

УДК 721:725.2.21

к. арх., доцент Іваночко У.І., Курило І.В.,  
Національний університет «Львівська політехніка»

## ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГОВО-ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРІВ В ІСТОРИЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ МІСТА

*Проведено аналіз розвитку торгової функції в межах історично сформованого міста. Запропоновано основні принципи організації торгово-громадських просторів з врахуванням історично сформованого середовища (на прикладі Львова).*

*Ключові слова:* торгівля, торгово-громадський простір, взаємодія, функціонально-просторова організація, торгове будівництво, планувальна структура, історичне середовище.

**Постановка проблеми.** Покращення якості міської архітектури безпосередньо пов'язане з підвищенням інформативної якості як окремих будівель, так і їх комплексів, панорамних видів, перспективних розгортки по вулиці й міського середовища в цілому. Актуальним є виявлення недоліків архітектурно-композиційної та функціонально-просторової організації сучасних торгово-громадських просторів у структурі культурно-історичного центру міста.

**Мета статті.** Провести аналіз розвитку та узагальнення архітектурної практики, виявити закономірності та особливості формування торгової функції, з наступними рекомендаціями щодо організації торгово-громадських просторів у межах історичного міста.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Матеріали статті сформовано і викладено на основі опрацювання й аналізу сучасних закордонних і вітчизняних видань А. Урбаха, С. Єжова, В. Єжова, А. Матвієнко, І. Васильєва, Є. Шаповалова та ін. [1-7], окремих інтернет-ресурсів [8-9].

**Обговорення проблеми.** Здавна торгівля являла собою більше ніж звичайний вид господарської діяльності, торгова функція у місті формувала вісь, навколо якої оберталось міське середовище. У зв'язку з ускладненням та збільшенням масштабів історично сформованих міст виникла проблема нерівномірного розосередження та недостатня взаємодія між окремими торгово-розважальними об'єктами в центральній частині міста. Зокрема, така ж проблема виникла й у Львові.

Розміщення торгового об'єкту в історичному центрі (традиційному центрі ділової активності) є завжди вигідним та престижним, адже в ньому зосереджуються покупці з високими статками, інтенсивні потоки туристів,

сюди тяжіє більшість населення міста. Однак торгівля в ділових районах має певні недоліки і труднощі: проблема з постачанням товарів та паркуванням автотранспорту; вища вартість оренди приміщення та ставок земельного податку; проведення реконструкції центральних частин міста.

Наприклад, у Львові спостерігається розміщення торгово-розважальної функції у щільній історичній забудові в приміщеннях, що не задовольняють сучасні норми та вимоги. Відсутній єдиний комплекс торгово-сервісного обслуговування історичного ареалу міста.

Проблемою є наявність неорганізованих стихійних ринків в центральній та привокзальній частинах міста (Рис. 1).

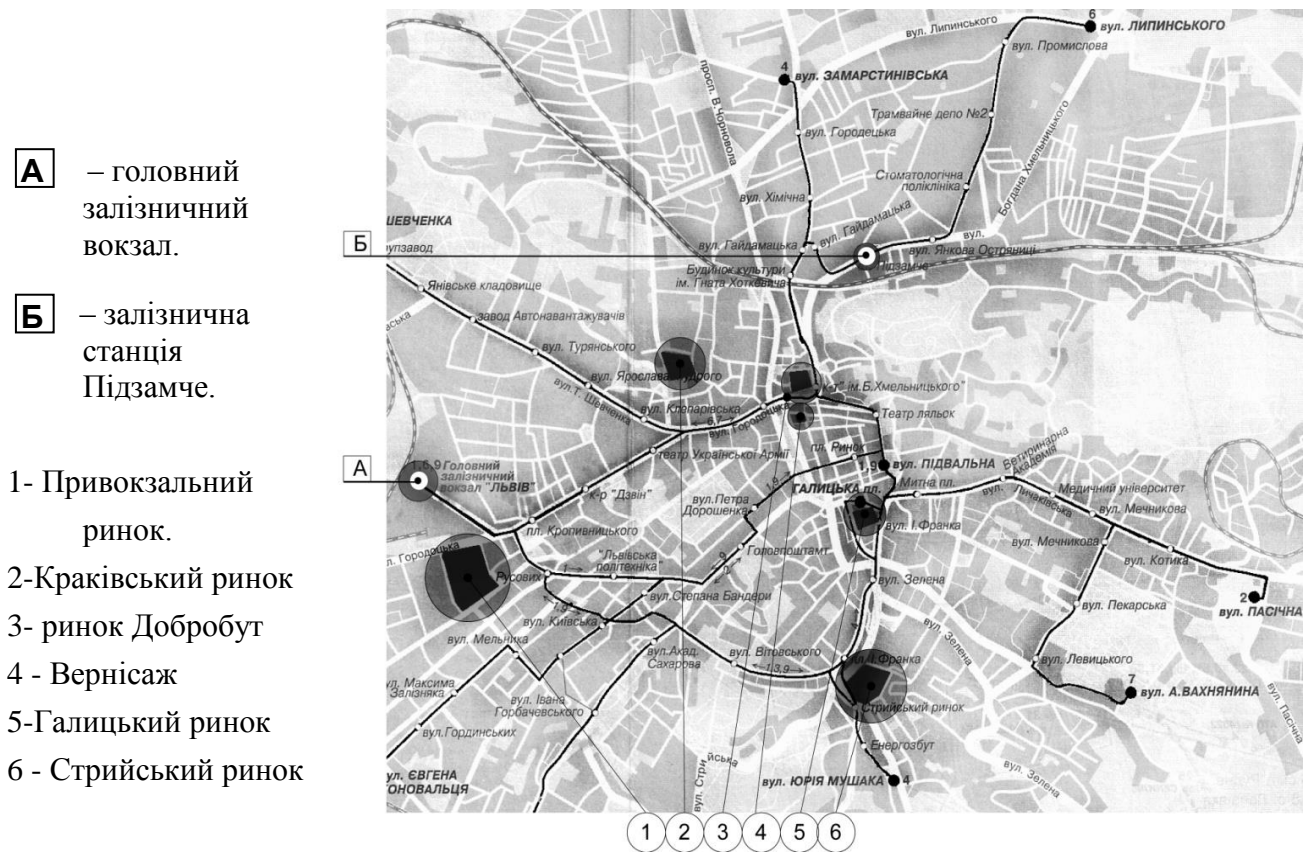


Рис. 1. Розміщення стихійних ринків у структурі Львова у взаємозв'язку з основними залізничними вузлами та організацією руху електротранспорту в місті

На сьогоднішній день порушуються естетичні вимоги щодо інформаційного наповнення торгового простору в історичному середовищі Львова. Рекламні засоби не повинні руйнувати цілісність сприйняття середовища історичної забудови, а полегшувати орієнтацію в місті (Рис 2).

Збереження зовнішнього вигляду архітектурно-історичних ансамблів, пам'яток, повинно стати домінуючим чинником у формуванні структури роздрібної торгівлі та заходах зі створення зовнішньої реклами в історично сформованих містах.



а)



б)



в)

Рис. 2. Приклади інформаційного наповнення торгового простору в міському середовищі: невдалий варіант: а – м. Львів, пл. Ринок; вдале вирішення: б – Будапешт, Угорщина. Urban Landscape Group, Corvin Gate Public Light; Вуличне освітлення-реклама, в – Jaujac, Франція. Інсталяція Gaëlle Villedary «Зелена доріжка» («путівник» по поселенні.)

### Виклад основного матеріалу

- Вплив торгівлі на формування та планувальну структуру міста.

Суспільство формується навколо потоків капіталу, інформації, технологій. Структура громадських центрів міста залежить від його величини, адміністративного значення, місця в системі розселення. Середньовічні міста виникали на місцях античних міст, на перехресті торгових шляхів та були своєрідними торговими центрами.

Виділяють такі принципові геометричні схеми міських планувальних структур: вільна, радіальна, радіально-кільцева, трикутна, прямокутна, прямокутно-діагональна, гексагональна та комбінована. У чистому вигляді наведені схеми рідко зустрічаються в сучасних великих містах. Стародавнім містам (Давній Єгипет, Ассирія, Китай, давній Рим) характерна прямокутна планувальна структура («Гіпподамова система»), також дана структура притаманна сучасним мегаполісам (Вашингтон, Нью-Йорк). Середньовічні

міста формувались за радіально-кільцевою схемою, та більш характерною для великих історично сформованих міст є комбінована планувальна структура.

Завдяки вдалому розташуванню Львова (перша згадка – 1256 р.) на перехресті важливих торгових шляхів, невелике поселення Галицько-Волинської держави стрімко розвивалось. Кількість населення з початку XV ст. до поч. XVII ст. зростає в 4 рази. Можливості для територіального розвитку середмістя (сьогодні – історичний центр) були вичерпані ще в XVII ст. Впродовж XIX ст. територія Львова значно зростає, а його населення збільшується приблизно у 20 разів. За щільністю забудови та кількістю жителів на 1 кв. км, Львів знаходиться на першому місці в Україні.

- Аналіз розвитку торгової функції Львова, як прикладу історично сформованого міста в хронологічному контексті та за локалізацією в структурі міста.

Як наслідок вигідного розташування, місто стало значним центром ремесла і торгівлі. Велику роль відіграло стратегічне положення Львова в центрі Галицько-Волинського князівства. У 1272 р. столиця князівства була перенесена з Галича до Львова.

У 1379 р. місто отримало виключне складське право, а в 1444 р. – право оптової торгівлі та дорожній примус стосовно усіх купців.

Право на проведення ярмарків було одним із найважливіших привілеїв багатьох вільних європейських міст. Перший відомий привілей на ярмарки Львів отримав у 1472 р. Місто панувало над дорогами з Галича у Краків і на Волинь, функції митниць були присвоєні Галицьким та Краківським воротам. (Рис. 3).

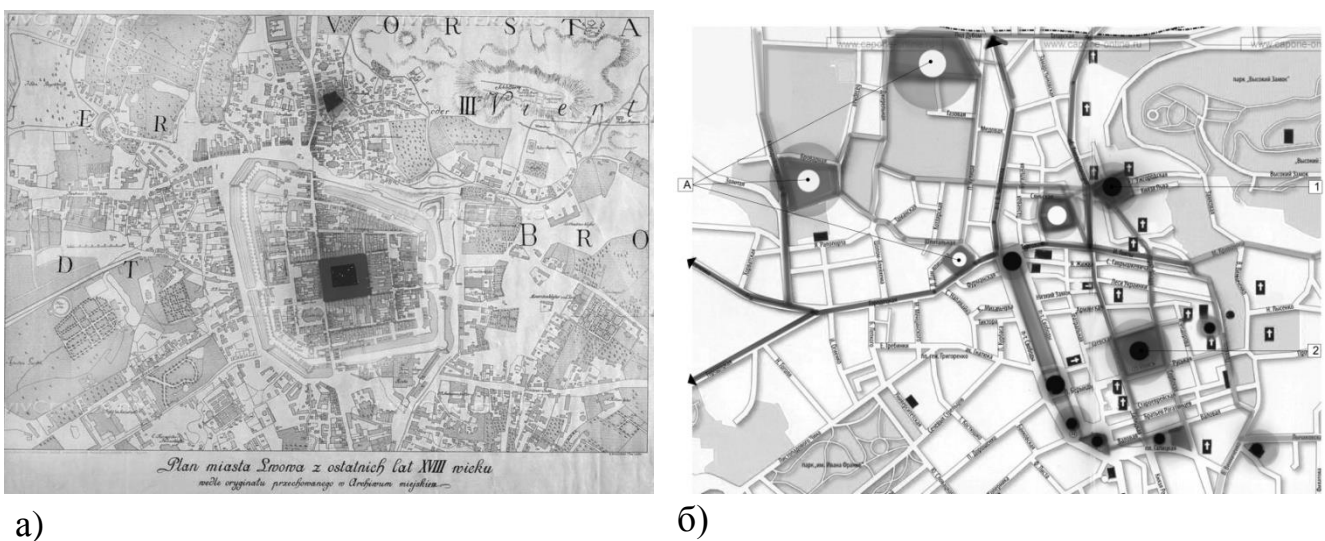


Рис. 3. Картографічні схеми Львова: а – XVIII ст.; б – XXI ст.;  
1 – площа Старий Ринок; 2 – площа Ринок; А – торгово-розважальні вузли

Магдебурзьке право істотно сприяло розвитку внутрішньої торгівлі й становленню національного ринку, стимулювало інтерес до зовнішньоекономічних зв'язків з оточуючим європейським світом.

Важливим поштовхом для розвитку міста після кризи було відкриття першої української залізниці від Львова до Перемишля, Кракова і Відня у 1861 році. Відтоді зі Львова до узбережжя Адріатичного моря можна було дістатись поїздом без пересадок.

- Диференціація торгового простору.

Проаналізувавши історію розвитку та організацію торгівлі в Європі, можна виділити основні типи організації торгового простору.

В епоху доісторичних відносин, місця простого товарообміну не виходили за межі ареалу поселення. Ринки появились, як обов'язковий атрибут древніх цивілізацій. Окрім чисто комерційних, вони виконували багато соціальних і культурних функцій, ставали комунікаційними перехрестями. Це і визначало зазвичай розташування в структурі поселень. Дуже швидко торгові площі набули містотворчого значення.



Рис. 4. Центральний ринок у Валенсії (найстаріший у Європі).

Стабільні потоки покупців на вуличних ринках створювали попит на приміщення для стаціонарних магазинів. Так сформувались прототипи сучасних торгових центрів – торгові ряди.

Впродовж кін. XVIII – поч. XIX ст. в Парижі було створено велику кількість критих пасажів. В урбаністичному аспекті паж – це протяжний торгово-громадський простір, критий світлопрозорим дахом, крамницями обабіч та зазвичай з кількома виходами на паралельні вулиці. Пасаж - синонім дорогого, розкішного магазину з найкращими товарами. За досить короткий час пасажі з'явилися практично в кожній столиці, ставши символом процвітання та благополуччя. XIX ст. в Європі – «століття пасажів».

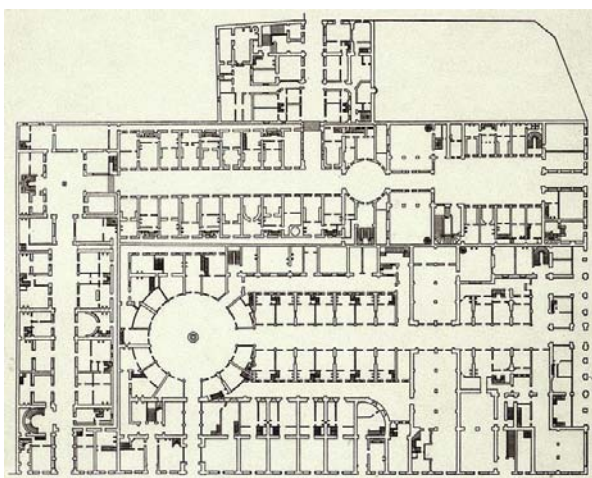


Рис. 5. Galerie Vivienne, Париж, Франція. 1823 р. (довжина 176м, ширина 3 м)

Новий вид торгового будівництва виник на межі XVIII – XIX ст. Через урбанізацію та дефіцит земельних ділянок, була втілена ідея багатоповерхового торгового будинку, так званий універмаг чи будинок побуту (Рис. 6).



а)



б)

Рис. 6. Le Bon Marche, Париж, Франція. 1823 р.: а – 1875 р.; б – сучасний стан

Раціональна архітектура, без зайвих деталей стала звичною для сучасних торгових будівель в приміських зонах та спальних районах. Виділяють два основних типи торгових центрів і комплексів: стрічкові центри і торгові комплекси (молли). За потужністю розрізняють: міжрайонні, центри міського району, центри житлового району та мікрорайонні центри. Взагалі існує два прийоми функціонального зонування й компоновання об'єктів торгових центрів: площинне (горизонтальне) і багатоярусне (вертикальне).



Рис. 7. Kronenberg Center, Німеччина



Рис. 8. Торговий комплекс Магігрант, Україна

- Сучасне розміщення торгівлі в історичних містах. Необхідні функції та чинники, що впливають на формування торгово-громадських вузлів.

У районі загальноміського центру передбачається концентрація багатофункціональних центрів дозвілля й розваг, представницьких, рекламно-експозиційних та фінансово-торгівельних комплексів. Зазвичай потужні фірми чи інтернаціональні корпоративні торгові мережі можуть собі дозволити розташування закладів у центральній частині міст.

Забезпечуючи основну зручність для покупців – наближеність до їх місця проживання, об'єкти роздрібної торгівлі в основному знаходяться поруч із транспортними артеріями, на виїзді з міста, та в замських містах-супутниках.

Основні вимоги до організації мережі роздрібної торгівлі:

- максимальна доступність для споживачів;
- оптимальна забезпеченість покупців мережею;
- концентричність розташування;
- угруповання за асортиментом.

Сучасна практика організації торгового процесу засвідчує необхідність в дотриманні принципу групування суб'єктів роздрібної торгівлі за ознакою єдності зосередження торгових одиниць, різних за спеціалізацією та типом асортименту в комплексі торгово-сервісного обслуговування. Даний тип організації торгової функції дозволяє не лише максимально збільшити кількість





пору року. Пропонується відновити функцію втраченої торгово-громадської мережі пасажів Львова, використавши ефект синергізму, суть якого відображається в психології покупців, для яких торговий центр чи комплекс завжди більш привабливий, аніж кожен з магазинів поодиноці.

Важливим залишається формування головного пішохідного рівня, який поєднує торгові об'єкти, що концентрують значний потік відвідувачів. Щодо закладів харчування, то їх розташування можливе вище або нижче від пішохідного рівня або ж збоку від основного потоку за рахунок з'єднання комунікаціями (чи комунікативними просторами) різного типу.

В концепції розвитку торгових просторів Львова передбачено трансформацію ринків у торгово-сервісні комплекси, ліквідацію неорганізованих стихійних ринків.

Раціональним є включення об'єктів підземної урбаністики, як ще однієї з доповнюючих складових моделювання простору в історичному середовищі.

### Література:

1. Ежов В. И. Архитектурно-конструктивные схемы гражданских зданий / В. И. Ежов, О. С. Слепцов, Е. В. Гусева. – К., 1998.
2. Бевз М. Урбаністичний феномен Львова [ Електронний ресурс ] / М. Бевз // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2003. - № 29. – С. 72. – Режим доступу до журн.: <http://www.ji.lviv.ua/n29texts/bevz.htm>
3. Coleman P. Shopping Environments: Evolution, Planning and Design / P. Coleman. – Oxford, 2006.
4. Черняева Т.И. Архитектоника социального пространства: автореф. дисс. ... д. социолог. наук: 22.00.04/ Т.И.Черняева; Саратовск. госуд. техн. ун-т. – Саратов, 2004. – 36 с.
5. Ратушинський Н.В. Принципи формування внутрішнього середовища пасажів / Н.В.Ратушинський // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Архітектура. – 2012. – №728. – С. 169-176.
6. Даниленко Є. Л. Принципи формування суспільно-торговельних просторів у житловій забудові міста: автореф. дис. ... канд. архіт. : 18.00.01 / Є. Л.Даниленко / Харк. держ. техн. ун-т буд-ва та архіт. – Х., 2010. – 20 с.
7. Березко О. Вплив архітектурно-планувальної організації галерей, пасажів та універмагів на багатофункціональні комплекси.
8. <http://www.lvivcenter.org/uk/>
9. [http://uk.wikipedia.org/wiki/Файл:Plan\\_von\\_Lemberg\\_\(1863\)](http://uk.wikipedia.org/wiki/Файл:Plan_von_Lemberg_(1863))
10. Котлобулатова І. Пасажі у Львові / І. Котлобулатова // Галицька брама. – 1994. – №4. Котлобулатова І. Пасажі у Львові / І. Котлобулатова // Галицька брама. – 1995. – №1.

11. Праслова В.О. Вітчизняний досвід проектування і будівництва підземних торговельно-розважальних комплексів в найзначніших містах / В.О.Праслова // Вісник ХДАДМ. – 2007. – №6. – С. 123-130.
12. Праслова В.О. Принципи художньо-декоративної організації підземних торговельно-розважальних комплексів / В.О.Праслова // Вісник ХДАДМ. – 2009. – №3. – С. 119-127.

#### **Аннотация**

Проведен анализ развития торговой функции в пределах исторически сложившегося города. Предложены основные принципы организации торгово-общественных пространств с учетом исторически сложившейся среды (на примере Львова).

**Ключевые слова:** торговля, торгово-общественное пространство, взаимодействие, функционально-пространственная организация, торговое строительство, планировочная структура, историческая среда.

#### **Annotation**

An analysis of the trading functions within the historical city. The basic principles of commercial and public spaces, taking into account the historical environment (for example, city Lviv).

**Keywords:** trade, commerce and public space, interaction, functional and spatial organization, commercial construction, city structure, the historic environment.