15. Мезенцева Н. І. Територіальні особливості розміщення торговельно-розважальних центрів в Україні / Н. І. Мезенцева, Т. Л. Бура // Матеріали наук.-практ. конф. з міжнар. участю "Регіон-2012: пошук стратегії оптимального розвитку". – Х., 2012. – С 39–42.
16. Проектирование магазинов и торговых центров // Кира Канаян, Рубен Канаян, Армен Канаян <http://www.mall-academy.com/books/book-design-of-shopping-centers-toc.htm>
17. Саваренская Т.Ф. История градостроительного искусства. – М.: Стройиздат, 1984. — 376 с.

18. Саксон, Р. Атриумные здания Текст. / Р.Саксон; пер. с англ. канд. архитектуры А.Г. Раппапорта; под ред. В.Л. Хайта. -М.: Стройиздат, 1987. -136 с.
19. Торговые центры: концептуальный дефицит Текст. // Residence Европа-Азия. 2007-2008. - №3. - С.20-24.
20. Учебное пособие по «Архитектуре торговых центров» «Архитектурное проектирование» Л.А. Казакова– М.: МАРХИ, 2014 – 42с
21. Хайт, В.Л. Большая архитектура «Больших пространств» Текст. / В.Л. Хайт, Ю.Б. Кликич //Атриумные здания М.: Стройиздат, 1987.- С. 127—134.
22. Чижова, О. Изюминка торгового центра / Ольга Чижова // Молл.— 2005. — январь - февраль. — С. 37- 40.
23. Чинь, Д. К. Архитектура: форма, пространство, композиция Текст. / Д. К., Чинь; пер. с англ. Е. Нетесовой-М.: АСТ: Астрель, 2005. 399 с. Architectural monographs: Album./ Vol:36 Miguel Angel Roca: London: Academy Editions, 1994. - 145 p.
24. Шишкина И., Зуева П. Советские торговые здания // Москва, Проект-Россия, 2002.
25. Altoon + Porter Architects: selected current works: album. Mulgrave : Images, 2006. - 255 p.
26. Architecture now! : album. Vol.3/ ed. by Philip Jodidio. -Koln.: Taschen, 2003.-576 p.: ill.
27. Bluewater hopes to transform 10 shops into leisure facilities, restaurants and bars <https://www.kentlive.news/whats-on/family-kids/bluewater-hopes-transform-10-shops-8411884>
28. Bluewater Shopping Centre illustration. [https://www.behance.net/gallery/77482955/Bluewater-Shopping-Centre-illustration?locale=fr\\_FR](https://www.behance.net/gallery/77482955/Bluewater-Shopping-Centre-illustration?locale=fr_FR)

29. BurtonHamfelt                      Urban                      Architecture                      2024  
<https://www.burtonhamfelt.nl/new-towncenter>
30. Carles Broto, Shopping malls/ C. Broto. Barcelona: Edition, 2005.
31. Jeong J. Coop Himmelblau/ Jeong J. Seoul: CaPress Co, 2006.
32. Cécile Crouzel, « La descente aux enfers des grands magasins parisiens », sur Le Figaro, 25 novembre 2020(consulté le 27 novembre 2020).
33. Cécile Crouzel, « Les grands magasins à la reconquête des Français », Le Figaro, cahier « Le Figaro Économie », 18-19 septembre 2021, p. 22 (lire en ligne).
34. Challenges, « Les Galeries Lafayette veulent rester le plus grand magasin du monde » , sur challenges.fr, 30 mars 2012 (consulté le 28 novembre 2021)
35. Christian Seguin, « La Bordeauxthèque, l'ambassade de tous les vins de Bordeaux », sur sudouest.fr, 8 mai 2010.
36. Comme l'explique l'exposition « 100 ans sous la Coupole » sous la direction de Florence Brachet Champsaur célébrant le centenaire de cet ouvrage en novembre 2012.
37. Franck Ferrand, « 19 janvier 1919, Jules Védrines pose son avion sur le toit des Galeries Lafayette », europe1.fr, 19 janvier 2016.
38. Galeries Lafayette. Dans les coulisses d'une machine à vendre », Le Monde Magazine, 19 décembre 2009, p. 29.
39. Goss J. Once-upon-a-time in the commodity world: an unofficial guide to mall of America / J. Goss // Annals of the Association of American Geographers. – 1999. – Vol. 89, N 1. – P. 45-75.
40. Goss J. The magic of the mall: form and function in the retail built environment / J. Goss // Annals of the Association of American Geographers. – 1993. – Vol. 83, N 1. – P.18–47.
41. <http://www.archdaily.com/>

41. <http://www.hpp.com/en/projekte/typologies/einkaufszentren/europa-passage.html>
42. [http://www.witramir.ru/Galleries\\_Lafayette.html](http://www.witramir.ru/Galleries_Lafayette.html)
43. <https://fra.archinform.net/projekte/44989.htm>
44. <https://realproekt.uaprom.net/ua/p878258914-torgovo-razvlekatelnye-tsentrytrts.html>
45. [https://www.archdaily.com/215848/commercial-centre-eschmarke-s33-studio/5005eb2a28ba0d07790022af-commercial-centre-eschmarke-s33-studio-photo?next\\_project=no](https://www.archdaily.com/215848/commercial-centre-eschmarke-s33-studio/5005eb2a28ba0d07790022af-commercial-centre-eschmarke-s33-studio-photo?next_project=no)
46. [https://www.tripadvisor.fr/Attraction\\_Review-g303631-d2350351-Reviews-Shopping\\_Iguatemi-Sao\\_Paulo\\_State\\_of\\_Sao\\_Paulo.html#/media/2350351/?albumid=-160&type=ALL\\_INCLUDING\\_RESTRICTED&category=-160](https://www.tripadvisor.fr/Attraction_Review-g303631-d2350351-Reviews-Shopping_Iguatemi-Sao_Paulo_State_of_Sao_Paulo.html#/media/2350351/?albumid=-160&type=ALL_INCLUDING_RESTRICTED&category=-160)
47. Iguatemi Plaza Project, São Paulo, Brazil  
<https://www.mgsarchitecture.in/architecture-design/projects/1128-iguatemi-plaza-project-sao-paulo-brazil.html>
48. JEAN-NOËL CAUSSIL, « Comment l'iconique coupole du magasin Galeries Lafayette Haussmann a été rénovée », sur [www.lsa-conso.fr](http://www.lsa-conso.fr), 8 juin 2021 (consulté le 28 novembre 2021)
49. Le nouveau chic des Galeries Lafayette.
50. Les Galeries Lafayette à la peine.
51. Les secrets d'un succès », [lesechos.fr](http://lesechos.fr), 21 juin 2011.
52. Pauline Simons, « Cent bougies pour la coupole des Galeries », *Le Figaro Magazine*, semaine du 12 octobre 2012, page 116.
53. Pauline Simons, « Cent bougies pour la coupole des Galeries », *Le Figaro Magazine*, semaine du 12 octobre 2012, page 116
54. Shanghai :Architecture & Design: album. / ed. by A. Bahamon Spain (Anman Grafiques de Valles): Daab, 2005. - 236 p.

55. Social spaces: pictorial review: album. Vol.2 -Melbourne: Images, 2003.- 224 p.: ill.
56. Social spaces: pictorial review: album., Vol.1 -Melbourne: Images, 2000.- 224 p.: ill.
57. The Dubai Mall Guide.// Everything you need. Dubai: — 2009
58. Tokio: Architecture & Design: album./ed. by Bahamo. Colong; London; N.Y.: Daab, 2005.-236 p.: ill. Architectural monographs: Album./ Vol:36 Miguel Angel Roca: London: Academy Editions, 1994. - 145 p. références

## ДОДАТКИ

*Сертифікат*

засвідчує, що

*Червона Симоуки Тіба*

взяв(-ла) участь у  
**НАУКОВО-ПРАКТИЧНІЙ КОНФЕРЕНЦІЇ  
 ПРОБЛЕМИ І МЕТОДИ ВІДНОВЛЕННЯ І РОЗВИТКУ  
 АРХІТЕКТУРНО-МІСТОБУДІВНОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ**

у співпраці з кафедрою Міського дизайну та планування  
 архітектурного факультету Технічного університету  
 Дармштадта

- до 95-річчя КНУБА
- до 35-річчя кафедри Дизайну архітектурного середовища
- до 35-річчя кафедри Теорії архітектури і архітектурного проектування

9 квітня 2025



Ковальська Г.Л.  
д. арх., проф.  
зав. кафедри Теорії архітектури  
і АП



Кащенко О.В.  
декан архітектурного  
факультету



Тімохін В.О.  
д. арх., проф.,  
зав. кафедри ДАС



