

УДК 725.2+725.84

к.арх. Юрчишин О.М., Хоменко У.В.,
Національний університет "Львівська політехніка"**КОМПЛЕКСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ТОРГОВО-РОЗВАЖАЛЬНОГО
ЦЕНТРУ "ВАМ" НА ВУЛИЦІ Б. ХМЕЛЬНИЦЬКОГО В М. ЛЬВОВІ**

Представлено комплексний аналіз торгово-розважального центру "ВАМ" у м. Львові. Проаналізовано позитивні новації та допущені прорахунки в процесі його проектування та забудови. Подано деякі рекомендації.

Ключові слова: громадський простір, доступність, торгово-розважальний центр, архітектурно-планувальне рішення.

Незважаючи на складність політичної ситуації в Україні, напружений ритм життя людей вимагає створення та розширення об'єктів і місць для проведення дозвілля та відпочинку. Свого часу це спричинило появу великої кількості торгово-розважальних центрів. Такі об'єкти включають декілька основних функцій – торгівельну, розважальну і харчування, що є надзвичайно зручним і привабливим для населення [3]. Люди можуть прийти сюди самі, в колі друзів чи родиною, у справах чи відпочити. Такі багатофункціональні заклади є частиною публічного простору міста, який водночас відділений від нього і характеризується окремим об'ємом. Зростання кількості торгово-розважальних центрів стало поштовхом до загострення здорової конкуренції між ними, що значною мірою мотивує вдосконалення їхніх функцій та інфраструктури.

Актуальність теми зумовлена тим, що на сьогоднішній день відбувається значне зменшення відвідувачів у торгових центрах. Таке явище є наслідком зменшення доходів населення, зниження ділової активності торгових мереж, скорочення споживчих витрат. Але нерідко причиною такого явища є непривітність об'єкту, не комфортно продумані функціональні зв'язки, не грамотно і не виразно вирішені входи тощо.

Мета: провести комплексний аналіз торгово-розважального центру (на прикладі ТРЦ "ВАМ").

Завдання: зробити аналіз містобудівних, архітектурно-планувальних факторів, дати оцінку функціонального та образного вирішення торгово-розважального центру.

Новизна: вперше проведено комплексний аналіз існуючого об'єкту: торгово-розважального центру «ВАМ» та дані пропозиції щодо усунення недоліків та рекомендації для врахування на майбутнє.

Нерідко вагомим фактором впливу при виборі громадського закладу, в тім числі і торгово-розважальних центрів, є психологічний аспект сприйняття.

Перше враження, перші позитивні і негативні емоції стають основою для подальшого відвідування цього об'єкту.

Торгово-розважальний центр "ВАН" (рис. 1), на вулиці Б. Хмельницького в м. Львові є п'ятим торгівельним центром мережі, яка діє з 2002 року. Його відмінністю від попередніх торгових центрів є те, що він набув цей розважальних функцій, що свідчить про прагнення власників мережі максимально задовольнити потреби споживача.



Рис. 1 Схема генерального плану ділянки

З містобудівельної точки зору розташування об'єкту є досить вдалим. Він знаходиться на перехресті магістральних шляхів Київ-Чоп – це єдиний торгово-розважальний заклад у північно-східному районі Львова. Заклад обслуговує "спальний" район міста. Загальна площа ділянки становить 9 000 м².

Першими недоліками, на які звертаєш увагу є: відсутність озеленення; паркування організовано перед головним фасадом; перетинаються шляхи - автомобілістів, велосипедистів та пішоходів; відсутність велосипедних паркомісць; проблема доступності для інвалідів з іншого боку дороги.

Відсутність озеленення на ділянці помічається практично у більшості торгових центрів і такий факт не робить комфортною вхідну зону. З другої сторони, чи потрібне воно біля торгового центру? Нормативи зазначають, що перед торговими центрами необхідно влаштовувати майдани та площі, до території яких, як правило, треба включати: проїжджу частину, пішохідну частину, ділянки і території озеленення. Обов'язковий перелік елементів

благоустрою на території майданів або площ має включати: тверді види покриття дорожнього полотна та тротуарів, елементи сполучення поверхонь, озеленення, огорожі небезпечних місць, освітлювальне обладнання, носії інформації дорожнього руху (дорожні знаки, розмітка, світлофорні пристрої), урни, обладнання для паркування велосипедів [4].

Недоцільність розташування зони паркування, організованої перед головним фасадом, підкреслюється збільшенням шляху пішоходів до споруди. У ній перетинаються шляхи автомобілістів, велосипедистів та пішоходів, що створює певний дискомфорт пересування відвідувачів по території. Відсутність велосипедних паркомісць теж можна відзначити як негативний фактор.

Згідно норм, будівля забезпечує безбар'єрний рух маломобільних верств населення. Однак, дістатись до торгово-розважального центру людині з обмеженими можливостями з протилежного боку дороги через підземний перехід з великою кількістю сходинок практично неможливо. Цей фактор, нажаль, в проекті не врахований, а, разом з тим, є одним з суттєвих недоліків, що перешкоджають громадському простору бути зручним та доступним для всіх без винятку. Варто відзначити, що часто причиною таких недоліків є відсутність комплексного аналізу прилеглої території.

Об'єкт є співмасштабним і пропорційним до середовища (рис. 2), з точки зору композиції це надає йому рис статичності та надійності.

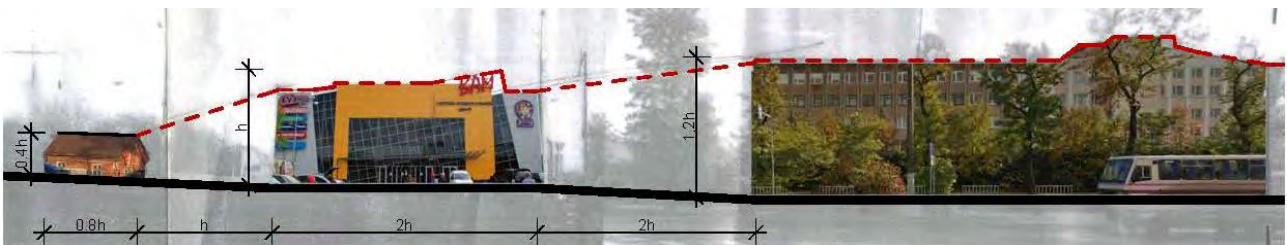


Рис. 2 Розгортка по ділянці

Очевидно, у цьому проекті був змінений підхід до виконання фасадів, порівняно з попередніми торговими центрами мережі «ВМ». Залишивши загальну концепцію брендового стилю, в цьому фасаді були внесені нові агресивні форми та елементи - членування "під кутом" центрального вітража та засклення сходових кліток (рис. 3). Проектувальник прагнув зробити головний фасад більш привабливим для відвідувачів, але згідно з дослідженнями [2] різкі та агресивні форми негативно впливають на психофізіологічний комфорт людини.

У колористиці будівлі використані жовтий, сірий та червоний кольори. Це зумовлено дотриманням стилю усіх попередніх об'єктів мережі. Контрастне поєднання жовтого та червоного різко виділяє торгово-розважальний центр з фону навколишньої забудови, що є правильним комерційним ходом і аж ніяк

не архітектурним. Колір є потужним чинником формування навколишнього середовища і не завжди контрастне поєднання кольорів позитивно впливає на сприйняття людиною. Тому створення комфортного публічного простору за допомогою кольору визначається правильним раціональним підбором колірної гамми.

а)



б)



Рис. 3. Образне вирішення головного фасаду торгово-розважального центру "ВАМ": а) на проспекті Червоної Калини; б) на вулиці Богдана Хмельницького.

Аналізуючи планувальну структуру будівлі, слід сказати, що торгово-розважальний центр "ВАМ" складається з трьох поверхів: цокольного, першого та другого (рис. 4). В плані має просту прямокутну форму. Сумарна площа споруди складає 12000 м². Вхід до будівлі відбувається через тамбур площею 27 м². Основна функція приміщень першого поверху – торгівельна. Тут розміщені: аптека, магазини, супермаркет Сільпо з допоміжними приміщеннями. Супермаркет займає 60% площі усього першого поверху, а допоміжні приміщення лише 15%. Судячи з цього, площа допоміжних приміщень є пропорційно замалою до площі торгівельного залу. Також вагомим недоліком планувального рішення є й те, що на першому поверсі відсутній туалет для людей з обмеженими можливостями. Для переміщення між першим та другим поверхами влаштовані вертикальні комунікації (ліфт, сходи).

Простір цокольного приміщення насичений різними видами розваг для різних вікових категорій населення. Тут розміщено ряд розважальних зон: кафе-бістро, ресторан, боулінг-клуб на 10 доріжок, більярдний клуб на 8 столів, дитячий автодром, дитячий ігровий лабіринт тощо. Кожна розважальна одиниця наділена максимальною площею, що веде до зменшення проходів між ними, в кінцевому результаті – до утруднення при евакуації.

Важливим недоліком розважальної зониє замалий гардероб, що зможе обслужити лише частину відвідувачів. Площа активної зони становить близько

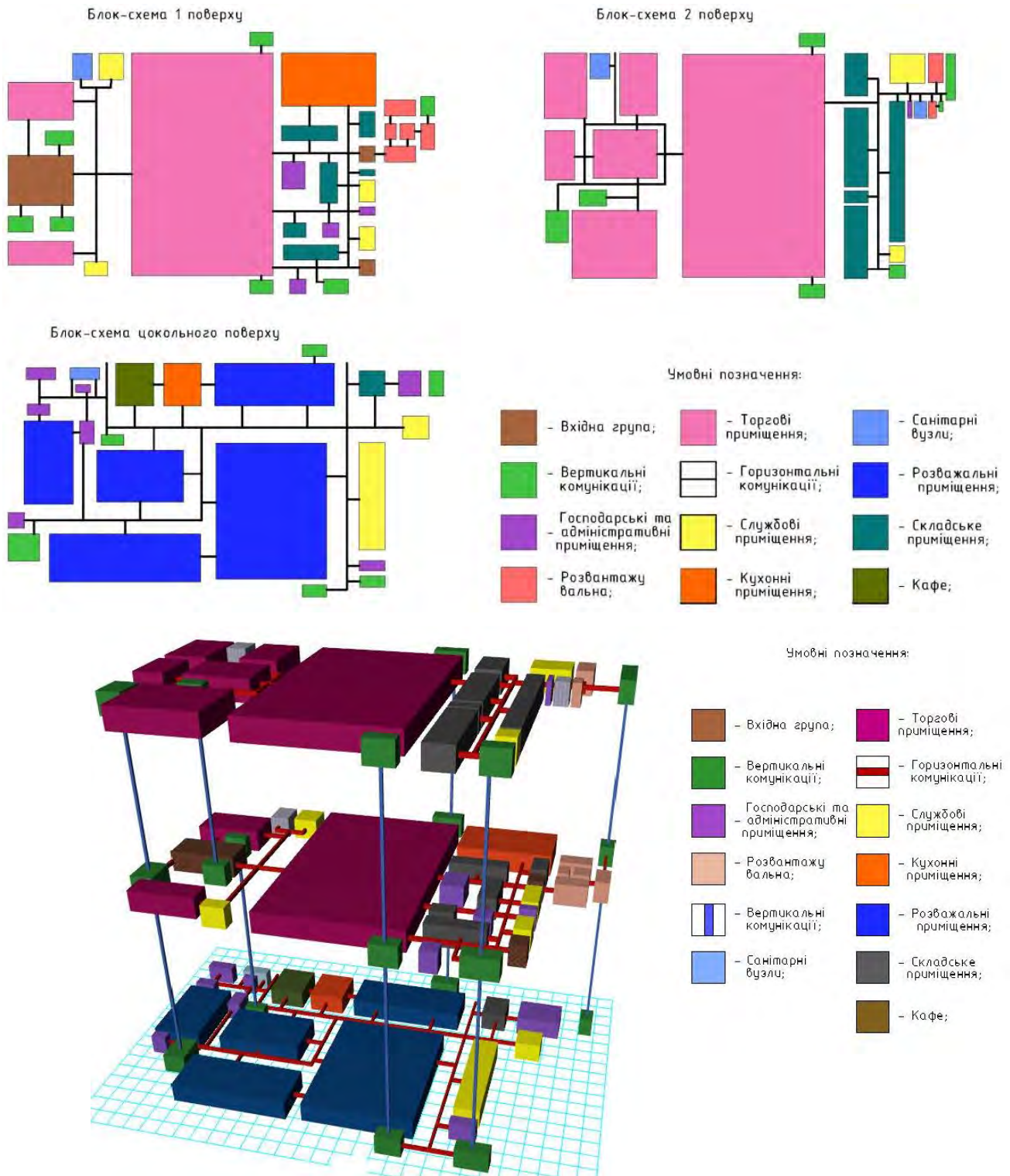


Рис. 4 Функціональні блок схеми поверхових планів та аксонометрична модель

4 000 м², це в середньому 800 відвідувачів. Адже за чинними нормами [1], площа гардеробу визначається з розрахунку 0,1 м² на відвідувача, вона в

дійсності становить 20 м².

Нормами не забороняється, проте в процесі дослідження виникло питання доцільності розміщення в цокольному поверсі розважальної зони для дітей. Причина полягає в відсутності природної інсоляції. Перебуваючи певний час (від 1 години і більше) в замкнутому просторі без природного освітлення виникає психологічний дискомфорт. Тому у закладах дитячого дозвілля потрібно забезпечити переваги природного освітлення над штучним.

Ще одним порушенням правил евакуації та чинних норм [1] є те, що один з шляхів евакуації цокольного поверху веде до глухої стіни без дверей.

Планувальна структура другого поверху є раціональною та привабливою, вдосталь вільного простору. Вітрина головного фасаду забезпечує хорошу інсоляцію. Це значно підвищує процес здійснення покупок.

Висновок: функціональне та образне вирішення торгово-розважального центру "ВАМ" були виділені декілька основних переваг та недоліків, які притаманні сучасним торгово-розважальним центрам

Серед переваг варто відзначити: вдале містобудівельне розташування; функціональне розширення об'єкту (доповнення розважальними функціями); контрастне поєднання жовтого та червоного кольорів різко виділяє торгово-розважальний центр з фону навколишньої забудови, що є правильним комерційним ходом.

Виявлено основні недоліки: не враховані комплексні проблеми за межами ділянки; пластика фасаду є агресивною; порушенням правил евакуації; перетин авто-, вело- та пішохідних; відсутність велосипедних парко місць; відсутність туалету для людей з обмеженими можливостями в рівні першого поверху; замалі габарити гардеробу; відсутність озеленення на ділянці.

Запропоновано проводити детальний передпроектний комплексний аналіз ділянки, оточуючого середовища, враховувати першочергові потреби споживачів та людей з обмеженими можливостями. Вектор розвитку торгово-розважальних центрів доводить необхідність відмовитись від старих принципів формування громадського простору і змушує архітектора ставити перед собою мету доступності об'єкту для усіх мешканців міста, в тому числі для людей з обмеженими можливостями.

Література:

1. Будинки та споруди. Громадські будинки та споруди: ДБН В 2.2.-9-2009. Видання офіційне. – К.: Міненегобуд – 2010;
2. XI Міжнародна наукова інтернет-конференція «УКРАЇНА НАУКОВА» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://intkonf.org/geletiy-np-vivchennya-vplivu-arhitekturnih-form-budivel-urbanizovanogo-prostoru-na-psihofiziologichniy->

komfort-lyudini/;

3. Ключко Л. В. Суспільно-географічні особливості торгово-розважальних центрів як публічних просторів м. Харкова /Л. В. Ключко, А. Г. Ісмаїлова //Економічна та соціальна географія – К.: Обрії – 2014; С. 186-192;

4. Планування та забудова міст, селищ і функціональних територій. Благоустрій територій. ДБН Б.2.2-5:2011. Видання офіційне. – К.: Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України – 2012;

5. Містобудування, планування і забудова міських і сільських поселень: ДБН 360-92**. Видання офіційне. – К.: Укрархбудінформ – 2002.

Ілюстрації:

6. Режим доступу: <http://nsau.lviv.ua/projects/torgovyy-centr-vam-u-lvovi>;
7. Режим доступу: <https://www.google.com.ua/maps>;
8. Режим доступу: <http://nsau.org>

Анотація:

Представлен комплексний аналіз торгово-розважального центру "ВАМ" в місті Львові. Проаналізовано позитивні новачки та допущені помилки в процесі його проектування і застройки. Подано рекомендації, стосовно подальшого проектування.

Ключевые слова: общественное пространство, доступность, торгово-развлекательный центр, архитектурно-планировочное решение.

Annotation:

The comprehensive analysis of the shopping center "VAM" in Lviv. Analyzed the positive innovations and errors in the process of design and construction. Posted some recommendations.

Keywords: publicspace, accessibility, shoppingcenter, architectural planning decision.