

УДК 72.01(574)

На правах рукописи

Лаумулина Сауле Амангельдиевна

**ЭВОЛЮЦИЯ АРХИТЕКТУРЫ ТОРГОВЫХ ЗДАНИЙ И
СООРУЖЕНИЙ КАЗАХСТАНА НА ПРИМЕРЕ г.АЛМАТЫ (сер.ХІХ-
нач.ХХІвв.)**

18.00.01- Теория и история архитектуры, реставрация
и реконструкция историко - архитектурного наследия

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата архитектуры

Республика Казахстан
Алматы, 2010

Работа выполнена в Казахском национальном техническом университете имени К.И. Сатпаева

Научный руководитель: доктор архитектуры, профессор академик МААСВ,
Куспангалиев Б.У.

Официальные оппоненты: доктор архитектуры, профессор
Смирнов Ю.Н.

кандидат архитектуры,
заслуженный архитектор РК
Туякбаева Б.Т.

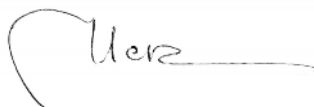
Ведущая организация: Институт археологии и этнографии им. М.Маргулана
АН Наук Республики Казахстан.

Защита состоится: 01 октября 2010г. в 13-00 ч. на заседании диссертационного Совета Д 14.61.21 в Казахском национальном техническом университете имени К.И.Сатпаева (КазНТУ), по адресу: 050013, г. Алматы, ул. Сатпаева, 22 в, корпус ИМС, 5 этаж, кабинет № 505, факс: (727) 292-60-25

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Казахского национального технического университета имени К.И.Сатпаева (КазНТУ), г.Алматы

Автореферат разослан «__» августа 2010 г.

**Ученый секретарь
диссертационного совета:**



доктор архитектуры,
профессор
академик МААСВ,
Азимов И.М.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Торговля оказывала значительное влияние на темпы формирования и преобразования жизненной среды человека, что, несомненно, нашло отражение в архитектуре и градостроительстве.

В процессе зарождения и развития городов средневековья (VI-VIII вв.) Южного Казахстана и Семиречья большую роль сыграл Великий шелковый путь. Практически все периоды процветания, подъема экономической и культурной жизни являлись следствием активизации торгового товарообмена.

Одним из факторов, определяющих условия проживания в населенных пунктах, является организация сети предприятий торговли. Так как торговые предприятия являются мощными центрами притяжения пешеходных и транспортных потоков они оказывают ощутимое влияние на планировочную структуру населенного пункта.

Социально-экономические изменения, переход на рыночные отношения независимого Казахстана повлияли на трансформацию торговых объектов.

В отечественной науке проблематика проектирования торговых центров крупнейших городов и эволюция их объемно-планировочной и территориальной структуры еще недостаточно изучена. Отсутствуют прогнозы дальнейшего развития архитектуры торговых центров. Необходимость прогнозирования дальнейшего пути развития торговых зданий и комплексов обусловлена динамичным развитием и усложнением городской структуры.

Несмотря на достаточно большой объем проектируемых, введенных в эксплуатацию или строящихся торговых предприятий, существует ряд проблем, препятствующих развитию архитектуры торговых учреждений Казахстана: повсеместное привлечение зарубежных архитекторов и застройщиков и как следствие, необходимость грамотной адаптации иностранных проектов торговых зданий и центров для строительства на территории республики; отсутствие опыта проектирования торговых объектов соответствующих потребностям современных инвесторов; дефицит нормативной документации, затрагивающей все типы торговых сооружений в целом; отсутствие теоретических разработок по всем типам торговых зданий и сооружений; необходимость реконструкции исторически сложившихся торговых территорий и центрального ядра города с целью обновления городского облика и соответствия современным требованиям организации торговых пешеходных пространств.

Эффективность решения вышеперечисленных проблем зависит, в первую очередь, от осознания предпосылок формирования, эволюции торговых зданий в исследуемых территориальных и временных границах; оценки архитектурного наследия торговых зданий и комплексов в общем, контексте развития истории архитектуры Казахстана; выявлении региональных особенностей данного типа архитектурных объектов.

Город Алматы наилучшим образом подходит для данного исследования, так как на момент изучения является крупнейшим городом, представляющим собой масштабную территориально развернутую систему, постоянно трансформирующуюся и усложняющуюся под воздействием экономических и политических условий.

Степень изученности проблемы. Процесс формирования и эволюции торговых зданий и сооружений нуждается в глубоком и всестороннем изучении. Историко-археологической основой исследования роли торговли в процессе формирования городской структуры г. Верного (г. Алма-Ата; г. Алматы) послужили работы Ч.Ч.Валиханова, С.Л.Волина, В.В.Бартольда, Н.А.Абрамова, К.М. Байпакова, Б.А.Литвинского, Т.И.Зеймаля, Е.Е.Кузьминой. В трудах этих выдающихся ученых значительное внимание уделено вопросам истории, географии, экономики, этнографии, культуры и т.д. Несмотря на фрагментарность и разрозненность, научные сведения, затрагивающие архитектуру торговых зданий и сооружений на территории Казахстана в вышеперечисленных источниках, были крайне интересны.

Теоретической и практической базой исследования послужили труды авторов, освещающие вопросы истории архитектуры дореволюционного Казахстана Б.А.Глаудинов. Исследования, посвященные архитектуре отдельных городов и регионов Казахстана, были проведены М.М. Мендикуловым, К.И.Самойловым, Ф.М.Чекаевым. Вопросам, затрагивающим функциональную и архитектурно-пространственную организацию торговых комплексов, посвящены работы М.А.Орлова, А.А. Гайдученя, И.И. Лошакова, А.И.Урбаха, И.Н.Федосеевой, В. Л. Кулаги и В. Г. Курышева.

Рассмотрены работы признанных архитекторов-практиков Ю. И. Земцова, академика архитектуры М.М. Посохина, заслуженного архитектора России Д. Л. Лукаева (авторы проекта «Охотный ряд» г. Москва), Б. А. Портнова, Е.С. Пронина.

Проблему исследования многофункциональной архитектуры (закрывающей в себе торговые площади), в градостроительном контексте на основе зарубежного опыта рассматривали Э. Цайдлер, и А.В. Боков. Предприятия обслуживания, являющиеся неотъемлемой частью общественно-торговых объектов были подробно исследованы в работе С.Г.Космериди. Вопросы проектирования отечественных торговых предприятий в структуре города затрагивались в трудах М.А.Орлова, И. Р.Федосеевой, А.В. Маховской. Зарубежный опыт строительства торговых центров хорошо раскрыт в трудах таких исследователей, как В. Грюн и Л. Смит, Н. Беддингтон, Т.Н.Федоровой, Д. Форрестера, Э. Цайдлера, Н. О. Гиговской, Д. Гослинг, Б.Мэйтленд, М.Т. Лин, А.И. Матвеевко, Б.Мейтленд, Т. Остин.

Принципы размещения зданий торгового назначения в исторической среде с последующей реконструкцией были описаны в научных работах Н.И. Жемчужниковой, И.П. Васильевой и О.Г. Дриньяка, К. Регамэ, Н.Г.Васильева,

Е.Ямпольского, О.Р.Шмидта, Л. Никифорова, Е.В. Михайловского, Т.А.Иноземцевой. Вопросы архитектурно-планировочной организации пешеходных торговых зон в центральной части города исследовали А.В. Мошков и Э.М. Наймарка, П. Велев, Б. Мейтленд, А.В. Иконников, Б.Ю. Пискаленко, Ю.А. Ставничий, А.А. Бойченко, Ю.А. Федутинова, М.В. Козлов, М.Т. Лин, О.Н. Нахуцришвили, З.В. Харитоновна, И.П. Безродный, С.Ю. Либерман. Возможности повышения эффективности использования подземного пространства рассматривались в трудах И.П.Васильева, Д.С. Конюхов, Г.Е. Голубев, Н. В. Лыжина. Так же были рассмотрены работы, посвященные архитектуре торговых объектов датируемые 70-ми и 80-ми годами: М.Е. Антошвили, И. Бобков, О.Великорецкий, Д. Гослинг, Ю.М. Гарамов, В.М. Предтеченский, Е.М. Рапопорт, В.В. Савченко и В. Муска, И.Р. Федосеева.

На данный момент, существует крайне мало современных отечественных публикаций, по архитектуре торговых зданий. В литературе ближнего зарубежья последних годов можно выделить следующие труды: учебное пособие П.П.Зуевой – «Торговые здания Москвы советского периода 1920-1980, изданное в 2006 году, а так же научные работы Л.П.Дашкова, и Л.В.Гайковой. Тенденции развития современных предприятий торговли на постсоветском пространстве так же освещены в работах О.Будза, Н.В.Дубынина, В.Л. Ильницкого, И.Коробьина, В.Н.Ловкачева, Е.Пономарева, И.А.Прокофьева, Р.Романюк, В.Седова, Е.Сергеевой, А.А.Скокан, О.Чижовой, И.Р. Федосеевой, В.В.Емец, А.В.Суровенкова.

Влияние региональных особенностей района строительства на архитектуру торговых зданий освещено в трудах П.А.Казанцева, В.И.Лелиной, В.П.Максимова. Публикации, посвященные организации и управлению торговых предприятий, представленные иностранными авторами Б.Гантером и Х.С.Пик, раскрыли функциональные особенности эксплуатации супермаркетов.

Несомненно, в процессе работы над диссертационным исследованием, был поднят и изучен достаточно обширный пласт научной литературы, посвященной всевозможным аспектам проектирования и эксплуатации торговых предприятий. Однако научное исследование, основанное на комплексном анализе процесса эволюции архитектуры торговых зданий и сооружений на территории г. Алматы в работах казахстанских ученых ранее не проводился.

Цель исследования заключается в выявлении основных тенденций и факторов эволюции торговых зданий и комплексов (сооружений), посредством изучения закономерностей формирования архитектуры торговых предприятий в различные временные периоды. Раскрыть закономерности трансформации типологических характеристик торговых предприятий и их связь с другими формами общественных зданий, а так же разработка теоретических прогнозов по их дальнейшему развитию архитектурной и функциональной организации.

Для достижения поставленной цели сформулированы следующие **основные задачи исследования**: обобщение теоретико-методологических основ проектирования и строительства торговых зданий и комплексов (сооружений), анализ опыта проектирования и строительства торговых объектов; изучение истории зарождения и эволюции торговых зданий и комплексов (сооружений) на территории г. Алматы, Республики Казахстан и сопредельных государств по научным изданиям и архивным материалам; анализ факторов, влияющих на объемно-пространственные и объемно-планировочные решения при проектировании и строительстве торговых зданий и комплексов (сооружений); раскрытие специфики формирования торговых зданий и комплексов (сооружений) в современном крупнейшем городе и определение направлений совершенствования их архитектурно-пространственной структуры с учетом реальных потребностей проживающего в городе населения; предложение мероприятий по перспективному развитию архитектуры торговых центров г. Алматы; выявление тенденций развития альтернативных видов торговли, и их влияния на дальнейшую эволюцию торговых зданий.

Объектом исследования выступает архитектура торговых зданий и комплексов (сооружений) на территории г. Алматы.

Предметом диссертационного исследования являются факторы, особенности и тенденции эволюции и типологии особенностей формирования и развития архитектуры торговых зданий и комплексов (сооружений) Казахстана на примере города Алматы.

Хронологические и территориальные границы исследования.

Хронологические границы исследования – период с сер. XIX в. по настоящее время (начало XXI вв.), с выборочным охватом более ранних исторических периодов при рассмотрении прототипов современных торговых зданий и комплексов (сооружений).

Географические границы исследования определяются современными границами г. Алматы.

Методика исследования. Теоретической и методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные проблемам проектирования, строительства и эксплуатации торговых зданий и комплексов (сооружений), а также материалы научно-практических конференций, статьи в научных сборниках и журналах. Изучение отечественной и зарубежной периодической печати и научно-исследовательских работ, связанных с данной темой, позволило проанализировать современное состояние проблемы, а так же, рассмотреть многочисленные примеры торговых объектов.

Теоретический метод основывается на историческом и системном подходе, позволяющем рассмотреть во времени и взаимосвязи основные характеристики торговых зданий и комплексов (сооружений), выявить их особенности.

Натурное обследование и фото-фиксация существующих торговых объектов с параллельным исследованием архивных материалов (проектные документы, графические материалы Научно-технического архива г. Алматы) позволили провести сравнительный анализ эволюции архитектурной среды торговых зданий и комплексов (сооружений) во времени.

Систематизация и обобщение научно-исследовательских данных дали возможность определить специфику взаимодействия торговых объектов с общественными компонентами, выявить подходы к формированию совместной архитектурной среды.

Научная новизна работы заключается в том, что впервые комплексно поставлена и изучена проблема формирования и эволюции архитектуры торговых зданий и комплексов (сооружений) Казахстана на примере г.Алматы.

Автором проведено системное исследование торговых зданий г.Алматы, наравне с обследованием уникальных торговых объектов большое внимание уделено рядовой застройке, ярко отражающей наиболее характерные черты и разную степень устойчивости тенденций времени, стилей и направлений. Впервые выявлен и описан ряд объектов торгового назначения, важных для исследования процесса эволюции архитектуры торговых зданий и сооружений г.Алматы.

Научная новизна обусловлена и тем, что в научный оборот впервые введен ряд не исследованных архивных документов и материалов, использованы статистические материалы, позволяющие углубить представление об эволюции торговых объектов на территории г.Алматы.

На защиту выносятся следующие основные положения и выводы диссертации:

-закономерности изменения роли торговой функции в архитектурно-композиционной организации торговых объектов;

-классификационные особенности архитектуры торговых объектов г.Алматы;

-система принципов, приемов и средств формирования архитектурной среды торгового пространства.

Практическая значимость исследования. Основные положения и выводы диссертации могут способствовать более глубокому пониманию процесса эволюции и формирования торговых зданий и сооружений Республики Казахстан на примере конкретного города (г.Алматы) в рассматриваемый период.

Выводы и результаты диссертационного исследования могут быть использованы при проектировании новых торговых образований при освоении новых территорий крупнейших городов.

Результаты исследования могут найти применение в качестве методической основы при проектировании торговых объектов.

Основные положения работы могут быть использованы не только в проектной практике, но и внедрены в учебный процесс вузов, специализирующихся на подготовке архитекторов и дизайнеров.

Апробация и внедрение научных результатов.

Основные положения исследования, в процессе написания работы были представлены на трех международных конференциях. Выводы исследования отражены в 4-и научных статьях рекомендованных Комитетом по контролю в сфере науки и образования МОН РК.

Структура работы определяется целью и поставленными задачами, включает введение, три раздела, заключение, список источников и литературы.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1 «Развитие торговых зданий и сооружений дореволюционного Казахстана (на примере г.Алматы).

1.1 Исторические предпосылки формирования г.Алматы (с древнейших времен до сер. XIXв.).

Середина X-го века характеризуется резким подъемом экономической и культурной жизни оседлых центров, расцветом городов и поселений государства Караханидов (942-1212гг.), частью владений, которого являлось Семиречье. Процесс развития торговли затронул не только знаменитые центры средневековья такие, как Тараз, Исфиджаб, Отрар, но и молодые удаленные поселения: Алматы, Талгар.

Караванные пути, играющие жизненно важную роль в развитии этих городов, способствовали формированию торговых улиц, тянувшихся по всему городу, вплоть до крепостных стен, где формировались рыночные площади.

После продолжительного исторического периода XIII- XVII вв., который охватил такие события как монгольское завоевание, вторжения Тимура, распад Золотой Орды, создание Казахского ханства, появилась перспектива появления новых транспортных и торгово-экономических артерий, вектор которых лежал в северном и северо-западном направлении. Это означало стимуляцию градостроительства по новому (российскому или европейскому) типу.

В 70гг. XIX в. началось переселенческое движение из России в казахскую степь. Постепенно, с активным проникновением торгового капитала на территории Казахстана в крае утверждались стационарные формы торговли: магазины, лавки, оптовые склады и.т.д., что, несомненно, привело к необходимости возведения торговых зданий и сооружений.

Конец XIX в. характеризуется интенсивным промышленным освоением Казахстана. Строительство Транссибирской железнодорожной магистрали (1892-1905гг.) способствовало ускорению этого процесса. Новым фактором, активно стимулировавшим развитие торговли и как следствие архитектуру торговых зданий и сооружений, послужило активное строительство железных

дорог. Железнодорожные станции представляли собой крупные архитектурные комплексы, часть которых отдавалась под торговые помещения и здания.

Таким образом, в исследуемом регионе выявлены следующие особенности:

1. Особенности развития архитектуры древнего и раннесредневекового Казахстана в целом обусловлены идеологией кочевого общества, тесно взаимодействующего с оседло-земледельческим хозяйствованием народов близлежащих государств; в качестве основных строительных материалов выступают глина, камень и дерево.

2. Положительное влияние на развитие торговых зданий и сооружений оказал Великий Шелковый путь, основное направление которого в VI-XVI вв. переместилось на территорию исследуемого региона. Он стимулировал возникновение ряда городских центров, а на юге Казахстана способствовал быстрому росту поселений и трансформации их в города;

3. После основания форпостов и крепостей Российской империи, постепенно трансформирующихся в города, активному проникновению торгового капитала способствовал рост промышленности и строительство железных дорог. Благодаря экономическим и политическим преобразованиям постепенно утвердились стационарные виды торговли: магазины, лавки, оптовые склады и т.д.

1.2 Развитие торговых зданий и сооружений г. Верного XIX – нач. XX вв.

Являясь важным элементом хозяйственно-экономической жизни, торговые зоны влияли на зарождение планировочного каркаса будущих центров. Они не имели четких границ и носили стихийный характер. Первоначально торговля производилась с обозов, телег, временных лавок. Как правило, возникающие торговые площади выполняли функцию общественных центров, объединяющих город звеном. К ним вели основные дороги и тракты, связывающие противоположные районы города.

Композиционный узел г. Верного (Алматы) - Гостинодворская площадь (Центральный колхозный рынок) - размещался вблизи Большой станицы, как наиболее заселенной части города, и имел планировочную связь по проспекту генерала Колпаковского (пр. Достык) и Кульджинской улице (ул. Макатаева). Проспект генерала Колпаковского - одна из главных улиц города - проходил с юга на север через Гостинодворскую площадь и заканчивался на Ташкентской аллее. Второй главной улицей была Торговая улица (впоследствии ул. Жибек жолы), которая тянулась с запада на восток, по южной стороне Гостинодворской площади и заканчивалась у реки Малой Алматинки.

На рубеже XIX и XX столетий происходит определенное функциональное переосмысление площадей и улиц. С появлением в капитальном строительстве таких типов зданий, как торговые дома, магазины, универмаги, назревает необходимость реализации новых масштабов деловой и торговой деятельности

- общественная жизнь переносится на центральные улицы города, которые получили в целом или фрагментарно сплошную застройку, возникает идея улицы-магазина.

На формирование типов торговых зданий г. Верного решающую роль оказывает как форма торговли, так и специфика региона. Изначально центрами розничной и оптовой торговли в г. Верном служили базары со специально отведенным местом для торга - площади, который проходил во временных помещениях - хижинах, балаганах, полках. Постепенный переход от периодического типа торговли (определенные дни недели) к повседневному, повлек за собой необходимость строительства первых стационарных торговых построек крытых аркад и лавок. Одновременно с основанием как вида, модель лавки легла в основу других исторических типов торговых зданий.

К концу XIX столетия архитектура торговых зданий Казахстана по своему многообразию приблизилась к типовой архитектуре Российских городов. Упорядоченная организация лавок определила новый тип многофункционального здания - «Гостиный двор» («Гостиный двор и его купечества» г. Верного был построен в 1870 – гг.), архитектурный ансамбль павильонов рынка на Гостинодворской площади, так называемого, «Зеленого базара» (архитектор Я. Козелл-Поклевский, строитель — семипалатинский купец Садык Рафиков, 1875 г.). Другим альтернативным примером самостоятельного устойчивого и развивающегося типа торговых зданий являлись торговые ряды.

Следующую большую группу среди торговых сооружений в г. Верном составляет, так называемая, купеческая архитектура - жилые дома с лавками с двумя функциональными структурами: горизонтальной и вертикальной (дома купцов Радченко, Сейдалина, Шахворостовых).

Развитие торговли постепенно привело к тому, что магазином стала называться «лавка, склад для продажи, особенно лавка в жилом доме, не в рядах». Постепенно трансформируясь в предприятие розничной торговли «магазин» приобрел значение «большой и хорошо устроенной лавки».

Конец XIX - нач. XX вв. характеризуется промышленным прогрессом, который способствовал появлению новых типов зданий – торговых домов и павильонов. Их характерной особенностью являлось то, что заказчиком строительства выступали частные предприниматели, что наложило определенный отпечаток на архитектуру. Здания торговых домов решались в различных формах и направлениях: «эkleктика», «модерн», «барокко», «неорусский» и т.д.

Таким образом, в городах Казахстана, в т.ч. в г. Верном, можно отметить типологическую эволюцию торговых зданий - от самого простейшего торгового объекта - торговой лавки - до более сложных и развитых сооружений - гостиных дворов и торговых домов.

Все рассмотренные типы торговых зданий XIX - нач. XX вв. можно разделить на 4 взаимосвязанные группы по функциональному и пространственному содержанию: 1) здания, предназначенные только для торговли; 2) торгово-складские помещения с преобладанием складских функций; 3) здания, сочетающие в равной степени жилые и торговые помещения; 4) торгово-деловые и торгово-общественные здания.

Эти 4 группы включают следующие 6 типов торговых зданий, предназначенных для розничной и оптовой торговли готовых продуктов: 1) отдельно стоящая лавка; 2) лавки организованные в торговые ряды; 3) гостиные дворы; 4) лавки при жилых домах; 5) магазины; 6) торговые дома.

С развитием экономических и торговых отношений во второй половине XIX века классические формы стали несколько устаревшими для коммерческих функций.

Активное использование архитектурного декора при отделке фасадов торговых зданий и купеческих особняков г.Верного началось с конца XIX - начала XX вв. (усадебя Шахворостовых, жилые дома купцов Габдулвалиева, Радченко, Зубова, Сейдалина).

Автором выявлен и классифицирован по стилям ряд объектов торгового назначения: 1) Стилизаторство и эклектика представлены жилым домом купца Шахворостова (конец XIX в. ул.Фурманова уг.ул.Айтеке би); 2) «Кирпичный стиль» представлен домом купца Зубова (ул.Байтурсынова, 60); 3) «Псевдокирпичный стиль»: наиболее ярко характеризует жилой дом купца Радченко. «Имитативность» торговой архитектуры г.Верного является региональной особенностью. В связи с высокой сейсмической опасностью повсеместно строятся деревянные торговые объекты на каменном основании, имитирующие каменные постройки; 4) Мотивы русского деревянного зодчества выделяет архитектура торгового дома И. Габдулвалиева (магазин «Кызыл- Тан»).

2 Развитие архитектурно-планировочных решений торговых зданий и сооружений в советский период (1917-1999 гг.)

2.1 Формирование торгово-общественной сети обслуживания в центре города в довоенный период (1918-1941 гг.).

Основополагающим признаком данного периода является полный контроль торговли государством. Вследствие экономического кризиса в начале 1920-х годов торговые сооружения г. Верного не претерпели изменений (лавки, базарные площади, торговые дома). С 1927 - 1935г.г. свободная торговля была заменена распределительной системой.

Активизация торговли в предвоенные годы характеризуется открытием специализированных лавок по продаже одежды, тканей, обуви, а так же новым типом торгового объекта – «Гастроном». На первое место выходит задача обеспечения удобства покупателя, появляются магазины круглосуточного

обслуживания. Хотя торговая сеть в основном состоит из старых торговых помещений.

30-е годы характеризуются распространенной практикой размещения предприятий торговой сети на первых - вторых этажах жилых зданий, существовавшая с конца XIX века в г. Верном на основных улицах: Торговой и Первогильдейской. С 1933 года в практике проектирования и строительства магазины стали размещать на первых этажах новостроящихся домов. Однако малая ширина зданий (9-10 м), отсутствие подсобных помещений, обилие колонн, их большое сечение и малые интервалы между несущими элементами (2-2,5), а так же негативное воздействие на жилое внутридомовое пространство, отрицательно сказывались на функциональных характеристиках торговых объектов. Основное архитектурно-планировочное решение входной группы магазинов сводилось к подчеркнуто-парадному симметричному решению, что требовало, в свою очередь, индивидуальной разработки различных видов угловых, поворотных секций, устройства вставок с проездами и т. д.

В 1930-х начале 1940-х гг. существовала практика декорирования витринного проема доверху, что вызывало необходимость применения искусственного освещения в дневное время.

2.2 Проектирование крупных многоэтажных универмагов в 1950-1960-е гг.

В связи с ростом населения и улучшением жилищных условий к середине 50-х гг. проектирование и строительство крупных многоэтажных универмагов на центральных проспектах крупных городов стало актуальным. Архитекторами Москвы и Ленинграда были разработаны первые серии типовых проектов различных отдельно стоящих магазинов. Изучение и анализ практики организации торговой сети союзного масштаба показали, что наиболее удобным для населения является крупный магазин с универсальным ассортиментом непродовольственных товаров — универмаг. Представителями данной концепции торговой архитектуры конца 50-х гг. являются ЦУМ (арх. Б.Гура) (ныне торговый дом «ЗАНГАР») и Детский Мир (арх. Б.Пацков, Е.Сербо). Центральный Универсальный Магазин стал первым в г. Алма-Ате крупным торговым объектом, отдельно стоящим многоэтажным зданием с четким функциональным зонированием по вертикале и развитой системой вертикальных связей.

2.3 Торговые предприятия в жилых домах повышенной этажности.

Несмотря на разнообразие условий, размещение торгового зала магазина на 1-ом этаже жилого дома сводилось к четырем основным схемам: фронтальная, глубинная, комбинированная, фронтальная, где частично использовались подсобные площади для организации торговой зоны.

Магазины встроенного типа были наиболее распространенными, вследствие экономии материальных и земельных средств государства. В массовом строительстве преобладали типовые проекты унифицированных

магазинов в 5-9 этажных домах. Их первые этажи имели свободную планировку («Казахстан», «Пионер», «Океан», «Старт», «Тулпар», «Балдырган», «Восход», «Сауле», «Россия», «Юбилейный»). Такие приемы позволяли решить проблему обеспечения торговыми объектами растущее население городов в процессе строительства жилых объектов, так как каждый административный район снабжался несколькими крупными магазинами.

Гастрономы «Россия», «Океан», «Самал» - Фрунзенский район (Медеуский район); «Столичный», «Юбилейный», «Кооператор»- Советский район (Алмалинский р-н); «Береке», «Дархан», «Южный»- Калининский район и т.д. Как и первые встроенные магазины, современные гастрономы (в зависимости от величины) вносили определенную степень дискомфорта для жильцов дома (шум и вибрация холодильных агрегатов и вентиляторов, запахи, разгрузка товара со стороны двора жилого дома).

2.4 Разработка системы общественно - торгового обслуживания. Создание торговых центров. В 1960-1962 гг. был разработан экспериментальный проект торгово-общественного центра для микрорайонов с населением 6, 8 и 10 тыс. жителей (арх. В. Кацев, инж. М. Кашанский) серии 2Кз – 200с, который решал задачи: группировки учреждений обслуживания по признаку посещаемости; обеспечения оптимальных радиусов обслуживания предприятий повседневного, периодического и эпизодического пользования; кооперации предприятий и создания оптимальных решений; соответствия системы обслуживания особенностям местности. Активизация строительства комплексных торговых центров (рынков) - относится к 1970-м гг. Район Центрального Колхозного рынка в г. Алма-Ате стал первым крупным проектом реализации идеи торгового центра городского значения.

2.5 Универсамы. Метод самообслуживания, как прогрессивной формы торговли пришел в Советский Союз из-за рубежа. Появление новой формы реализации товаров с расчленением единого торгово-оперативного процесса на составляющие, часть из которых не требовала контакта покупателей с продавцом, определила и соответствующие изменения функционально-планировочной структуры здания, которая должна была обеспечивать оптимальные условия для покупателя. Это кратчайшие графики движения, быстрое ориентирование в торговом зале, равномерное распределение потоков покупателей, а также высокая производительность обслуживающего персонала. Проект «Универсама» был разработан в индивидуальном исполнении в июле 1975 г. по ул.М.Горького (ныне ул. Жибек-жолы), в квартале между улицами Фурманова и Тулебаева с площадью 3000 м.кв. (разработчики М.Р.Кабылбаев. Ш.Е.Валиханов. С.И.Рустембеков).

2.6 Особенности организации интерьеров и оборудования торговых зданий и сооружений советского периода в г. Алма-Ате.

На советском этапе строительства общественных зданий можно выделить следующие основные направления решения интерьеров торговых залов предприятий розничной торговли: 1) строго утилитарное (крупные магазины и

универмаги); 2) камерное (небольшие спец.магазины); 3) с элементами национальной архитектуры (небольшие спец.магазины, салоны сувениров и т.д).

Выявлены три типа освещения: 1) максимальное естественное освещение посредством применения широких остекленных пространств («Детский мир», «ЦУМ» - новое здание, кафе «Снежинка», ресторан «Алма-Ата»); 2) «глухая стена» - решение торгового зала без естественного освещения (в г.Алма-Ате в советское время не нашел применения); в настоящее время многие торговые дома («Мега», «Рамстор», «Ритц-палас»), построены по этому принципу, в сочетании с современными технологиями освещения и кондиционирования); 3) «щелевидные окна» - композитное решение первых двух вариантов (ориентирован для южных регионов, вертикально вытянутые, узкие оконные проемы оборудованные солнцезащитными элементами - «Универсам», универмаг «Байконур»).

Национальный орнамент в различной степени, но прочно входит в архитектуру не только уникальных, но и массовых сооружений («Универсам» «ЦУМ», «Балдырган» и т.д.).

Наиболее часто встречаются 4 типа отделки потолков в торговых залах: 1) стандартная затирка и окраска; 2) подшивные потолки; 3) подвесные потолки; 4) композитные потолки, совмещающие комбинации световых и непрозрачных панелей различных материалов.

Покрытия полов в торговых залах Алматы зависели от пропускной способности объекта. Наиболее часто используемыми материалами являлись мрамор, терраццо, брекчия – в торговых залах; линолеум, бетон - в служебных помещениях.

Таким образом, к концу 80-х гг. формируются основные типы торговых зданий и сооружений: 1) Универмаг - магазин с универсальным ассортиментом непродовольственных товаров; 2) Универсам - с универсальным ассортиментом продовольственных товаров повседневного спроса с системой «самообслуживания»; 3) Магазин «Продуктовый» - с ассортиментом продовольственных товаров повседневного спроса; 4) Магазин «Промтовары» - с ассортиментом непродовольственных товаров; 5) Специализированные магазины, торгующие отдельными группами продовольственных и непродовольственных товаров; 6) Торговые центры, сформированные для обслуживания микрорайонов, а также имеющие общегородское значение (на базе районных рынков и базаров).

В ходе исследования были выявлены общие черты ранее приведенных торговых объектов: 1) ограниченное количество дополнительных функций; 2) недостаточная выразительность архитектуры как следствие отсутствия конкурентной борьбы между торговыми предприятиями; 3) основным критерием для выбора наиболее оптимального магазина служил критерий доступности, который играл важнейшую роль в организации системы торгового обслуживания.

3 Развитие торговых зданий и сооружений в Алматы в 1990-2000-е годы.

3.1 Этапы развития торговых сооружений в г. Алматы в условиях рыночной экономики. Перспективы строительства на современном этапе.

Экономический кризис социалистической системы начала 90-х нанес непоправимый удар по системе советской торговли: 1) начало 90-х характеризуется возвращением к примитивным формам торговли (уличные торговцы, киоски «комки», бессистемная аренда крупных торговых зданий с делением площадей на эквиваленты первых лавок); 2) хаотичное строительство торговых объектов на свободных пространствах без учета градостроительных аспектов и радиусов обслуживания. Организация торговых точек на площадях, функционально неприспособленных для торговли (подвальные помещения, административные и общественные здания); 3) заимствование новых типов торговых предприятий из Европы и США (гипермаркет).

Формирование новых торговых предприятий в г. Алматы в начале 90-х имеет несколько этапов: 1) приватизация торговых учреждений; 2) строительство новых торговых объектов; 3) реконструкция жилых, общественных и административных помещений под торговую функцию.

Классифицированы основные торговые объекты, доминирующие в разные временные промежутки: киоск; торговый павильон; жилые квартиры первых этажей, выведенные из жилого фонда и реконструированные в магазины; торговый центр.

В настоящее время торговые здания в г. Алматы можно подразделить на 4 группы: 1) торговые учреждения советской или дореволюционной постройки, подвергшиеся незначительной реконструкции без изменения функции; 2) торговые учреждения, построенные в советское время, не соответствующие современным стандартам; 3) новые торговые здания, спроектированные в соответствии с современными потребностями, располагающиеся вне исторического центра города и др.; 4) торговые учреждения, созданные с помощью реконструкции зданий, имевших неторговую функцию.

В данный момент супермаркеты г. Алматы подразделяются на 6 основных групп: 1) мини-супермаркеты при магазинах; 2) «дешевые» супермаркеты; 3) «классические» супермаркеты; 4) «дифференцированные» супермаркеты; 5) гипермаркеты; 6) торговые комплексы;

В последние годы, в связи с широкими программами по оздоровлению и реорганизации городской среды, охраны и использования существующего исторически и художественно ценного архитектурного наследия, появляется все больше примеров удачной интеграции новых торговых центров со сложившейся застройкой города.

3.2 Структура современных торговых центров. Основные группы и параметры.

Градостроительная практика Казахстана последних десятилетий характеризуется интенсивным строительством торговых центров. Современные торговые центры отличаются большим разнообразием как по своему назначению и размещению в урбанистической структуре, так и по величине всего комплекса и составу входящих в него предприятий и учреждений, по взаимосвязи с другими общественными комплексами и окружающей средой, по функционально-планировочным и архитектурно-композиционным решениям и т.д. В отличие от микрорайонных общественных центров 60-70 - гг., городские торговые центры стали значительно крупнее (в среднем 4500-6000 м.кв.), и как следствие зона обслуживания кардинально изменилась.

В состав торговых центров вошли в обязательном порядке: универсам (с продовольственными товарами широкого ассортимента и непродовольственными товарами повседневного спроса, включая отдел кулинарии); комплексное предприятие общественного питания (включающее ресторан, кафе, закусочные системы «Фаст-фуд» и т.д.); аптека; приемный пункт бытового обслуживания с мастерскими мелкого ремонта, парикмахерской, химчисткой; терминалы банков и расчетно-кассовых отделений и т.д.

К ним относятся групповое расположение специализированных зданий учреждений и предприятий обслуживания; специализация и кооперация их функций на основе различных комбинаций предлагаемых услуг; а отсюда формирование новых типологических образований, объединение зданий обслуживания с остановками транспорта и транспортными сооружениями; расширение и качественные изменения характера используемых площадей и пространства. Так, тенденция перехода от изолированных объектов к групповому их размещению, например соединение магазинов во взаимосвязанные группы, создает большие удобства для посетителей - сокращается время обслуживания, расширяется ассортимент товаров и видов услуг, повышается уровень дополнительного обслуживания. Наряду с этим групповое размещение повышает рентабельность торговли.

3.3 Классификация и размещение современных торговых центров в структуре города Алматы.

В современной специальной литературе при классификации типов торговых центров основным признаком обычно является их функциональное назначение и местоположение в структуре города. Однако следует отметить, сложность проведения типологии современных торговых зданий, требования к размещению и функциональная организация достаточно быстро изменяются, поэтому любая классификация типов торговых объектов может быть принята с известной степенью условности.

В настоящее время существуют следующие классификационные типы торговых центров: 1) интегральная: региональный ТЦ; районный ТЦ;

микрорайонный; 2) по составу арендаторов: классический ТЦ; специализированный розничный центр; ТЦ типа «Factory Outlet»; ТЦ типа «Off-price Centre»; городской центр развлечений; 3) по расположению в городе и степени открытости: закрытый внегородской ТЦ; внегородской ТЦ смешанного типа; открытый внегородской ТЦ; закрытый городской ТЦ; городской ТЦ смешанного типа; открытый городской ТЦ; 4) по потенциальным посетителям (типу аттрактивности): транзитный ТЦ; ТЦ – магнит; локальный ТЦ; 5) по расположению в городе и степени открытости. Место расположение торгового центра, как и само торговое предприятие, характеризуется следующими параметрами: 1) размещение относительно центра города; 2) площадь участка; 3) плотность транспортных магистралей; 4) конфигурация участка; 5) требования, предъявляемые к архитектуре сооружения на данном участке; 6) влияние окружающей застройки; 7) состояние почв на данном участке (возможность использования подземного пространства); 8) пассажиропоток, протекающий через данный участок.

По степени удаленности от центра определяется 5 зон расположения ТЦ: 1) центральная («Рамстор» по ул. Фурманова, «Promenad» с продовольственным отделом «Гросс», «Сити центр», «Зангар», «Центральный рынок»); 2) субцентральная («Мега – Центр»); 3) переходная («Магnum» (пересечение улиц Абая – Саина), «Грин» (пр. Сулейман-Бая), «Арзан» (пр. Раимбека - Ясауи); 4) периферийная ТЦ «Алтын-орда»; 5) пригородная (ТЦ «Алма» по Каскеленской трассе). Для г.Алматы рассматриваемого периода характерны первые четыре типа. В настоящее время, в связи с ростом торговой активности и возрастанием ценности участков земли, преимущественное развитие получают региональные торговые центры. Гораздо меньший сегмент в г.Алматы занимают ТЦ регионального значения «Алма», недавно открывшийся на Каскеленской трассе, соединяющей столицу с рядом населенных пунктов: Калкаман, КИЗ, Шанырак и т.д., а также оптово-розничный центр «Алтын-Орда».

Таким образом, в ближайшем будущем вся потребность жителей г.Алматы в товарах повседневного, периодического и эпизодического спроса может быть обеспечена внутригородскими или периферийными торговыми центрами, которые находятся в зоне доступности общественного транспорта.

3.4 Перспективы развития внегородских торговых центров. Тенденции развития альтернативных видов торговли (интернет-торговля).

В последнее время на территории Республики Казахстан активно внедряется дистанционный вид торговли без посещения торгового объекта с услугой доставки товара на дом (интернет - торговля). При развитии дистанционного вида торговли на территории г.Алматы к числу зданий, выполняющих торговые функции можно будет отнести и другие виды архитектурных объектов: офисные и складские комплексы. Последние, например, в архитектурном плане будут представлять собой просторные

здания промышленного типа (ангары, павильоны и т. п.), возводимые из экономичных быстровозводимых конструкций с развитой системой разгрузки и погрузки транспорта (автомобильного, железнодорожного, речного, морского и т. д. - в зависимости от местных условий) и доставки товаров на место хранения (грузовые подъемники, лебедки, лифты, краны и т. п.).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования становления и развития архитектуры торговых зданий и сооружений, определены факторы, влияющие на динамику изменения структуры объектов торговли г. Алматы. Выявлены основные пути эволюции главных объемно-планировочных принципов организации торговых предприятий.

1. Возникновение торговли в исследуемом регионе повлияло на формирование архитектуры торговых объектов, которые в свою очередь напрямую связаны с развитием городов и транспортных магистралей. Следовательно, процесс торговли практически всегда оказывает влияние на формирование городской среды как исторических, так и современных городов в качестве градостроительного фактора. Трансформация форм торговых отношений влечет за собой эволюцию архитектуры торговых объектов: простейшие торговые единицы постепенно образовывали торговые зоны, которые в зависимости от местных условий имели либо протяженную, либо компактную композицию (караван-сарай, торговые площади, торговые ряды, лавки);

2. На рубеже конца XIX – нач. XX вв. объекты торговли, зачастую обладали ярко выраженной стилистикой. Применение новых строительных материалов в конце XIX в., способствовало появлению новых решений торговых объектов, характеризующихся комплексностью и многофункциональностью;

3. Архитектура зданий общественно-торгового назначения нач. XXI в. обладает характерными отличительными чертами и принципами, отображающими современные социально-экономические преобразования.

К ним относятся: 1) предпочтительное комплексное размещение торговых предприятий; 2) организация транспортного и пешеходного движения; 3) возросшая роль функций общественного характера; 4) применение в практике проектирования «типовых элементов» фирменного стиля, создающих эффект узнаваемости объекта; 5) обязательное наличие парковочных площадей; 6) применение многопролетных конструкций, обеспечивающих свободную планировку торговых площадей;

Современные общественно-торговые объекты оказывают значительное влияние на городскую среду, являясь местом притяжения общественной жизни города.

По теме диссертации автором опубликованы следующие работы

1. Лаумулина С.А.: Развитие архитектуры г. Верного после землетрясения 1887 года // «Новое в безопасности жизнедеятельности» (защита человека в чс, охрана труда, экология, логистика, экономика, материаловедение демпирующих сплавов)». Труды XI междунар. науч.-технич. конф.- Алматы: КазНТУ, Т.-1, 2009.- С. 277-281.

2. Лаумулина С.А.: Формирование архитектурного облика г. Верного на раннем этапе (до землетрясения 1887 года) // «Новое в безопасности жизнедеятельности» (защита человека в чс, охрана труда, экология, логистика, экономика, материаловедение демпирующих сплавов)». Труды XI междунар. науч.-технич. конф.- Алматы: КазНТУ, Т.-1, 2009.- С. 281-285.

3. Лаумулина С.А.: Особенности архитектурно- планировочного решения Центрального Колхозного Рынка как первого торгового центра в советский период // «Новое в безопасности жизнедеятельности» (защита человека в чс, охрана труда, экология, логистика, экономика, материаловедение демпирующих сплавов)». Труды XI междунар. науч.-технич. конф.- Алматы: КазНТУ, Т.3.- 2009.- С. 277-281.

4. Куспангалиев Б.У., Лаумулина С.А. Архитектурно-стилистические и композиционные особенности торговых зданий г. Верного (Алматы) в XIX-начале XX вв //Вестник 2-36: сб. науч. тр. –Алматы: КазГАСА, 2010.-С.51-57.

5. Лаумулина С.А. Архитектурно – планировочное решение Центрального Универсального магазина – как одного из основных типов торговых учреждений советского периода (на примере г. Алма -Аты) // Вестник 2-36: сб. науч. тр. –Алматы: КазГАСА, 2010.-С.57-64.

6. Лаумулина С.А. Вклад П.М. Зенкова в становление архитектурного облика Верного /Алма-Аты// сб. науч. тр. «Ізденіс» Алматы, 2010. - С. 159-164.

7. Лаумулина С.А. Развитие интернет-торговли и ее влияние на торговую архитектуру // сб. науч. тр. «Қазақстан жоғары мектібі» Алматы, 2010. - С.214-219.

8. Лаумулина С.А.: Универсам - как новый тип торгового здания и метода торговли // «Архитектура и градостроительство в новом тысячелетии». Труды междунар. науч.-практич. конф.- Бишкек: КРСУ, 2010.- С. 26-29.

ТҮЙІНДЕМЕСІ

Лаумулина Сәуле Амангелдіқызының

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ САУДА ҒИМАРАТТАРЫ МЕН ҚҰРЫЛЫСТАРЫ АРХИТЕКТУРАСЫНЫҢ ЭВОЛЮЦИЯСЫ АЛМАТЫ ҚАЛАСЫ МЫСАЛЫНДА (XIX ғасырдың ортасы мен XXI ғасырдың басы)

18.00.01-Архитектураның теориясы мен тарихы, тарихи-архитектуралық жәдігерлерді қайта қалпына келтіру мен жаңғырту

Зерттеу нысаны: Алматы қаласы аумағындағы сауда ғимараттары мен құрылыстарының архитектурасы.

Зерттеу мақсаты: әр уақыт кезеңіндегі сауда мекемелері архитектурасының қалыптасу заңдылығын зерттеу арқылы сауда ғимараттары мен құрылыстарының негізгі даму тенденциясы мен факторларын анықтау.

Зерттеу әдіс-тәсілі Алматы қаласы аумағындағы сауда нысандары архитектурасы қалыптасуының негізгі аспектілерін кешенді түрде зерттеуге негізделген. Өзара байланысты әдіс-тәсілдерді қатар қолдану (сауда нысандарының тікелей өзін зерттеп, табиғатын тану, ғылыми әдебиеттер мен мұрағат материалдарына, стилистикалық зерттеулерге сараптамалық талдау жасау, жобаларға салыстырмалы талдау жасау) зерттеу нысанын жан-жақты қарап, зерделеуге мүмкіндік берді.

Негізгі тұжырымдамалар мен нәтижелер:

1. Зерттелген аймақтағы сауданың пайда болуы сауда нысандары архитектурасының қалыптасуына ықпал етті, оның үстіне бұл қаланың және көлік жүретін жол тораптарының дамуына тікелей қозғау салды. Сауданың дамуы, сөз жоқ, ежелгі тарихи шаһарларда болсын, қазіргі күнгі қалаларда болсын, қала құрылысына тән фактор ретінде қашан да қалаға тән ортаны қалыптастыра бастады. Сауда қарым-қатынастары түрлерінің әр алуандығы сауда нысандары архитектурасының өркендеп дамуына әсер етпей қоймады: қарапайым сауда нүктелері бірте-бірте сауда аймағына айналды, жергілікті жердегі жағдайға орай олар әр алуан сипатқа (керуен сарай, сауда алаңы, сауда қатарлары, шағын дүкендер) ие болды;

2. XIX ғасырдың соңы мен XX ғасырдың басында сауда нысандары өздеріне тән стилистикасымен айшықтала бастады. XIX ғасырдың соңына қарай өндірісте жаңа құрылыс материалдарының қолданыла бастауының арқасында қызмет аясы бұрынғыға қарағанда әлдеқайда кең, жаңа үлгідегі және кешенді сауда нысандары пайда болды;

3. XXI ғасырдың басындағы қоғамдық сауда нысандарының архитектурасы қазіргі заманғы әлеуметтік-экономикалық өзгерістерге сай өзіндік сипатқа, заманға лайық бағыт-бағдарға ие болды. Атап айтар болсақ: 1)

кешенді сауда орындары басым сипат алды ; 2) сауда орындарының көлікке және жаяу жүргіншілерге ыңғайлы болуына ерекше мән берілді;

3) сауда орындарының қоғамдық сипаттағы қызметіне айрықша көңіл бөлінді; 4) сауда нысанын ерекшеліп тұратын фирмалық стильдің «типтік элементтерін» жобалау тәжірибесі өндіріске ене бастады; 5) міндетті түрде көліктер тұратын алаңдардың болуы ескерілді; 6) сауда алаңдарын емін-еркін жобалауға мүмкіндік беретін жан-жағы ашық құрылымдарды қолдануға көңіл бөліне бастады;

Қайнаған өмірдің қызу ортасы ретінде қазіргі күнгі қоғамдық

SUMMARY

Laumullina Saule Amangeldievna

EVOLUTION OF ARCHITECTURAL COMMERCIAL BUILDINGS AND STRUCTURES IN THE CASE OF ALMATY, KAZAKHSTAN (middle of XIX - beginning of XXI centuries.)

18.00.01 Theory and History of Architecture, Restoration and reconstruction of the historical architectural heritage

Object of study: architecture of commercial buildings and structures on the territory of Almaty.

The study aims to identify major trends and the evolution of commercial buildings and structures, through studying the patterns of formation of architecture traders in various time periods. The research is based on a comprehensive study of the basic aspects of the formation of architecture commercial sites on the territory of Almaty. Interrelated appealing a number of methods of research (full-scale studies of objects, an analytical review of scientific literature and archival materials, these stylistic studies, comparative analysis of the design) allowed full consideration to the object of study.

Key findings and results:

1. The emergence of trade in the region of study influenced the formation of architecture of commercial properties, which in turn is directly related to the development of cities and transportation hubs. Consequently, the process of trade almost always affects the formation of the urban environment both historical and modern cities as urban factor. Transformation of forms of trade relations entails the evolution of the architecture of retail properties: the simplest unit of trade is gradually formed as a trade zone, which, depending on local conditions were either extended or compact track (caravanserai, shopping area, stalls, shops);

2. At the turn of the late XIX – and the beginning of XX centuries objects of trade were built often with a distinct style. Application of new building materials at the end of XIX century, facilitated the emergence of new solutions to commercial properties, characterized by complexity and multidimensionality;

3. Architecture of public buildings and shopping destination since the beginning of XVI century has the following advantages and principles, reflecting the current socio-economic transformation.

These include: 1) preferred an integrated deployment of business enterprises, and 2) the organization of transport and pedestrian traffic, and 3) the increased role of functions of a public nature, 4) the use of "standard elements" of corporate identity in design practice, creating the effect of object recognition, 5) requirement of parking spaces, 6) use of multi-span structures, providing free planning of retail space;

Modern social shopping sites have a significant impact on the urban environment, a place of attraction of the social life of the city.

Подписано в печать 25.08.2010г.
Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.
Объем 1п.л. Тираж 100 экз. Заказ №838

Научно-технический издательский центр Казахского национального
Технического университета имени К.И.Сатпаева
050035, г.Алматы, ул.Ладыгина,32