

УДК 725/728

Аттавна Башар

ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОРГОВО- РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ КОМПЛЕКСОВ

Из истории известно, что торговля существовала с древних времен, а пока существует потребность в продовольствии и товарах потребления, будет существовать и потребность в торговле. С того времени торговля прошла большое количество этапов развития, «от малого до великого».

После осознания человеком понятия торговли и деловых операций с древних времен появились различные типы рынков. Их формирование началось с открытых площадок, затем были греческие агоры, римские форумы. Форум уже был крытым, то есть защищал людей от прямых лучей солнца и дождя. В Исламском мире на них располагались торговые места (Вакала-Хана Гисария), торговые улицы, которые являлись неотъемлемой составляющей рынка и были одним из его самых важных элементов (рис. 1) (рис. 2) (рис. 3).

В девятнадцатом веке, в Западной Европе стали развиваться огромные коммерческие рынки, которые имели следующие формы:

- крытые торговые улицы – (крытые рынки - общий магазин - рынок с отделами). Такой вид торгового центра был впервые применен в Париже, который характеризовал новую тенденцию в использовании застеклённых потолков (покрытий);

- рынок "двор" торговли, а также с применением стекла и металла и без него;
- магазин, включающий в себя все виды продтоваров и сферу обслуживания;
- магазины с отделами. Идея создания таких магазинов возникла в Египте (рис. 3.6.).

В XX веке Коммерческие рынки, были разделены на:

- рынки с отделами: их было много и они отличались друг от друга;
- супермаркет-магазин, где действует самообслуживание. Развитие супермаркетов началось после Второй мировой войны.

В пятидесятые годы появился первый торговый центр, который полностью был перекрыт (South Dall) в Мина-Полис.

В шестидесятые годы крытый рынок был образцом торгового центра. Он вмещал в себя множество торговых этажей в форме коммерческого коридора, как например, Центр (York Dall).

В семидесятые годы произошло сокращение длины коридоров, была введена новая система, представляющая пересечение двух коридоров в главной площади, где акцентом служило естественное освещение через крышу.

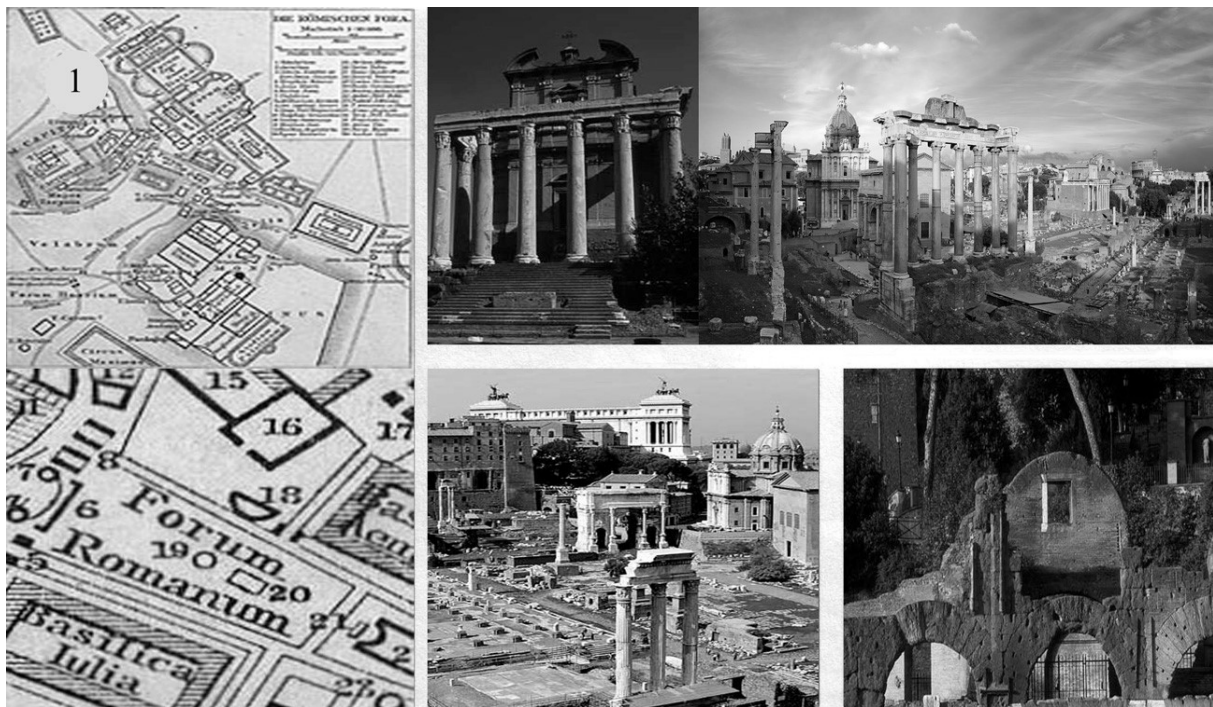


РИС. 1. ФОРУМ РИМСКИЙ

ФОРУМ РИМСКИЙ (forum Romanum), центр общественной жизни Древнего Рима. Первоначально это был центр ремесел и торговли, но затем, включив в себя прилегающий к нему комиций (место народных собраний) и курию (здание сената), форум объединил в себе также административные и политические функции.

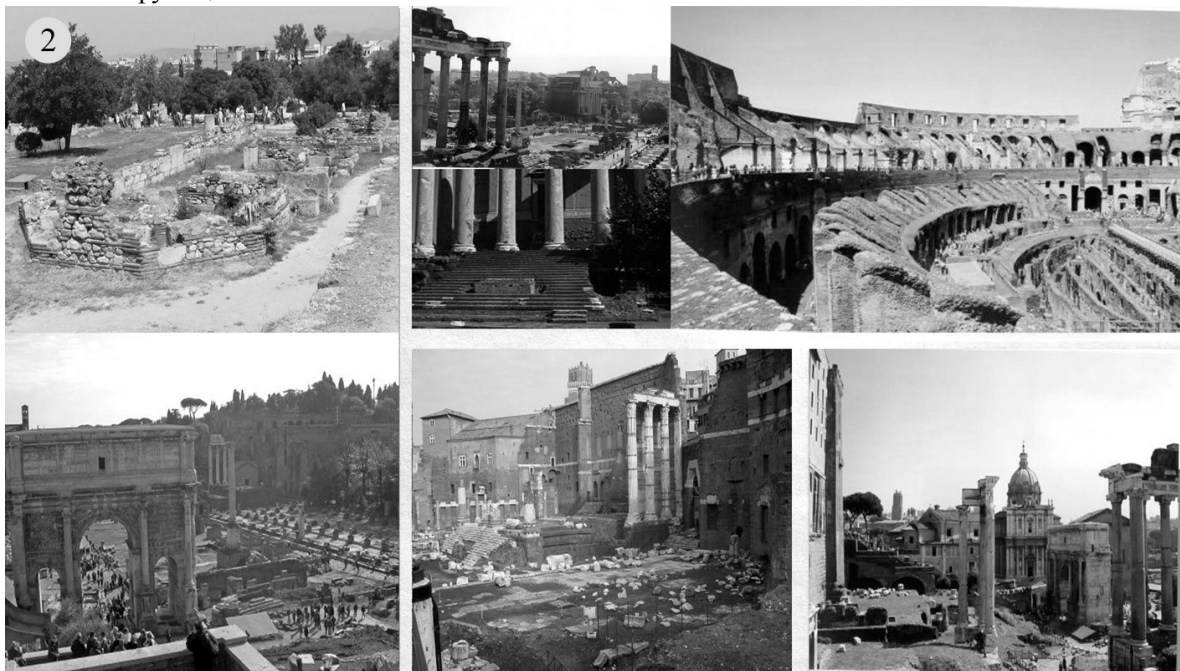


РИС. 2. ГРЕЧЕСКАЯ АГОРА

АГОРА (от гр. «агиро» – складываю) – рыночная площадь античного города, центр общественной, экономической, судебной, политической жизни. Традиционное месторасположение – центр города под открытым небом, была окружена зданиями святилищ города, торговыми рядами.

В О С Т О Ч Н Ы Е Б А З А Р Ы

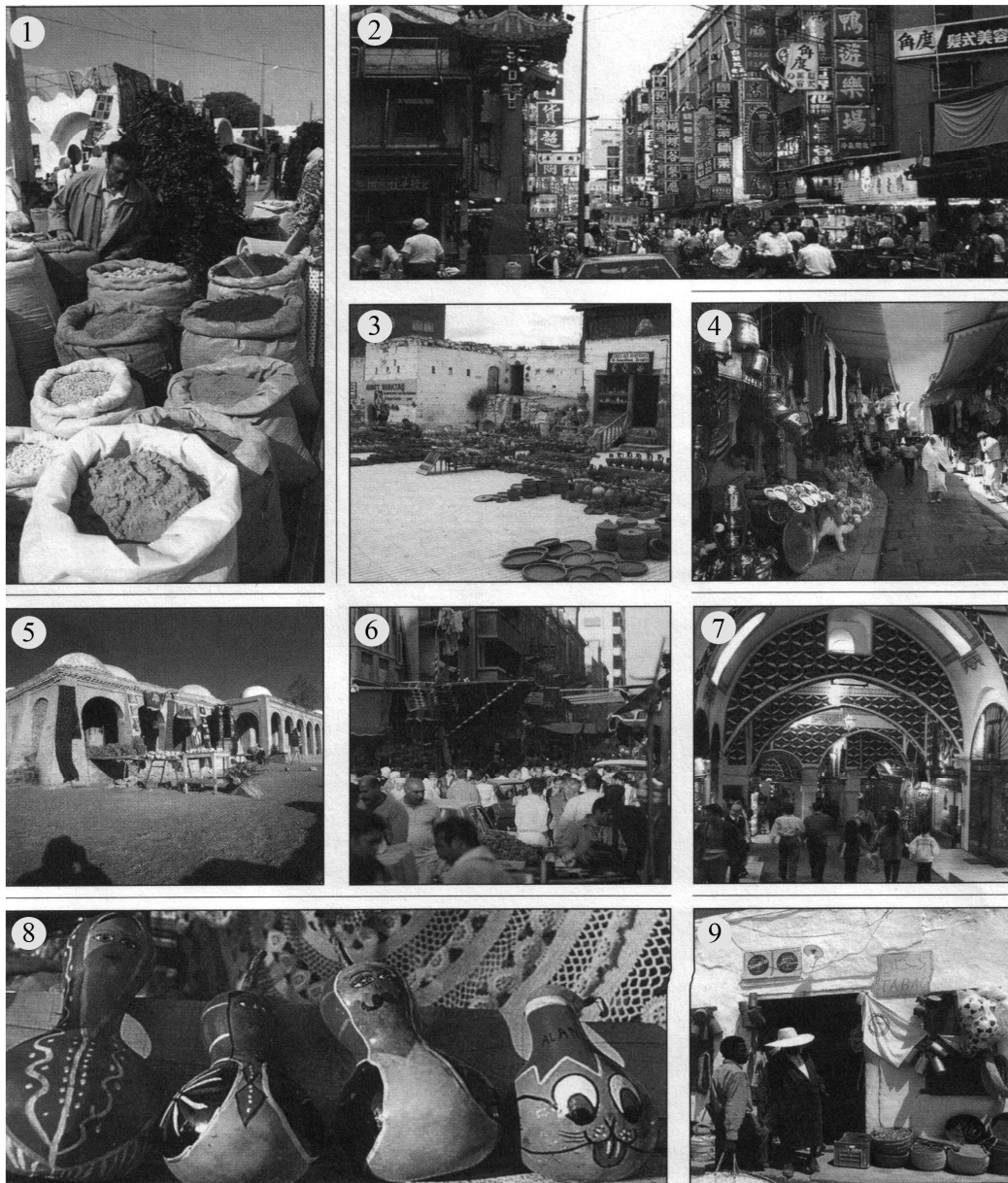


РИС. 3. ВОСТОЧНЫЕ БАЗАРЫ

- 3.1. Хна – неперемный акцент восточной палитры. Тунис, Джерба.
- 3.2. Вся улица – базар. Тайвань.
- 3.3. Гончары, распродажа. Турция, Аванос.
- 3.4. Арабский рынок в медине. Столица Туниса – Тунис.
- 3.5. Пустыня, оазис, сувениры... Тунис, Нефта.
- 3.6. Уличный торг. Египет, Александрия.
- 3.7. Самый большой базар в мире (Капалы Чарши). Турция, Стамбул.
- 3.8. Товар лицом. Турция, Аланья.
- 3.9. Торговая лавка. Тунис, Джерба.

В восьмидесятые годы появилась тенденция использования торговых центров не только для торговли, но и для проведения различных торжеств и мероприятий, что усилило притяжение посетителей, сочетая в себе развлечения и маркетинг (Центр West Adminon).

С того времени возникла идея создания новых мест, которые включали в себя множество различных функций: проведение культурных мероприятий, отдыха, социальных, административных и коммерческих услуг и т.д. Торговые центры, сами по себе являются четким выражением таких мест. Своим внешним видом они дополняют имидж цивилизованного города.

Идея строительства торговых центров (shopping centers) и крытых рынков (Malls), со времен окончания Второй мировой войны в пятидесятые года, принадлежит Соединенным Штатам. Самой важной причиной появления идеи крупных торговых центров в Америке является огромный поток людей убегающих с центра города в пригороды, в поисках чистого воздуха и природы, во избежание от перенаселенности и высокой плотности населения и от постоянных пробок. Что привело к идее создания крупных торговых центров в этих пригородах, которые могут, обслуживать большое количество людей и предоставлять им адекватные стоянки для размещения большого количества частных автомобилей и автобусов. [1,2]

С течением времени, эволюции проектирования этих торговых центров, стали настолько велики в своей среде, что совмещали под одной крышей несколько функций одновременно, в том числе покупки, досуга и отдыха в комендантский время, включая рестораны, кинотеатры, клубы, и даже некоторые библиотеки и другие специализированные вещи. Любые современные торговые центры стали особым миром в себе.

Таким образом, из многих проблем, стоящих перед организацией генплана города, появилась главная, связанная с месторасположением и целью выявления места для строительства торговых центров.

Хотя некоторые современные торговые центры успешно функционируют, сегодня бытует мнение о том, что они не в полной мере удовлетворяют все слои общества, а только людей с современным образом жизни в Америке и Австралии. Но они могут некоторое отношение иметь к людям с другим образом жизни других обществ, как в Европе и на Ближнем Востоке, в Азии и Африке. Это относится к историческим городам, где их корни распространяются на несколько веков назад (Джадда и Каире, Дамаске), которые обладают способностью привлекать посетителей из разных слоев общества и туристов.[3]

Таким образом, усилия сосредоточенные по направлению городского планирования в этих сообществах, были направлены на трансформацию

центральных районов городов, в районы исторической ценности, чтобы они были привлекательными, живыми и активными, скоординированными и затененные деревьями и красивыми растения, обеспечивая достаточно подземными и наземными стоянкам. Эти места притяжения в центре крупных городов могут служить людям для проведения различных мероприятий, торговли, досуга и отдыха, и питания, и при этом не портить вид архитектуры города.

Вопросы этажности многофункциональных комплексов зависит от экономических, градостроительных условий, нормативных требований, конструкций и строительных материалов, методов возведения зданий, применяемых в той или иной стране. Основная функция многофункционального комплекса выбирается, исходя из месторасположения. В местах организации большого потока посетителей основной функцией предпочтительно принимать торговлю.

Создание полифункциональных многоуровневых общественных сооружений является объективной необходимостью, вызванной с одной стороны, социальными требованиями, и с другой стороны - градостроительными условиями (связь с транспортом, рациональное использование городских территорий).

В данное время новый тип общественных зданий (торгово-развлекательные центры) находится на стадии развития. С развитием видов торговли и развлечений, намного увеличился объем строительства данных зданий, и если раньше строили магазины, которые торговали ограниченной группой товаров, то сегодня наиболее популярными становятся торговые центры.

В сравнении с отдельно расположенными магазинами и другими объектами обслуживания, торговые центры обеспечивают наибольшее удобство для населения: покупатель с наименьшей затратой сил и времени сможет сделать необходимые покупки, также воспользоваться услугами общественного питания и бытового обслуживания, а также объектами для досуга и развлечений.

Торговые центры открывают широкие возможности для решения градостроительных, архитектурно-художественных задач, будучи значительными архитектурно-композиционными акцентами в городской застройке. Торговые комплексы полезны не только тем что помогают жителям города найти все необходимое с экономией затрат и времени, но также помогает в экономическом развитии, за счет привлечения туристов, помощи в создание новых рабочих мест, роста жизненного уровня в своих странах.

В качестве примера можно привести торгово-развлекательный центр (Retail-entertainment Center) – якорем которого являются магазины одежды и

обуви, а развлекательный центр, рестораны, магазины сувениров, аксессуаров, предприятия общественного и бытового обслуживания выступают в качестве сопутствующих.

Рассматриваемые в данной статье торговые центры распространяются на Ближнем Востоке все больше и больше. Почти в каждом городе уже имеется более одного такого современного или модернизированного торгового центра, который предоставляет большой ассортимент торговой продукции и все сферы услуг.

На основании анализа практики проектирования, строительства и эксплуатации торговых центров можно сформулировать их целенаправленность:

- экономическая - торговый центр должен быть современным и удобным, что будет способствовать поднятию экономического уровня населенного пункта и привлекать туристов;

- гуманитарная - обслуживание жителей города и посетителей с предоставлением покупателям всех возможностей выбора товаров и услуг в одном месте, не заставляя их при этом прилагать огромные усилия, оказывать помощь в трудоустройстве населения, организации рабочих мест;

- архитектурная - такие большие архитектурные проекты – торговые центры – будут способствовать привлечению местного населения и туристов, сосредоточиванию внимания на позитивных архитектурных аспектах объекта;

- национальная - создание идеи образа нации, развитие культуры, экономики, и чувства уважения к данной стране.

Для формирования рассматриваемых комплексов можно выделить такие факторы:

- социальный – развитие общества требует удовлетворения растущих потребностей населения, в том числе и в организации сети обслуживания, одним из главных элементов которого есть торговля и досуг и обеспечивает физический и психологический комфорт членам сообщества;

- экономический – торговые центры будут способствовать экономическому развитию страны за счет привлечения туристов, а через налоги и тарифы на товары созданию рабочих мест для безработных;

- психологический - торговые центры должны быть разработаны с учетом психологического состояния покупателей, снизить нервную напряженность, организовать проведение досуга.

Рассматриваемые в статье многофункциональные комплексы выполняют больше одной из трех основных функций жизни человека, в настоящее время активно развиваются. Они могут представлять относительно небольшой объект, являющийся как бы связующим звеном в городском пространстве или крупный комплекс, который можно рассматривать как район города. Задача проектировщика создать специальную городскую среду для внедрения в нее многофункциональных комплексов.

Литература

1. Цойдлер Е. Многофункциональная архитектура / пер. с англ. А.Ю.Богаровой; Под ред. И.Р.Федосеевой. - М.: Стройиздат, 1988. – 151 с.
2. Ежов В.И., Ежов С.В., Ежов Д.В. Архитектура общественных зданий и комплексов /Под общ. ред. В.И.Ежова. – К.: ВИСТА, 2006. – 380 с.
3. Римша А.Н. Город и климат. М.: Стройиздат, 1975. – С. 236-240.

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы становления нового типа общественных зданий – торгово-развлекательных комплексов. Даются предложения об их функциональной организации и структуре.

Анотація

У статті розглядаються питання становлення нового типу громадських будинків – торгово-розважальних комплексів. Надаються пропозиції з їхньої функціональної організації та структури.

УДК 726

К.К. Димова

БОЛГАРСКИЕ МОНАСТЫРИ

Сто двадцать монастырей, сохранившихся до наших дней, являют собой живую летопись культуры, творческого созидания, становления и роста самосознания болгарского народа, летопись его дум и чаяний. Первые христианские монастыри в Болгарии были созданы в IX веке нашей эры. Прологом просветительской миссии монастырей можно считать 886 год, когда князь Борис - поселил в новопостроенном монастыре Св. Пантелеймона