

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2021, №6, Том 13 / 2021, No 6, Vol 13 <https://esj.today/issue-6-2021.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/29SAVN621.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Маркелова, С. А. Эволюция архитектурно-художественных и объемно-планировочных решений предприятий торговли г. Новосибирска / С. А. Маркелова, М. И. Акимова // Вестник евразийской науки. — 2021. — Т. 13. — № 6. — URL: <https://esj.today/PDF/29SAVN621.pdf>

For citation:

Markelova S.A., Akimova M.I. The evolution of architectural, artistic and space-planning solutions of trade enterprises in Novosibirsk. *The Eurasian Scientific Journal*, 13(6): 29SAVN621. Available at: <https://esj.today/PDF/29SAVN621.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

Маркелова Софья Андреевна

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет», Новосибирск, Россия
Студент
Магистрант
E-mail: 214group@mail.ru

Акимова Мария Игоревна

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет», Новосибирск, Россия
Преподаватель
Кандидат искусствоведения, доцент
E-mail: amari-83@mail.ru

Эволюция архитектурно-художественных и объемно-планировочных решений предприятий торговли г. Новосибирска

Аннотация. Рассматривается эволюция архитектурно-художественных и объемно-планировочных решений предприятий торговли г. Новосибирска в период с XIX–XXI в. Определены исторические периоды изменения архитектуры предприятий торговли. Проанализированы градостроительные, архитектурно-художественные, объемно-планировочные, стилевые и колористические особенности зданий на основе каждого периода. Выполнен прогноз архитектурного облика предприятий торговли в будущем.

Экономические изменения в России последних десяти лет оказали влияние на изменение архитектурно-типологического ряда зданий и сооружений. Данные изменения также затронули предприятия торговли. Архитектура общественных зданий, а в частности — предприятий торговли, формирует визуальное впечатление о городе и дополняет его общий стилистический колорит. С развитием информационных технологий и сопутствующих факторов наблюдаются изменения в эффективности привычной модели предприятий торговли. Большую популярность набирают онлайн-магазины, что вносит коррективы в планировочную структуру и функционал не только новых, но и существующих торговых зданий. Как следствие, возникает потребность создания методики внедрения подобных изменений в современную структуру предприятий торговли, что подтверждает актуальность данного исследования.

В работе применялись научные методы: критический анализ использованной литературы и привлеченных источников, сравнительный архитектуроведческий анализ и системно — структурный анализ информации, творческий синтез при формировании полученных выводов. Практическая значимость исследования заключается в возможности

использования полученных результатов при подготовке лекций, докладов и сообщений по истории архитектуры г. Новосибирска.

Научная новизна исследования заключается во впервые проведенном анализе архитектурно-художественных и объемно-планировочных решениях зданий торговли г. Новосибирска и прогнозе их дальнейшего изменения.

Ключевые слова: предприятия торговли; торговые центры; эволюция; объемно-планировочные решения; архитектурно-художественные решения; архитектура; торговля

Любое общество для реализации товарно-денежных отношений нуждалось в торговых сооружениях. Торговые здания появились намного раньше любых других коммерческих сооружений. Постепенно разрозненные торговые точки стали концентрироваться на определенных пространствах. Такие пространства в ряде случаев являлись также и общественными центрами населенных пунктов. С накоплением опыта по строительству крытых сооружений стали появляться здания, по функциональной организации похожие на современные торговые центры [1]. Наибольшее влияние на торговые сооружения с момента их возникновения и до конца XIX века оказали: изобретение монет (687 г. д.н.э.), разработка в 1688 году технологии литого стекла и, как следствие, появление стеклянной кровли, возникновение новых материалов для строительства, изобретение лифта и эскалатора. Следует также принять во внимание развитие экономических и организационно-управленческих разработок (банковский кредит, реклама и т. п.). Историю торговли г. Новосибирска можно разделить на периоды: I период (начало XIX в.), II период (конец XIX — начало XX вв.), III период (вторая половина XX в.), IV период (начало XXI в.) [2].

Первый период (начало XIX века). Ярмарки и лавки

В 1896 году в Новониколаевском поселке работало около ста лавок и ярмарок с оборотом более миллиона рублей. В большей степени ярмарки были V разряда — это ярмарки, длительность работы которых не превышала 8 дней. Позднее ярмарки переросли в торговые ряды, а уже после были сформированы в купеческие лавки. В данный период уделялась высокое внимание индивидуальности и эстетичности, на передний план выдвигалась театральность в экстерьере и интерьере, а также немаловажное внимание уделялась в представлении товаров [3]. По степени открытости предприятия торговли данного периода, можно отнести к открытому типу, когда доступность покупателей осуществлялась из открытого торгового пространства в торговые помещения. Примерами архитектуры торговых сооружений этого периода служат проекты лавки толкучего ряда и лавки для торговли крупчаткой [4].

Лавка толкучаго ряда (рис. 1а) и лавка для торговли крупчаткой (рис. 1б) являются нереализованными проектами, данные чертежи находятся в Государственном областном архиве Новосибирской области. Рассматриваемые проекты выполнены предположительно в XIX веке. В Лавке толкучаго ряда запроектирован галерейный тип планировки. В качестве конструктивной системы применяется каркасная схема. Кровля односкатная.

Лавка для торговли крупчаткой — также характерен галерейный тип планировки. Здание прямоугольное в плане. Тип конструкции — бескаркасный с ленточным фундаментом. Кровля двускатная.

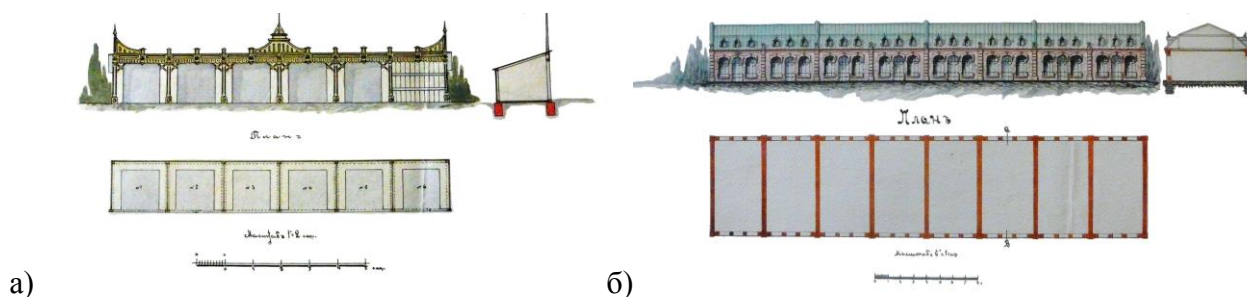


Рисунок 1. а) Проект лавки толкучего ряда;
б) Проект лавки для торговли крупчаткой (источник: фонд № Д-97, дело 21, 27, 28, 71)

Второй период (конец XIX — начало XX вв.). Доходные дома и торговые корпуса

Во второй исследуемый период на смену лавкам пришли купеческие и доходные дома, а также торговые корпуса. В начале XX века отдавалось предпочтение изысканности, нестандартности, индивидуальности зданий как снаружи, так и внутри, высокое внимание уделялась сочетанию в помещении роскошного дворцового убранства и ощущению выставки. Все это свойственно смешению разных стилей в архитектуре и искусстве. Данному периоду характерен смешанный тип открытости, к недостатку данного типа следует отнести увеличенные расстояния между магазинами. Примерами этого периода служат здания Торгового корпуса и Доходного дома.

Здание Торгового корпуса построено в 1911 году по проекту архитектора А.Д. Крячкова. Здание является памятником архитектуры федерального значения (рис. 2а,в), находится по адресу Красный проспект, д. 23. Двухэтажное здание, прямоугольное в плане (габариты 117,6х27,4 м) с ячейково-зальной планировкой. Здание выполнено в стиле модерн. Повышенная средняя часть здания имеет опирание на ленточный бутовый фундамент. Центральная часть здания отмечается, как наиболее парадная. За большой аркой, в витражном исполнении обозначающей центр здания находился зал. Фасад здания имеет такие ритмически нарастающие декоративные детали. Цоколь и карнизные плиты являются наиболее уязвимыми частями здания, по причине природных условий, они выполнены из местного серого гранита. В подвальной части стены выполнены из кирпича. Стены нижнего этажа оштукатурены и рустованы, а на втором этаже выполнены из красного кирпича. Потолок кирпичный со сводами. Кровля — двускатная, выполненная из листового металла зеленого цвета. Водосток наружный.



Рисунок 2. а) План и фасад Торгового корпуса (источник: https://ru.wikipedia.org/wiki/Городской_торговый_корпус); б) Доходный дом (источник: <http://nsk.novosibdom.ru/node/344>)

Доходный дом — (ул. Красный проспект, д. 25), строительство здания было закончено в 1928 году (рис. 2б). Дом признан памятником архитектуры регионального значения. Здание выполнено по проекту московского архитектора профессора Д.Ф. Фридмана. Первый этаж ранее занимали: универмаг и кафе, на втором этаже располагались — торговый зал, банк, ресторан и служебные помещения, а на третьем и четвертом этажах размещалась гостиница. Основные габариты здания: 43х66 м. Ступенчатая форма здания создан тремя возвышающимися вертикальными формами лестничных клеток, данные формы делают акцент на внешних углах здания. Центральная часть главного фасада выдвинута в виде ризалита. На первом этаже запроектирована сплошная витрину, сквозь которую просматриваются интерьеры. На втором этаже пять больших окон-эркеров придают зданию более крупный масштаб. Здание построено из железобетонного каркаса. Конструктивной схемой здания являются поперечные рамы, они выполнены из железобетона, с монолитной железобетонной балкой и плитой перекрытия. Наружные стены выполнены из кирпича, опирающиеся на бутовые ленточные. Крыша стропильная двускатная. Планировочная структура верхних этажей здания — коридорная и имеет различные формы: Г-образная с коридором на втором этаже, П-образная — на третьем и кольцевая — на четвертом. В ходе формирования центральной площади города было принято решение отодвинуть здание на 65 м от красной линии застройки проспекта.

Третий период (вторая половина XX века). Универмаги

Во второй половине XX века начался рост строительства крупных предприятий торговли, это было связано с формированием новых идей, которые позволяли создавать объемы с большими пролетами без опор. Примером предприятия торговли нового типа стало здание с хорошим освещением, просторными залами и объемами, в котором сосредоточено множество товаров. Торговые здания сталинской эпохи имели такие декоративные элементы как: скульптуры, мозаика, лепнины. Объемно-планировочные решения таких зданий отличались от предыдущих представителей особой логистикой и удобством, но внутренне оформление свелось к минимуму. В планировке зала важной задачей было сокращение времени, затрачиваемого на покупки. Из-за отсталости в технологии, возникала проблема связанная с нерегулярностью снабжения, поэтому в планировочную структуру здания входили большие по площади складские помещения, считалось, что они помогут решить эту проблему. Сегодня, когда данная проблема уже неактуальна, но данные помещения создают трудности при реконструкции магазинов. Данному периоду характерен закрытый тип планировки, когда все здание представляет собой единое сооружение, все коммуникации пространства перекрыты, чем обеспечивается более комфортное пребывание в торговом центре, коммуникационные пространства также выполняют функцию своеобразного магнита и рекреаций. Ярким представителем торговых зданий этого периода является центральный универмаг (далее ЦУМ). Здание Центрального универсального магазина (по адресу пр. Димитрова, д. 5) построено в 1967 году по проекту рижских архитекторов (рис. 3). ЦУМ построен в стиле конструктивизм. Запроектированы сплошные витражи прямоугольной формы, а также минималистичный декор, заключавшийся в чередовании поясов бетона и окон. Здание ЦУМа прямоугольное в плане, трехэтажное с подвалом, наружные стены выполнены из навесных панелей 60х42 м, высота первого и второго этажей — 4 м, третьего — 3 м, перегородки выполнены из кирпича. Перекрытия сборные из железобетонных плит, они опираются на ригели и колонны по всей высоте здания. Кровля плоская, мягкая. Расстояние между колоннами — 6 м, диаметр колонн — 0,5 м. В 2001 году в здании ЦУМа возник пожар, которому была присвоена самая высокая, на тот момент, для Новосибирска — четвертая категория сложности. Первые два этажа, на которых тогда и велась торговля, сгорели полностью. После реконструкции здания торговые

помещения увеличились на треть, был сделан современный ремонт, в здании появились эскалаторы.



Рисунок 3. Центральный универмаг (ЦУМ)

(источник: https://pikabu.ru/story/novosibirskiy_tsum_sgorel_pochemu_yeto_chp_stalo_takim_rezo_nansnyim_7938672)

Четвертый период (XXI век). Торговые центры

В начале XXI в. большими темпами происходило строительство торговых центров и многофункциональных комплексов. Проверенная годами планировка с зонированием торговых залов чаще всего стала игнорироваться и меняться. Вскоре обнаружилось, что в проектировании торговых центров возникло упущение в развлекательной сфере. Данному периоду характерен закрытый тип планировки. В качестве примеров торговых зданий этого периода рассмотрены торгово-развлекательные центры (далее ТРЦ) «Галерея» и Аура.

ТРЦ «Галерея» (по адресу ул. Гоголя, д. 13) — застройщиком торгово-развлекательного центра выступила строительная фирма «Дженк» (рис. 4а). В здании применен навесной вентилируемый фасад ярких оттенков и большое по площади витражное остекление, что обеспечивает хорошую освещенность внутри здания. Во входной группе запроектирована лестница, по краям которой расположены фонтаны бионической формы. На главном фасаде ТРЦ прослеживается симметричная композиция. В здании, кроме торговых помещений, располагается кинотеатр, фудкорт, картинг и рекреации. Вокруг ТРЦ эстетично решен вопрос благоустройства: газоны, декоративные камни, кустарники с принципом клонирования, а также цветы. Все благоустройство гармонично обрамляют ограждения. Вокруг здания выложена цементно-песчаная плитка. Возле ТРЦ хорошая транспортная инфраструктура, рядом метро.

ТРЦ Аура — здание построено в марте 2011 года (рис. 4б) по адресу ул. Военная, д. 5. Проект торгового центра был разработан с участием международных архитектурных мастерских 5+ Design и С — Concept. Из архитектурных особенностей проекта следует отметить наличие трех отдельных атриумных пространств («Небо», «Вода», «Кристалл»), фасадные витражи и массивный навес над главным входом в здание. Общая арендная площадь объекта составляет более 61 тыс. кв. м. ТРЦ содержит четыре наземных этажа и двухуровневую парковку, вместимостью 1,8 тыс. машин. Конструктивная система здания — каркасная. Цветовое решение фасадов выполнено в оттенках оранжевого и песочных цветов, применяется навесной вентилируемый фасад. Вокруг ТРЦ эстетичное благоустройство и вместительная парковка. На сегодняшний день в ТРЦ создано новое пространство Аура Space для комфортной

работы, встреч с друзьями и отдыха после активного шоппинга. На примере данного здания можно увидеть, как модель предприятия торговли может модернизироваться под современные запросы общества.



Рисунок 4. а) ТРЦ Аура (источник: <https://aura.planeta-mall.ru/about>);
б) ТРЦ Галерея (источник: <https://galereya-novosibirsk.ru/news/events/gallery-of-novosibirsk-was-among-the-100-best-shopping-centers-of-russia/>)

На основе проведенного анализа, выявленных периодов возникновения и развития предприятий торговли г. Новосибирска, можно составить аналитическую таблицу (табл. 1).

Таблица 1

Аналитическая таблица эволюции архитектурно-художественных и объемно-планировочных решений предприятий торговли г. Новосибирска с XIX в по XXI в.

| Период | Конструктивная схема | Тип планировочного решения | Кровля | Материалы | Архитектурный стиль |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------|
| Начало XIX в. | Каркасная с ленточным фундаментом | Галерейный, открытый | Однокатная, двускатная с люкарнами | Дерево | Барокко и классицизм |
| Конец XIX в. и начало XX в. | Поперечные рамы, выполненные из железобетона, с балкой и плитой перекрытия | Ячейково-зальная, коридорная, смешанная | Плоская, двускатная | Бутовый камень, железобетон, кирпич, серый гранит, листовой металл | Модерн, конструктивизм |
| Вторая половина XX в. | Каркасная | Коридорно-кольцевая, закрытая | Плоская | Железо бетон, кирпич | Конструктивизм |
| Начало XXI в. | Каркасная | Коридорно-кольцевая, закрытая | Плоская | Навесной вентилируемый фасад, железобетон | Смешение стилей |

Разработано авторами

Данная аналитическая таблица показывает, что в период с XIX–XXI веков торговые центры стремительно менялись, как в архитектурно-художественном, так и в объемно-планировочных решениях: тип планировки поменялся с галерейной на более сложную коридорно-кольцевую, кровля со скатной поменялась на плоскую, предпочтения в материалах изменились с более природных: дерева и камня, на навесной вентилируемый фасад и витражной остекление, архитектурный стиль изменился с барокко и классицизма на сочетание нескольких стилей, за основу которых можно взять хай-тэк. Вид торговли практически не поменял свой состав, за исключением того, что ранее предприятия торговли

специализировались на каких-либо выборочных товарах, а сейчас в ТРЦ совмещены все виды товаров в одном здании. Главными тенденциями во внешней отделке предприятий торговли является декоративное остекление, стеклянный купол или второй свет, это решение является дополнительным источником освещения.





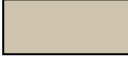

Цвет является важнейшим декоративным ресурсом, благодаря которому формируется визуальное восприятие объекта. Именно цветовое решение фасада, в первую очередь, формирует эмоциональную оценку архитектурной формы и объема здания.

Колористический анализ

Исследование колористических особенностей различных исторических периодов достаточно интересный и актуальный процесс. Это особенно важно в сформировавшихся городах с индивидуальными историческими и современными тенденциями использования цвета в архитектуре. В исследовании был проведен колористический анализ рассматриваемых зданий по выявленным периодам в табличной форме. Таблицы по вертикали делятся на торговые учреждения, а по горизонтали на элементы здания. На пересечении столбцов и строк выведены цветовые участки с использованием процентного соотношения между собой, которое можно отследить по размеру цветовой области (табл. 2–6) [5–8].

Таблица 2






Детальные цветовые характеристики торговых лавок




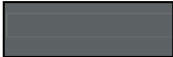



| | |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Крыша |  (RAL 6013) |
| Фасад |  (RAL 1013) |
| Остекление |  (RAL 7010) |
| Входная группа |  (RAL 1013) |
| Детали и элементы |   (RAL 1013) (RAL 7006) |

Разработано авторами

Таблица 3

Детальные цветовые характеристики Торгового корпуса и Доходного дома на Красном проспекте в г. Новосибирске






| | Торговый корпус | Доходный дом |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Крыша |  (RAL 6013) |  (RAL 7010) |
| Фасад |   (RAL 1013) (RAL 2013) |  (RAL 7010) |

| | Торговый корпус | Доходный дом |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Остекление |  (RAL 7010) |  (RAL 7005) |
| Входная группа |  (RAL 1013) |  (RAL 7010) |
| Детали и элементы |  (RAL 1013)  (RAL 6013) |  (RAL 7001) |

Разработано авторами

Таблица 4



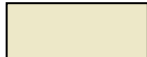






Детальные цветовые характеристики «ЦУМ» в г. Новосибирске

| | |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Крыша |  (RAL 7004) |
| Фасад |  (RAL 7004) |
| Остекление |  (RAL 7000) |
| Входная группа |  (RAL 7004) |
| Детали и элементы |  (RAL 7047) |

Разработано авторами

Таблица 5




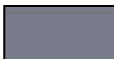

Детальные цветовые характеристики ТРЦ «Галерея» в г. Новосибирске

| | |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Крыша |  (RAL 7048) |
| Фасад |  (RAL 1035)  (RAL 7044) |
| Остекление |  (RAL 7000) |
| Входная группа |  (RAL 7006) |
| Детали и элементы |  (RAL 6025)  (RAL 5019)  (RAL 4011)  (RAL 1018) |

Разработано авторами

Таблица 6

Детальные цветовые характеристики ТРЦ «Аура» в г. Новосибирске

| | |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Крыша |  (RAL 7006) |
| Фасад |  (RAL 7032) (RAL 1035) (RAL 2000) (RAL 2003) (RAL 2010) |
| Остекление |  (RAL 7000) |
| Входная группа |  (RAL 7005) |
| Детали и элементы |  (RAL 1021) (RAL 4002) |

Разработано авторами

Колористический анализ показал, что за период с XIX по XXI вв. цветовая гамма предприятий торговли изменилась. С развитием современных технологий по разработки новых материалов, а также исходя из возможности выбора цвета и оттенка современный торговый центр очень отличается от предыдущих представителей яркими цветами. Также на основе данных таблиц можно проследить, что в цветовой палитре фасада стало больше оттенков, когда раньше предпочтение отдавалось лишь одному или двум цветам.

Шторм глобальных тенденций заставляет торговые центры изменить роль, которую они играют в жизни людей. Люди в большей степени больше не занимаются покупками. Теперь, когда потребители посещают торговые центры, они ищут впечатления, которые выходят далеко за рамки традиционных покупок. Тенденции, способствующие созданию этих изменений, включают изменение демографических показателей, таких как старение населения и рост урбанизации, что означает увеличение числа людей, живущих в небольших помещениях, и увеличение потребности в общественных местах, в которых можно общаться и собираться. Также данные изменения касаются объемно-планировочных и архитектурно-художественных решений, поэтому очень важно уже сейчас определить предполагаемые изменения, найти методику решения данной проблемы и применить на практике.

Прогноз развития предприятий торговли в будущем

Проанализировав различные интернет-источники (исследования Nielsen, исследования компании GfK и др.), выявлено, что в современном мире интернет-магазины занимают лидирующие позиции, а торговые центры чаще всего служат местом для развлечения и приятного время препровождения с друзьями или семьей [9]. Таким образом, можно составить прогнозируемую картину предприятий торговли в будущем. Для этого необходимо выделить постоянные и варианты элементы, которые возникают при определенных условиях. К постоянным элементам можно отнести — торговые павильоны, зоны питания. К вариантным элементам можно отнести функциональную зону здания, отвечающую за развлекательную часть, которая, исходя из актуальных требований современного человека, может изменять в

своем составе набор видов развлекательных услуг. Например, в настоящее время очень популярно направление офисного пространства open space, именно поэтому большинство современных предприятий торговли стремятся внести его в планировочную структуру здания, например ТРЦ Аура в г. Новосибирске. С развитием технологий многое меняется, также может поменяться популярность данного направления и на его место может прийти новый, другой, более актуальный вид услуг. Таким образом, к вариантным элементам можно отнести актуальные направления в развлекательной сфере, а также в сфере услуг, которые видоизменяются с течением времени [10].

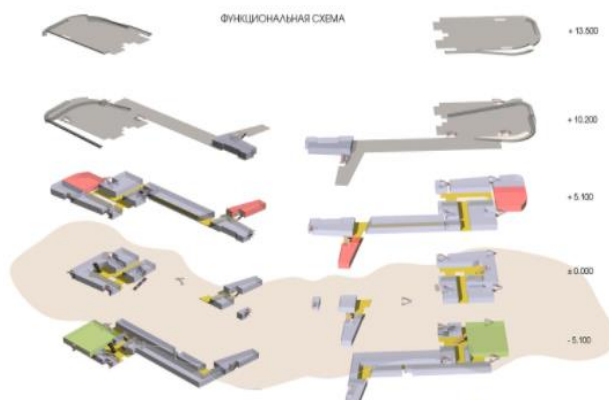


Рисунок 5. Взрыв-схема типовой модели современного предприятия торговли. Зеленый-зал супермаркета, желтый — галереи, серый — торговые павильоны, красный — рестораны, фуд-корт (источник: <https://proektus.com/en/node/117>)

На основе взрыв-схемы (рис. 5) можно сделать вывод, что площадь торговых павильонов современных торговых центров составляет около 80 % общей площади здания. Зал супермаркета чаще всего располагается на первом этаже, остальную часть занимают галереи, фуд-корт и рестораны, расположенные на самом верхнем этаже. Данная схема в своем процентном соотношении функциональных частей и их расположении соответствует рассматриваемым предприятиям торговли, построенным в XXI веке в городе Новосибирске. Проанализировав взрыв-схему (рис. 5) можно сделать заключение, что площади торговых павильонов, заштрихованные серым цветом практически на половину будут сокращены, их заменят рестораны, фуд-корты (красная штриховка), интерактивные зоны, а также зоны развлекательного характера, например: детские уголки, кинотеатры, спорт залы, офисные пространства и т. д.

Современный торговый центр представляет собой наиболее полное объединение с окружающей средой, а то есть наличие прилегающих парков, скверов, или природной зоны. Наличие летних кафе, детских развлекательных зон и диджитал площадок стало неотъемлемой частью благоустройства прилегающей территории. Например, в ТРЦ Аура со стороны главного фасада на первом этаже установлены террасы прилегающего кафе. Люди едут в торговый центр за впечатлениями и в итоге могут что-то купить.

На основе проведенного исследования можно сделать заключение, что за период с XVIII по XXI вв. предприятия торговли претерпели значительные изменения в архитектурно-художественных и объемно-планировочных решениях, изменились колористические и стилевые характеристики зданий, чему способствовали актуальные направления стилей в архитектуре. Изменились функциональные составляющие, в качестве примера также можно привести деревню Cosmo Park в Индонезии, которая находится на крыше здания ТРЦ. С развитием различных технологий в сфере строительства и IT сфере, предприятия торговли поменяли свой внешний, внутренний облик, функциональный, отвечая всем требованиям современных запросов: появились эскалаторы, интерактивные зоны, лифты, торговые центры

стали массивнее и выше по этажности. Современные технологии развиваются настолько быстро, что предприятия торговли в будущем будут видоизменены под актуальные требования человека, возможно, появятся торговые центры, ориентированные на домашних животных, или торговые центры, ориентированные только на детей или только пожилых людей, тематические торговые центры: для веганов, для спортсменов, для определенных религий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баландин, С.Н. Новосибирск: История градостроительства 1893–1945 гг. / С.Н. Баландин. — Новосибирск: Западно-Сибирское книжное издательство, 1986. — 203 с.
2. Баландин, С.Н. Новосибирск: История градостроительства 1945–1985 гг. / С.Н. Баландин. — Новосибирск: Кн. Изд-во, 1986. — 155 с.
3. Баландин, С.Н., Ваганова О. Сибирский архитектор А.Д. Крячков / С.Н. Баландин, О. Ваганова. — Новосибирск: Западно-Сибирское книжное издательство, 1973. — 79 с.
4. Невзгодин, И.В. Архитектура Новосибирска: Первые крупные каменные здания, революционный романтизм, рационализм, функционализм, конструктивизм, архитектура переходного периода, хрущевский модернизм и интернациональный стиль эпохи застоя / И.В. Невзгодин. — Новосибирск: Издательство Сибирского отделения РАН, 2005. — 204 с.
5. Сидоренко, М.Ю. Анализ колористики пешеходной зоны улицы Кирова города Челябинска / М.Ю. Сидоренко // Наука ЮУрГУ: материалы 67 — научной конференции Секции социально-гуманитарных наук. — 2017. — 5 февраля.
6. Ефимов, А.В. Колористика города / А.В. Ефимов. — Москва: Стройиздат, 1990. — 272 с.
7. Рац, А.П. Основы цветоведения и колористики. Цвет в живописи, архитектуре и дизайне. Курс лекций / А.П. Рац. — Москва: МГСУ, 2014. — 128 с.
8. Ефимов, А.В., Панова Н.Г. Архитектурная колористика. Учебник / А.В. Ефимов, Н.Г. Панова. — Москва: БуксМарт, 2021. — 200 с.
9. Retail Loyalty Nielsen: россияне все чаще покупают одежду и электронику онлайн: [электронный ресурс]. — Новосибирск: Официальный сайт, 2021. — Режим доступа: <http://retail-loyalty.org/news/nielsen-rossiyane-vse-chashche-pokupayut-odezhdu-i-elektroniku-onlayn>.
10. Logistics К 2030 году торговые центры превратятся в универсальные многофункциональные комплексы: [электронный ресурс]. — М: Официальный сайт, 2021. — Режим доступа: <http://logistics.ru/retail/news/k-2030-godu-torgovye-centry-prevratyatsya-v-universalnye-mnogofunkcionalnye-kompleksy>.

Markelova Sofia Andreevna

Novosibirsk State Architectural Construction, Novosibirsk, Russia
E-mail: 214group@mail.ru

Akimova Maria Igorevna

Novosibirsk State Architectural Construction, Novosibirsk, Russia
E-mail: amari-83@mail.ru

The evolution of architectural, artistic and space-planning solutions of trade enterprises in Novosibirsk

Abstract. The evolution of architectural, artistic and volumetric planning solutions of trade enterprises in Novosibirsk in the period from the 19th–21st centuries is considered. Historical periods of changes in the architecture of trade enterprises are determined. The town-planning, architectural-artistic, space-planning, stylistic and coloristic features of buildings on the basis of each period are analyzed. The forecast of the architectural appearance of trade enterprises in the future has been made.

The economic changes in Russia over the past ten years have influenced the change in the architectural and typological range of buildings and structures. These changes also affected trade enterprises. The architecture of public buildings, and in particular of trade enterprises, forms a visual impression of the city and complements its general stylistic flavor. With the development of information technology and related factors, there are changes in the efficiency of the usual model of trade enterprises. Online stores are gaining great popularity, which makes adjustments to the planning structure and functionality of not only new, but also existing retail buildings. As a result, there is a need to create a methodology for introducing such changes into the modern structure of trade enterprises, which confirms the relevance of this study.

Scientific methods were used in the work: a critical analysis of the literature used and attracted sources, comparative architectural analysis and systemic-structural analysis of information, creative synthesis in the formation of the conclusions. The practical significance of the study lies in the possibility of using the results obtained in the preparation of lectures, reports and messages on the history of architecture in Novosibirsk.

The scientific novelty of the research lies in the first analysis of the architectural and artistic and space-planning solutions of trade buildings in the city of Novosibirsk and the forecast of their further changes.

Keywords: trade enterprises; shopping centers; evolution; volumetric planning solutions; architectural and artistic solutions; architecture; trade