

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Казахский национальный исследовательский технический университет
им. К. И. Сатпаева

Институт архитектуры, строительства и энергетики им. Т.К. Басенова

Кафедра «Архитектура»
5В042100 – Дизайн

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой «Архитектура»

 А.В.Ходжиков

« 08 » « 05 » 2019 г.

Лобанова Оксана Вадимовна

Предметно-пространственная среда сельскохозяйственной ярмарки в г. Алматы

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ

Специальность 5В042100 – «Дизайн»

Алматы 2019

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Казахский национальный исследовательский технический университет
им. К. И. Сатпаева

Институт архитектуры, строительства и энергетики им. Т.К. Басенова

Кафедра «Архитектура»
5В042100 – Дизайн

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой «Архитектура»

_____ А.В.Ходжиков

« 08 » _____ 05 2019 г.

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ

на тему: «Предметно-пространственная среда сельскохозяйственной ярмарки в
г. Алматы»

по специальности 5В042100 – «Дизайн»

Выполнила



Лобанова О.В.

Научный руководитель



Турганбаева Л.Р.

Алматы 2019

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Казахский национальный исследовательский технический университет
им. К. И. Сатпаева

Институт архитектуры, строительства и энергетики им. Т.К. Басенова

Кафедра «Архитектура»
5В042100 – Дизайн

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой «Архитектура»

_____ А.В.Ходжиков

« 08 » 05 2019 г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение дипломного проекта

Обучающейся: Лобановой Оксане Вадимовне

Тема: «Предметно-пространственная среда сельскохозяйственной ярмарки в г. Алматы »

Утверждена приказом ректора университета № 1210-Б от «30» октября 2018 г.

Срок сдачи законченного проекта «16» мая 2019 г.

Исходные данные к дипломному проекту:

- а) настоящее задание
- б) материалы преддипломной практики

Перечень подлежащих разработке в дипломном проекте вопросов:

1 Предпроектный анализ:

- а) анализ аналоговых объектов;
- б) анализ территории размещения проектируемого объекта.

2 Архитектурно-дизайнерский раздел:

- а) разработка дизайн-концепции
- б) выбор и отделочных материалов

3 Конструктивный раздел:

- а) выбор оптимального конструктивного решения разрабатываемого объекта;
- б) описание применяемых конструкций и материалов;
- в) конструктивные узлы.

4 Раздел безопасности и охраны труда:

- а) описание средств, примененных по нормам противопожарной безопасности
- б) требования безопасности к оборудованию

Консультанты по разделам

№	Раздел	Ф.И.О. консультанта, ученая степень, должность	Срок выполнения		Подпись консультанта
			план	факт	
1	Предпроектный анализ	Турганбаева Ляйля Рымбековна, доктор архитектуры, ассоц. профессор	08.01	13.05	
2	Архитектурно-строительный раздел	Турганбаева Ляйля Рымбековна, доктор архитектуры, ассоц. профессор	04.02	13.05	
3	Конструктивный раздел	Самойлов Константин Иванович, доктор архитектуры, профессор	18.03	18.04	
4	Раздел безопасности и охраны труда	Турганбаева Ляйля Рымбековна, доктор архитектуры, ассоц. профессор	18.03	13.05	

Подписи

консультантов и нормоконтролера на законченный дипломный проект

Наименования разделов	Ф.И.О научного руководителя, консультантов, нормоконтролера	Дата подписания	Подпись
Предпроектный анализ	Турганбаева Ляйля Рымбековна, доктор архитектуры, ассоц. профессор	13.05	
Архитектурно-строительный раздел	Турганбаева Ляйля Рымбековна, доктор архитектуры, ассоц. профессор	13.05	
Конструктивный раздел	Самойлов Константин Иванович, доктор архитектуры, профессор	18.04	
Раздел безопасности и охраны труда	Турганбаева Ляйля Рымбековна, доктор архитектуры, ассоц. профессор	13.05	
Нормоконтролёр	Сайбулатова Арай Самаркановна, ассистент	14.05.19	

Руководитель дипломного проекта Турганбаева Ляйля Рымбековна

Задание принял к исполнению студент Лобанова Оксана Вадимовна

« 8 » января 2019 г

Аннотация

Дипломный проект «Предметно-пространственная среда сельскохозяйственной ярмарки» разработан для г. Алматы. Участок расположен на проспекте Жибек-Жолы уг. ул. Чайковского, между ул. Желтоксан и ул. Наурызбай батыра.

На площадке в соответствии с функциональным зонированием территории устанавливаются торговые места: входные зоны, мобильные прилавки с сборно-разборными навесами (маркиза), лотки для овощей, оборудование для бутылок, зона отдыха со скамейками. Оборудование мобильное и за счет модулей можно по-разному дать композиционные решения пространства. По окончании работы ярмарки торговые объекты демонтируются, площадка освобождается и приводится в надлежащее состояние.

Основная идея дизайн-концепции заключается в создании единого образа для ярмарки. Торговые места на ярмарке оснащены информационными табличками. Для персонала разработана фирменная униформа. Цветовая гармония фирменного стиля строится на одном главном салатном цвете и группы близкородственных цветов.

Тұжырымдама

Алматыда «Ауылшаруашылық жәрмеңкесінің пәндік-кеңістіктік ортасы» жобасы аяқталды. Сайт Жібек-жолы көшесінің қиылысында орналасқан. қ. Чайковский, ст. Желтоқсан және ст. Наурызбай батыр.

Сайтта аумақты функционалды аймақтарға бөлу бойынша сауда орындары белгіленді: кіреберістің аймақтары, жиналатын шатырлы мобилді есептегіштер, көкөністерге арналған науалар, бөтелкелерге арналған жабдықтар, орындықтары бар демалыс алаңы. Мобилді жабдықтар мен модульдер әртүрлі композиттік кеңістік шешімдерін беру ұсынылады. Жәрмеңкенің соңында сауда аландары бөлшектеліп, учаске босатылып, тиісті жағдайға келтірілді.

Дизайн тұжырымдамасының негізгі идеясы жәрмеңкеге бірыңғай имидж жасау болып табылады. Жәрмеңкедегі сауда орындары ақпараттық белгілермен жабдықталған. Қызметкерлерге арналған фирмалық киім нысаны. Корпоративтік сәйкестілік түстерінің үйлесімі бір негізгі жасыл түске және тығыз байланысты түстерге негізделген.

Annotation

The graduation project "The subject-spatial environment of the agricultural fair" was developed for Almaty. The site is located on the avenue Zhibek-Zhol corner. st. Tchaikovsky, between st. Zheltoksan and st. Nauryzbay batyr.

On the site, in accordance with the functional zoning of the territory, trade places are established: entrance zones, mobile counters with collapsible canopies (awnings), trays for vegetables, equipment for bottles, a rest area with benches. Mobile equipment and modules are proposed to give differently composite space solutions. At the end of the fair, the shopping facilities are dismantled, the site is vacated and put in proper condition.

The main idea of the design concept is to create a single image for the fair. Trading places at the fair are equipped with information signs. For staff designed branded uniform. Color harmony of corporate identity is based on one main green color and a group of closely related colors.

Содержание

	Введение	8
1	Аналитический раздел	9
1.1	Актуальность темы	9
1.2	Из истории ярмарок	9
1.3	Классификации ярмарок	10
1.4	Состав ярмарки	12
1.5	Виды рекламных конструкций	13
1.6	Цветофактурные и эргономические требования	16
1.7	Фирменный стиль	17
1.8	Торговая мобильная мебель	18
1.9	Пример 1	20
1.10	Пример 2	21
2	Архитектурно-дизайнерский раздел	23
2.1	Расположения участка в структуре города	23
2.2	Концепция проекта	25
3	Конструктивный раздел	25
3.1	Виды конструкций оборудования	30
4	Безопасность и охрана труда	30
4.1	Основные положения	30
4.2	Пожарная безопасность	30
	Заключение	32
	Список использованной литературы	34
	Приложение А	35
	Приложение Б	

Введение

Городские гуляния-неотъемлемая часть культуры. В нашей стране существует множество праздников, которые администрации городов делают массовыми. Один из самых ярких и интересных – ярмарка, так как она формирует среду торговли, отдыха и развлечений.

Ярмарка по своему историческому значению имеет конкретную функцию, такую как распродажа и демонстрация новых товаров и услуг, поэтому данное мероприятие становится центром массового скопления людей. Такие гуляния проводятся с целью привлечения потенциальных покупателей, поэтому задача организаторов сделать пространство всей ярмарки максимально привлекательным для людей.

На данный момент существует огромное разнообразие быстровозводимых конструкций для проведения городских ярмарок и праздников: щитовые, пневмо-тентовые, каркасно-тентовые, но не все они являются комплексными. Чаще всего это однотипные палатки, стоящие в ряд (которые используются на рынках).

Огромной популярностью для оборудования временных пространств отдыха, развлечений и торговли, пользуются каркасно-тентовые конструкции, так как обладают рядом достоинств. Основными преимуществами каркасно-тентовых конструкций, можно считать то, что они имеют разнообразные габаритные размеры и конфигурации, с достаточно большими пролетами внутренних пространств. Это позволяет возводить крупные объекты с максимально эффективным использованием внутреннего пространства помещения или укрытия. К тому же данные конструкции мобильны, компактны, имеют низкую металлоемкость и гибкость [1].

В связи с чем появляется потребность в сборно-разборных сооружениях ярмарочного комплекса, объединённых общей стилистикой. Это будет достигнуто, благодаря использованию общего принципа решения конструктивных узлов и элементов сооружений.

1 Предпроектный анализ

1.1 Актуальность темы

Актуальность темы исследования создает необходимость теоретического анализа и практического использования ярмарок и выставок продвигать товар на внешний рынок, которая предоставляет большие возможности демонстрации рекламируемых продуктов, услуг, проектов для установления прямых контактов с потребителями, а также проведения переговоров и заключения торговых сделок.

В последние годы больше внимание уделяется продвижению отечественных разработок, новых технологий и услуг на внутренний и внешний рынки, вследствие чего выставочно-ярмарочная деятельность активно развивается. Это является важным инструментом инновационной и инвестиционной политики любого государства. Наиболее эффективны выставки и ярмарки в сочетании с комплексом сопутствующих мероприятий (реклама в прессе, сопровождение презентаций, встречи с экспертами и т.п.).

1.2 Из истории ярмарок

Ярмарки - это ежегодно повторяющаяся реализация товаров, временами с ограничениями на определённый сезон, товар или тематику. Они играют важную роль в развитии торговли и экономики государства. Ярмарочный сбыт товара издавна выполнял посреднические функции между скотоводческим и оседло-земледельческим населением. Этот вид торговли пользовался у торговцев скотом большой популярностью. Жители Казахстана обменивали здесь скот и скотоводческую продукцию. Ряд обстоятельств разъяснял популярность ярмарочной торговли. Во-первых, основное население Казахстана вело кочевой и полукочевой образ жизни. В этих условиях на больших ярмарках скотоводам было удобно продавать свой скот. Здесь же приобретали продукцию оседло-земледельческого населения. Во-вторых, сеть дорог была плохо развита.

Ярмарки являлись действующим регулятором спроса и предложения, производства и применения, обмена информацией, поддержания народных, культурных традиций. Собственно, ярмарки выполняли те функции, которых так сегодня не хватает новому рынку.

Формирование ярмарок и выставок имеет многовековую историю. Вместе с формированием и развитием рыночных отношений развивалась ярмарочная и выставочная деятельность. Сегодня выставочная и ярмарочная деятельность является неотъемлемой частью жизни успешных предпринимателей. Зачастую ярмарка рассматривается как кратковременное мероприятие, периодически проводимое в одном и том же месте, для привлечения большого количества фирм

одной или нескольких отраслей, представляющих образцы своих товаров для их демонстрации.

Из определения выставки следует, что основной задачей является демонстрация достижений в одной или нескольких областях человеческой деятельности. Следовательно, говорят о книжных, картинных, продуктовых и т.д. выставках, подчеркивая тем самым о демонстрации каких товаров, идей или услуг идет речь. Следует добавить, что в жизни в качестве выставок часто рассматривают небольшую экспозицию товаров и услуг. Например, экспозиции, посвященные определенным датам или событиям, организованные библиотеками.

Из сказанного выше следует, что если одной из основных задач ярмарки является заключение прямых торговых сделок, то другой основной задачей выставки является заключение прямых торговых сделок по образцам, то другой важнейшей задачей являлось создание благоприятных условий для продажи товаров по образцам [2].

1.3 Классификация ярмарок

Часто понятия торговой ярмарки и выставки очень похожи, было бы уместно провести смысловое противопоставление торговых ярмарок и выставок.

Торговая ярмарка-кратковременное мероприятие, проводимое периодически в одном и том же месте, в процессе которого большое число предприятий с помощью образцов представляет непредвзятый масштаб товаров одной или нескольких отраслей. Для того чтобы посетитель получил ясное представление об предпринимательских возможностях, в то время как участник при помощи экспонируемых товаров распространяет информацию о фирме и ее продукции и заключает прямые торговые сделки [3].

Проводится значительное число различных национальных, региональных и местных ярмарок и выставок. Классифицируются по нескольким признакам. По срокам и способу проведения выставки и ярмарки можно подразделить на следующие виды:

1. Краткосрочные ярмарки

Проводятся в течении не более трех недель. Они носят общий характер, или представляют достижения своей страны во всех отраслях производственной деятельности, либо бывают специализированными.

2. Передвижные ярмарки

Эти выставки организуются с помощью различных средств транспорта для расширения круга посетителей. Получает все большее распространение

организация плавучих выставок, в частности, Японией, Англией и Швецией. Передвижные выставки устраивают на борту большого судна, которое посещает портовые города нескольких государств. А также передвижные выставки образцов товаров в автофургонах, салонах самолетов.

3. Постоянные ярмарки

Эти ярмарки организуются чаще всего при дипломатических консульствах и других представительствах своей страны за границей с целью демонстрации возможным иностранным покупателям образцов.

Новым видом выставок являются торговые недели. Они организуются обычно в универсальных магазинах крупных городов для показа и продажи потребительских товаров.

По частоте проведения выставки и ярмарки могут быть:

1. Периодические (проводящиеся каждые 2-3 года и т.д.)
2. Ежегодные
3. Сезонные

Это ярмарки, организуемые в целях реализации сезонного вида товаров (выполнения работ, оказания услуг), проведение которых подходит к определенным периодам, временам года, сезонам, продолжительностью не более трех месяцев в году. Срок сезонной сельскохозяйственной ярмарки, проводимой в целях реализации сезонной продукции и приуроченной к определенным периодам, временам года, сезонам, не может превышать 90 дней в году.

4. Тематическая ярмарка - сельскохозяйственные, специализированные, продовольственные. Сроки работы специализированной ярмарки, включая продажи произведений декоративно-прикладного искусства (ремесел) и художественного творчества, устанавливаются организатором. Частота проведения ярмарки/выставки зависит, главным образом от вида предлагаемой продукции и условий конкуренции. Так, например, показы моды организуются 2-4 раза в год, тогда как демонстрации инвестиционных товаров, новинок технологии и т.д. может проводиться с промежутком от двух до пяти лет.

5. Ярмарка выходного дня.

Ярмарки, проведение которых приурочено к выходным дням, а также к проведению тематических мероприятий (школьные базары, ярмарки народного творчества). Срок проведения ярмарки выходного дня ограничивается количеством выходных. Также ярмарки можно классифицировать по направлению работы:

1. Ярмарки/выставки по осуществлению продаж/заказов.
2. Информационные/ознакомительные.
3. Проводимые в целях развития коммуникации/контактов [4].

1.4 Состав ярмарки

От функционального зонирования ярмарки зависит комфорт ее посетителей, удобство работы участников и безопасность на мероприятии. В разделе рассмотрены все возможные функциональные зоны ярмарки. Для каждой зоны приведены принципы размещения относительно прочих зон, правила организации пространства и рекомендации по составу оборудования.

Функциональные зоны:

1. входная зона;
2. зона парковки;
3. зона торговли;
4. зона общественного питания;
5. зона развлекательных мероприятий;
6. зона пассивного отдыха;
7. зона активного отдыха;
8. хозяйственная зона.

Входную зону следует организовывать со стороны остановок общественного транспорта или наиболее интенсивного пешеходного потока. Площадку перед входом необходимо предусмотреть из расчета 0,2–0,3 м² на одного посетителя, но не менее 18 кв. м. Входных зон может быть несколько. Проем входной группы должен быть шириной не менее 4 м и высотой не менее 3 м. Рекомендуется оформлять входную группу в ярких тонах, чтобы была хорошо заметна. Рядом необходимо установить стенд с картой ярмарки и режимом работы, правилами поведения на мероприятии.

Входная зона должна располагаться рядом с зоной парковки и зоной торговли. Допускается располагать рядом зону общественного питания. Не следует размещать у входа хозяйственную зону, зоны развлекательных мероприятий, пассивного и активного отдыха. Входная зона на ярмарке состоит из входной группы, информационных стендов и площадки перед входом. При необходимости используются ленточные ограждения и металлодетекторы.

Парковки на ярмарках следует предусматривать двух типов — основную и служебную. Их необходимо размещать в разных частях территории. Для организации работы парковок необходимо привлекать обученный персонал, чтобы помогать освобождать пространство в нужное время для водителей грузовых машин. Основная парковка во время ярмарки работает для посетителей, а до открытия мероприятия и в перерывах — для разгрузки товаров. Основная парковка располагается рядом с входной зоной. Допускается размещать ее вблизи зоны торговли и зоны развлекательных мероприятий. Основная парковка не должна находиться рядом с зонами общественного питания, активного и пассивного отдыха. Не допускается организовывать парковку на газонном или грунтовом покрытии. На основной парковке парковочные места организуются параллельно или перпендикулярно проездам. Рекомендуемый размер парковочного места: при перпендикулярной парковке — 2,5 х 5 м с шириной проезда 6 м, при параллельной парковке — 2,5 х 5,5 м с

минимальной шириной проезда 3,25 м. Следует предусмотреть нумерацию парковочных рядов и мест для удобства посетителей. Количество парковочных мест должно быть большим или равным количеству участников ярмарки.

Служебная парковка предназначена для кратковременной (менее 20 минут) стоянки автомобилей участников ярмарки для дополнительной разгрузки товаров. Служебная парковка примыкает к зоне торговли. Допускается размещать ее вблизи зоны общественного питания и хозяйственной. Не допускается организовывать служебную парковку рядом с зонами активного и пассивного отдыха, зоной развлекательных мероприятий и входной. Размер парковочного места — 3,5 х 6,5 м.

Зона торговли — главная зона ярмарки, поэтому должна быть максимально комфортной для посетителей и участников. Как правило, в зоне торговли устанавливаются палатки, реже — автокафе и тележки. Эта зона состоит из торговых рядов, торговых променадов шириной не менее 6 м или зон обслуживания покупателей шириной не менее 3 м. Рекомендуемая ширина технических проходов — 1,5–2 м. Ориентировочная площадь зоны торговли принимается из расчета 15–25 кв.м на одного участника ярмарки. В зоне торговли допускается продажа продуктов питания, но запрещена установка столов и мест для сидения — их следует размещать в зоне общественного питания. Расположение Зона торговли должна занимать большую часть территории ярмарки и располагаться рядом с входом. Рядом с зоной торговли размещаются зоны общественного питания, развлекательных мероприятий, пассивного и активного отдыха. Допустимо размещать около зоны торговли хозяйственную зону и парковку.

1.5 Виды рекламных конструкций

Существуют разные виды рекламных конструкций, созданные для того, чтобы информация о товаре, услуге или событии вышла за пределы отдела продаж. Прекрасно выполняют функцию связи с потенциальными потребителями такие рекламные стойки, как мобильные выставочные стенды (баннерные стенды) и буклетницы. Обеспечивая гибкость и удобную мобильность, визуальную привлекательность, они приглашают потенциальных клиентов к рекламному стенду на торговой ярмарке, выставке, и в других местах, где потенциальные потребители ищут определённый продукт или услугу.

Стенд представляет собой единый комплекс площади (в кв. км), которую устроитель ярмарки/выставки предоставляет в аренду заинтересованному участнику, а также элементов конструкции, с помощью которых последний достигает осуществления своего участия в этом мероприятии. Стенд - это образ предприятия-экспонента в миниатюре, воплощающий его общую предпринимательскую культуру. Это действует как средство передачи и приема сообщений и передает предприятие как единое целое.

В связи с этим стенд должен:

- выделять предприятие;

- пробуждать интерес;
- привлекать.

Стенд должен раскрывать участия экспонента в памяти экспонента в ярмарке или выставке, памяти посетителей как единое целое конструкции и предоставляемых товаров, услуг и подчеркивает или улучшает имидж предприятия.

Мобильное выставочное оборудование-мобильные выставочные стенды класса «pop-up», «fold-up», стенды роллерного и баннерного типа, различные сборно-разборные витрины, стойки регистрации, буклетницы, аксессуары к ним и т.д. Мобильные выставочные стенды портативны, легки и удобны в транспортировке. Они разбираются и собираются за считанные минуты, не требуя специальных навыков, физической силы и инструментов для сборки. Мобильные стенды позволяют быстро и эффектно оформить любое мероприятие, где требуется графическое или информационное сопровождение. Благодаря своим универсальным свойствам стенды завоевывали прочные позиции в различных сферах бизнеса.

Многие компании успешно пользуются мобильными выставочными стендами для достижения различных маркетинговых целей: увеличения продаж, формирование имиджа, подачи уникальных торговых предложений и многое другое. Мобильность и возможность оперативной подготовки к различным мероприятиям является одним из основных достоинств данного оборудования. Самыми удобными и легкими в установке считают малые мобильные стенды «Roll up» (рис.1). Все, что нужно сделать-это достать его из сумки тубуса, вытянуть фотопанель, закрученную в основание, и натянуть ее на раздвигающуюся вертикальную опору. Эти стенды удобны для выезда на различные мероприятия, будь то выставка, конференция или презентация.



Рисунок 1. Стенд «Roll up» [1]

Если стенд используется стационарно, то, можно использовать более тяжелые конструкции, с возможностью размещения плакатов с двух сторон. Для крепления фотопанелей этого стенда «Стелла» (рис. 2) используются люверсы, которые можно легко менять.



Рисунок 2. Стенд «Стелла» [2]

Более доступным вариантом для размещения баннера можно использовать легкие конструкции. Вариантом для размещения баннера подойдут суперлегкие конструкции L-баннер или X-баннер (рис. 3). Они быстро и легко собираются и складываются в сумки-тубусы. С их установкой справится любой промоутер, а привлекательная цена делает их доступными для любого рекламного бюджета.



Рисунок 3. X-стенд [3]

Особую категорию составляют мобильные буклетницы, которые укладываются в небольшой чемоданчик или сумку-тубус. Такие буклетницы удобны специально для перевозки, и, вместе с тем, они обладают привлекательным внешним видом, изготовлены из прозрачного пластика и блестящего никелированного металла, и их конструкция также удобна.

Рекламные стойки - буклетницы и мобильные выставочные стенды, все они предназначены для многократного использования. Имея мобильный выставочный стенд и буклетницу, можно всегда быть готовым к участию в интересном мероприятии, выставке, конференции или другом событии.

Витрина-это очень важное средство представления бренда на рынке, хороший инструмент формирования у потребителя представлений об ассортименте и качестве товаров и услуг. Правильно оформленные витрины привлекают потенциальных потребителей, создает имидж элитного или массового объекта потребительского интереса. Верное оформление витрины служит инструментом ценообразования и формирования общей маркетинговой политики компании.

1.6 Цветофактурные и эргономические требования

Цвет - одно из свойств материального мира, осознанное зрительное ощущение. Цветовое ощущение возникает в результате воздействия на глаз потока электромагнитного излучения, воспринимаемого как световой поток. Цветовая гармония рекламных стендов строится на одном главном цвете и группы близко родственных цветов.

При цветовом решении проекта важно учитывать, что цвет способен передавать важную информацию о предмете и вызывать определенные мысли и чувства через образное воздействие в реальных условиях освещения, воздушно-пространственно и окружающей цветовой среды.

Фактура-видимая структура лицевой поверхности материала, характеризующее степень рельефа и блеска. В своём проекте для рекламных стендов я использовала гладкие прозрачные и матовые фактуры. Эргономическое обеспечение проектирования понимается как установление эргономических требований и формирование эргономических свойств системы «человек – предмет окружающей среды».

Основные задачи, которые решаются в сфере эргономики:

- придать изделиям выставочного оборудования для эффективного функционирования системы «человек-предмет минимального расхода ресурсов»;
- разработать безопасную продукцию, не забывая об эстетике;
- создание средовых систем комфортных и эстетически выразительных.

1.7 Фирменный стиль

Стиль – это изменяющаяся уведомительная структура, которая является социально-ценностным знаком, показывающим прикладное усваивание бытия человеческой деятельности [5].

Фирменный стиль - это технико - эстетический синтез предметных систем, среды, функциональных связей и процессов фирмы, благодаря которому появляется возможность достижения единства ее облика. Характер и масштаб стиля обуславливается самим понятием «фирма».

Изображая закономерности стиля, все его составляющие становятся носителями. Каждый структурный элемент художественного образа становится зависимым от стилевых закономерностей и приобретает характерные стилевые черты [6].

Композиционные средства, благодаря которым гарантируется информативность, узнаваемость, запоминаемость и образность становятся фактором образования носителя. Создание фирменного стиля происходит в несколько этапов. Первый - анализирование имеющегося опыта образования стиля, результатом которого было создание единого эстетического характера, грамотного представления шрифта, логотипа, фирменного знака и фирменных цветов. Ко второму этапу относят дизайн-разработку при использовании композиционно- структурных и морфологических средств для носителей фирменного стиля. Третьему этапу присуща некая часть стиля- стиле предьявитель, среди них: пластика, фактура, рисунок, колорит. Результатом этапов является художественно - культурный облик предприятия.

Фирменный стиль - это вид рекламы текущего времени. Он включает в себе цветовые, графические, словесные и другие элементы, отвечающие за единство визуализация и смысловой нагрузки определяющей для конкретного случая.

Основными функциями фирменного стиля можно считать: имиджевую (узнаваемость, престиж, репутация); идентифицирующую (распознавание товаров или услуг, указание их связи с компанией); дифференцирующая (ориентация потребителей, знакомые для него логотипы, цвета, шрифты).

Фирменный стиль создает единство для всей рекламной кампании. Так же он помогает новому продукту или услуге легче выходить на рынок, с повышением действенности рекламы. Фирменный стиль имеет благоприятное внимание на зрительную среду и художественное восприятие (красота, привлекательность). Он является основным элементом связующей политики.

Основными элементами фирменного стиля можно считать:

1. товарный знак (изобразительное, словесное, объемное, звуковое обозначение или их комбинацию, использующееся хозяином для

- распознавания своих услуг. Подразделяются на 5 видов: словесный, изобразительный, объемный, звуковой, комбинированный.);
2. логотип (изобразительный товарный знак представляет собой оригинальный рисунок, эмблему фирмы. Могут использоваться как изображения живых существ, предметов, природных и иных объектов, так и любые фигуры, абстрактные изображения);
 3. фирменный блок (Сочетание нескольких элементов фирменного стиля (двух или более двух). Зачастую это изобразительный товарный знак и логотип.);
 4. фирменный лозунг (слоган) (Содержит идею конкретной рекламной кампании. Передает идею, основную мысль фирменного стиля.);
 5. фирменная гамма цветов (Определенное сочетание цветов, с учетом психологического воздействия на человека.);
 6. фирменный комплект шрифтов.

Фирменным стилем обуславливается единый подход к использованию товарного знака на всех мероприятиях: при оформлении выставочных стендов и на корреспонденции (бланки писем, счета, техническая и товаросопроводительная документация), в рекламных изданиях и на упаковке товаров, на фасадах зданий и автотранспорте, сувенирных изделиях и визитных карточках. Товарный знак должен применяться в том виде, в каком он был зарегистрирован. Стиль не только оказывает влияние на формирование художественных вкусов, но и влияет на социальное поведение личности, выполняя тем самым коммуникативную и социализирующую функции в культуре [7].

1.8 Торговая мобильная мебель

Существует различная торговая мобильная мебель для организации ярмарок. Мобильный киоск (рис. 4), металлический киоск (рис. 5), модуль для уличной торговли (рис. 6). Вся мебель сборно-разборная и не требует много времени на монтаж и демонтаж, а также она компактна в перевозке и хранении.

Конструкция мобильного киоска состоит из прессованной фанеры, грифельной доски под козырьком. Для крыши и фартука используется материал, который можно брендировать.



Рисунок 4. Мобильный киоск [4]



Рисунок 5. Металлический киоск [5]

Дизайнеры разработали новый тип торговых тележек, который упростит работу продавцов и сделает их бизнес более экологичным. Благодаря специальной модульной системе, внутренняя часть мобильной тележки легко переделывается под конкретные нужды, что позволяет торговцам демонстрировать свой товар наилучшим образом [8].



Рисунок 6. Модуль для уличной торговли [6]

1.9. Пример 1

Масштабное строительство Центрального рынка Абу-Даби (рис. 7,8), общей площадью проект более 600 000 кв. м, началось в центре ОАЭ еще в 2006 г.

Компания Aldar Properties стала заказчиком, а партнером Foster + Partners выступило местное бюро Planar. В первую очередь полностью реконструировал истарый рынок, который был открыт еще в 2011 году. Чуть позднее был готов современный торговый центр. И вот завершено строительство отеля сети Marriott и двух высотных башен, в которых разместятся офисы и апартаменты. Самая высокая из них достигает впечатляющей отметки в 378 метров.

Базар (сук) с продуктовыми и ремесленными лавочками и молл с престижными магазинами закрыты ажурными деревянными панелями, геометрический рисунок которых заставляет вспомнить орнаменты средневековой арабской архитектуры. Благодаря солнечному свету, они многократно повторяются во внутреннем пространстве.

Внутренняя планировка зданий предусматривает множество открытых зон. Комфортные общественные пространства используются для проведения фестивалей, праздников и корпоративных мероприятий. Благоприятный климат большую часть времени позволяет держать помещения открытыми, но сдвижные внешние панели при необходимости образуют защитный навес, позволяющий контролировать микроклимат в интерьере [9].



Рисунок 7. Центральный рынок Абу-Даби [7].

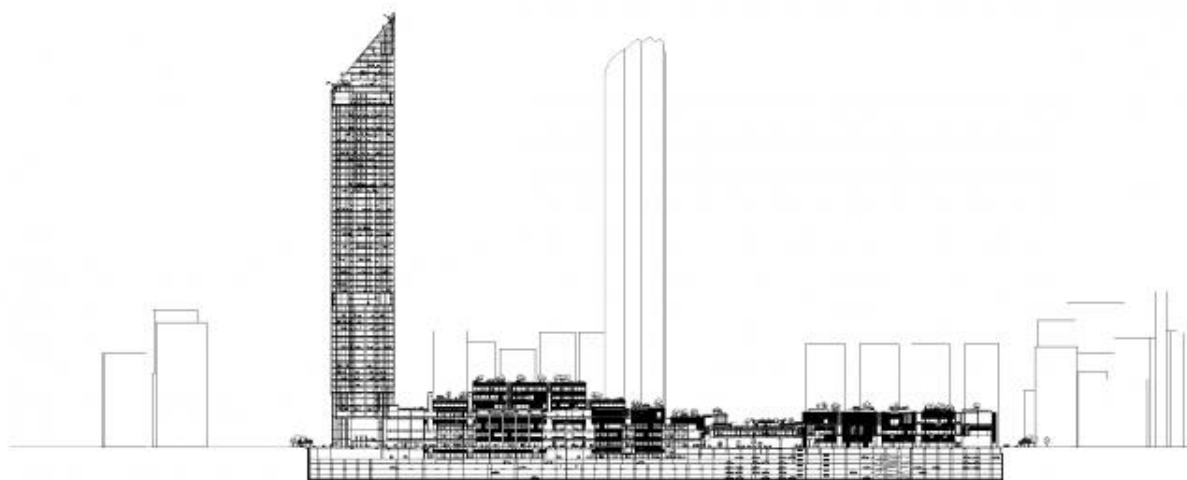


Рисунок 8. Центральный рынок Абу-Даби [7]

1.10. Пример 2

Пекинская студия «People Architecture Office» (рис.9) спроектировала модульный культурный центр «The People's Station» в китайском городе Яньтай, недалеко от центрального делового района и набережной. Здание расположено рядом с общественным парком и предназначено, как культурный центр, содержащий пространство для мероприятий, лаундж, книжный магазин и

кинотеатр, которые доступны для прохожих. С большими открытыми входами, полуоткрытыми площадками и секциями, поднятыми над землей, здание играет роль, как связующее звено, приглашающее посетителей исследовать исторический центр города. Основное пространство здания – большой зал для мероприятий, который простирается вверх к ряду пирамидных форм крыши. Разделы крыш включают окна, которые заливают интерьер естественным светом.

Подразделения, прикрепленные к зданию на первом этаже, могут удлиняться, как аккордеон для увеличения внутренней площади пола. Они могут разбираться и отсоединяться от главного здания. Три из них установлены на трехколесных велосипедах, поэтому при необходимости их можно легко перемещать. Эти транспортные средства могут быть задействованы в других местах в качестве культурных спутников для проведения мероприятий в труднодоступных районах [10].



Рисунок 9. Модульный культурный центр «The People's Station» [8]

2 Архитектурно-дизайнерский раздел

2.1 Расположение участка в структуре города

Для разработки проекта сельскохозяйственной ярмарки в г. Алматы, был выбран участок на проспекте Жибек-Жолы уг. ул. Чайковского, между ул. Желтоксан и ул. Наурызбай батыра. В настоящее время на данном участке проходит ярмарка «выходного дня» сельскохозяйственных продуктов. К нему прилегают несколько административных и жилых зданий, которые никоим образом не мешают организации ярмарки. Выбранный участок наиболее благоприятный для сельскохозяйственной ярмарки, так как здесь очень развитая инфраструктура, близкое расположение к жилым районам, паркам, университетам, торговым центрам, гостиницам и отелям - может привлечь как жителей, так и гостей города, а также находится в пешеходной и транспортной доступности.

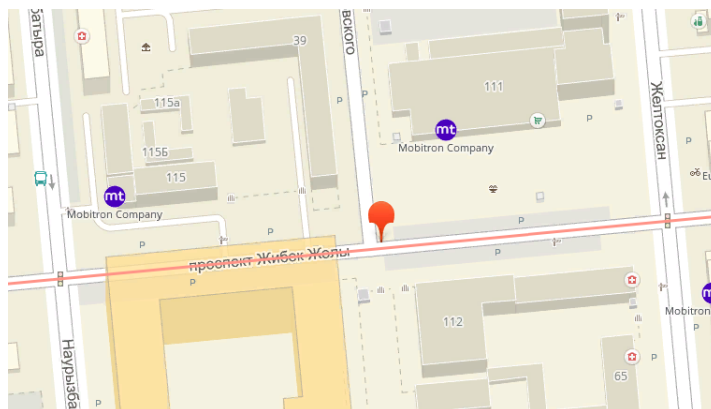


Рисунок 10. Ситуационная схема

2.2 Концепция проекта

Главной целью дизайн-концепции является создание единого образа ярмарки. Организация быстровозводимого празднично-ярмарочного пространства основывается на принципах учета особенностей окружающей среды и необходимости функционального зонирования (входное пространство, зона торгового оборудования и другие зоны, необходимые для организации данного объекта).

На ярмарку организовано три входные зоны по пр. Жибек-Жолы со стороны ул. Наурызбай батыра и ул. Желтоксана и на ул. Чайковского. Входная зона состоит из арки и ограждающих конструкций со стендами.

Решение генплана ярмарки определяется границами озеленения пешеходных зон и входных групп. Пересечение пр. Жибек-Жолы и ул. Чайковского образует крест.

В проекте представлен вариант организации ярмарочного пространства с использованием разработанного оборудования на территории города Алматы.

На территории расположились 14 торговых палаток на двух продавцов и 12 - на одного продавца. По центру, вдоль пр. Жибек-Жолы располагаются лотки, а по краям торговые палатки на одного продавца. Далее организованы торговые места для двух продавцов, где покупатель может обойти палатку с двух сторон. В центре ярмарки расположено разноуровневое оборудование для бутылок, которое для удобства можно крутить.

С учетом всех особенностей, был разработан комплект временных сборно-разборных и мобильных сооружений ярмарочного комплекса, объединенных общей стилистикой. Это стало возможным, благодаря использованию общего принципа решения конструктивных узлов и элементов сооружений. Идея спроектированного модульного оборудования состоит в том, что за счет своих возможностей дает различные варианты композиционного решения пространства. Можно выбирать необходимые модули и организовывать торговые места для нескольких продавцов или отдельно стоящие лотки. Для арок и оборудования и использованы плавные формы. Торговое оборудование на колесах, для навеса используется система маркиз. Все сооружения собираются и транспортируются в стандартном грузовом контейнере.



Рисунок 11. Торговая палатка

Основным элементом логотипа является надпись «ЭКООВОЩ», где «ЭКО» является фирменным знаком. Для логотипа выбраны зеленый, темно-серый и красный цвета. Отсюда и цветовое решение ярмарки, где основным цветом является зеленый.

Конструктивное решение было дополнено графикой фирменного стиля, что сгруппировало все элементы оборудования в единую композицию.

Организация объемно-пространственной композиции ярмарки получилась целостной и гармоничной, благодаря разным массам конструкций.

3 Конструктивный раздел

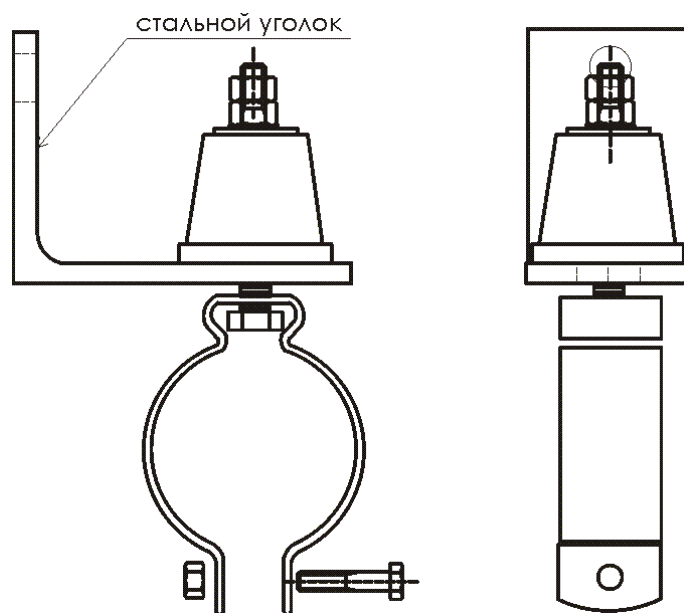
3.1 Качество конструкций оборудования

Для сборки оборудования использованы обычные стандартные установочные, фиксирующие, зажимные и крепежные детали. Система предполагает разборку оборудования и повторное использование стандартных элементов в другой системе

Конструкция оборудования выполнена из стандартных по составу конструкций и элементов, включающих в себя:

- 1) стойки металлические;
- 2) панели прямой и плавной формы;
- 3) лотки;
- 4) комплектующие изделия: раскладки, болты, гайки и т.д.

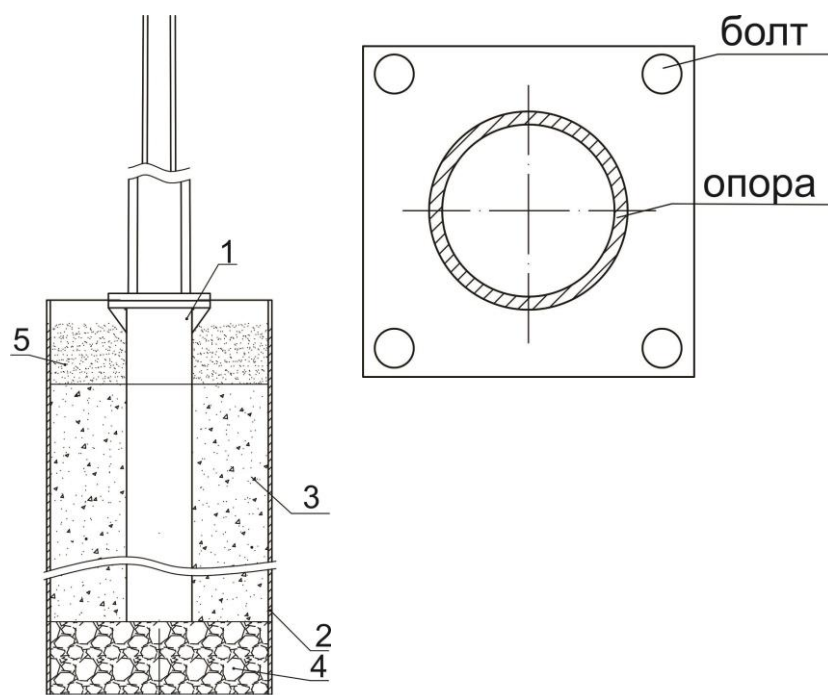
Для крепления опор лотков к стенкам оборудования используются трубные хомуты, как горизонтальным, так и вертикальным поверхностям. Монтаж труб с использованием хомутов производится с помощью болтов, обеспечивающих равномерное давление на трубу. Для крепления панелей оборудования используется стальной уголок.



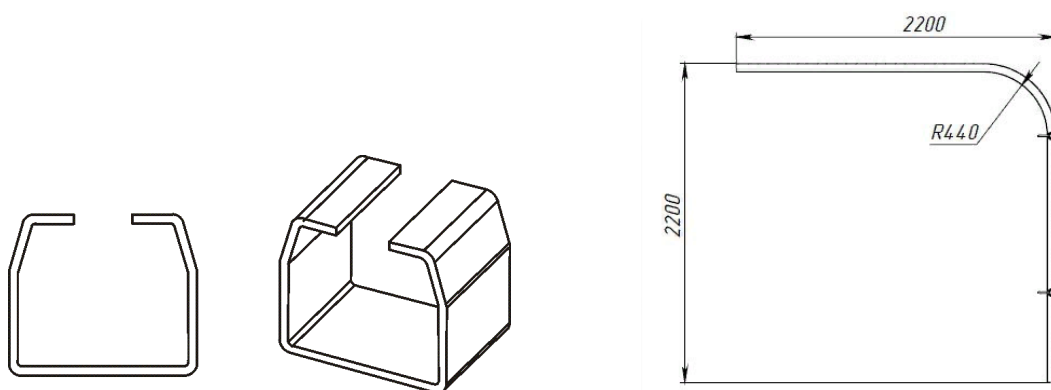
Узел выполнен на основе интернет ресурса: URL - <http://proektp.ru/pr/5/7.jpg>

Конструкция навеса имеет тентовое полотно, которое передвигается при помощи роликов встроенным металлическим направляющим. Для опоры навеса использованы металлические столбы, заглубленные в грунт. После завершения ярмарки навес и оборудование демонтируются.

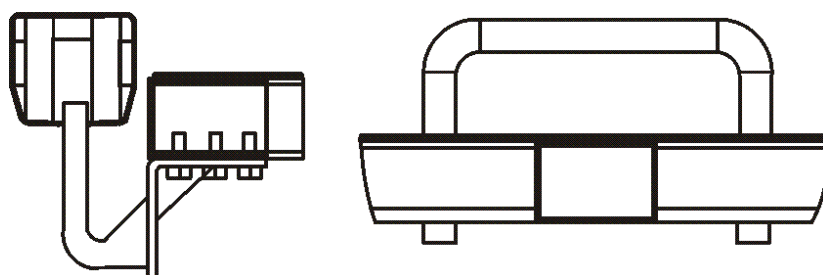
Для фундамента под металлические опоры используются подножки прямоугольной формы, устанавливаемые под опорные башмаки стволов. Подножки состоят из опорной плиты и стойки с анкерными болтами и покрыты гидроизоляцией из асфальтобитумного лака.



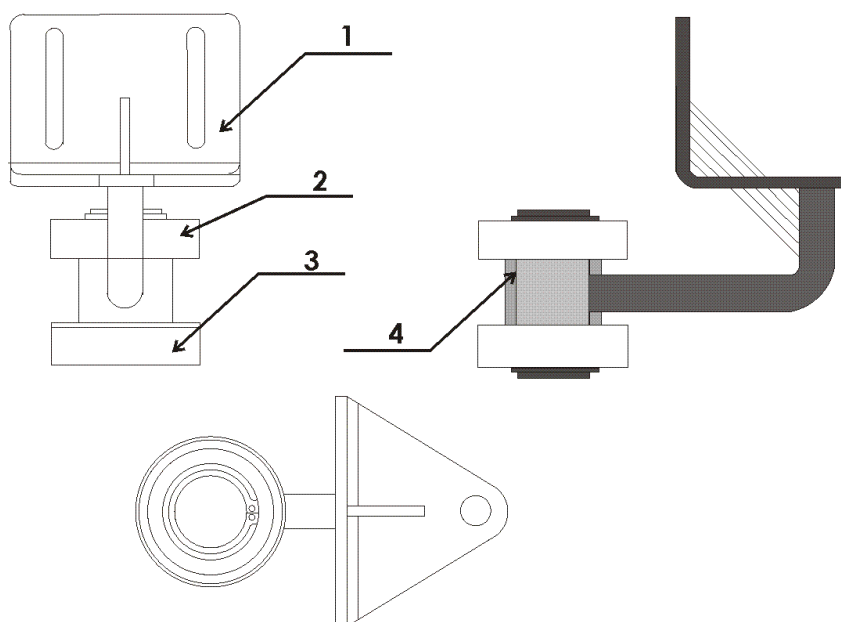
1 - закладная деталь фундамента опоры; 2 - футляр;
3 - бетон; 4 - гравий; 5 - грунт.



Узел выполнен на основе интернет ресурса: URL -
<http://www.svetolux.com/index.php?cont=details&id=1442>



Роликовый узел выполнен на основе интернет ресурса: URL -
<http://chertegnik.ru/metallokonstrukcii/523-qarazhnye-vorota-podemnye-svoimi-rukami-chertezhi.html>



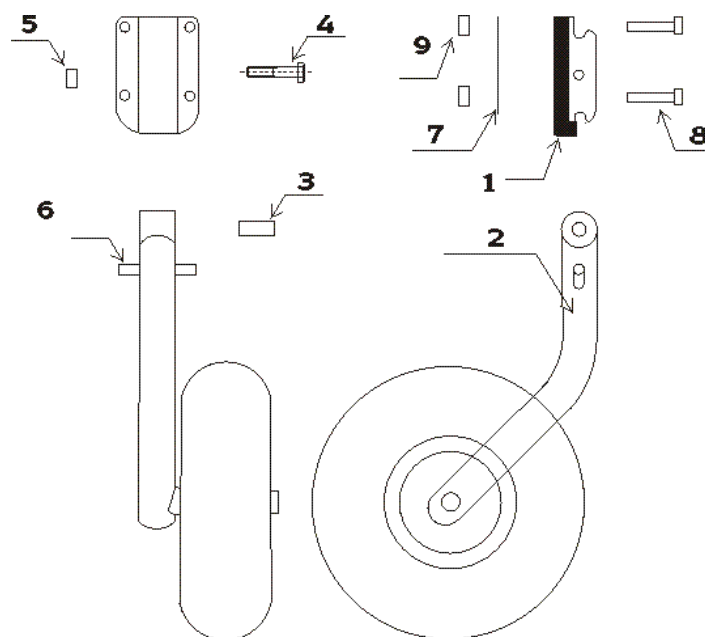
Роликовый узел выполнен на основе интернет ресурса: URL - <http://chertegnik.ru/metallokonstrukcii/523-qarazhnye-vorota-podemnye-svoimi-rukami-chertezhi.html>

1 – кронштейн; 2 – подшипник шариковый радиальный однорядный;
3 – стопорное наружное кольцо; 4 – ось.

Для удобства и транспортировки оборудование оснащено колесами. Шасси состоит из стоек с колесами, кронштейнов и пластин, которые крепятся к боковым стойкам оборудования при помощи болтов и гаек.

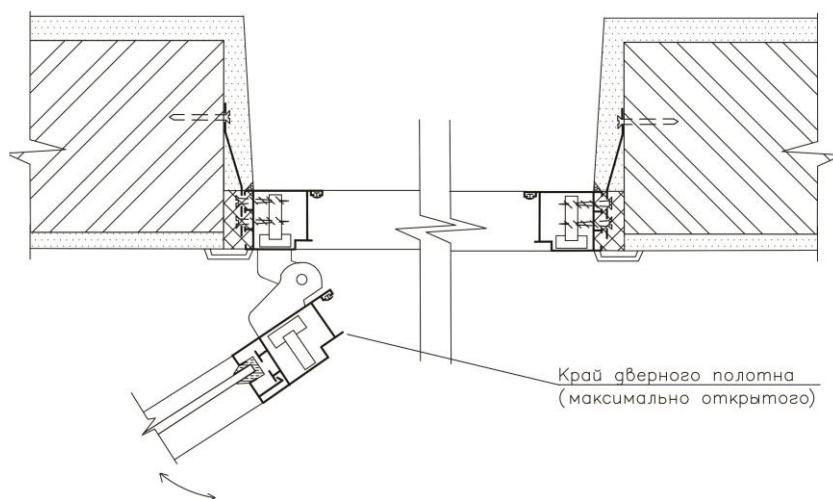
Стойка рычажного типа с консольной навеской колеса состоит из основных элементов:

- 1 - кронштейн;
- 2 - стойка с колесом;
- 3 – втулка распорная;
- 4 – болт М8*45;
- 5 – гайка М8;
- 6 – фиксатор;
- 7 – пластина;
- 8 – бол М8*40;
- 9 – гайка с/к М8.



Роликовый узел выполнен на основе интернет ресурса: URL - <http://yooou.ru/wp-content/uploads/2018/04/opisanie-dlya-montazha.jpg>

Коробка дверного блока из ПВХ. Анкерная пластина с креплением двумя шурупами к дверной коробке. Крепление к перегородкам осуществляется с помощью дюбель-гвоздем 10*100.



Дверной узел выполнен на основе интернет ресурса: URL - http://allsapr.ru/uploads/posts/2016-02/1455998643_1.jpg

Шарнирные узлы примыкания балок самые распространенные и простые для изготовления и монтажа. Уголок служит монтажным опорным столиком для балки. Балку ставят на уголок, прижимают к пластине и прикручивают.

Таблица 1 – Основные материалы и конструкции:

Конструкция	Тип	Материал	Размеры элементов Пролеты, Шаги
Фундаменты	Железобетонный	Металлические	Глубина ямы для фундамента не менее 400мм
Колеса	Транцевые	Резина, металл	
Опора	Сборно-разборная	Металлическая	Диаметр трубы опоры 150 мм.
Балки	Двутавры	Опорный тавр – сталь, приставной уголок - сталь	
Кровля	Маркиза	Тент	По всей длине направляющих
Двери	Распашные	ПВХ	Ширина 600 мм; высота 1000 мм.

4 Безопасность и охрана труда

4.1 Основные положения

Безопасность труда - состояние защищенности работника, обеспеченное комплексом мероприятий, исключающих вредное и опасное воздействие на работников в процессе трудовой деятельности.

Охрана труда – система обеспечения безопасности жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, включающая в себя правовые, социально – экономические, организационно – технические, санитарно – гигиенические, лечебно – профилактические, реабилитационные и другие мероприятия и средства [10].

Объектом нормирования комплексного благоустройства на территориях транспортных коммуникаций населенного пункта является улично-дорожная сеть (УДС) в границах красных линий (улицы и дороги, площади, пешеходные переходы различных типов). Проектирование производится на пересечении улиц. При этом в границы проекта необходимо включать застройки вдоль улиц. Согласно пункту 10.1.3, при проектировании комплексного благоустройства на территории следует обеспечивать безопасность участников дорожного движения и защиту прилегающих территорий от воздействия транспорта и инженерных коммуникаций.

В соответствие с пунктом 10.2.1 обязательный перечень элементов комплексного благоустройства на территории улиц и дорог включает: твердые виды покрытия дорожного полотна и тротуаров, элементы сопряжения поверхностей, озеленение вдоль улиц и дорог, ограждения опасных мест, осветительное оборудование, носители информации дорожного движения (дорожные знаки, разметка, светофорные устройства).

10.2.2 Виды и конструкции дорожного покрытия необходимо проектировать с учетом категории улицы, обеспечения безопасности движения и действующих на момент проектирования нормативных документов (СНиП РК 3.03-09).

При проектировании озеленения улиц и дорог минимальные расстояния от посадок до сетей подземных коммуникаций и прочих сооружений улично-дорожной сети следует принимать согласно СНиП РК 3.01-01.

10.2.4 Ограждения на территории транспортных коммуникаций предназначены для организации безопасности передвижения транспортных средств и пешеходов.

4.2 Пожарная безопасность

При проектировании благоустройства территории ярмарки следует соблюдать требования СНиП РК 2.02-05, СНиП РК 3.01-01.

На объекте должна быть обеспечена безопасность людей в случае возникновения пожара, разработаны инструкции о мерах пожарной безопасности в соответствии с пунктом 11.1.2.

Территории элементов комплексного благоустройства должны своевременно очищаться от горючих отходов, мусора, опавших листьев, сухой травы и т.п. Дороги, проезды, подъезды и проходы должны быть доступны для проезда пожарного транспорта, подступы к пожарному инвентарю должны быть всегда свободными, содержаться в исправном состоянии, а зимой очищаться от снега и льда.

4.3 Санитарно-эпидемиологические требования к объектам оптовой и розничной торговли пищевой продукцией

Настоящие Санитарные правила "Санитарно-эпидемиологические требования к объектам оптовой и розничной торговли пищевой продукцией" разработаны в целях реализации Кодекса Республики Казахстан от 18 сентября 2009 года "О здоровье народа и системе здравоохранения" (далее – Кодекс), Закона Республики Казахстан от 21 июля 2007 года "О безопасности пищевой продукции" и определяют санитарно-эпидемиологические требования к объектам оптовой и розничной торговли пищевой продукцией (далее – объекты).

Не допускается размещение продовольственных рынков в зонах отдыха, на территориях парков, скверов и других ценных историко-культурных градостроительных сооружениях. Проектирование, строительство и реконструкция объектов производства пищевой продукции при объектах осуществляется в соответствии с требованиями документов нормирования.

Заключение

Анализ территории показал, участок благоприятный для проведения сельскохозяйственной ярмарки, здесь развита инфраструктура, близкое расположение к жилым районам, торговым центрам, гостиницам – может привлечь как жителей, так и гостей города.

Главной целью дизайн-концепции является создание единого образа ярмарки. Организация быстровозводимого празднично-ярмарочного пространства основывается на принципах учета особенностей окружающей среды и необходимости функционального зонирования (входная зона, зона бытового обслуживания, торговая зона и зона отдыха).

Идея спроектированного модульного оборудования состоит в том, что за счет своих возможностей дает различные варианты композиционного решения пространства. Можно выбирать необходимые модули и организовывать торговые места для нескольких продавцов или отдельно стоящие лотки. Для арок и оборудования и использованы плавные формы. Торговое оборудование на колесах, для навеса используется система маркиз. Все сооружения собираются и транспортируются в стандартном грузовом контейнере.

Список использованных источников

1. Пневмокаркасное сооружение. [Электронный ресурс] – URL: http://www.pnevmosfera.ru/pnevmokarkasnoe_sooruzhenie
2. Акулич И. Л., Герчиков И. З. Маркетинг: Учебное пособие М.: Интерпрессервис; Мисанта, 2003.
3. Федько В. П., Федько Н. Г. Основы маркетинга. Серия «Учебники Феникса», Ростов н/Д; Феникс, 2002.
4. Ананьева Т. Организация и проведение специальных мероприятий в рамках выставок // Маркетинговые коммуникации № 2 (14) 2003, с. 2 – 7
5. Устюгова Е.Н. Стиль как эстетический феномен: Автореф. канд дис. Л., 1978, с 20.
6. Соколов А.Н. Теория стиля. М., 1968, с. 68.
7. Конструирование оборудования выставок. [Электронный ресурс] – URL: http://www.logoprom.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=77&Itemid=80
8. Дижур А.Л. Фирменный стиль. – Художественное конструирование за рубежом, вып. 1. М., 1970, с. 51.
9. Анна Старостина. Статья «Реинкарнация базара». [Электронный ресурс] – URL: <http://surfingbird.com/surf/reinkarnatsiya-bazara--jcgU1d5A1#!/copylink>
10. Alyn Griffiths. «Prefabricated and mobile components combine to form The People's Station cultural centre». [Электронный ресурс] – URL: <https://www.dezeen.com/2018/01/04/prefabricated-mobile-components-peoples-station-cultural-centre-architecture-yantai-china/>

Дополнительные источники

1. [Электронный ресурс] – URL: <http://slovodelo.ru/poleznye-materialy/roll-ap/>
2. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.mobilestand.ru/stella02s.jpg>
3. [Электронный ресурс] – URL: <http://lumena.by/ckfinder/userfiles/images/q3.jpg>
4. [Электронный ресурс] – URL: <http://premiya.arhiwood.com/upload/iblock/2f2/2f22876c5a05957a5729545456a81535.jpg>
5. [Электронный ресурс] – URL:
6. <http://www.architectexpo.com/plugins/exhibitor-list/showContent/exhibitor/705f2172834666788607efbfca35afb3><http://www.architectexpo.com/plugins/exhibitor-list/showContent/exhibitor/705f2172834666788607efbfca35afb3>
7. [Электронный ресурс] – URL: <https://moderntrade.news/archives/589/снимок-экрана-36%20%20>
8. [Электронный ресурс] – URL: Фото © Nigel Young/Foster + Partners<http://surfingbird.com/surf/reinkarnatsiya-bazara--jcgU1d5A1#!/copylink>
9. <https://www.dezeen.com/2018/01/04/prefabricated-mobile-components-peoples-station-cultural-centre-architecture-yantai-china/>

Приложение А

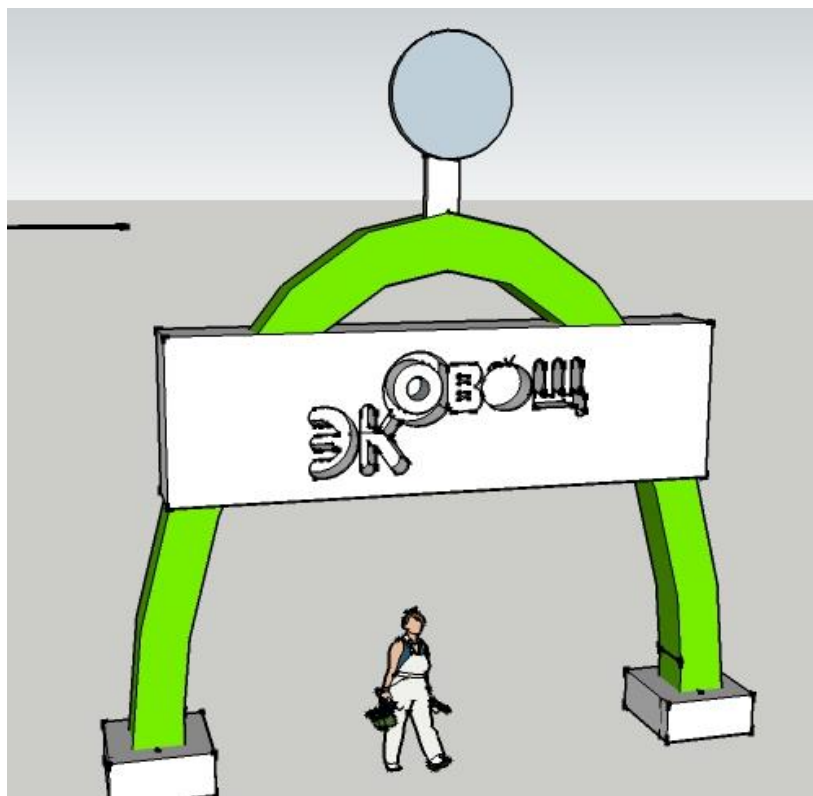


Рисунок 12. Входная арка

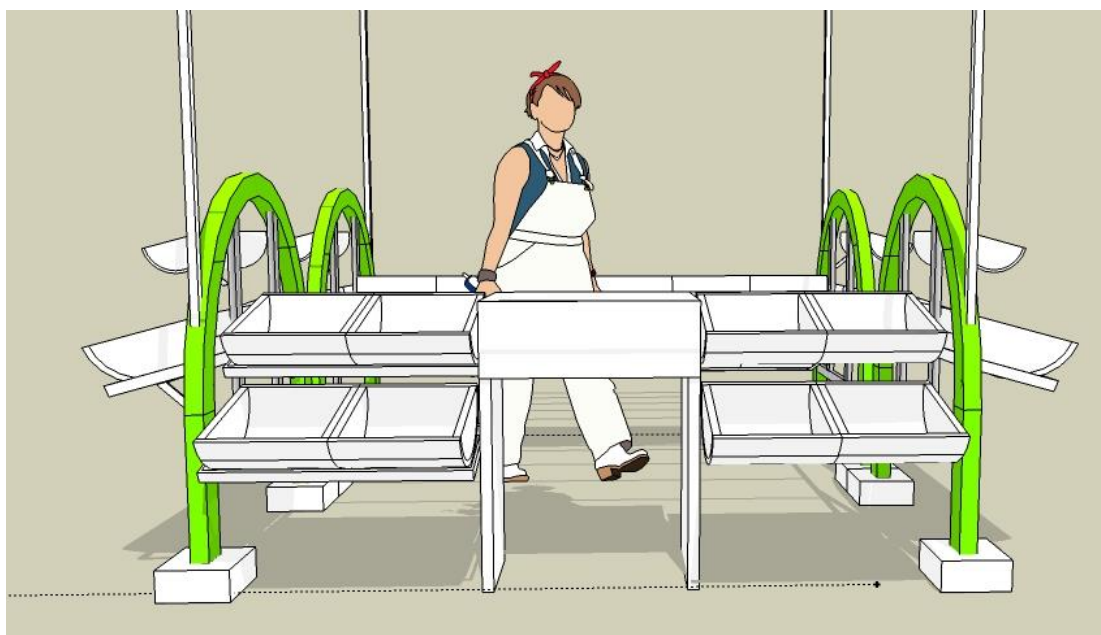


Рисунок 13. Торговое оборудование

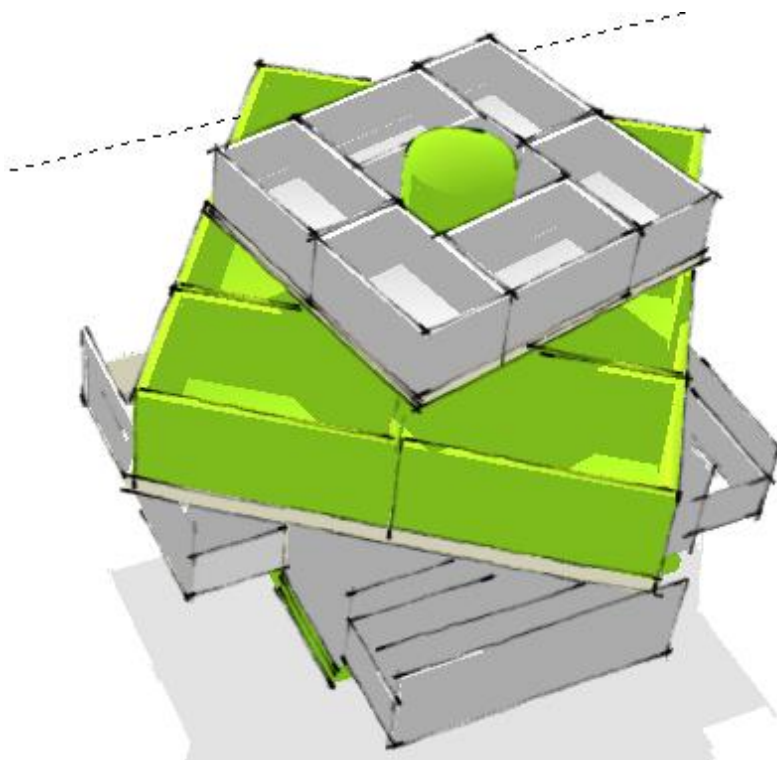


Рисунок 14. Торговый стеллаж 1

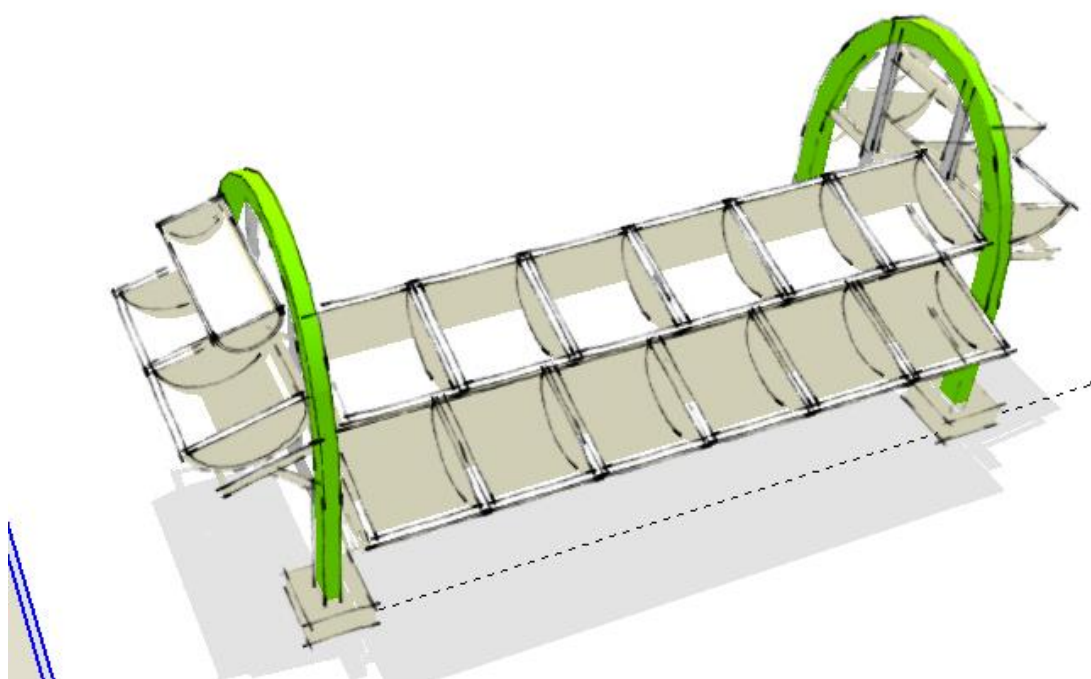


Рисунок 15. Торговый стеллаж 2