

П.В. КАПП

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ РОЛИ ТОРГОВЫХ МОЛЛОВ

CURRENT TRENDS AND REFRAME OF SHOPPING MALLS FUNCTIONAL ROLE

Рассматриваются актуальные на сегодняшний день вопросы, затрагивающие различные современные приёмы формирования эффективной маркетинговой и архитектурной концепции многофункционального торгового молла. Особое внимание уделено аспектам трансформации и изменения функционального наполнения торговых моллов с точки зрения принципов устойчивого развития. Подчеркивается, что многофункциональные торговые моллы, являясь центрами притяжения для разных слоев населения, могут взять на себя функцию по формированию у граждан чувства принадлежности к местному сообществу, их социальной и пространственной самоидентификации, а также расширению возможностей для реализации созидательной деятельности. Проведен анализ передового зарубежного опыта проектирования и строительства современных торговых комплексов. Предложены три модификации многофункциональных торговых моллов, определена их функциональная структура и даны основные характеристики.

Ключевые слова: многофункциональный торговый молл, бережливый стартап, местное сообщество, гостиница микрорайона, агрокомплекс

В последние десятилетия города испытывают серьезные деструктивные воздействия глобальных урбанистических процессов, обусловленные агрессивным поведением рыночных институтов. Несмотря на экономический кризис, строительство крупных торговых моллов активно и неуклонно развивается. Однако в большинстве случаев они не обладают целостной концепцией, направленной на созидательную деятельность человека, и практически не применяют принципы устойчивого развития, одним из условий которого является способность к формированию у большинства жителей осознанности своей принадлежности к местному сообществу, их социальной и пространственной самоидентификации. Ряд исследователей считают, что на фоне негативных явлений глобализации, свя-

The article views topical questions affecting different modern forming methods in effective marketing and architectural strategy of multifunctional shopping mall. The emphasis is put on transformation aspects of functionality of shopping malls in the context of sustainable development approach. It is underlined that as centers of attraction of different social groups multifunctional shopping malls are able to take the function of community spirit formation, of people's areal and social identity and to extend creative work potentials. The best world practices in modern shopping malls design and construction are analyzed. Three model types of multifunctional shopping malls are proposed, their functional structure and principal characteristics are defined.

Keywords: multifunctional shopping mall, lean startup, local community, community parlour, agricultural complex

занных с утратой национальных культурных ценностей, начинают активно набирать силу такие явления, как интерес к региональным традициям и их возрождение [1–9].

На сегодняшний день в России торговые моллы остаются широко востребованными благодаря комфорту, комплексности обслуживания, сочетанию различных функций, экономии времени и общей благоприятной среде. Однако в большинстве случаев функционально-планировочные идеи, лежащие в их основе, давно устарели, не увязаны с развитием передовой архитектурной мысли и лишены культурного прогресса. В результате торговые центры, являясь мощными точками притяжения общества потребления, редко становятся органичной частью городской среды, чаще всего они не обусловлены

контекстом и имеют слабо развитый набор тиражируемых досугово-развлекательных услуг. Развитие торговых моллов должно идти не за счет увеличения площадей и разнообразия функций, а за счет качественного расширения разнообразных возможностей для реализации гражданской и деловой активности местного сообщества.

В результате анализа тенденций зарубежного опыта проектирования и строительства многофункциональных торговых моллов (МТМ) было выявлено, что за последние годы принципы их проектирования претерпели значительные изменения не только на объёмно-планировочном, но и на концептуальном уровне для обеспечения непрерывной и устойчивой поддержки жизнеспособности и предотвращения деградации социальной структуры общества [10–18].

Проведенное исследование позволило определить три модификации МТМ: утилитарный маркет, утилитарный фудцентр и специализированный коворкинг.

Утилитарный маркет (УМ) – интерактивный центр местного значения. Данный формат рассчитан на удовлетворение повседневных потребностей горожан из близлежащих домов и ориентирован на продажу, распродажу, обмен и благотворительность не только сетевых, но и местных/региональных потребительских товаров, а также доступность сервисно-бытовых услуг. Досугово-развлекательный блок представлен небольшим спортивно-игровым блоком и «гостиной» микрорайона. Оздоровительный блок включает в себя центр здоровья. Деловой блок представлен небольшим коворкинг-центром и офисами. Рекреационный блок может включать городские общественные огороды, сады. Жилой блок представляет собой небольшие общежития и хостелы.

Главной особенностью формата является то, что коммуникационный блок включает универсальное пространство – «гостиную» микрорайона, представляющую собой некую ярмарочную площадь с элементами амфитеатра, которая служит для проведения разнообразных локальных мероприятий: от лекций до небольших выставок и концертов. Также в «гостиной» существует возможность размещения периодически всплывающих «рор-уп» павильонов малого бизнеса различного потребительского назначения. «Рор-уп» павильоны модернизируются администрацией и местным сообществом.

Примером может служить проект многофункционального жилого квартала «Марктхолл»

в Роттердаме (рис. 1), где главным средоформирующим ядром стал гастрономический рынок с дополнительными общественными пространствами. Данный тип рынка расширяет традиционное понятие, здесь происходит не только продажа свежих фермерских продуктов, промышленных, народных товаров и услуг, молл становится интерактивным центром местного значения, где налаживается взаимодействие между жителями и гостями микрорайона, что способствует как повышению качества жизни, так и укреплению связей и устойчивому развитию местного сообщества.

Утилитарный маркет рекомендуется размещать в структуре жилых микрорайонов со средней и высокой плотностью численности населения, вблизи магистралей микрорайонного значения. Данный тип имеет выраженную социальную направленность.

Утилитарный фудцентр (УФ) – региональный производственный комплекс сельскохозяйственной продукции и потребительских товаров. Данный формат рассчитан на удовлетворение периодических и эпизодических потребностей населения всего города и региональных фермеров и ориентирован на производство, продажу, распродажу, обмен широкого ассортимента местных/региональных продовольственных и непродовольственных товаров. В состав формата входит целый ряд функциональных блоков. *Производственный блок* может быть представлен городскими фермами по растениеводству и животноводству с центром обработки и складирования сельскохозяйственной продукции и утилизацией отходов. *Образовательный блок* включает обучающие программы для горожан по здоровому образу жизни, питанию, физической культуре, основам ботаники и агрономии. *Деловой блок* должен рассматриваться как исследовательский центр с открытыми научными лабораториями в области сельского хозяйства и питания, с кухней-инкубатором для начинающих рестораторов, коворкингами и офисами. *Блок специализированных сервисно-бытовых услуг* состоит из заправочных станций, пунктов проката и ремонта, автоцентра, банковских услуг и т.п. *Жилой блок* может развиваться как комплекс с хостелами и гостиницами. *Досугово-развлекательный блок* – это универсальные выставочные пространства и детский центр. *Рекреационный блок* может формироваться из «городских огородов», ботанического сада, оранжереи и др.

Главной особенностью данного формата является то, что наряду с открытым для горожан

Объект МФК Марктхолл Место Роттердам, Голландия
Архбюро MVRDV Год 2014

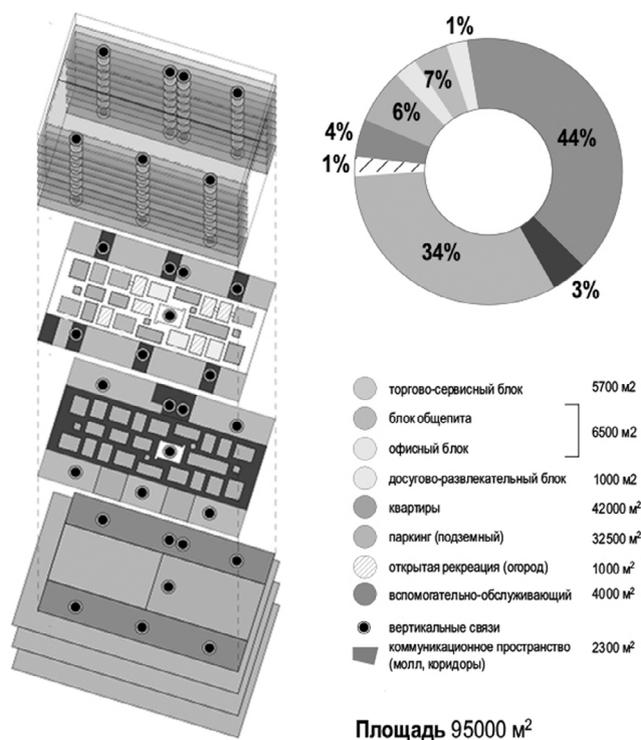
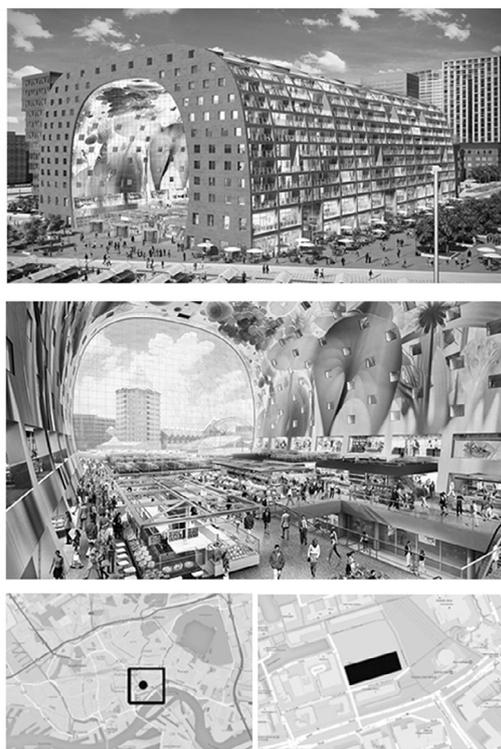


Рис. 1. Функциональный анализ УМ «Марктхолл», Голландия

производственным комплексом (агрокомплекс и небольшие предприятия легкой промышленности) существуют универсальные, интерактивные рыночные пространства, которые в совокупности представляют собой активный экономический и общественный концентратор, формирующий «новую модель между потребителем и производителем». Примером может служить проект архитектурного бюро ОМА «Фудпорт» в Луисвилле, США (рис. 2).

Утилитарный фудцентр рекомендуется размещать в пригородной черте, вблизи земельных угодий и рекреационных территорий, в условиях хорошей доступности, как частных транспортных средств, так и общественного транспорта. Данный тип имеет выраженную социальную и коммерческую направленность.

Специализированный коворкинг (СК) – интерактивный, уникальный центр общегородского значения. Данный формат рассчитан на удовлетворение эпизодических и специализированных потребностей жителей города и ориентирован на специализированную, уникальную производственную

или культурно-досуговую деятельность (коворкинг-центр, минипроизводства, демонстрационные залы, камерные театры и кинотеатры, небольшие зрелищные залы, специализированный детский центр развития и т.п.), а также на продажу универсального, специализированного ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров, часть из которых произведена на локальном уровне.

Данный формат представляет собой так называемую «инновационную розничную экосистему», включающую в себя торгово-технологичное коворкинг-сообщество со всей необходимой инфраструктурой: круглосуточным доступом, технологией открытого пространства «опенспейс» для смежных специалистов, библиотекой, изолированными кабинетами, конференц-залами, демонстрационными и презентационными пространствами и т.п. Такой формат позволяет открыто сотрудничать с покупателем, экспериментировать и интегрировать новые потребительские товары на заказ прямо на месте. Данный подход является одним из принципов «бережливого стартапа», когда происходит итеративный выпуск продуктов для

Объект Фудпорт Место Луисвилль, США
Архбюро OMA Год 2015

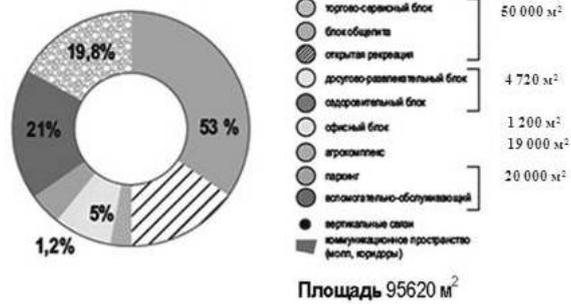
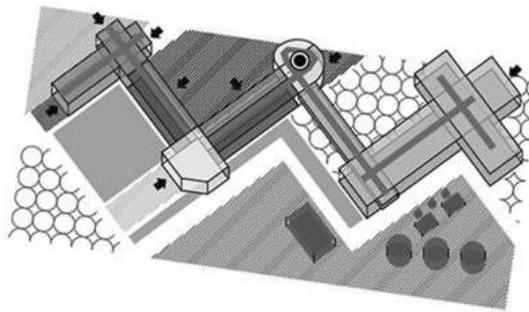


Рис. 2. Функциональный анализ УФ «Фудпорт», США

Объект ТЦ Бикини Берлин Место Берлин, Германия
Архбюро Hild und K Год 2014

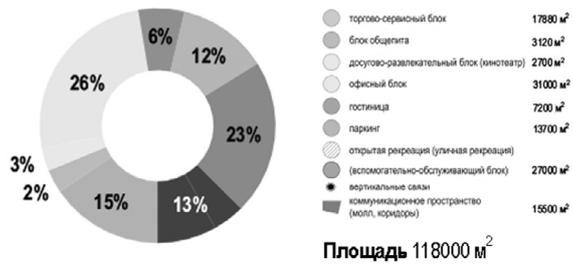
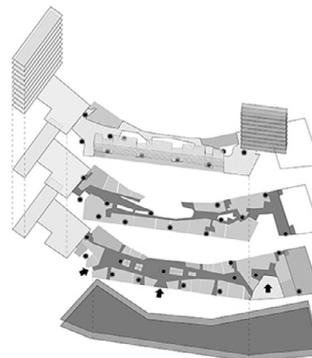


Рис. 3. Функциональный анализ СК «Бикини Берлин», Германия

сокращения цикла разработки, измерение прогресса, и получения ценной быстрой обратной связи от потребителей. Используя такой подход, местные предприниматели могут непосредственно исследовать, создавать и показывать новые продукты и услуги без значительных финансовых вложений и затрат. Примерами могут служить: проект реконструкции торгового центра «Вестфилд» в Сан Франциско с включением интерактивного коворкинг-центра с демонстрационными залами, а также проект реконструкции торгового общественного центра «Бикини Берлин» в Германии с включением коворкинга и мобильных «pop-up» павильонов для местных дизайнеров и мастеров (рис. 3).

Специализированный коворкинг рекомендуется размещать вблизи магистралей районного и городского значения, в структуре транспортно-пересадочных узлов, когда рекомендуется деликатная и гармоничная интеграция в исторический центр города, а также возможно включение в существующие жилые комплексы или рекреационные зоны (набережные, прибрежные зоны).

Выводы. Экономический кризис раскрыл многие недостатки современных торговых комплексов. В связи с этим появилась необходимость не только тщательного качественного отбора каждого параметра исходя из местных особенностей – его эффективная концепция, расположение и проходимость, доступность, качество архитектуры сооружения, набор функций и возможностей, профессионализм управляющей компании, но и принципиальное изменение вектора развития от общества потребления к осознанному и консолидируемому обществу.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вавилова Т.Я. Ретроспективный обзор документов ООН по проблемам устойчивого развития среды жизнедеятельности // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура. 2011. №1. С. 24–28.
2. Генералова Е. М., Генералов В. П. Специфика формирования современной архитектурно-пространственной среды городов (на примере Южной Кореи) // Научное обозрение. 2015. №11. С. 46–51.
3. Генералова Е.М., Генералов В.П. Современные тенденции в архитектуре. Высотные жилые комплексы как форма массового доступного жилья (на примере Гонконга) // Известия Самарского центра Российской академии наук. 2014. Т. 16, №2 (2). С. 458–463.
4. Генералов В.П., Кобец Л.А. Общественно-рекреационные пространства в структуре городских жилых комплексов с обслуживанием // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре: материалы 72-й юбилейной Всероссийской научно-технической конференции по итогам НИР / СГАСУ. Самара, 2015. С. 61–64.
5. Генералов В.П., Генералова Е.М. Высотные жилые здания и комплексы. Сингапур. Опыт проектирования и строительства высотного жилья. Самара: ООО «Книга», 2013. 400 с., ил.
6. Жданова И.В. Влияние социальных факторов на качество жилой среды // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре. Архитектура и дизайн: сборник статей / СГАСУ. Самара, 2015. С. 70–75.
7. Глазычев В.Л. Проблемы мегалополисов: планирование градостроения [Электронный ресурс]. URL: http://www.glazychev.ru/habitations&cities/2005-02-0_problemy_megalopolisov.htm (дата обращения: 12.10.2015).
8. Понарина Н.Н. Глокализация: общий вектор развития XXI века // Теория и практика общественного развития. 2011. №4. С. 20–25.
9. Ревзин Г. Молчаливый постмодернизм: Анализ стилистических особенностей архитектуры общественных зданий // Проект Россия. 1996. № 4. С. 33–39.
10. Rosenfield K. OMA Designs Food Port for West Louisville [Электронный ресурс]. URL: <http://www.archdaily.com/601730/oma-designs-food-port-for-west-louisville/> (дата обращения: 23.09.2015).
11. Buhr S. A Look At The Future Of Shopping Inside A Startups Lab In This San Francisco Mall [Электронный ресурс]. URL: <http://techcrunch.com/2015/05/30/a-look-inside-the-san-francisco-westfield-malls-experimental-startups-lab/> (дата обращения: 30.05.2015).
12. DeLisle J.R. Shopping center classifications [Электронный ресурс]. URL: <http://www.icsc.org> (дата обращения: 10.12.2014).
13. Lebovitz S.D. Five trends that will change the future of shopping centers [Электронный ресурс]. URL: <http://businesspress.vegas/conventions/five-trends-will-change-future-shopping-centers> (дата обращения: 17.10.2015).
14. Abnett K. Kevin McKenzie on Reinventing the Shopping Mall [Электронный ресурс]. URL: <http://www.businessoffashion.com/articles/long-view/kevin-mckenzie-reinventing-shopping-mall> (дата обращения: 7.11.2015).
15. Жигулина А.Ю. Зарубежный и отечественный опыт проектирования энергоэффективных жилых домов // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура. 2011. № 1. С. 29–30.
16. Knikker K. MVRDV's Markthal PR Campaign; Or, How We Learned the Price of Chicken [Электронный ресурс]. URL: <http://www.archdaily.com/774612/mvrdvs-markthal-pr-campaign-or-how-we-learned-the-price-of-chicken> (дата обращения: 1.10.2015).
17. Сухомлина П.В. Типология многофункциональных торговых моллов согласно их специализации // Научное обозрение. 2013. № 9. С. 122–127.
18. Сухомлина П.В. Влияние новых технологий торговли на планировочную гибкость многофункциональных торговых моллов // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре: материалы 70-й юбилейной Всероссийской научно-технической конференции по итогам НИР / СГАСУ. Самара, 2013. С. 353–354.

Об авторе:

КАПП Полина Викторовна

ассистент кафедры архитектуры жилых и общественных зданий

Самарский государственный архитектурно-строительный университет

443001, Россия, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 194,
тел. (846) 339-14-42

E-mail: polinalarina@gmail.com

KAPP Polina V. Assistant of the Architecture of Residential and Public Buildings Chair

Samara State University of Architecture and Civil Engineering

443001, Russia, Samara, Molodogvardeyskaya str., 194,
tel. (846) 339-14-42

E-mail: polinalarina@gmail.com

Для цитирования: *Капп П.В.* Современные тенденции и переосмысление функциональной роли торговых моллов // Вестник СГАСУ. Градостроительство и архитектура. 2016. №3(24). С. 103-108. DOI: 10.17673/Vestnik.2016.03.17.

For citation: *Kapp P.V.* Current Trends and Reframe of Shopping Malls Functional Role // Vestnik SGASU. Town Planning and Architecture. 2016. №3(24). Pp. 103-108. DOI: 10.17673/Vestnik.2016.03.17.

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

ПОДПИСАТЬСЯ НА ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ 2017 г. НА ЖУРНАЛ
«ВЕСТНИК СГАСУ. ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВО И АРХИТЕКТУРА» МОЖНО ПО КАТАЛОГУ
АГЕНТСТВА «РОСПЕЧАТЬ»
(ПОДПИСНОЙ ИНДЕКС 70570)