

გიორგი მუხიაშვილი

**ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირება
და განვითარების პერსპექტივები**

წარმოდგენილია დოქტორის აკადემიური ხარისხის
მოსაპოვებლად

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი
თბილისი, 0175, საქართველო
მაისი, 2010

საავტორო უფლება © მუხიაშვილი გიორგი 2010 წელი

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

არქიტექტურის, ურბანისტიკის და დიზაინის ფაკულტეტი

ჩვენ, ქვემოთ ხელისმომწერნი ვადასტურებთ, რომ გავაცანით "გვარი სახელი" მიერ შესრულებულ სადისერტაციო ნაშრომს დასახელებით: დასახელება და ვაძლევთ რეკომენდაციას საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის "ფაკულტეტის დასახელება" სადისერტაციო საბჭოში მის განხილვას დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად.

თარიღი

ხელმძღვანელი: არქიტექტურის დოქტორი, პროფ:
თ. მახარაშვილი

რეცენზენტი: _____

რეცენზენტი: _____

რეცენზენტი: _____

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

2010 წელი

ავტორი: მუხიაშვილი გიორგი

დასახელება: ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირება და განვითარების პერსპექტივები

ფაკულტეტი : არქიტექტურის, ურბანისტიკის და დიზაინის

ხარისხი: დოქტორი

სხდომა ჩატარდა:

ინდივიდუალური პიროვნებების ან ინსტიტუტების მიერ შემომოყვანილი დასახელების დისერტაციის გაცნობის მიზნით მოთხოვნის შემთხვევაში მისი არაკომერციული მიზნებით კოპირებისა და გავრცელების უფლება მინიჭებული აქვს საქართველოს ტექნიკურ უნივერსიტეტს.

ავტორის ხელმოწერა

ავტორი ინარჩუნებს დანარჩენ საგამომცემლო უფლებებს და არც მთლიანი ნაშრომის და არც მისი ცალკეული კომპონენტების გადაბეჭდვა ან სხვა რაიმე მეთოდით რეპროდუქცია დაუშვებელია ავტორის წერილობითი ნებართვის გარეშე.

ავტორი ირწმუნება, რომ ნაშრომში გამოყენებული საავტორო უფლებებით დაცული მასალებზე მიღებულია შესაბამისი ნებართვა (გარდა ის მცირე ზომის ციტატებისა, რომლებიც მოითხოვენ მხოლოდ სპეციფიურ მიმართებას ლიტერატურის ციტირებაში, როგორც ეს მიღებულია სამეცნიერო ნაშრომების შესრულებისას) და ყველა მათგანზე იღებს პასუხისმგებლობას.

რეზიუმე

გიორგი მუხიაშვილის დისერტაცია „ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირება და განვითარების პერსპექტივები“ ეხება აქტუალურ პრობლემას. ნაშრომი შედგება 157 გვერდისაგან და დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად წარმოდგენილი დისერტაციის გაფორმების ინსტრუქციის მიხედვით, მოიცავს ტიტულის გვერდს, ხელმოწერების გვერდს, რეზიუმეს ორ ენაზე (ქართული, ინგლისური), შინაარს (სარჩევს), ცხრილების ნუსხას, ილუსტრაციების ნუსხას, მაღლიერების გვერდს.

ძირითადი ტექსტი შედგება შესავლის, ლიტერატურის მიმოხილვის, სამი თავის, დასკვნისა და გამოყენებული ლიტერატურის ჩამონათვალისგან.

შესავალში განხილულია თემის აქტუალობა, კვლევის მიზანი და ამოცანები. კვლევის ობიექტი და საგანი, თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები, ნაშრომის მეცნიერული სიახლე და მისი პრაქტიკული მნიშვნელობა.

თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ქალაქთგეგმარებითი და არქიტექტურულ-სივრცული საკითხები, საქართველოში დამოუკიდებლობის აღდგენისა და საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის გარდამავალ პერიოდში (1991-2010 წწ.) აქტუალურია და შედარებით ნაკლებადაა შესწავლილი.

კვლევის შედეგად მიღებული მეცნიერული სიახლეები შეიძლება შემდეგნაირად ჩამოყალიბდეს: თბილისის განვითარების ისტორიული და საბჭოთა პერიოდების რეტროსპექტიული ანალიზის შედეგად მოცემულია სავაჭრო ქსელის ფორმირების ეტაპები, განხილულია ქალაქთგეგმარებითი, არქიტექტურულ-სივრცობრივი პრობლემები; თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის პოსტსაბჭოთა პერიოდის ფორმირების თავისებურებები და ჩამოყალიბებულია განვითარების ტენდენციები.

დისერტაციის **პირველი თავი** „ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების ისტორიულ-რეტროსპექტიული ანალიზი“ მოიცავს შემდეგ ქვეთავებს:

- სავაჭრო მომსახურების ქსელის როლი ქ.თბილისის ჩამოყალიბებასა და განვითარებაში;
- ქ. თბილისში ვაჭრობის განვითარება XIX საუკუნესა და XX საუკუნის დასაწყისში;
- საბჭოთა პერიოდში არსებული მომსახურების ქსელის ძირითადი სტრუქტურა;

ქ. თბილისის, როგორც დედაქალაქად, ასევე ქვეყნის ეკონომიკურ ცენტრად ფორმირებაში უდიდესი როლი შეასრულა იმ სავაჭრო-სატრანზიტო გზებმა, რომლებიც საუკუნეების განმავლობაში საქართველოზე, კერძოდ კი თბილისზე გადიოდა. ისინი უდიდეს ზეგავლენას ახდენდნენ დედაქალაქის განვითარებაზე და ქმნიდნენ მომსახურების უნივერსალურ ქსელს, რომელიც მისაღები იყო როგორც აზიიდან მომავალი ქარავნებისთვის, ასევე ევროპელი მოგზაურებისათვის. ამ პერიოდში ყალიბდება ბაზრის ტიპები: ჩორსუ, რასტრა და ღია ბაზრები, ვითარდება ხელოსანთა გაერთიანება „ამქარი“, ყალიბდება: დუქნები, ფუნდუკები, ქარვასლები, რომლებშიაც „გზავრებს შეემლოთ თავშესაფარი ემოვათ და საქონელიც დაეყენებინათ“.

XIX საუკუნის დასაწყისში საქართველოს რუსეთთან შეერთების შემდეგ საქართველო რუსეთის გუბერნიად იქცა, თუმცა თბილისმა მაინც შეინარჩუნა ამიერკავკასიის ცენტრის ფუნქცია. შემდგომ ფეოდალური ურთიერთობები შეიცვალა კაპიტალისტურით, ხელოსნური ამქრების პარალელურად ჩამოყალიბებას იწყებს მუშათა კლასი. ახლადგაყვანილი რკინიგზა, მტკვარზე აშენებული ახალი ხიდები, რეგულირებადი განაშენიანების თანდათანობით განვითარება გავლენას ახდენს სავაჭრო ქსელის განვითარებაზე. მიუხედავად ამისა, თბილისის ვაჭრობის განვითარება XIX საუკუნესა და XX საუკუნის დასაწყისში ევოლუციურად აგრძელებს წინა პერიოდის ტრადიციებს. სახელოსნოები და დუქნები ქმნიდნენ ქუჩათა ქსელს, რომელიც საინტერესო და ეგზოტიკური იყო უცხოელებისათვის. თუმცა შემდგომ ხდება დუქნებისა და ქარვასლების სტანდარტიზაცია და ქარვასლების შემთხვევაში - გამრავალფეროვნება (აღმოსავლურ ელემენტებთან ერთად ჩნდება რუსული კლასიციზმის ელემენტები). ამასთან გაჩნდნენ ევროპული ტიპის სასტუმროები, უნივერსალური მაღაზიები და ა.შ.

მოგვიანებით 1921 წლიდან მოხდა საქართველოს ანექსია საბჭოთა რუსეთის მიერ და საქართველოში დამყარდა კომუნისტური რეჟიმი, რომელიც 70 წელს გრძელდებოდა.

ამ პერიოდში თბილისში, ისევე როგორც საბჭოთა კავშირის სხვა ქალაქებში, დაგეგმარებისა და მშენებლობის პრაქტიკაში გამოიყენება კულტურულ-საყოფაცხოვრებო მომსახურების საფეხურეობრივი სისტემა, რომელიც დამოკიდებულია ქალაქმშენებლობაში მიღებულ სტრუქტურაზე (მიკრორაიონი - საცხოვრებელი რაიონი - ქალაქი) და რომელმაც მისცა საზოგადოებრივი შენობების ტიპიზაციისა და კომპლექსურ მშენებლობაში ინდუსტრიალური მეთოდებით მშენებლობის განხორციელების საშუალება. საბჭოთა ტოტალიტარულმა, მბრძანებლურ ადმინისტრირებადმა სისტემამ თავისი გავლენა მოახდინა თბილისის ურბანულ განვითარებაზე და ვაჭრობისა და მომსახურების სისტემის ევოლუციურად წარმართვაზე. კერძო საკუთრების გაუქმებამ, ვაჭრობის სივრცის ჩაკეტვამ, მთლიანად სისტემის ადმინისტრირებამ, ფაქტიურად 70 წლით გაწყვიტა XX საუკუნის დასაწყისში მიმდინარე კაპიტალისტურ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პროცესი.

დისერტაციის მეორე თავი „ქ. თბილისში პოსტსაბჭოთა პერიოდში ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების თავისებურებები“, მოიცავს შემდეგ ქვეთავებს:

- ვაჭრობისა და მომსახურების ორგანიზაციის პრობლემები;
- ქ. თბილისის ცენტრალურ ნაწილში ვაჭრობისა და მომსახურების მსხვილი ობიექტების დისლოკაციის პრობლემები;
- სავაჭრო მომსახურების ქსელის ფუნქციონირების სტაბილიზაციისა და განვითარების მიმართულებები.

1991 წლიდან საბჭოთა კავშირის დაშლის შედეგად, არსებული ვაჭრობის და მომსახურების ქსელი ახალი რეალობის წინაშე აღმოჩნდა. მას არ აღმოაჩნდა საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლისათვის საჭირო ელასტიურობა. ამ ყოველივეს დაემატა საქართველოში შექმნილი პოლიტიკური პრობლემები (სამოქალაქო ომი, შიდააშლილობა, სამაჩაბლოსა და აფხაზეთის კონფლიქტები). მოშლილი იყო ის აუცილებელი საქმიანი კავშირები, რომლებიც საბჭოთა რეჟიმის დამყარებამდე ვითარდებოდა სხვადასხვა ქვეყნებთან. ახალი ეკონომიკური ურთიერთობების ჩამოყალიბება რთულად, არაკომპეტენტურად და ზოგჯერ ქაოტურად მიმდინარეობდა. პირობითად პოსტსაბჭოთა პერიოდი დაიყო ორ ეტაპად: I ეტაპი 1991-2000 წწ., ხოლო II ეტაპი 2000-2008 წწ.

I ეტაპის სავაჭრო და მომსახურების ქსელის ფორმირება რთულ სოციალურ-ეკონომიკურ პირობებში მიმდინარეობს. ამ პერიოდში სავაჭრო ობიექტების მაფორმირებელი ფაქტორი მათი დისლოკაციაა, ძირითადად მეტროსა და სარკინიგზო სადგურები, სატრანსპორტო კვანძები, ავტობუსებისა და ტროლეიბუსების გაჩერებები და ა.შ. ვითარდება არაორგანიზებული საცალო და საბითუმო ვაჭრობა. მისი გავრცელებული ფორმებია დახლები, ჯიხურები ე.წ. „ბუტკები“, მოგვიანებით კი საცხოვრებელი სახლების სარდაფები და პირველი სართულები.

90-იანი წლების ბოლოს შედარებით იხვეწება და ცივილიზებული სახე ეძლევა სტიქიურ გარე ვაჭრობას და ჩნდება მაღაზიების, აფთიაქების ქსელის ჩანასახები. მოგვიანებით ხდება ახალი ტიპის მსხვილი ვაჭრობისა და მომსახურების ობიექტების გაჩენა. ორგანიზებულ ჩარჩოებში ექცევა გარე სტიქიური ვაჭრობა.

II ეტაპი გამოირჩევა სავაჭრო ობიექტების ქალაქის გარეთ გატანის ტენდენციით. ამ პერიოდის მომსახურების ქსელის სწორ ფორმირებაზეა დამოკიდებული თბილისის მთელი რიგი საცხოვრებელი რაიონების (გლდანი, ნუცუბიძე, ვარკეთილი, ვაზისუბანი და და ხვა.) გაჯანსაღება და გამოცოცხლება. ხდება ქალაქის ისეთი პრობლემების მოგვარება, როგორებიც არის ცენტრალურ უბნებში არსებული მომსახურების ობიექტების მიერ გამოწვეული ორგანიზაციული, სატრანსპორტო და ა.შ. სირთულეები (ელიავას ბაზრობა, დეზერტირების ბაზარი და სხვა).

ამ პერიოდის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების II ეტაპის განხილული მაგალითებიდან იკვეთება დისლოკაციის თვალსაზრისით ქსელის ჩამოყალიბების შემდეგი ძირითადი მიმართულებები:

- ისტორიულ უბნებში;
- ქალაქის ცენტრში;
- ქალაქის პერიფერიულ უბნებში.

შემოდის მომსახურების ახალი ფორმები: სატელეფონო და ინტერნეტ მომსახურება.

დისერტაციის მესამე თავი „ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების პრინციპები“ მოიცავს შემდეგ ქვეთავებს:

- ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების უცხოური გამოცდილება;
- სავაჭრო-მომსახურების ობიექტების კლასიფიკაცია;
- ქ. თბილისის სავაჭრო-მომსახურების ქსელისა და ობიექტების განვითარების ახალი ტენდენციები.

ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების უცხოური გამოცდილება იძლევა XX საუკუნის დასაწყისამდე ქ. თბილისში სავაჭრო ქსელის ჩამოყალიბებაში არსებულ ტენდენციებთან პარალელების გავლების საფუძველს და გვიჩვენებს მე-20 საუკუნეში არსებულ შემდგომი განვითარების ქრონოლოგიურ მიმართულებებს.

ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების უცხოური გამოცდილება დაფუძნებულია ძირითადად იმ სოციალურ-ეკონომიკურ ტენდენციებზე და შესაბამისად საზოგადოებრივ მოთხოვნებზე, რომლებიც დამახასიათებელი იყო განვითარების გარკვეული ეტაპისათვის. სავაჭრო ობიექტების განვითარებაზე ასევე დიდ ზეგავლენას ახდენდა ტექნოლოგიური განვითარება და ხშირ შემთხვევაში ხელს უწყობდა ახალი სავაჭრო ობიექტების ჩამოყალიბებას. პარალელურად იცვლებოდა და ვითარდებოდა ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელი.

ქსელის ჩამოყალიბების უცხოური მაგალითებიდან აშკარაა, რომ სავაჭრო ქსელი, ისევე როგორც სოციალური გარემო, წარმოადგენს ცოცხალ ორგანიზმს და მუდმივად განიცდის ევოლუციას.

თბილისის მსხვილი სავაჭრო ობიექტების ანალიზის შედეგად თანამედროვე სავაჭრო ცენტრების სხვადასხვა სახეობათა აღწერა სამ ძირითად კატეგორიად იქნა დაყოფილი:

1. - ქალაქის გარეთ - ქალაქგარე შენაძენები (შოპინგები);
2. - შოპინგები ქალაქის ცენტრში;
3. - სავაჭრო ობიექტების ახლადამოცნებული სახეობები.

არსებული სახით კლასიფიკაცია მოხდა საერთაშორისო დონეზე მიღებული სტანდარტებითა და განმსაზღვრელი კრიტერიუმებით.

გამოიკვეთა მსხვილი სავაჭრო ობიექტების თანამედროვე ტიპები, რომლებიც განსაკუთრებულ ზეგავლენას ახდენდნენ ქ. თბილისის სავაჭრო ქსელისა და შესაბამისად ქალაქის სტრუქტურის ფორმირებაზე, ასევე მათი განვითარების ტენდენციებზე:

- **ქალაქგარე - საგარეუბნო სავაჭრო ობიექტები:** გასართობი პარკები, ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრები, ჰიპერმარკეტები, ბაზრები/ბაზრობები, ჰიბრიდული ცენტრები;

- **სავაჭრო ქსელი ქალაქის ცენტრალურ ნაწილში:** საფეხმავლო ქუჩები, სავაჭრო ცენტრები, საგამოფენო ცენტრები, ბაზრები/ბაზრობები, სადღესასწაულო ბაზრობები;
- **ვაჭრობის ახალი განვითარებადი ტიპი:** გასართობი ცენტრები, სპეციალიზირებული სავაჭრო ცენტრები, აეროპორტის საერთო სივრცეები, ახალი კვარტლები აქტიური სავაჭრო ზონებით, რკინიგზაზე ორიენტირებული ვაჭრობა.

ამრიგად, ნაშრომში გაანალიზებულია როგორც საბჭოთა, ისე პოსტსაბჭოთა პერიოდის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის პროექტირებისა და მშენებლობის არსებული მასალები, ამ საკითხებზე გამოქვეყნებული შრომები, ბოლო პერიოდის საკონკურსო-საპროექტო წინადადებები, უცხოეთის გამოცდილება. მნიშვნელოვანი ადგილი ეთმობა ძირითად საკვლევ მიმართულებას, პოსტსაბჭოთა 19 წლიან პერიოდის სავაჭრო ქსელს და მასთან დაკავშირებულ მთელ რიგ ურბანულ საკითხებს, მათ შორის ერთ-ერთ ყველაზე მწვავეს - ქალაქში ავტოტრანსპორტის მოძრაობის ორგანიზაციას.

კვლევის შედეგად გამოვლენილია აღნიშნული პერიოდების მსხვილი სავაჭრო ობიექტების ქალაქის სტრუქტურაში განთავსების პრობლემები, მათი გამომწვევი მიზეზები, ჩამოყალიბებულია თბილისში ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების ძირითადი მიმართულებები და ტენდენციები.

Abstract

The dissertation by Mr. Giorgi Mukhiashvili – “Formation of Commercial and Service Network of the city of Tbilisi and Its Development Perspectives” is focused on the actual problem. The Dissertation consists of 156 pages; as per the instruction for the DPhil it contains a cover page, signature page, summary in two languages (Georgian and English languages), content, list of tables, list of illustration and a gratitude page.

The main text consists of introduction, literature review, three chapters of conclusion and the list of the literature applied.

The introduction discusses the issues such as the actuality of theme, goal and tasks of the research, subject and object of the research, theoretical-methodological basis, scientific innovation of the essay and its practical essence.

The issues of commercial business in Tbilisi as well as urban planning and architectural-spatial matters in the period of restoration of independence of Georgia and transition to market economy (1991-2010) are essential though they are not studied sufficiently.

Scientific innovations obtained as a result of the research may be submitted in the following way: in the result of retrospective analysis of historical and soviet periods of development of Tbilisi the stages of formation of commercial network is provided, also features of formation of commercial and service network in Tbilisi during post soviet period are submitted and consequently the trends of development are elaborated.

The first chapter of the dissertation “Historical-retrospective Analysis of Development of Tbilisi Commerce and Service network” covers the following paragraphs:

- Role of Commercial service in establishment and development of the city of Tbilisi;
- Development of commerce in Tbilisi in the XIX century and in the beginning of the XX century;
- Major structure of service network in the soviet period.

Development of Tbilisi in the capacity of the capital as well as the economic center of the country was greatly supported by the commercial-transit ways crossing Georgia and in particular Tbilisi for centuries. They greatly influenced development of the capital and simultaneously created the universal network of the service so acceptable for the caravans from Asia as well as for European travelers. Specifically in the mentioned period there were established the market types such as Chorsu, Rastra and open markets; alliance of craftsmen – “Amkari” (guild) was also developed; it was the period of development of taverns, pubs, caravansaries where the travelers could find their shelter and keep their cattle.

In the beginning of the XIX century – after joining Russia – Georgia became the province of Russia, though Tbilisi maintained the function of the center of the Caucasus. Later feudal relations were changed with capitalistic ones, in parallel of the craftsmen guilds the working class initiated to be developed.

Newly build railway, new bridges over the Mtkvari River, gradual development of regulated development certainly influenced upon development of commercial network, though such development of Tbilisi commerce evolutionally proceeded with the traditions of the previous centuries in the XIX century and in the beginning of the XX century. Workshops and taverns created the passage of streets so interesting and exotic for foreigners; later these taverns and workshops were standardized and the caravansaries were diversified (components of Russian classicism were emerged and joint the Eastern features in the case of the caravansaries). Hence, there were emerged European type hotels, universal shops etc.

Later - since 1922 Georgia was annexed by the Soviet Russia and communist regime in the country maintained its dominance for 70 years.

For the period above planning and construction practice in Tbilisi as well as any other cities of the Soviet Union applied the stage system of cultural-consuming service that was depended on the structure accepted for the sphere of cities construction (micro region – living district – city); the system above ensured implementation of construction by industrial methods in complex development and typification of public buildings. Soviet totalitarian, imperative administered system affected urban development of Tbilisi and management of commercial and service system in evolution manner. Abolishment of private property, blocking of trade space, administering of the entire system actually terminated the process of transition to capitalistic market economy in the beginning of the XX century for 70 years.

The second chapter of the dissertation - “Features of Formation of Commerce and service Network in the Post Soviet Period in Tbilisi” covers the following paragraphs:

- Commerce and service organization problems;
- Problems of dislocation of the objects of service and major commerce in the central part of Tbilisi;
- Trends of stabilization and development of the commercial service network.

Since 1991, after dissolution of the Soviet Union the then commerce and service network faced a new reality: it appeared it was lack of relevant flexibility for transition to a market economy. The mentioned was added with the politic problems (civil war, domestic disorder, conflicts in Samachablo and Abkhazia) emerged in Georgia by that period. Almost any and all necessary business channels being developed before establishment of the soviet regime with different countries were destroyed; establishment of new economic relations took place in a complicated, incompetent and frequently chaotic manner. Conditionally the post soviet period was divided into two stages: the I stage – 1991-2000 years and the II stage – 2000-2008 years.

Formation of the I stage commercial and service network was conducted in difficult social-economic conditions. For that period formulating factor of the commercial objects was their dislocation, mainly the railway and subway stations,

transport points, buses and trolleybuses stops etc. It was the period of development of unorganized retail and wholesale trade, mostly represented in the forms of shops, kiosks (so called “Budka”), later cellars and the first floors of the houses were also used for these purposes.

In the end of the 90-ies external commerce being so spontaneous was more perfected and obtained more civilized image; consequently the initial forms, fetus of stores and drugstores were developed. Later a new type major commercial and service objects were also emerged; external spontaneous commerce was regulated within the organized frames.

The II stage was distinguished with the trend of taking of commercial objects out of the city; revival and improvement of the number of living districts of Tbilisi (Gldani, Nutsubidze, Varketili, Vazisubani etc.) were depended namely on correct formation of the service network existing in that period; certain problems such as organizational, transport difficulties (Eliava market, Desertirs` market etc.) caused by the reason of the service objects in the central districts were solved – it was very important for the city.

Examples for the II stage of commerce and service network development of that period provides with the following below listed trends of establishment of the network in a dislocation point of view, in particular, establishment in the:

- Historical districts;
- Center of the city;
- Peripheral districts of the city.

New forms of service – telephone and internet services were also developed.

The III chapter of the dissertation - :Principles of Development of Commerce and Service Network of Tbilisi” – covers the following issues:

- Foreign experience concerning development of commerce and service network;
- Classification of commercial service objects;
- New trends of commercial-service network and objects` development of Tbilisi.

Foreign experience of development of commercial and service network provides with the basis to make parallels among the trends taking place in establishment of commercial network in Tbilisi before the beginning of the XX century and shows the chronological trends of further development of the mentioned in the XX century.

Foreign experience of development of commercial and service network is mainly based on the social economic trends and the social requirements – demands that were characterized for certain stages of development. Development of commercial objects was also greatly influenced by technological development which frequently supported to establishment of new commercial objects; simultaneously commercial and service network was changed and developed.

Foreign examples concerning the development of the network clearly shows that commercial network, like a social environment should be deemed as a live organism being permanently developed.

Description of different types of modern commercial centers on the basis of the analysis of the large commercial objects in Tbilisi may be presented in three major categories:

1. – Out of the city – countryside shopping;
2. – Shopping in the center of the city;
3. – Newly emerged types of commercial objects.

This classification was made in compliance with the internationally recognized standards and the defining criteria.

There were introduced modern types of commercial objects especially influencing the commercial network of the city of Tbilisi and the formation of the city structure as well as the trends of their development, in particular:

- **Countryside commercial objects:** amusement parks, countryside shopping centers, hypermarkets, markets, hybrid centers;
- **Commercial network in the central part of the city:** pedestrian streets, shopping centers, exhibition centers, markets, holiday markets;
- **Newly developed type of commerce:** amusement centers, specialized shopping centers, airports` general spaces, new blocks with intensive commercial areas, railway oriented commerce.

Thus, the essay analysis the materials concerning the designing and construction of commerce and service network in the soviet and post soviet period, it focuses on the works dedicated to these issues, competition-project proposal of the later period, and experience of foreign countries. The dissertation pays important attention to the issue of major research trend, the 19 years period commercial network in the Soviet Union and the number of urban matters connected with it, including the organization of traffic in the city – one of the most acute and significant issues.

As a result of the research the problems of disposition of the large commercial object of the mentioned period within the structure of the city, causes stipulated such problems were emphasized; the dissertation also provides with major trends and directions development of commerce and service network in Tbilisi.

შინაარსი

შესავალი	20
ლიტერატურის მიმოხილვა	23
1. თავი ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების ისტორიულ-რეტროსპექტული ანალიზი.....	28
1.1. სავაჭრო მომსახურების ქსელის როლი ქ. თბილისის ჩამოყალიბებასა და განვითარებაში	28
1.2. ქ. თბილისში ვაჭრობის განვითარება XIX საუკუნესა და XX საუკუნის დასაწყისში.....	38
1.3. საბჭოთა პერიოდში არსებული ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ძირითადი სტრუქტურა	52
2. თავი ქ. თბილისში პოსტსაბჭოთა პერიოდში ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების თავისებურებები.....	67
2.1. ვაჭრობისა და მომსახურების ორგანიზაციის პრობლემები	67
2.2. ქ. თბილისის ცენტრალურ ნაწილში ვაჭრობისა და მომსახურების მსხვილი ობიექტების დისლოკაციის პრობლემები	76
2.3. სავაჭრო მომსახურების ქსელის ფუნქციონირების სტაბილიზაციისა და განვითარების მიმართულეებები.....	84
3. თავი ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების პრინციპები	103
3.1. ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების უცხოური გამოცდილება.....	103
3.2. სავაჭრო მომსახურების ობიექტების კლასიფიკაცია.....	128
3.3. ქ. თბილისის სავაჭრო-მომსახურების ქსელისა და ობიექტების განვითარების ახალი ტენდენციები	140
დასკვნა.....	151
გამოყენებული ლიტერატურა	155

სქემები

სქემა 1 საბჭოთა პერიოდის მომსახურების ქსელის ფუნქციონირება	69
სქემა 2 სტიქიური, არაორგანიზებული ვაჭრობის ქსელის ფუნქციონირება	71
სქემა 3 მომსახურების ქსელის ფუნქციონირების ეტაპები	75
სქემა 4 ვაჭრობის განვითარება XX ს.-ის I ნახევრამდე	128
სქემა 5 საბჭოთა პერიოდის მომსახურების ქსელი	129
სქემა 6 პოსტ საბჭოთა პერიოდის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელი	129
სქემა 7 ქ. თბილისის მსხვილი სავაჭრო ობიექტების თანამედროვე ტიპები	139
სქემა 8 მსხვილი სავაჭრო ობიექტების თანამედროვე ტიპები და განვითარების ტენდენციები	150

ცხრილების ნუსხა

ცხრილი 1 ტიპური პროექტების გამოყენების მატრიცა	61
ცხრილი 2 კრიტერიუმების შედარება სავაჭრო ცენტრების სახეობათა კლასიფიკაციის მიზნით	131

გრაფიკების ნუსხა

გრაფიკი 1 ქ. თბილისის ტერიტორიის დაყოფა ადმინისტრაციული რაიონების მიხედვით (პროცენტული მაჩვენებელი 2008 წ.)	85
გრაფიკი 2 ქ. თბილისის მოსახლეობის რაოდენობა ადმინისტრაციული რაიონების მიხედვით (პროცენტული მაჩვენებელი 2008 წ.)	85
გრაფიკი 3 მშენებლობის სტრუქტურა თბილისში	86
გრაფიკი 4 სავაჭრო ობიექტების რაოდენობა (სტატისტიკის და საინფორმაციო სატელეფონო სამსახურები 09, 08-ის მონაცემები)	86
გრაფიკი 5 ბაზრები და ბაზრობების მიერ დაკავებული ტერიტორია პროცენტული მაჩვენებლები	87
გრაფიკი 6 ვაჭრობა მლნ. ლარი, დასაქმებულთა რაოდენობა	87
გრაფიკი 7 საცალო და საბითუმო ვაჭრობის განვითარება 1999-2008 წწ.	88
გრაფიკი 8 საცალო ვაჭრობის დაყოფა მომსახურების სახეობების მიხედვით	88
გრაფიკი 9 ინტერნეტით შესყიდვის მიზეზები	101

ნახაზების ნუსხა

ნახ. 1 ამიერკავკასიის სავაჭრო სატრანზიტო გზები IV-VI სს. (პეეტინგერის ტაბულის მიხედვით)	29
ნახ. 2 თბილისის განვითარების სქემა XIX საუკუნემდე	30
ნახ. 3 ალექსანდრე პიშჩევჩის (1785წ.) გეგმის საფუძველზე მოდელირებული ვაჭრობის და მომსახურების ქსელი.....	34
ნახ. 4 ვახუშტი ბაგრატიონის (1735წ.) და ალექსანდრე პიშჩევჩის (1785წ.) გეგმების საფუძველზე, ჩუიკოს (1800წ.) გეგმაზე მოდელირებული სავაჭრობის და მომსახურების ქსელი.....	36
ნახ. 5 თბილისი XX საუკუნის II ნახევრამდე.....	39
ნახ. 6 დუქნები მეტეხის პირდაპირ. პროექტი 1827 წ.....	43
ნახ. 7 ბებუთოვის დუქნების პროექტი. 1827 წ.....	44
ნახ. 8 პოპიკოს დუქნის პროექტი. 1835 – 1836 წწ.	44
ნახ. 9 ალექსანდრე ჭავჭავაძის დუქნების პროექტი. 1841 წ.	44
ნახ. 10 აბანოს ხიდთან მდებარე ქარვასლის პროექტი. 1836 წ.....	46
ნახ. 11 უტა მეხთი ჰუსეინ-ოღლის ქარვასლა ვორონცოვის ქუჩაზე, გეგმა და განაკვეთი. 1868წ., ხალათოვების ქარვასლა ვორონცოვის ქუჩაზე, გეგმა 1858წ.....	47
ნახ. 12 ზუბალაშვილის ქარვასლის პროექტი, ფასადები ქუჩისა და მდინარის მხარეს, გეგმა. 1844 წ.....	48
ნახ. 13 შადინოვების ქარვასლა მტკვრის პირას, ფასადები ქუჩისა და მდინარის მხარეს. 1832 წ.....	49
ნახ. 14 XIX საუკუნის სავაჭრო ქსელი დადებული თნამედროვე ქუჩების ქსელზე.	53
ნახ. 15 მომსახურების საფეხურებრივი ორგანიზაცია, სხვადასხვა სიმჭიდროვის შემთხვევაში. ა-ჰარლოუ, ინგლისი (75 კ/ჰა.); ბ-კრემლინგტონი, ინგლისი (100კ/ჰა.); გ- კამბერნოლდი, ინგლისი (200კ/ჰა.)	56
ნახ. 16 ქალაქის გეგმარებითი სტრუქტურა და მომსახურების ორგანიზაციის საფეხურებრივი სისტემა. ა-მომსახურების სისტემის სტრუქტურაზე დამთხვევა (ახენი, ФПТ; სტივენჯი, ინგლისი); ბ-მომსახურების სისტემის სტრუქტურაზე არ დამთხვევა (სარსელი, საფრანგეთი).....	56
ნახ. 17 სხვადასხვა ქვეყნის მომსახურების საფეხურებრივი სისტემა.....	57
ნახ. 18 კულტურულ-საყოფაცხოვრებო მომსახურების საფეხურებრივი სისტემა. ა-საერთო სქემა; ბ-საცხოვრებელი რაიონის სქემა.....	58

ნახ. 19 საცხოვრებელ რაიონში საფეხურებრივი სისტემის მომსახურების ორგანიზაციის სქემების ვარიანტები	59
ნახ. 20 საზოგადოებრივი ცენტრის განლაგების ვარიანტები.....	60
ნახ. 21 საზოგადოებრივი ცენტრის ორგანიზაცია საცხოვრებელი სახლების სართულიანობის ზრდის შემთხვევაში. I-მიკრორაიონის საზოგადო ცენტრი 4-9 სართულის შემთხვევაში; I I -მიკრორაიონის საზოგადო ცენტრი და პირველადი მომსახურების ბლოკები მზარდი სართულიანობის შემთხვევაში; I I I -მომსახურების კომპლექსი თვითოეულ მსხვილ საცხოვრებელ სახლში; IV - საცხოვრებელი კომპლექსი- სახლი საზოგადო ცენტრით და სართულების ჯგუფებზე პირველადი მომსახურებით.....	62
ნახ. 22 დიღმის განაშენიანება	64
ნახ. 23 გლდანი, მიკრორაიონები	65
ნახ. 24 უფუნქციოდ დარჩენილი მსხვილი სავაჭრო ობიექტები.	69
ნახ. 25 გარე ვაჭრობა: თამარ მეფის გამზირი, დეზერტირების ბაზრის მიმდებარე ტერიტორია	73
ნახ. 26 დოლიძის ქუჩაზე I სართულის გამონთავისუფლებით მიღებული კომერციული ფართობი	74
ნახ. 27 ჯინსების მაღაზია ი. ჭავჭავაძის გამზირზე და პეკინის ქუჩაზე.....	75
ნახ. 28 მსხვილი სავაჭრო მომსახურების ობიექტების განლაგების სქემა (2000 წ.).....	78
ნახ. 29 ვაგზლის მიმდებარე ტერიტორია „პასაჟი 2000“	79
ნახ. 30 ქავთარაძის ქუჩაზე არსებული ბაზრობა.....	81
ნახ. 31 სავაჭრო ცენტრი- „საქართველოს სავაჭრო ცენტრი“ (GTC)	82
ნახ. 32 ფარმაცევტული კომპანია „ავერსის“ ქსელი	89
ნახ. 33 მაღაზიათა ქსელის პოპულის ფილიალების განლაგება.....	90
ნახ. 34 შარდენის ქუჩის მიმდებარე ტერიტორია.....	92
ნახ. 35 თბილისის სასტუმროები: თბილისი მერიოტი, რედისონ ბლუ ივერია, შერატონ მეტეხი პალასი.	93
ნახ. 36 საცხოვრებელი ფართის გამონთავისუფლების ხარჯზე მიღებული სავაჭრო სივრცე.	95
ნახ. 37 სავაჭრო ცენტრი „თეთრი ქალაქი +“ (წერეთლის გამზ.).....	96
ნახ. 38 სავაჭრო ცენტრ „პიხსელ 34“-ის განთავსება ქალაქის სტრუქტურაში	96
ნახ. 39 ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრები: ბიზნესცენტრი, ავეჯის სახლი და ჰიპერმარკეტი „გუდვილი“.....	99

ნახ. 40 ტროას ფორუმი, რომი- მარჯვენა უკანა ფონზე სავაჭროები, ფორუმ რომანუმის რეკონსტრუქცია მცირე სავაჭროებით	103
ნახ. 41 ა-შუასაუკუნეების ტიპური ორსართულიანი სავაჭრო სახლი, ბ-ქვედა სავაჭრო სართული.....	104
ნახ. 42 შუასაუკუნეების ქალაქი და საქალაქო მოედანი, ბრესლაუ, გერმანია	104
ნახ. 43 სტამბულის დიდი ბაზარი, მედინა ბაზარი, მაროკო.....	105
ნახ. 44 როიალ იქსჩენჯი, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო (1566), ექსტერ ჩენჯი, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო (1576).....	106
ნახ. 45 ლითოგრაფია, გილდიის მიერ კონტროლირებადი პურის ქუჩა, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო, ლითოგრაფია, წმ. ეტჰელბურგი ბიშოფსგაითთან ერთად, 1736, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო, ერთ-ერთი პირველი ვიტრაჟი, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო.	106
ნახ. 46 ჰალეს ცენტრალეს, პარიზი, საფრანგეთი (1853), ჰუნგერფორდის ბაზარი, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო (1833).....	108
ნახ. 47 წმ. ჰუმბერტის გალერეა, ბრიუსელი, ბელგია (1846), გუმი, მოსკოვი, რუსეთი (1893, განახლებული 2004).	109
ნახ. 48 ბონ მარშე, პარიზი, საფრანგეთი (1876), პირველი ესკალატორი ლონდონში (1896), ჰოგვოტი და კო, ნიუ იორკი, აშშ (1857).....	110
ნახ. 49 ქინგ ქულენი, ქვინსი, ნიუ იორკი, აშშ (1930)	112
ნახ. 50 ქანთრი კლაბ პლაცა, კანზასი, აშშ (1922), ნორსგეიტი, სიეტლი, აშშ (1950).....	114
ნახ. 51 ნორსლანდი, დეტროიტი, აშშ (1954), საუსდეილი, ედინა, მინესოტა, აშშ (1956).	114
ნახ. 52 ლიჯნბაანი, როტერდამი, ნიდერლანდი (1953).....	115
ნახ. 53 ბულ რინგი, ბირმინგჰემი, გაერთიანებული სამეფო (1964). ელეფანთ ენდ ქასლ, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო (1964)	116
ნახ. 54 გირარდელის მოედანი, სან ფრანცისკო, აშშ (1964)	117
ნახ. 55 ქალაქთგეგმარებითი სტრუქტურის ელემენტები	132
ნახ. 56 მრავალფუნქციური შენობა, თბილისი წინამძღვრიშვილის ქ. #121. (პროექტი)	136
ნახ. 57 მრავალფუნქციური კომპლექსი, ქ. თბილისი, გურამიშვილის ქ. #64. (მშენებარე).....	137
ნახ. 58 ქარვასლა, დადიანის # 7.....	142
ნახ. 59 თბილისი მორნინგ რიაზი, გელოვანის #1.....	143
ნახ. 60 ავტაუნ თბილისი.....	143

ნახ. 61 ნიზა დელისი	144
ნახ. 62 თბილისი ცენტრალი	145

მადლიერება

მინდა დიდი მადლობა გადავუხადო ჩემი დისერტაციის სამეცნიერო ხელმძღვანელს, არქიტექტურის დოქტორს, პროფესორ თენგიზ მახარაშვილს, რომელიც თავის მრავალმხრივ ცოდნასა და გამოცდილებას მიზიარებდა როგორც ასპირანტურაში სწავლის პერიოდში, ისე სადისერტაციო ნაშრომის მომზადების ყველა ეტაპზე. მეხმარებოდა ნაშრომის სტრუქტურული, მეთოდური და სხვა საკითხების გადაწყვეტაში.

მადლიერება მინდა გამოვხატო არქიტექტურის, ურბანისტიკისა და დიზაინის ფაკულტეტის პროფესორ-მასწავლებლებისადმი, რომლებსაც დიდი წვლილი მიუძღვით, თითქმის ათი წლის მანძილზე, ჩემი როგორც არქიტექტორის ჩამოყალიბებაში.

არქიტექტორი გიორგი მუხიაშვილი

შესავალი

პრობლემის აქტუალობა. უკანასკნელ წლებში მიმდინარე ცვლილებების შედეგად, კერძოდ საბაზრო ეკონომიკის განვითარების პარალელურად, სულ უფრო აქტუალური ხდება სავაჭრო და მომსახურების ქსელის როლი თანამედროვე სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პირობებში. თბილისის მოსახლეობის დასაქმებისა და შემოსავლის წყარო ბოლო წლების განმავლობაში ძირითადად სავაჭრო ურთიერთობები იყო. შესაბამისად ხდება სავაჭრო ქსელის როლის ზრდა ქალაქის სტრუქტურაში და მისი განვითარებისთვის დამახასიათებელი პრობლემატიკის წარმოჩინება.

საბჭოთა ტოტალიტარულმა, მბრძანებლურ ადმინისტრირებულმა სისტემამ თავისი გავლენა მოახდინა თბილისის ურბანულ განვითარებასა და ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ევოლუციურად წარმართვაზე. კერძო საკუთრების გაუქმებამ, ვაჭრობის სივრცის ჩაკეტვამ, მთლიანად სისტემის ადმინისტრირებამ, ფაქტიურად 70 წლით გაწყვიტა XX საუკუნის დასაწყისში მიმდინარე კაპიტალისტურ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პროცესი. შედეგად მივიღეთ საბჭოთა პერიოდში ჩამოყალიბებული მომსახურების საფეხურეობრივი სისტემა, რომელიც იყო ხისტი და არ ჰქონდა ის ახალი სოციალურ-ეკონომიკური სივრცისთვის ესოდენ აუცილებელი ელასტიურობა.

1990-იანი წლებიდან მოყოლებული, პოლიტიკური ფორმაციის ცვლილებების, სამოქალაქო ომის, სოციალურ-ეკონომიკური ძვრების ფონზე მიმდინარე პროცესებმა ქვეყანა მეტად მძიმე მდგომარეობამდე მიიყვანა. წარმოიშვა პრობლემების ფართო სპექტრი, რომელთა გადაჭრა ძალზე რთული იყო. ამ პერიოდის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პრობლემასა და ამავე დროს დედაქალაქის უმუშევრად დარჩენილი მოსახლეობის ერთადერთ გამოსავალს სტიქიური გარე ვაჭრობა წარმოადგენს.

საქართველოში დამოუკიდებლობის აღდგენასთან ერთად შეიცვალა ქვეყნის პოლიტიკური და სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა. დაიწყო

საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლის მტკივნეული პროცესი, რამაც პირდაპირი გავლენა იქონია როგორც ქვეყნის, ასევე თბილისის ურბანულ და არქიტექტურულ-სივრცობრივ განვითარებაზე, სავაჭრო ქსელის ფორმირებაზე. ვაჭრობისა და მომსახურების მსხვილმა ობიექტებმა ერთ-ერთი ძირითადი ქალაქთმფორმირებელი როლი შეასრულა და რიგ შემთხვევებში განსაზღვრა კონკრეტული უბნის პრესტიჟი. ნაშრომში ნაჩვენებია თუ როგორ იცვლებოდა და ხდებოდა სოციალურ-ეკონომიკური მოთხოვნებიდან გამომდინარე ახალი სავაჭრო ობიექტების ტიპებისა და შესაბამისად ქსელის ფორმირება ქ. თბილისში, აგრეთვე დასავლეთსა და პოსტსაბჭოთა ქვეყნებში.

კვლევის მიზანი: ქ. თბილისში ისტორიულ და თანამედროვე განვითარების ეტაპებზე მიმდინარე ვაჭრობის ქსელის ფორმირებისა და ამ პროცესში წარმოქმნილი პრობლემების შესწავლა და გაანალიზება. მსხვილი სავაჭრო ობიექტების კლასიფიკაცია და მიმდინარე ახალი ტენდენციების განსაზღვრა.

მეცნიერული კვლევის ამოცანებია:

- თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების ისტორიული გამოცდილების შესწავლა-ანალიზი;
- ქ. თბილისის ცენტრალურ ნაწილში ვაჭრობისა და მომსახურების მსხვილი ობიექტების დისლოკაციის პრობლემების განსაზღვრა;
- თბილისში არსებული სავაჭრო ობიექტების კლასიფიკაცია უცხოურ გამოცდილებაზე დაყრდნობით;
- სავაჭრო ქსელის განვითარების უახლესი ტენდენციების გამოვლენა.

სადისერტაციო კვლევის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები შედგება რამდენიმე თანმიმდევრული ეტაპისაგან, მოიცავს არსებული სამეცნიერო, საპროექტო, კონცეპტუალური, განხორციელებული პროექტებისა და სხვა მასალების შესწავლას, სოციოლოგიურ კვლევას, ვიზუალურ დაკვირვებას, კომპიუტერულ-გრაფიკულ ანალიზს.

კვლევის ძირითადი ობიექტი და საგანია უკანასკნელ წლებში თბილისის სავაჭრო ქსელში მიმდინარე ცვლილებები, ვაჭრობისა და მომსახურების მსხვილი ობიექტები. მათი არქიტექტურული და ქალაქთგეგმარებითი გადაწყვეტა.

კვლევის მეცნიერული სიახლეს წარმოადგენს ახალ სოციალურ-ეკონომიკურ პირობებში საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის მიმდინარე ეტაპზე გაანალიზებული და გამოვლენილი ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების თავისებურებები და განვითარების ძირითადი მიმართულებები.

ნაშრომის პრაქტიკული ღირებულებაა კვლევის შედეგად მიღებული დასკვნები და რეკომენდაციები, რომლებიც შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირებისა და მსხვილი სავაჭრო ობიექტების პრიორიტეტული მიმართულებების განსაზღვრისათვის.

ნაშრომის აპრობაცია: სადისერტაციო ნაშრომის ძირითადი დებულებები და შედეგები გამოქვეყნებულია სამეცნიერო სტატიების სახით. ასახულია თბილისში დაპროექტებულ, აშენებულ და მშენებარე ვაჭრობისა და მომსახურების ობიექტებში.

დისერტაციის სტრუქტურა და მოცულობა. ნაშრომი შედგება შესავლის, სამი თავის, დასკვნების, გამოყენებული ლიტერატურის ჩამონათვალის, სქემების, ცხრილებისა და ილუსტრაციებისაგან. დისერტაციის ტექსტური ნაწილი მოიცავს 156 კომპიუტერზე ნაბეჭდ გვერდს, 62 ილუსტრაციას. გამოყენებული ლიტერატურა შედგება 32 დასახელებისგან.

ლიტერატურის მიმოხილვა

დისერტაციაში განხილულია თემის გარშემო საქართველოში გამოქვეყნებული შემდეგი სამეცნიერო ნაშრომები:

- ბერიძე ვ., თბილისის ხუროთმოძღვრება 1801-1917 წლები. თბილისი, 1963 წ.

წიგნში განხილული და გაანალიზებულია მე-19 საუკუნეში თბილისში არსებული დუქნებისა და ქარვასლების არქიტექტურა (გეგმების, ფსადების სახით) და აღნიშნულია ამ პერიოდში სავაჭრო ქსელის ფორმირების მიმართულებით არსებული ტენდენციები.

- კვიციანი თ., ძველი თბილისის ქუჩებსა და ქუჩაბანდებში. თბილისი, 1989 წ.

წიგნში მოცემულია ძველი თბილისის განვითარების ისტორიული მიმოხილვა. განხილული და აღწერილია ამ პერიოდში არსებული სავაჭრო ქსელის შემადგენელი ელემენტები: დუქნები, მოედნები, ბაზრის ტიპები.

- თბილისის ურბანული რეაბილიტაციის ძირითადი საკითხები, რედაქტორი დ.თუმანიშვილი. თბილისი, 2001 წ. 135 გვ.

ნაშრომში განხილულია მნიშვნელოვანი და აქტუალური საკითხები, რომლებიც ეხება თბილისის განვითარების სხვადასხვა ეტაპებს. მოცემულია ქალაქის დახასიათება: ადმინისტრაციული დაყოფა, ისტორიული დაცვის ზონა, მისი უბნებისა და ცენტრის განვითარების ტენდენციები და სოციალურ-ეკონომიკური მაჩვენებლები, განხილულია ქალაქის უბნების სოციალურ-ეკონომიკური დახასიათება, გაანალიზებულია საბჭოთა და პოსტსაბჭოთა პერიოდების ურბანული რეაბილიტაციის საკითხები.

- გვ.ამირეჯიბი, ვ.აფციაური, გ.ბერიძე, თ.გუგუშვილი, ვლ. ვარდოსანიძე, მ.თუმანიშვილი, ზ. კიკნაძე (რედაქტორი გ. ბერიძე). თბილისის ქალაქთმშენებლობითი განვითარების მეთოდოლოგიური პრობლემები, თბილისი, 2003 წ. 288 გვ.

ნაშრომში გაშუქებულია დღესდღეობით ნაკლებად დამუშავებული და აქტუალური საკითხები, რომელიც მნიშვნელოვანია თბილისის ახალი

გენერალური გეგმის შედგენისათვის. განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილებულია ისეთ საკითხებზე, როგორცაა: ქ. თბილისის დემოგრაფიული განვითარების კონცეფცია, ქალაქთმშენებლობითი განვითარების მემკვიდრეობითობა, თბილისის ქალაქმშენებლობითი ზონირება; გენგეგმის ადგილი და მნიშვნელობა ქალაქის ურბანული განვითარების სისტემაში; თბილისის საგარეუბნო ზონის დაგეგმარების თავისებურებანი და მისი ეკოლოგიური მდგომარეობა; მოსახლეობის მონაწილეობა ქალაქგანვითარების პროცესში და ა.შ.;

- გ. სალუქვაძე. ქალაქთმშენებლობითი ეკოლოგია. სტუ. თბილისი, 2007 წ.

ნაშრომში განხილულია ქალაქთმშენებლობითი ეკოლოგიის მნიშვნელოვანი და აქტუალური პრობლემები. აქცენტი გაკეთებულია თბილისის ქალაქთმშენებლობითი განვითარების კონცეფციის ანალიზზე; ქალაქის გარემოს ჩამოყალიბების ტრადიციებსა და მათ ეკოლოგიურ ინტერპრეტაციებზე; ქალაქთმშენებლობითი პროექტირების კომპლექსური საშუალებებით ეკოლოგიური წონასწორობის აღდგენისა და შენარჩუნების საკითხებზე.

- გ. ბერიძე, ვ. დავითაია, ზ. კვიციანი, ვ. კლიმიაშვილი, ბ. მამინაიშვილი, ნ. ნაცვლიშვილი, გ. სოსელია, გ. შავდია, თ. ჯეირანაშვილი (რედაქტორი გ. ბერიძე). თბილისის ქალაქთმშენებლობითი განვითარების მეთოდოლოგიური პრობლემები, წიგნი მესამე, თბილისი, 2005 წ., 264 გვ.

ნაშრომში მნიშვნელოვანი ადგილი ეთმობა ისეთი აქტუალური საკითხების ანალიზს, როგორებიცაა: თბილისის ტერიტორიალურ-სივრცითი განვითარების დაგეგმვა; მისი აგლომერაციების, საზოგადოებრივი ცენტრის ფორმირების, ქალაქის ტერიტორიის ქალაქთმშენებლობითი ღირებულების დადგენა. განხილულია აგრეთვე: ქალაქის ცალკეული რაიონებისა და უბნების არქიტექტურულ სივრცობრივი ორგანიზაციის საპროექტო წინადადებები; თბილისის ურბანული განვითარების კონცეფციაზე გამოცხადებული კონკურსის შედეგები და ა.შ.

- შავიშვილი ნ., ქართული არქიტექტურის ამჟამინდელი ანალიზის ცდა. კამარა #1(4)., 2005 წ.

სტატიაში განხილულია ის პრობლემატური საკითხები, როგორცაა 90 -იანი წლებიდან მოყოლებული საზოგადოებრივი სივრცის გასხვისების ტენდენცია, ხშირ შემთხვევაში კომერციული დანიშნულებით.

აღსანიშნავია ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირებასთან დაკავშირებით არსებული უცხოური ლიტერატურული წყაროები და გლობალური ქსელის საშუალებით მოპოვებული ინფორმაცია:

- Geist, J.F. (1989). Arcades – The History of a Building Type, 3rd edn. Massachusetts Institute of Technology Press.
- Pevsner, N. (1976). A History of Building Types. Thames and Hudson.
- International Council of Shopping Centres (New York). A Brief History of Shopping Centres.

ნაშრომებში განხილულია დასავლეთ ევროპის ქვეყნებისა და ამერიკის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების ისტორიული რეტროსპექტივა. გაანალიზებულია მსხვილი სავაჭრო ობიექტების განვითარების ისტორიული და თანამედროვე მიმართულებები.

- <http://www.useit.com/alertbox/990207.html>, უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 5.05.2010

აღნიშნული ვებ-გვერდზე სოციოლოგიური კვლევის სახით მოცემულია გლობალური ქსელის საშუალებით განხორციელებული შესყიდვების ძირითადი მიზეზები.

აღნიშნული თემის კონტექსტში, კერძოდ ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების ბრობლემატიკასთან დაკავშირებით დაცულია შემდეგი დისერტაციები:

- ქობლაძე ნ., გარე ვაჭრობის საკითხები ურბანულ გარემოში და მისი არქიტექტურულ-სივრცითი ორგანიზაცია (2006 წ.).

სადისერტაციო ნაშრომის კვლევის მიზანს წარმოადგენს ურბანულ გარემოში (თბილისის მაგალითზე) გარე ვაჭრობის არქიტექტურული სახის

ორგანიზებისათვის საერთო კონცეფციის, რეკომენდაციებისა და წინადადებების შემუშავება, რაც აუცილებელია გარე ვაჭრობისა და შესაბამისი მცირე არქიტექტურული ფორმების შექმნისათვის. კვლევის ობიექტია თბილისის ტერიტორიაზე გარე ვაჭრობის ობიექტების არქიტექტურულ-სივრცითი ორგანიზება, განთავსება და მათთვის საჭირო მცირე არქიტექტურული ფორმების ჩამოყალიბება და მათი ფუნქციური დიზაინი.

- მალალურაძე მ., მრავალფუნქციური კომპლექსების ხუროთმოძღვრება მთიან პირობებში (2002 წ.).

დისერტაციაში განხილულია მრავალფუნქციური კომპლექსების კლასიფიკაცია, მათ შორის სავაჭრო ცენტრების. გაანალიზებულია ის ძირითადი ცვლილებები, რაც დამახასიათებელია რთულ რელიეფზე მათი განთავსების შემთხვევაში. მიღებული მათემატიკური და გეომეტრიული ანალიზის შედეგები მოცემულია ცხრილების სახით.

- ღამბაშიძე ც., თბილისის საქალაქო სავაჭრო ცენტრები (1975 წ.).

გამოვლენილია ძირითადი მოთხოვნები მომსახურების ქსელის გეგმარებითი ორგანიზაციისათვის და ის ქალაქთგეგმარებითი წანამძღვრები, რომლებიც გავლენას ახდენს თბილისის სავაჭრო ცენტრების ფორმირებაზე. განსაზღვრულია საქალაქო სავაჭრო ცენტრების განთავსების ადგილები ქალაქის ტერიტორიაზე, მომსახურების ობიექტთან მისასვლელი დროის დანახარჯისა და ამ ობიექტთა მიმართ განსახლებულთა რაოდენობის ფაქტორების გათვალისწინებით, ასევე საქალაქო მნიშვნელობის სავაჭრო-საყოფაცხოვრებო დაწესებულებათა საერთო სიმძლავრეებისა და ქალაქის გეგმარებით რაიონებად დაყოფის პროცენტული შეფარდება. აგრეთვე განსაზღვრულია საქალაქო სავაჭრო ცენტრების შემადგენლობაში შემავალი დაწესებულებების სიმძლავრეები.

- სიხარულიძის ვ., IV სამშენებლო-კლიმატური ზონის ქალაქების ბაზრების ქსელის დაპროექტების ძირითადი დებულებები და საკითხების კვლევა (1971 წ.).

ეხება: ქალაქმშენებლობითი მაჩვენებლის განსაზღვრას ბაზრის ქსელის გამოსათვლელად; ბაზრების ქსელის რაციონალური სტრუქტურისა და ბაზრების ტიპების ოპტიმალური ნომენკლატურის დადგენას.

- მალაღურადის ჯ. სავაჭრო ცენტრები საქართველოს ქალაქებში მასობრივი მშენებლობისათვის.

განხილულია სავაჭრო-საყოფაცხოვრებო მომსახურების ყველაზე მთავარი, ნაკლებად ან თითქმის სრულიად შეუსწავლელი, საქართველოს ქალაქების თავისებურებებთან დაკავშირებული საკითხები მათი სიმძლავრეების დასადგენად და ტიპური სავაჭრო ცენტრების არქიტექტურული დაპროექტების საფუძვლების გამოსავლენად.

თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ 1970-იან წლებში ჩატარებული სამუშაოები შესრულებული იყო მკაცრი გეგმური ეკონომიკის პირობებში, როდესაც თავისუფალი ვაჭრობის ცნება ქვეყანაში არ არსებობდა, ყველაფერი ემორჩილებოდა წინასწარ დადგენილ ნორმატიულ მაჩვენებლებს.

1. თავი ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების ისტორიულ-რეტროსპექტული ანალიზი

1.1. სავაჭრო მომსახურების ქსელის როლი ქ. თბილისის ჩამოყალიბებასა და განვითარებაში

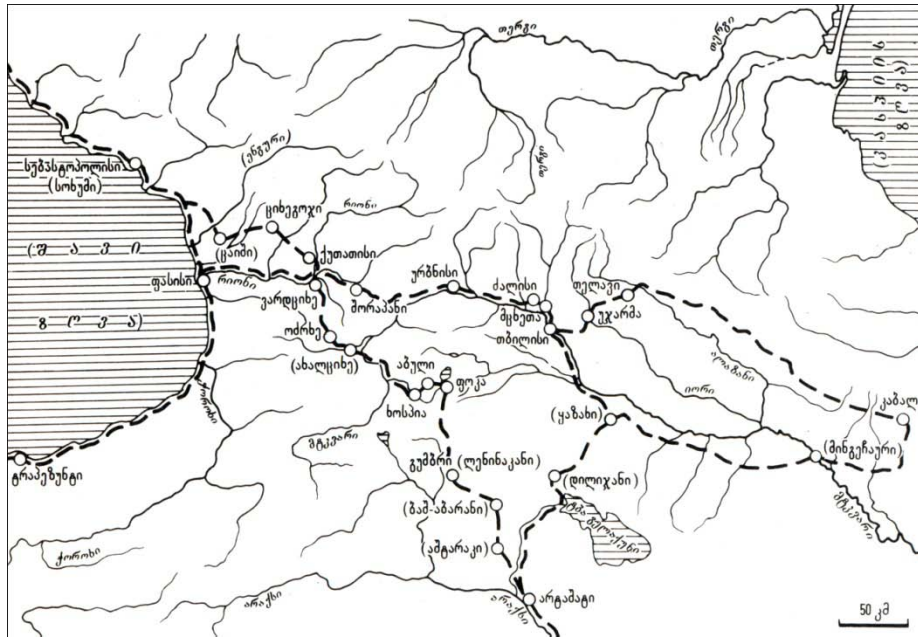
საქართველო საუკუნეების განმავლობაში იყო ისტორიულად არსებული სახმელეთო, საზღვაო და სამდინარო საერთაშორისო სავაჭრო გზათა სისტემის შემადგენელი ნაწილი. ჯერ კიდევ ბრინჯაოს ხანაში (ძვ. წ. III-II ათასწლ.) კავკასიის მეშვეობით ხორციელდებოდა კავშირები ძვ. აღმოსავლეთ სამყაროსა და ევროპულ ტერიტორიათა მოსახლე ხალხებს შორის, ხდებოდა ტექნიკურ და კულტურულ მიღწევათა გაზიარება. მაგრამ მაშინ ამ ურთიერთობებს არარეგულარული ხასიათი ჰქონდა.

ანტიკური ხანიდან ამიერკავკასიის ტერიტორიაზე გადიოდა საკმაოდ მნიშვნელოვანი სავაჭრო-სატრანზიტო გზა, რომელიც მცირე აზიიდან მოემართებოდა და სომხეთის დედაქალაქ არტაშატის გავლით მცხეთამდე აღწევდა, აქედან კი არაგვის ხეობით ჩრდილო კავკასიაში გადადიოდა.

სავაჭრო ეკონომიკური ურთიერთობა აღმოსავლეთსა და დასავლეთს შორის ადრინდელ ქრისტიანულ ხანაშიც ვითარდებოდა. ამიერკავკასია ჩართული იყო საერთაშორისო ვაჭრობაში. ამას ადასტურებს IV ს. II ნახ. რომელი გეოგრაფის კასტორიუსის მიერ შედგენილი „მსოფლიო საგზაო რუკა“, რომელიც ცნობილია „Tabula Peutingeriana“-ს სახელწოდებით. (ნახ. 1)

სხვა დასახლებულ პუნქტებსა და ქალაქებს შორის, რომელზეც გადიოდა სავაჭრო გზა, დატანილია თბილისიც. სავაჭრო-სატრანზიტო გზები დასახლებების გაჩენისა და მათი განვითარების ერთ-ერთი ძირითადი განმაპირობელი ფაქტორი იყო [1].

თავისი გეოგრაფიული მდებარეობით თბილისი მეტად მნიშვნელოვანი სტრატეგიული პუნქტი იყო. იგი სამხრეთიდან კეტავდა მტკვრის ხეობას და კონტროლს უწევდა აქ გამავალ სავაჭრო გზას.



ნახ. 1 ამიერკავკასიის სავაჭრო სატრანზიტო გზები IV-VI სს. (პევტინგერის ტაბულის მიხედვით)

ქართულ მატთანეში თბილისი პირველად IV საუკუნეში მოიხსენება. ადრე შუა საუკუნეებში მას ჰქონდა ციხე-ქალაქის სტატუსი და შედგებოდა ორი ძირითადი ნაწილისაგან: უძველესი დასახლებისა, კერძოდ, თბილისისა და გამაგრებული ტერიტორიის-კალასგან. (ნახ. 2)

საქართველოში ფეოდალური ურთიერთობის განვითარება ხელს უწყობს თბილისის ციხე-ქალაქის თანდათან ქალაქად, სავაჭრო-სახელოსნო ცენტრად გადაქცევას.

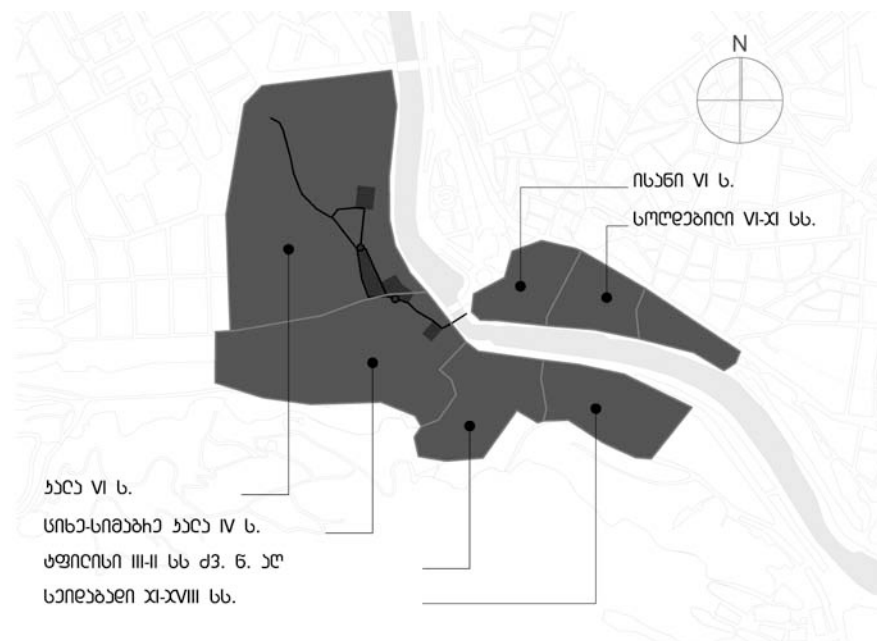
თბილისში სატახტო ქალაქის გადმოტანის აზრი მეფე ვახტანგ გორგასალს ეკუთვნის. VI საუკუნის დასაწყისში, ვახტანგ გორგასალის მემკვიდრის დაჩის მეფობის ხანაში, მცხეთა სატახტო ფუნქციებს თბილისს უთმობს და ის ხდება საქართველოს დედაქალაქი.

მდინარე მტკვრის კალაპოტი თავიდანვე იყო თბილისის დაგეგმარების მათორგანიზებელი ელემენტი-მთლიანად მისი განაშენიანების, სახელდობრ კი მაშინდელი საზოგადოებრივი ცენტრის (ახლანდელი სიონისა და შავთელის ქუჩების გასწვრივ იყო თავმოყრილი ადმინისტრაციული და სავაჭრო ობიექტები) ღერძი. ბუნებრივმა ფაქტორებმა და კერძოდ, ახლომდებარე მთებმა განაპირობეს თბილისის

განვითარების ხაზოვანი სტრუქტურა, რომელიც ქალაქმა მიუხედავად მისი მნიშვნელოვანი ზრდისა საუკუნეების მანძილზე, დღემდე შეინარჩუნა.

VIII-X სს-ში თბილისი არაბთა ხელშია. არაბებმა იგი ჩრდილოეთის მთავარ დასაყრდენ პუნქტად აქციეს და თავისი მოხელის, ამირას რეზიდენციად გახადეს. ამ დროს თბილისი სხვადასხვა წერილობით წყაროებში იხსენიება როგორც „დიდებული დედაქალაქი“.

თბილისი არაბთა ბატონობისაგან მეფე დავით IV აღმაშენებელმა 1122 წ-ს გაანთავისუფლა. ამიერიდან თბილისი საქართველოს გაერთიანებული ფეოდალური სახელმწიფოს პოლიტიკური და კულტურული ცენტრი ხდება და სწრაფ ზრდა-განვითარებას იწყებს. (ნახ. 2)



ნახ. 2 თბილისის განვითარების სქემა XIX საუკუნემდე

XII-XIII სს-ში თბილისი ახლო აღმოსავლეთის ერთ-ერთი ძლიერ და კეთილმოწყობილ ქალაქს წარმოადგენდა. იგი საერთაშორისო სავაჭრო ურთიერთობის უმნიშვნელოვანესი ცენტრი იყო. განვითარებული ვაჭრობა-ხელოსნობის წყალობით მას დიდი შემოსავალი შემოჰქონდა საქართველოს მეფეების ხაზინაში.

XIII ს-ის 30-იანი წლებიდან მოყოლებული, XVIII ს-ის დასასრულამდე თბილისმა უცხოელ დამპყრობელთა რამდენიმე გამანადგურებელი შემოსევა განიცადა. ქვეყნის ეკონომიკური დაქვეითება,

დაუსრულებელი რბევა თავის კვალს თბილისსაც ამჩნევს. XV – XVI სს-ში იგი გაცილებით მცირეა ტერიტორიითაც და მოსახლეობითაც, ვიდრე XIII-ში [2].

XVII საუკუნის მოგზაურის ჟან შარდენის მიხედვით, თბილისი აღმოსავლეთის ერთ-ერთი ულამაზესი ქალაქია. „თბილისში რამდენიმე ლამაზი საკრებულო შენობაა, ბაზრები ე.ი. სავაჭრო ადგილები, არის დიდი, ქვით ნაშენი და კარგად მოვლილი. ასეთივეა ქარვასლებიც-უცხოელების საცხოვრებელი ადგილები. დუქნები კიდევ უფრო უკეთესად არის ნაგები და კარგად მოვლილი. ისინი განლაგებულია დიდი მოედნის ახლოს, გორაკზე.

მთავრის სასახლე, უდავოდ, თბილისის ერთ-ერთი მშვენიერებაა. მას აქვს დიდი დარბაზები, რომლებიც მდინარისა და სასახლის უზარმაზარ ბაღებს გადასცქერიან. აქვეა ყუაშხანები, რომლებშიაც მრავალი სხვადასხვანაირი ფრინველია, მწევარ-მეძებრების დიდი სადგომი და ისეთი მშვენიერი საბაზიერო, უკეთესს რომ ვერაფერს ნახავს ადამიანის თვალი. ამ სახლის წინ კვადრატული მოედანია, სადაც ათასამდე ცხენი დაეტევა. მას გარს არტყია დუქნები და ბოლოვდება გრძელი ბაზრით, რომელიც სასახლის კარიბჭის პირდაპირაა. ბაზრის ზემოდან საუცხოო სანახავია მოედანი და სასახლის ფასადი“ [3].

საინტერესოა სავაჭრო ობიექტების განვითარება. უკვე შუასაუკუნეთა საქართველოში არსებობდა ფუნდუკები-ქარვასლის ხასიათის ნაგებობანი, რომლებშიაც „მგზავრებს შეეძლოთ თავშესაფარი ემოვით და საქონელიც დაეყენებინათ“. ეს ტერმინი უკვე IX – XII სს. წერილობით ძეგლებში ხშირად იხსენიება. ფუნდუკს „განსაკუთრებული მნიშვნელობა ჰქონდა... მაშინდელი მიმოსვლის, ურთიერთობისა და ეკონომიური აღებ-მიცემობის საქმესთან დაკავშირებული მოღვაწეობისათვის. ამით აიხსნება, რომ თამარმა... ჯავახეთიდან თრიალეთში გადასასვლელ უღელტეხილზე ორი ფუნდუკი ააგებინა: ერთი ქედს იქით, ერთი ქედს აქეთ“[4]. ძველ სოფ. ფარვანში (ფარავნის ტბასთან) დარჩენილი ნანგრევები გვიჩვენებს, რომ

ფუნდუკის გეგმას უკვე მაშინ ედო საფუძვლად ის სქემა, რომელიც შემდგომშიაც, საუკუნეთა მანძილზე, არსებითად აღარ შეცვლილა. დამახასიათებელია, რომ გარედან ფუნდუკი ყრუ კედლებით იფარგლება: მას ერთი დიდი შესასვლელი აქვს, მისი „ცხოვრება“ მთლიანად შიგნითაა ჩაკეტილი. იმდროინდელი ქართული ფუნდუკების შესასწავლად მასალა მცირე გვაქვს, მაგრამ უეჭველია, სხვებიც ფარავნის ნაგებობის ტიპისა იყო.

გვიანფეოდალურ ხანაში სახელწოდება ფუნდუკს ირანიდან შემოსული ქარვანსარაია, შემდეგ კი ქარვასლა ცვლის. ცნობები ქარვასლების შესახებ ბევრია. ჯერ მკვლევარ ფ. გორგიჯანიძეს აქვს ნაამბობი, რომ „როსტომ მეფემ განჯის გზაზე, გატეხილ ხიდს ზეით, დებედაზე... სოფელი და ქარვანსარაია ააშენა, რომ მგზავრი არ გაისარჯოს, სადგომი და საჭმელი მზად დახვდეს“ [5]. აქ ქარვასლის ფუნქციაც გარკვევითაა მითითებული. მაგრამ ქარვასლები არა მარტო გზებზე შენდებოდა; მათ განსაკუთრებული მნიშვნელობა ჰქონდათ ქალაქებში, სავაჭრო ცენტრებში, სადაც საქონელი შორეული კუთხეებიდან და ქვეყნებიდანაც კი მოდიოდა. XVII – XVIII სს. თბილისში რამდენიმე ქარვასლა ჩანს.

თბილისის ვახუშტისეულ გეგმაზე იხსენიება თბილელის ქარვასლა (სიონის გვერდით), რომელიც როსტომ მეფის აშენებული უნდა ყოფილიყო, მელიქის ქარვასლა იმავე უბანში, „მეფის ფუნდუკი“ და სხვ... პლ. იოსელიანის ცნობით, XVII ს-ის დიდი, 80-ოთახიანი, ქარვასლა მდგარა იმ ადგილას, სადაც შემდეგ ზუბალაშვილის სახლი (სასულიერო სემინარია) აშენდა. ქარვასლები აღნიშნულია რუსების მიერ XVIII ს-ის მიწურულს და XIX -ის მიჯნაზე შედგენილ გეგმებშიაც.

აღა-მაჰმად-ხანის მიერ თბილისის აოხრების დროს (1795 წ.) ქარვასლებიც დაზიანდა (1815 წ. ერთი საბუთით, თბილელის ქარვასლა მაშინ ჯერ კიდევ დანგრეული იყო). სანამ ქვეყნის ეკონომიკური ცხოვრება კალაპოტში ჩადგებოდა, მათი მნიშვნელობაც დაქვეითებული იყო. ზოგმა ძველმა ქარვასლამ, როგორც ჩანს, XIX ს-შიაც გადმოაღწია, მაგრამ მალე,

ახალ მოთხოვნილებებთან შეფარდებით, მათი რეკონსტრუქცია გახდა საჭირო, შემდეგ კი ძველებს ახალი ქარვასლებიც მიემატა [6].

XVIII-ის დამდეგს თბილისის როლი საქართველოს ეკონომიკურ და კულტურულ ცხოვრებაში საგრძნობლად გაიზარდა. ცნობილი გეოგრაფის და ისტორიკოსის ვახუშტი ბაგრატიონის მიერ 1735 წელს შედგენილი გეგმის მიხედვით კალას ტერიტორიაზე ე.წ. ციხის უბანში, ანუ სასახლის უბანში, თავმოყრილი იყო არისტოკრატია. მეორე რაიონი ვაჭარ-ხელოსანთა უბანია, რომლის რიგები (ქუჩები) მოსახლეობის საქმიანობის მიხედვით იყოფოდა და სათანადო სახელწოდებას ატარებდა. ასე, მაგალითად, იყო „მჭედლების უბანი“, „ზარაფხანის უბანი“, „აბანოს უბანი“, „ოქროს მჭედლობის ბაზარი“.[2]

XVIII საუკუნის დამდეგისათვის თბილისი უკვე ხელოსნობით დაწინაურებული და მდიდარი საგარეუბნო სოფლებით გარშემორტყმული ქალაქია. იგი მახლობელი აღმოსავლეთის ქვეყნების საქონლის მიმღებიცაა და მიმწოდებელიც. თბილისზე გადიოდა და მის მრავალრიცხოვან სავაჭრო სადგომებში - ქარვასლებში საწყობდებოდა გასაყიდი საქონელი, რომელიც ქარავენებს დასავლეთიდან აღმოსავლეთისაკენ და პირუკუ მიჰქონდათ. ვაჭრობის გაჩაღებას ხელს უწყობდა საქარავნო გზების აღდგენა-განახლება და აბრაგებისაგან მათი დაცვა.[7]

ფეოდალური თბილისში კერძოდ კალაში თავისი ზომებითა და დანიშნულებით ორი მოედანი იყო: ერთი - ქვემო უბანში-ციხის ან თათრის მოედანი („შაითანბაზარი“) ისნის ხიდის სიახლოვეს, დღევანდელი გორგასლის მოედნის ადგილზე, მეორე კი - ბატონის ან მეფის მოედანი ანჩისხატსა და სიონს შორის დაახლოებით ტოლ მანძილზე, ზემოთ მოყვანილი არტერიის შუაწელზე მდებარეობდა (ნახ. 4). ბატონის მოედნის საწინააღმდეგო მხარეზე კი (აწინდელი ერეკლეს და სიონის ქუჩები) ძირითადად სავაჭროები, სახელოსნოები და ქარვასლები მდებარეობდა.

მოედნის დასავლეთი მხარე დუქნების რიგს ეკავა, სადაც სამხედრო საქურველითა და იარაღით ვაჭრობდნენ. ალექსანდრე პიშჩევის მიერ

შედგენილ თბილისის 1785 წლის გეგმაზე (ნახ. 3) ნაჩვენებია „მეჩახმახეთა და ზეინკალთა დუქნები“.



ნახ. 3 ალექსანდრე პიშჩევიჩის (1785წ.) გეგმის საფუძველზე მოდელირებული ვაჭრობის და მომსახურების ქსელი.

დუქნების რიგის უკან ვრცელი საცხოვრებელი კვარტალი ყოფილა განლაგებული. მოედნის სამხრეთი მხარის შუა ადგილზე ამოყვანილ თაღში კარიბჭე იყო მოწყობილი, რომელიც ღამე იკეტებოდა. თაღის მიღმა, ახლანდელი ერეკლეს ქუჩის გასწვრივ იწყებოდა **რასტაბაზარი** (სპარსული სიტყვაა და გულისხმობს ერთ ხაზზე განლაგებულ სავაჭროებს, მოედანზე თავმოყრილ დუქნებისაგან - „ჩორუსაგან“ განსხვავებით). თბილისის რასტაბაზარი ბატონის მოედნის კარიბჭესთან იწყებოდა და ამჟამინდელი ერეკლეს და სიონის ქუჩები ეკავა. შარდენი ამ ქუჩას „გრძელ ბაზარს“ უწოდებდა. რასტაბაზარის აღმოსავლეთი მხარე ძირითადად სარაჯხანას ეკავა, ხოლო მოპირდაპირე მხარე - ხარაზხანას, თუმცა სხვა სახის დუქნებიც

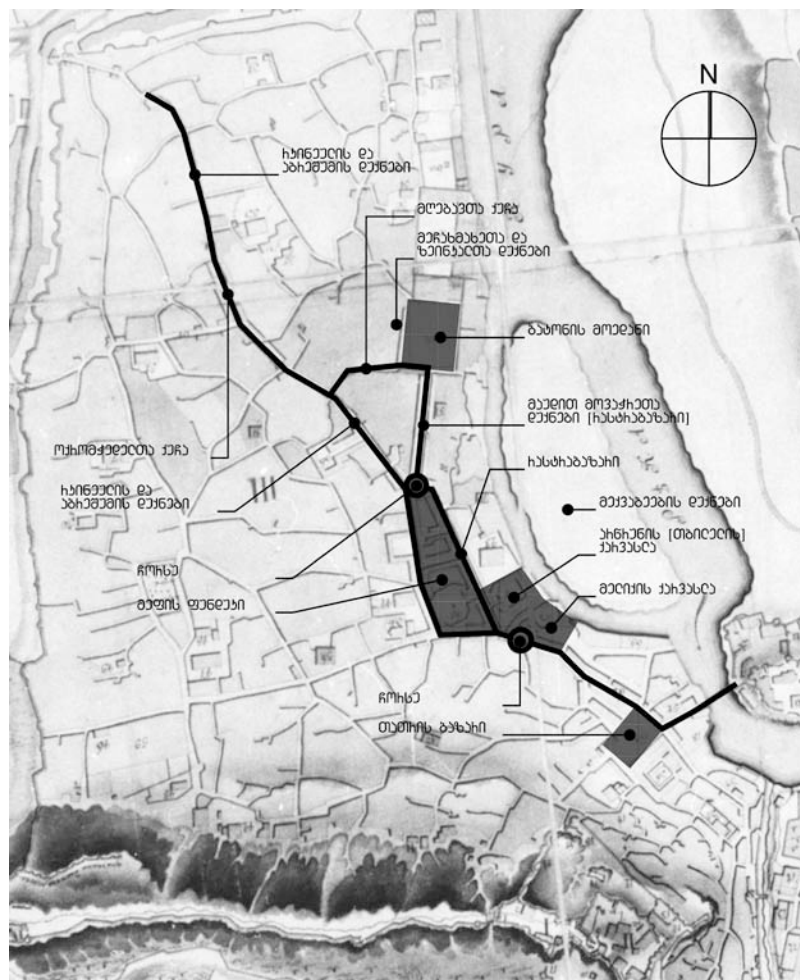
იყო. სარაჯხანა ცხენის აკაზმულობის დამამზადებელთა რიგებს ერქვა, ხარაზხანა კი - ფეხსაცმლის მკერავთა, ხარაზების რიგს. სწორედ ე.წ. „დიდი ხარაზხანა“ მდებარეობდა რასტაბაზარში ქუჩის იმ მონაკვეთზე, რომელიც უშუალოდ ბატონის მოედანთან იწყებოდა. სიონის ქუჩის ნაწილის ორთავ მხარე ჭონხანას (მექუდეების რიგებს) ეკავა.

ჩორსუ ეწოდებოდა დახურულ სავაჭრო მოედანს, სადაც, რასტაბაზრისგან განსხვავებით, სხვადასხვა დარგის ვაჭარ-ხელოსნები იყვნენ თავმოყრილნი. სპარსეთში გზების გადაკვეთაზე ბაზარი იმართებოდა და იგი გუმბათით იხურებოდა. ამგვარი ორი ჩორსუ თბილისშიც იყო. მცირე ჩორსუ ჭონხანის და ხარაზხანის გადაკვეთაზე (დღევანდელი ერეკლეს, სიონისა და ლესელიძის ქუჩების გადაკვეთაზე) მდებარეობდა. მეორე, „დიდი ჩორსუ“ რასტაბაზარის დასასრულს იყო, მელიქის ქარვასლის უშუალო სიახლოვეს, დაახლოებით სიონის ქუჩის ბოლოში. ორივე ჩორსუს კვალი ნათლად იკითება 1800 წლის გეგმაზე.

ზემო უბნის ქუჩების ქსელში, რასტაბაზრის გარდა, ძველ გეგმებზე მკვეთრად გამოირჩევა ზარგარხანა (ვერცხლის ქუჩა), რომელიც დიღმის კარის სიახლოვეს იწყებოდა და შუა ბაზარს უერთდებოდა მის შუა წელზე. ამ ქუჩაზე უმეტესად ოქრომჭედლების სახელოსნოები და ბინები იყო განლაგებული, თუმცა სხვა სახის დუქნებიც მდგარა.

ძველი თბილისის მეორე მნიშვნელოვანი მოედანი ქვემო უბანში, დღევანდელი გორგასლის მოედნის ადგილზე მდებარეობდა. თბილისის ამ ერთ-ერთ უძველეს მოედანს სხვადასხვა სახელი ჰქონდა: „ციხის მოედანი“ (ვინაიდან იგი ქვემო ციხეს ეკედლებოდა), „შეითანბაზარი“, „მეიდანის“, „თათრის მოედანი“. ამ უკანასკნელმა ბოლო დრომდე მოაღწია. ციხეში საუკუნეების მანძილზე სპარსელები და ოსმალები იდებდნენ ბინას. შემდეგშიც როცა დამპყრობლები გააძევეს, ამ უბნის მოსახლეობის დიდ ნაწილს სპარსელები შეადგენდნენ. ამან განაპირობა ხალხში მიღებული სპარსელების და ოსმალების განზოგადოებული სახელის - „თათრის“ გადატანა მოედნისაზე. თუ ბატონის მოედანი (თუ თანამედროვე

ტერმინოლოგიას მოვიშველიებთ) თავისებურ ადმინისტრაციულ და საზოგადოებრივ ცენტრს წარმოადგენდა, თათრის მოედანზე ძირითადად სურსათ-სანოვაგენი, სავაჭროები იყო განლაგებული. მოედანი მართკუთხა ფორმას ქმნიდა, მასში თავს იყრიდა მრავალი ქუჩა, რომლებიც მოედანს აკავშირებდა აბანოს კართან, შუა ბაზართან, ზარაფხანის უბანთან, რასტაბაზართან, კლდისუბანთან, მეტეხის ხიდთან. მოედნის ჩრდილო-დასავლეთი მხარე ალაფხანას (მარცვლეულით და ფქვილით მოვაჭრეთა რიგებს) ეკავა, მოპირდაპირე მხარე მეხაშეების რიგსა და მეფის დუქნებს, რომლებიც იჯარით იყო გაცემული სხვა პირებზე. (ნახ. 4)



ნახ. 4 ვახუშტი ბაგრატიონის (1735წ.) და ალექსანდრე პიშჩევიჩის (1785წ.) გეგმების საფუძველზე, ჩუიკოს (1800წ.) გეგმაზე მოდელირებული სავაჭრობის და მომსახურების ქსელი.

ციხის დიდი ეკლესიის წინ მენაბდეებისა და მექუდეების დუქნები („პატარა ქონხანა“) იყო განლაგებული. თათრის მოედანზე წარმოებული ვაჭრობის ერთ-ერთ ტრადიციას იოსებ გრიშაშვილი ასე გადმოქცევს: „თათრის მოედნის შუაგულში გამართული იყო ყაფანი - დიდი სასწორი, საიდანაც საქონელი მაცხოვრებლებსა და ვაჭრებს ურიგდებოდა. სოფლიდან მოსული საქონელი ჯერ ქალაქის მაცხოვრებლებს უნდა ეყიდათ და შემდეგ ქორვაჭრებს. სრულ 12 საათზე ბაირაღს დაუშვებდნენ და ეს იმას ნიშნავდა, რომ ამის შემდეგ უნდა დაწყებულიყო ვაჭართა და სოფლელთა აღებმცემობა“ [8].

უკვე აღვნიშნეთ, რომ ზოგიერთ ქუჩას მის გასწვრივ განლაგებული დუქნებისა თუ სახელოსნოების უმრავლესობის ხასიათის მიხედვით არქმევდნენ სახელებს. მაგალითად: ლილახანა (სამღებროს ქუჩა), თოფხანა (ბამბის რიგი ან ქუჩა), ნახშირის რიგი (ივერიის ქუჩა) და ა.შ. თბილისის განთქმულ ბაზრებში ხელოსნები და მედუქნეები საამქროების მიხედვით იყვნენ განლაგებულნი, იკავებდნენ რა გარკვეულ რიგს, ქუჩასა და ზოგჯერ - უბანსაც კი. ძველი დასახლებებიდან კალაში რამდენიმეა შემორჩა (ბამბის და რკინის რიგები, სამღებროს და ვერცხლის ქუჩები). მრავალ ომში გამოვლილი თბილისის ისტორიაში აღა-მაჰმად-ხანის 1795 წლის შემოსევა უკანასკნელი იყო, მაგრამ ერთ-ერთი ყველაზე დამანგრეველი. განადგურდა მთელი უბნები, სასახლეები, დიდი ნაგებობები [9].

ამრიგად, თბილისზე გამავალი სავაჭრო სატრანზიტო გზები უდიდეს ზეგავლენას ახდენდა დედაქალაქის განვითარებაზე და ქმნიდა მომსახურების უნივერსალურ ქსელს, რომელიც მისაღები იყო როგორც აზიიდან მომავალი ქარავნებისთვის, ასევე ევროპელი მოგზაურებისათვის. ამ პერიოდის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის შემადგენელი ელემენტებია:

- ღია ტიპის ბაზრები, რასტაბაზარი (ერთ ხაზზე განლაგებული სავაჭროები) და ჩორსუ (მოედანზე თავმოყრილი დუქნები);

- სახელოსნოები და დუქნები, რომლებიც ხშირ შემთხვევაში მთლიან ქუჩებს ქმნიდნენ;
- ფუნდუკები და ქარვასლები, რომლებშიაც „მგზავრებს შეედლოთ თავშესაფარი ეშვათ და საქონელიც დაეყენებინათ“.

1.2. ქ. თბილისში ვაჭრობის განვითარება XIX საუკუნესა და XX საუკუნის დასაწყისში

XIX საუკუნე და XX საუკუნის დასაწყისი ქ. თბილისის სავაჭრო ქსელის ფორმირების მნიშვნელოვანი პერიოდია. ამ დროს ხდება შუა საუკუნეებში ჩამოყალიბებული ვაჭრობის, ხელოსნობისა და მანუფაქტურის ჩანასახის განვითარება.

1795 წელს ირანის შაჰის აღა-მაჰმად-ხანის შემოსევის შედეგად თბილისი მთლიანად იქნა დანგრეული. აღსანიშნავია, რომ შემდგომ პერიოდში ქალაქის აღდგენა ძველ ნაფუძარზე მიმდინარეობდა. ამიტომ არის, რომ დღეისათვის ძველ თბილისში შუასაუკუნეობრივი ქუჩების ქსელია შემორჩენილი.

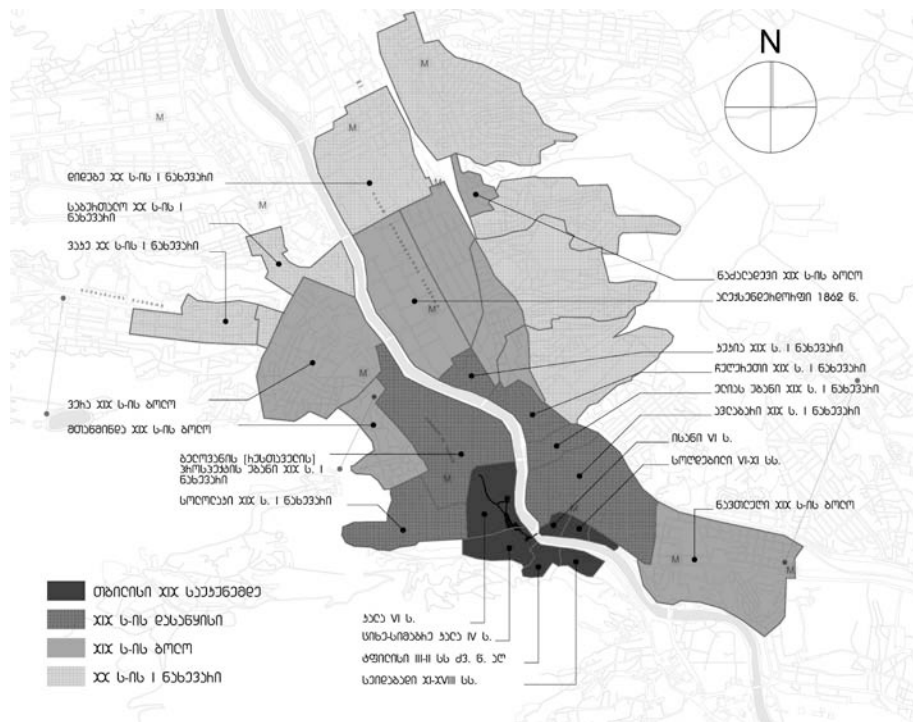
1801 წლიდან საქართველოს რუსეთთან შეერთების შემდეგ, იწყება თბილისის განვითარების ახალი ეტაპი. თბილისი ისევ ადმინისტრაციულ ცენტრად რჩება, 1840 წლიდან - ის მთელი ამიერკავკასიის ცენტრია, 1846 წლიდან კი - კავკასიაში რუსეთის მეფისნაცვლის რეზიდენცია.

XIX ს-ის დასაწყისში იწყებს გამოცოცხლებას თბილისის ეკონომიკური ცხოვრება. ვაჭრობის განვითარებას ხელი შეუწყო ახალი გზების გაყვანამ. თავისი მოხერხებული მდებარეობით აღმოსავლეთის ქვეყნებსა და ევროპას შორის იგი მნიშვნელოვან სატრანზიტო პუნქტსაც წარმოადგენდა.

XIX ს-ის 30-იანი წლების ბოლოდან, ე.ი. ბურჟუაზიული ურთიერთობის სწრაფი განვითარების ხანიდან, როცა ქალაქის მოსახლეობაში იზრდება ბურჟუაზიული ელემენტები, ფართოვდება

ვაჭრობა. ჩნდება წარმოების ახალი დარგები და კულტურულ ცხოვრებაშიც გამოცოცხლება იწყება. გარდატეხა ხდება მშენებლობაშიც. ქალაქის ეკონომიკურ განვითარებას ხელი შეუწყო 1872 წ. თბილისი-ფოთის, 1883 წ. თბილისი-ბაქოს და თბილისი-ბათუმის რკინიგზის მაგისტრალის გაყვანამ.

XIX ს-ში დიდად გაიზარდა ქალაქის ტერიტორია. საუკუნის პირველსავე ნახევარში მოისპო ქალაქის ზღუდეები და კარები. გაიზარდა ახალი უბნები: ჯერ სოლოლაკის ბაღებისა და დღევანდელი რუსთაველის გამზირის რაიონში; შემდეგ, თანდათანობით მტკვრის მარცხენა სანაპიროზე, ქალაქს მიემატა ის ადგილი, სადაც სოფლები ჩუღურეთი და კუკია იყო, ცოტა მოგვიანებით კი ვერე და დიდუბის მხარე, ნავთლული და სხვა. (ნახ. 5)



ნახ. 5 თბილისი XX საუკუნის II ნახევარამდე

თბილისის ცენტრმა გადმოინაცვლა წინანდელ ე.წ. გარეთუბანში (რუსთაველის გამზირის უბანი). აქ იწყებოდა მაშინ დარიალის ხეობით რუსეთში მიმავალი ერთადერთი გზა, რომელსაც მოგვიანებით სამხედრო გზა ეწოდა. იმ უბანში, რომელიც შედარებით უფრო კეთილმოწყობილი იყო,

შენდებოდა ოფიციალური ნაგებობანი. იგი გახდა არისტოკრატიული ფენის საცხოვრებელი ადგილიც.

XIX ს. 30-იანი წლებიდან გრაფ პარსკევი-ერივანსკის სახელობის მოედანზე (ახლანდელი თავისუფლების მოედანი), გოლოვინის გამზირზე (ახლა რუსთაველის გამზირი) და მათთან ახლო მდებარე ქუჩებზე აგებენ საზოგადოებრივი დანიშნულების შენობებსაც და საცხოვრებელ სახლებსაც.

1840 წლიდან განსაკუთრებით სწრაფად შენდება მტკვრის მარცხენა ნაპირი (კუკია,ჩუღურეთი). 1853წ-ს აიგო ხიდი, რომელმაც მჭიდროდ დაუკავშირა ერთმანეთს მტკვრის ორი ნაპირი. 70-იან წლებში რკინიგზის გაყვანამ ხელი შეუწყო ქალაქის ზრდას სადგურის მიმართულებით. ამ დროიდან იწყება ახლანდელი დავით აღმაშენებლის პროსპექტის ინტენსიური განაშენიანება. საჭირო გახდა ახალი ხიდის აგება და 1884წ. აშენდა ვერის ხიდი, რომელიც 1953წ. შეცვლილ იქნა დღეს არსებული ხიდით.

ამიერკავკასიის რკინიგზის მთავარი სახელოსნოების დაარსების (1883) შემდეგ, მის ირგვლივ შეიქმნა მუშათა დასახლებული უბნები, ქალაქის ტერიტორია რკინიგზის სადგურს გასცილდა. გაჩნდა ახალი რაიონი – ნაძალადევი (ნახ. 5).

ქალაქის ჩრდილო-დასავლეთი ნაწილი, მტკვრის მარჯვენა ნაპირი (ამ დროისთვის უკვე ვარაზის ხევსა და მდინარე ვერამდე) ძირითადად საცხოვრებელი უბნებით იყო განაშენიანებული. ვაკის ტერიტორია ქალაქს XX ს-ის დასაწყისში შემოუერთდა, მაგრამ მისი გაშენება ნელა მიმდინარეობდა. საქართველოს სამხედრო გზის გასწვრივ საცხოვრებელი სახლების აშენებით, დაიწყო საბურთალოს რაიონის ათვისებაც (ნახ. 5). ქალაქში ამჟამად შემავალი რაიონები – ღრმალეუ და დიდუბე, XIX ს-ში ჯერ კიდევ სრულიად დაუსახლებელი იყო. დიდუბის ტერიტორიაზე ბაღ-ბოსტნები იყო გაშენებული.

ამ პერიოდში მშენებლობა გარკვეულ წესებს დაუმორჩილეს. თბილისის მშენებლობაში პირველად ჩნდება გეგმიურობა, სავალდებულო

წესები და ნორმები. ახალი უბნები წინასწარ იგეგმებოდა, წესდებოდა ქუჩების მიმართულება, სიგანე. ეს ყველაზე კარგად გამოვლინდა სოლოლაკის და რუსთაველის პროსპექტის უბნის განაშენიანებაში. ახალი კვარტლების მშენებლობისას დაცულია წითელი ხაზი. ამავე პერიოდში ეწყობა პირველი საზოგადოებრივი ბაღები.

მიუხედავად იმისა, რომ ამ პერიოდში შედგენილი იქნა ქალაქის მთლიანი ან ნაწილობრივი დაგეგმვის პროექტები (1802, 1809, 1828 წწ.), მაინც არ შექმნილა თბილისის ერთიანი გეგმა, ქალაქგეგმარებითი ხუროთმოძღვრული იდეა. ამით აიხსნება, რომ XIX საუკუნის თბილისში არ შექმნილა ერთიანი გეგმის მიხედვით დაპროექტებული ნამდვილი ხუროთმოძღვრული ანსამბლი, თუმცა, მიუხედავად ამისა, ქალაქის რელიეფისა და ბუნების წყალობით ჩამოყალიბდა XIX-ის თბილისის თვითმყოფადი იერი (ნახ. 5) [2].

ამავე პერიოდში თბილისში ბაზრებსა და სახელოსნოებს წინათვე მთელი ქუჩები ქონდათ დათმობილი. მათი არქიტექტურა საკმაოდ მარტივი უნდა ყოფილიყო. იმ წვრილი დუქან-სახელოსნოების უმეტესობა, რომელნიც XIX ს-ის მთელ მანძილზე განაგრძობდნენ არსებობას, ერთი-ორი სადგომისაგან შედგებოდა.

XIX საუკუნის თბილისში განვითარდა ხელოსნობა და შესაბამისად ხელოსანთა გაერთიანება „ამქარი“, ერთი და იმავე ან მონათესავე პროფესიის ხელოსანთა გაერთიანების სისტემა ფეოდალურ ეპოქაში, რომელიც ევროპაში ჩამოყალიბებულ გილდიების ანალოგს წარმოადგენდა. XVII-XVIII სს. ხელოსანთა გაერთიანების აღმნიშვნელ ტერმინად ქართლში იხმარებოდა „თაბუნი“ და „ასნაფი“.

ამქართა შინაგან საქმეებს განაგებდა ამქრის წევრთა საერთო კრება, რომელიც იღებდა წესდებას, ირჩევდა დიდოსტატს (უსტაბაშს) და სხვ. ამქარი მონაწილეობდა თავისუფალ ქალაქთა პოლიტიკურ ცხოვრებაში და ემორჩილებოდა ქალაქის საერთო ხელმძღვანელობას, რომელიც ამტკიცებდა წესდებას, ამქრის უსტაბაშს და სხვა.

ამქრის წესდებით განსაზღვრული იყო სახელოსნოს შინაგანი ორგანიზაცია, შრომის პროცესი, სამუშაო დღე, შრომის იარაღები და ნედლეული, ნაკეთობის (ნაწარმის, პროდუქტის) სახეობანი და მათი რეალიზაციის წესები, შემკვეთთან ურთიერთობა, მზა ნაწარმის ფასები, გაყიდვის პირობები და სხვა.

ამქრის წოდებრივი ორგანიზაცია სამსაფეხურიანი იყო: ოსტატი, ქარგალი, შეგირდი. ამქრის სრულუფლებიან წევრად ითვლებოდა მხოლოდ ოსტატი, რომელსაც ჰქონდა თავისი სახელოსნო, ხელოსნობის შესაბამისი ხელსაწყო-იარაღები და ხშირად ნედლეულიც მასვე ეკუთვნოდა.

საქართველოში ამქრულმა წყობილებამ ყველაზე განვითარებული და დასრულებული ფორმა მიიღო თბილისში. აქედან ამქრობის ნორმები და ფორმები ვრცელდებოდა ამიერკავკასიის სხვა ქალაქებში. 1840-იან წლებამდე თბილისში ამქრობა ძველი ტრადიციის საფუძველზე ვითარდებოდა.

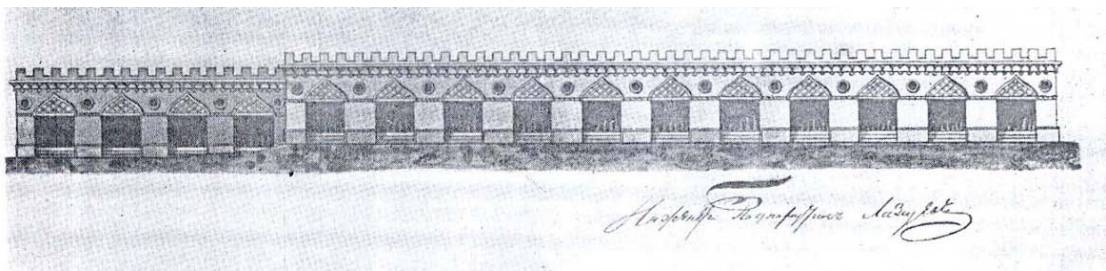
ერთი ხელობის ხელოსნები ხშირად ქალაქის ცალკე ქუჩებსა ან უბნებში ჯგუფდებოდნენ და საერთო იჯარით იღებდნენ სადგომებს სახელოსნოებისათვის. ამქრის წესდებით, ამქრის არაწევრ ხელოსანს ეკრძალებოდა ქალაქის ფარგლებში მუშაობა. მოწესრიგებული იყო ნედლეულის შეძენის, შეკვეთის მიღებისა და, საერთოდ შემკვეთთან (მომხმარებელთან) ურთიერთობის, ნაკეთობის ხარისხის შემოწმებისა და სხვა საკითხები.

1867 წლის რეფორმით ამქართა თვითმმართველობა ძალზე შეიზღუდა. მანამდე არსებული 150-მდე ამქრისაგან შეიქმნა სულ 17 ამქარი, რომლებშიც გაერთიანდა 50-მდე ხელობა. ამქართა რაოდენობა შემდეგ ისევ გაიზარდა და 1917 წ. 60-ს მიაღწია. მართალია, 1867 მრავალი ამქარი ოფიციალურად სულ გაუქმდა, მაგრამ ნამდვილად ისინი ამა თუ იმ სახით საბჭოთა ხელისუფლების დამყარებამდეც კი არსებობდნენ [1].

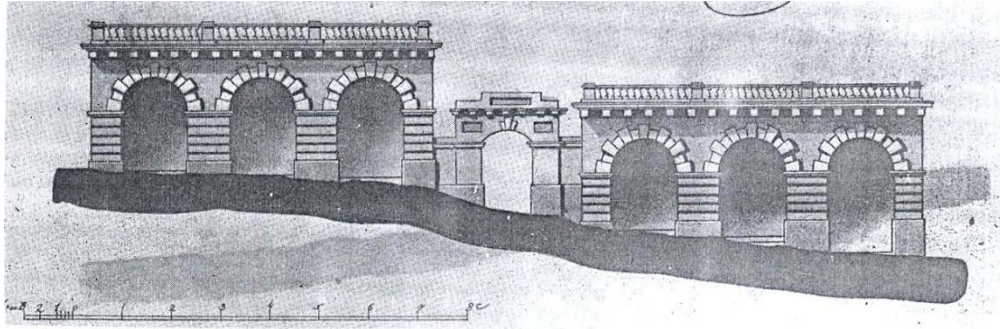
რუსული ხელისუფლების დამყარების პირველსავე წლებში სამშენებლო რეგლამენტაცია სავაჭრო დაწესებულებათა შენობებსაც შეეხო.

უკვე 1810 წელს მთავარმმართველის ტორმასოვის ინსტრუქციაში მითითებული იყო: „დუქნების ასაშენებლად აშენდეს ერთი სანიმუშო დუქანი ისე, რომ იგი ორმაგი იყოს: წინა სადგომი, რომელიც ქუჩისკენაა-სავაჭროდ, მეორე კი, რომელიც ეზოსკენაა-საცხოვრებლად და სამუშაოდ, რის წყალობითაც წინა დუქანში ყოველთვის შესაძლებელი იქნება სისუფთავის დაცვა. ფართლეულისათვის შეიძლება ორსართულიანი დუქნების აშენებაც: ქვემოთ- სავაჭროდ, ზემოთ-საცხოვრებლად, პირდაპირი კიბით ზემო ოთახიდან დუქანში ჩასასვლელად“ [10].

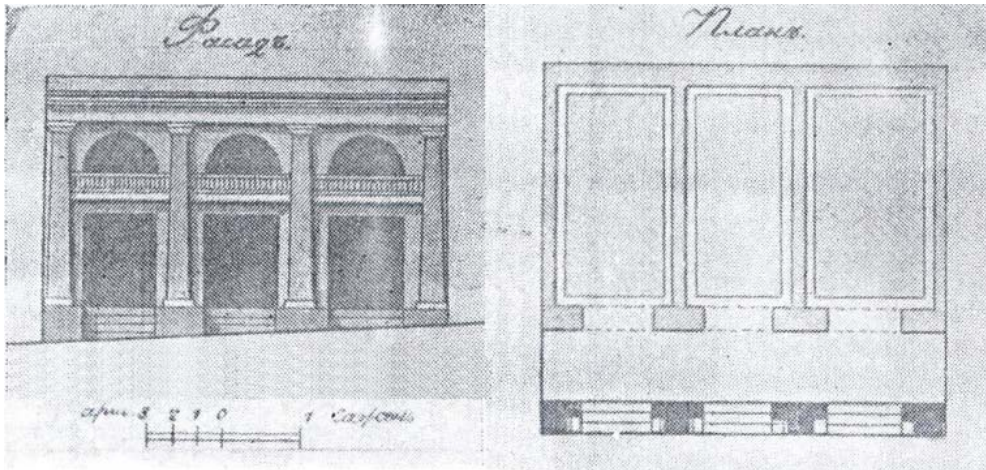
განვიხილოთ დუქან-მაღაზიების გეგმარება, რომლებიც საცხოვრებელი სახლების ქვემო სართულში კეთდებოდა (ნახ. 6, ნახ. 7, ნახ. 8) ეს 1827 და 1835 – 1836 წლების პროექტებია. პირველი ამათგანი - მეტეხის პირდაპირ, „წყლის კართან“ ასაგები დუქნების სანიმუშო ფასადი (ნახ. 6) - საინტერესოა, რამდენადაც გვიჩვენებს „ადგილობრივ კოლორიტთან“ შეხამების ერთგვარ ცდას. ორი სხვა პროექტი მოწმობს, რომ სავაჭრო შენობების ფასადებიც უკვე საყოველთაოდ შემოღებულ კლასიცისტურ ნორმებზე გადადიოდა (სცსია, ფ. 209, № 69, არქ. ბარაშკინი; ნახ. 7: № 78, ინჟ. პოდპორ. ლაზარევი). 1835 – 1836 წწ. პროექტში (ნახ. 8, სცსია, ფ. 16, № 5132) ნაჩვენებია გეგმაც: ყოველი დუქანი ყრუ კედლით იყოფა მეზობელი დუქნისგან; დუქნების წინ საერთო გადახურული გალერიაა: ეს მოტივი ეხმაურება საქართველოში დიდად გავრცელებულ ტრადიციას (გადახურული ტროტუარები დუქან-სახელოსნოების წინ ქუთაისსა და ზოგიერთ სხვა პროვინციულ დაბა-ქალაქში); მკაფიო მაგალითია ალექსანდრე ჭავჭავაძის დუქნების პროექტიც, შედგენილი 1841 წ. არქ. იაკობ ივანოვის მიერ (ნახ. 9). დამახასიათებელია ანტრესოლის არსებობაც.



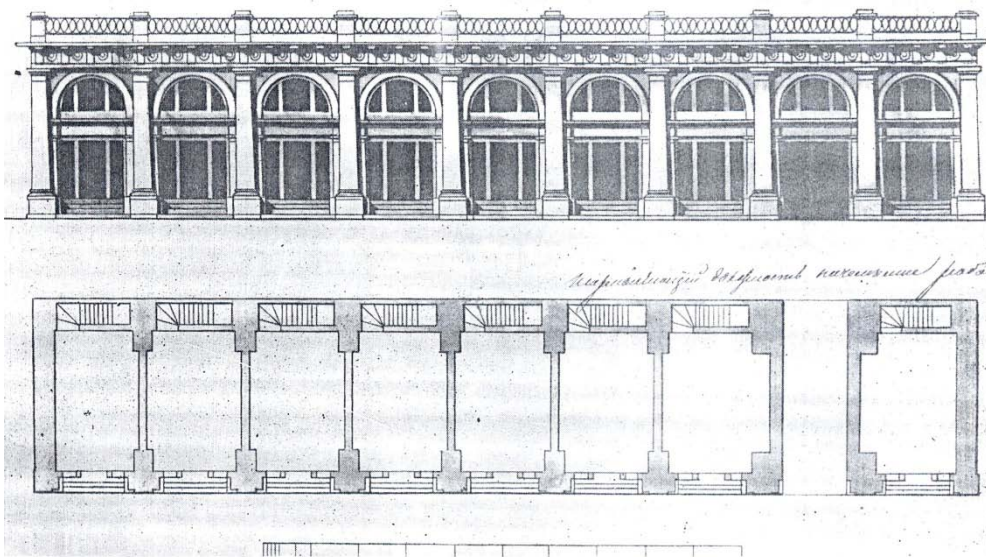
ნახ. 6 დუქნები მეტეხის პირდაპირ. პროექტი 1827 წ.



ნახ. 7 ბებუთოვის დუქნების პროექტი. 1827 წ.



ნახ. 8 პოპიეკოს დუქნის პროექტი. 1835 – 1836 წწ.



ნახ. 9 ალექსანდრე ჭავჭავაძის დუქნების პროექტი. 1841 წ.

ხუროთმოძღვრული თვალთაზრისით, რა თქმა უნდა, ბევრად უფრო საინტერესოა ქარვასლები, რომელთაც ჯერ კიდევ ფეოდალურ თბილისში ეჭირათ თვალსაჩინო ადგილი. იმ სახაზინო და საზოგადოებრივი დანიშნულების შენობათაგან განსხვავებით, რომლებიც ახალი

ხელისუფლების დამკვიდრების შემდეგ გაჩნდა, ქარვასლის არქიტექტურას ხანგრძლივი ადგილობრივი ტრადიციები ჰქონდა.

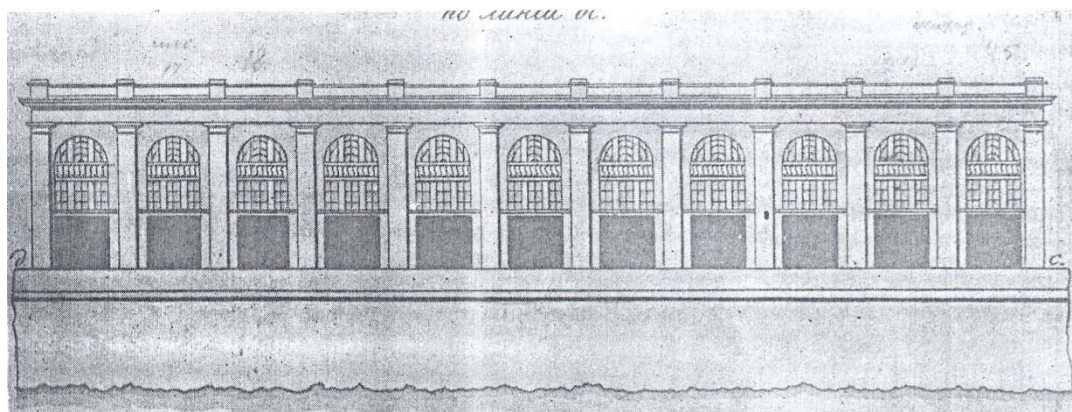
ოციანი წლების დასაწყისში გამბა თბილისის ქარვასლების გაცხოველებული საქმიანობის სურათს გვიხატავს: „აქლემებისა და ცხენების განუწყვეტელი შესვლა-ამოსვლა, სპარსელი ვაჭრების სიმკვირცხლე - თურქ და სომეხ ვაჭრების სიდინჯესთან შედარებით, დასასრულ, ამდენნაირი, სულ სხვადასხვა ქვეყნებიდან ჩამოტანილი, საქონლის შემოზიდვა, ყველაფერი ეს თავისებურ იერსა და უაღრეს სიცხოველეს ანიჭებს ამ სასტუმროებს, რომლებშიაც სხვადასხვა ქვეყნისა და ამდენ განსხვავებულ ენაზე მოლაპარაკე ვაჭრები ერთ თემად ცხოვრობენ. ბინა და საქონლის დაწყობა აქ უფასოა, მაგრამ ნაყიდი და გაყიდული საქონლისათვის ქარვასლის პატრონს თითო პროცენტს უხდიან“ [11].

1836 წ. თბილისში უკვე 7 ქარვასლა იყო, ორმოცდაათიანი წლების დასაწყისში კი - 13 (ყველა კერძო პირს ეკუთვნოდა). 1836 წელს გამოსული ოფიციალური კრებული ასეთ ცნობებს შეიცავს თბილისის ქარვასლების შესახებ: „ქარვასლების სახელით ცნობილია гостинный двор, რომელსაც იყენებენ ჩამოტანილი საქონლის საწყობად, მაგრამ, ამას გარდა, დუქნებს, რომლებიც ქარვასლებსა, ბაზრებში ან რიგებშია მოწყობილი, ბევრი ვაჭარი და ხელოსანი საცხოვრებლადაც იყენებს წელიწადის ყოველ დროს. ქარვასლებში ხელოსნები ზამთარშიაც ღია ცის ქვეშ საქმიანობენ, ოღონდ იქვე ანთებული მაცალი უდგათ“.

ამრიგად, ქარვასლებში ადგილობრივი ვაჭარ-ხელოსნებიც ბინადრობდნენ და უცხოელი სოვდაგრებიც, ჩამოტანილი საქონლითა და ქარავნებითურთ. აქვე დებდნენ სხვადასხვა სავაჭრო ხელშეკრულებას, აქვე ხდებოდა შეთანხმება ფასების აწევ-დაწევის შესახებ, აქ იბადებოდა და ილუპებოდა ვაჭრის კომერციული რეპუტაცია. ე.ი. XIX ს-ის თბილისში ქარვასლას იმგვარივე ფუნქცია აქვს, როგორც აღმოსავლეთის ქვეყნებში, მაგ., ირანში ჰქონდა.

პირველი ახალი დიდი ქარვასლა, რომელიც XIX ს-ში აშენდა, როგორც ჩანს, არწრუნისეული იყო - სიონის სამხრეთ-აღმოსავლეთით, მტკვრის „გარდაკიდებით“, თბილელის ყოფ. ქარვასლის ადგილას (სიონის ქ. № 8). გამზასა და Воспоминания покойника - ს თანახმად, იგი 1820 წელს აუგიათ. შენობის დასაცავად საჭირო გამხდარა საგანგებო კედლის ამოყვანა.

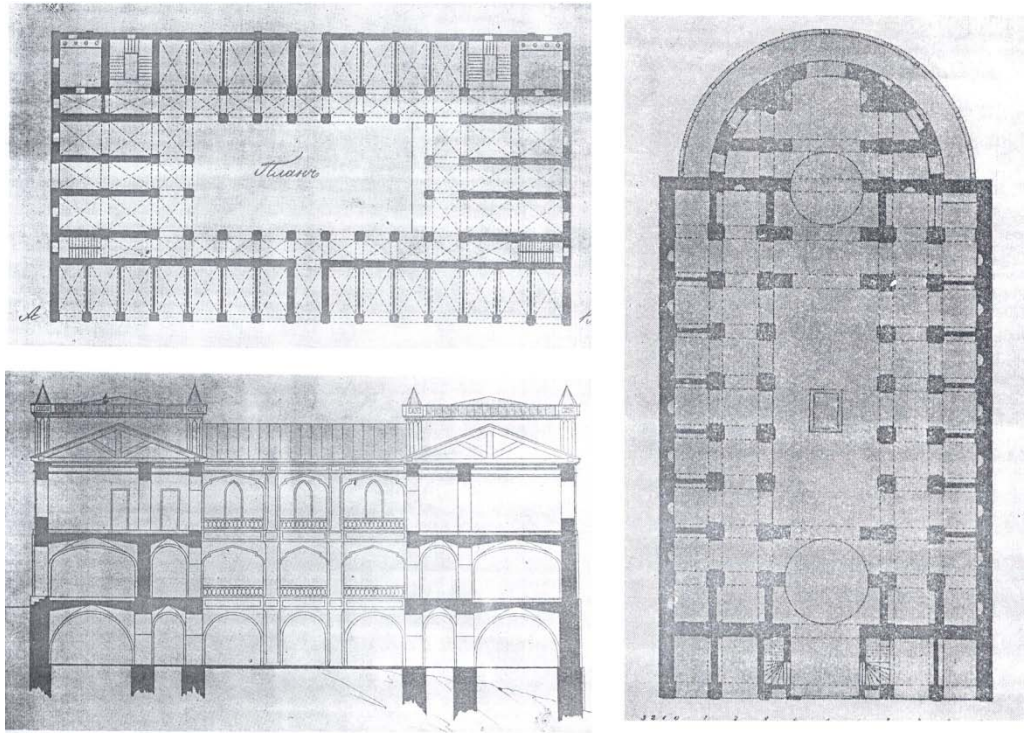
ოცდაათიანი წლების დასაწყისში შენდება შადინოვების ქარვასლა სიონის აღმოსავლეთით, მტკვრის მარჯვენა ნაპირზე, მოსახვევში, სადაც მეტეხის პირველი ხიდი იყო (პროექტი 1832 წლისა, სცსია, ფ. 209, № 252, არქ. დემიდოვი), 1836 – 38 წწ. -ქარვასლა აბანოს ხიდთან (ნახ. 10. 1836 წლის პროექტი - სცსია, ფ. 205, № 56), ორმოციანი წლებში - ზუბალაშვილების ქარვასლა იმავე მეტეხის ხიდის მეორე ყურეში, მარცხენა ნაპირზე (პროექტი 1844 წლისა - სცსია, ფ. 205, № 296, არქ. იაკ. ივანოვი; შენობა დაანგრეს 1940 წელს). ახალი ქარვასლების მშენებლობა გრძელდება საუკუნის მეორე ნახევარშიც (1853 წ. - დავით თამამშევის ქარვასლა ვორონცოვის ქუჩასთან, პროექტი - სცსია, ფ. 205, № 1168, არქ. გრ. ივანოვი; 1858 - უსტა-მეხტი ჰუსეინ ოღლის და ხალათოვების ქარვასლები ვორონცოვის ქუჩაზევე: სცსია, ფ. 205, № 1171 და 1600, არქ. ა. სოკოლოვი); 1854, 1855 და 1858 წლებში ფართოვდება არწრუნის ქარვასლა სასახლის ქუჩაზე (არქ. გრ. ივანოვი და არქ. სტუპოვი).



ნახ. 10 აბანოს ხიდთან მდებარე ქარვასლის პროექტი. 1836 წ.

საინტერესოა თბილისური ქარვასლის არქიტექტურის ევოლუცია XIX ს-ში? ქარვასლამ ფუნქციური და სტრუქტურულ-გეგმარებითი მხარის

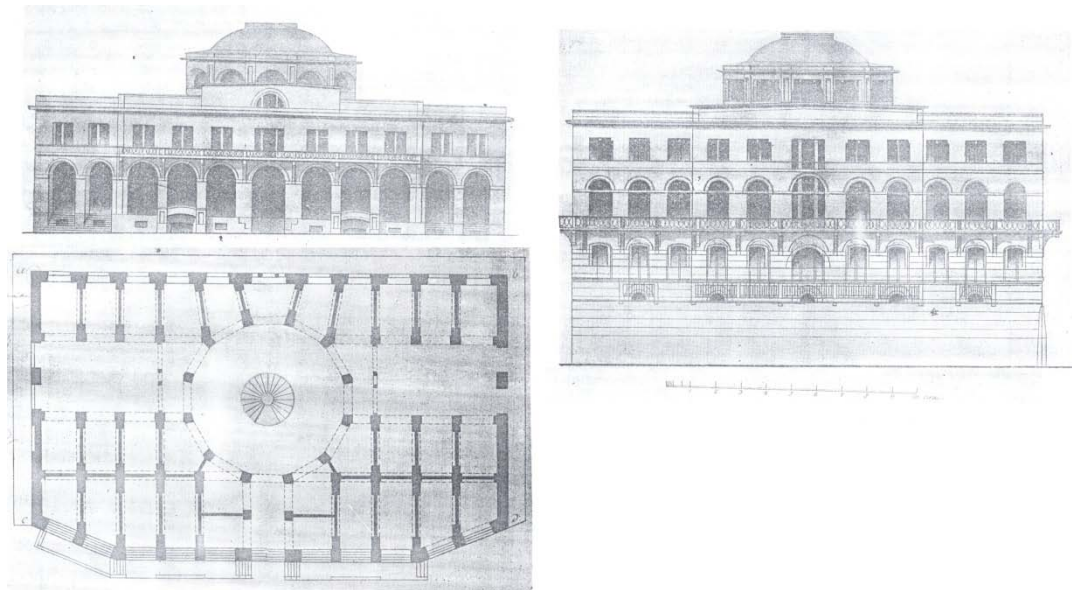
გადაწყვეტა XIX ს-მ მემკვიდრეობით მიიღო წინა დროიდან: შუაში დიდი ეზო, ან გადახურული ჰოლის მთლიანი, დაუნაწევრებელი, სივრცე; ზოგჯერ ცენტრში, ან ცალკეულ საკვანძო ადგილებში - გუმბათები; ამ შუა ეზოს ან ჰოლის გარშემო - ერთ ან რამდენიმე სართულად შემოყოლებული გალერიები და მათ გასწვრივ ჩამწკრივებული სადგომი დუქნებისა, სახელოსნოებისა, საწყობებისათვის და საცხოვრებლად.



ნახ. 11 უტა მეხთი ჰუსეინ-ოღლის ქარვასლა ვორონცოვის ქუჩაზე, გეგმა და განაკვეთი. 1868წ., ხალათოვების ქარვასლა ვორონცოვის ქუჩაზე, გეგმა 1858წ.

დღემდის დარჩენილი თბილისური ქარვასლები, ან ის აღარარსებული ქარვასლები, რომელთა გეგმარება ცნობილია უმეტესწილად, ზემოთ მოყვანული სტრუქტურაა. ასე მაგალითად არწრუნისეულ ქარვასლას შუაში დიდი ეზო და აუზი ჰქონდა, გარშემო კი გალერიები სამ სართულად; ასევე ე. წ. თეკლეს ქარვასლასაც (სიონის ქ. № 13), რომელიც უეჭველია XIX ს-ზე ადრინდელ ბირთვის შეიცავს; თამამშევის ერთსართულიანი ქარვასლის შუაგული ვრცელ რვაკუთხა ეზოს ეჭირა, მის შუაში მრგვალი აუზი იყო, გარშემო - სვეტებიანი გალერია. ამგვარი განლაგება შუა ეზოს შემოყოლებით -მეორდება ორმოცდაათიანი წლების

სხვა ქარვასლებშიაც (ნახ. 11). აქ, როგორც გეგმა გვიჩვენებს, გუმბათებიანი ადგილებიცაა გამოყოფილი. არწრუნის ქარვასლა (სასახლის ქუჩაზე) ცენტრალურ ეზოსაც შეიცავდა და ეზოს გარშემო განლაგებული კორპუსების ღერძზე მოწყობილ, მინით გადახურულ, „პასაჟებსაც“ მეორე სართულის ღია გალერეებით ორსავე მხარეს. დიდი ცენტრალური გუმბათის გარშემო დაჯგუფების ნიმუში გვაქვს ზუბალაშვილის ქარვასლაში (1844 წ., ნახ. 12), სადაც გუმბათი განათების უმთავრესი წყაროცაა შიდა ჰოლისა და დერეფნებისთვის. გუმბათქვეშა სადგომი აქ ეზოს როლს ასრულებს.

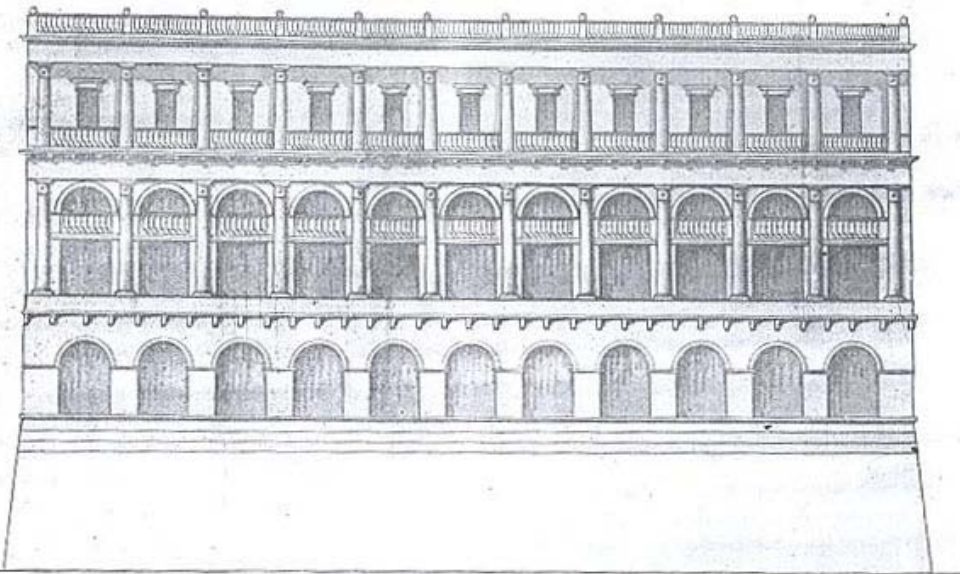
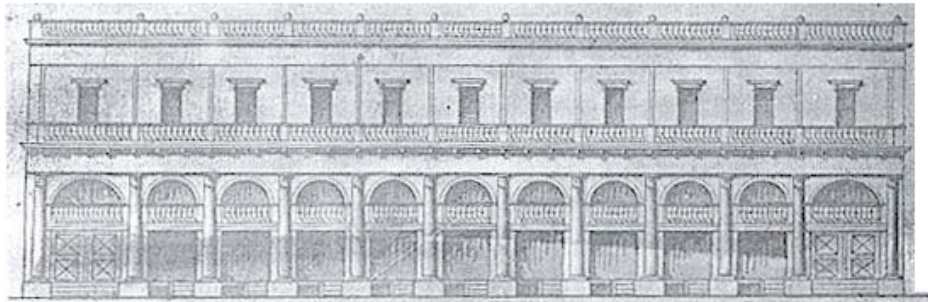


ნახ. 12 ზუბალაშვილის ქარვასლის პროექტი, ფასადები ქუჩისა და მდინარის მხარეს, გეგმა. 1844 წ.

ამ ქარვასლებისაგან განსხვავდება შადინოვისეული: მას ეზო არა აქვს. მტკვრის მხარეს მის ოთხსავე სართულს ღია გალერიები ჰქონდა, რომელთა გაყოლებითაც ჩამწკრივებული იყო: სულ ქვემო სართულში (ქუჩის მხრივ მიწის დონეზე დაბლა) - საწყობების სადგომები ორ რიგად, ზემოთ - მაღაზიები და საცხოვრებლები. ასეთი ქარვასლა მაინც გამონაკლისად შეიძლება ჩაითვალოს (ნახ. 13).

XIX ს-ის თბილისური ქარვასლების უმეტესობა (ზუბალაშვილისა, შადინოვისა, თეკლესი, უსტა-მეხთი- ჰუსეინ ოღლისა, თამამშევისა ერევნის მოედანზე, რომელიც ზემოთ განვიხილეთ, და სხვა) გარედან დახურული არაა: მაღაზია-სახელოსნოები და სხვა სადგომები მარტო შიგნითა ეზოსკენ

კი არაა მიმართული, არამედ ქუჩისკენაც. ნაცვლად ყრუ კედლებისა, რომლებშიაც ფართო პორტალებია გაკეთებული გარემოსთან დასაკავშირებლად, აქ ჩნდება დამუშავებული ფასადები. ზოგჯერ ეწყობა სადგომების ორი პარალელური მწკრივი - ერთი ქუჩისკენაა გახსნილი, მეორე - ეზოსკენ.



ნახ. 13 შადინოვების ქარვასლა მტკვრის პირას, ფასადები ქუჩისა და მდინარის მხარეს. 1832 წ.

მაგრამ თბილისში არსებობდა მეორე ტიპის ნიმუშებიც - მხოლოდ შიგნითკენ მიმართული. საინტერესოა, რომ ასეთი ნიმუში, რომელიც, თითქოს უკვე განვლილ ეტაპს მიეკუთვნება, ორმოცდაათიან წლებში გვხვდება (დ. თამაშუვის ქარვასლა 1853 წლისა).

არქიტექტურული დამუშავების მხრივ, როგორც აღვნიშნეთ, XVI – XVIII სს. ქარვასლებმა გვიანი ირანული ფორმები შეითვისა. ეს ტრადიცია

XIX ს-შიაც გადმოვიდა, მაგრამ რაკი, ახალი კანონმდებლობის თანახმად, ყველა შენობის ფასადი უზენაესად დამტკიცებული ნიმუშების მიხედვით უნდა შესრულებულიყო, ქარვასლების ფასადებმაც იცვალა სახე: აქაც რუსული კლასიციზმის ფორმები დამკვიდრდა.

თბილისმა თავისი კვალი მაინც ადრევე დაამჩნია ფასადებსაც: მთელი ფასადის გაყოლებით (ან შენობის გარშემოც კი) მოწყობილი ღია, სვეტებიანი ან თაღებიანი გალერიები ცნობილია რუსეთის ანალოგიურ შენობებშიაც (მაგ., ნიჟნი ნოვგოროდის „სავაჭრო რიგები“ 1782 წლისა - ქვემო სართულის თაღებითა და ზემო სართულის იონური კოლონადით; კალუგის „გოსტინი დვორი“ 1785 – 1821 წწ.). მაგრამ თბილისი ამასაც არ სჯერდება: აქ ბევრგან მთელი ფასადების გასწვრივ ხის დაკიდულ აივნებსაც აკეთებენ, ეს ელემენტი კი ოფიციალური ნიმუშებისთვის სრულიად უცნობია. მეორე მხრივ, შენობათა ინტერიერებში არ დალატობდნენ ტრადიციულ ირანულ მოტივებს. ამგვარად, სპეციფიკური სურათი იკვეთება: გარედან - კლასიკური ორდერი და, იმავე დროს, დაკიდული აივნები, ერთნაირად უცხო რუსეთის სავაჭრო დაწესებულებათა შენობებისათვისაც და აღმოსავლური ქარვასლებისთვისაც, რომლებიც გარედან ხშირად დახშული იყო; შიგნით - აღმოსავლური (ირანული) მოტივები, რომლებიც ჯერ კიდევ გვიანი ფეოდალური ხანის ქართულმა არქიტექტურამ შეითვისა. ეს მაინც უგამონაკლისო წესი არ იყო: გვხვდება ისეთი ქარვასლებიც, რომლებიც მთლიანად (ინტერიერებიანად) ახალი ნორმებითაა შესრულებული.

თბილისის ქარვასლების არქიტექტურა ძირითადად ლიტერატურულ წყაროებშია აღწერილი, ან ნაწილობრივ შემორჩენილი და სახეშეცვლილი ნიმუშებითაა შესაძლებელი.

XIX ს-ის უკანასკნელ მესამედში თბილისში ქარვასლების მშენებლობა წყდება, რადგან სწრაფი კაპიტალისტური განვითარების ხანა განსხვავებულ მოთხოვნილებებსა და პირობებს წარმოშობს. უცხო საქონელი ამ დროს ქარავნებით კი აღარ შემოდის, არამედ რკინიგზით. ყოფა-ცხოვრების

ევროპიზაცია, ახლებური წარმოდგენა კომფორტის შესახებ აგრეთვე უკარგავს მიმზიდველობას ძველ ქარვასლებს. მათ ფუნქციებს ევროპული ტიპის სასტუმროები, საგანგებო საწყობები და - კაპიტალისტური ქალაქის ტიპიური პროდუქტი - დიდი უნივერსალური მაღაზიები, „პასაჟები“ ანაცვლებენ. ძველი ქარვასლები, რა თქმა უნდა, მაინც განაგრძობს არსებობას და კვლავინდებურად გაცხოველებული ადებ-მიცემობის ადგილად რჩება [6].

საინტერესოა ამ პერიოდში განხორციელებილი ცვლილებები. ბამბით, მატყლითა და ჩითით მოვაჭრეთა ქუჩა გვიან შუა საუკუნეებში ჩაისახა. მელიქის ქარვასლის ადგილას, რომელიც სიონის ქუჩის დასაწყისში მდებარე დიდი ჩორსუსკენ (გადახურული ბაზარი) იყო მიმართული, 1903 წ-ს თბილისელმა არქიტექტორმა ღაზარ სარქისიანმა მანთაშევის რიგი ააშენა.

სავაჭრო რიგი მოდერნის სტილის ორი ნაგებობისაგან შედგება. ერთი ყოფილ არწრუნის ქარვასლას ემიჯნება, მეორე კი ბამბის რიგისა და შარდენის ქუჩის, ყოფილი ბნელი რიგის, გამყოფ ზღუდედ აღიქმება. ორივე ნაგებობა ქუჩის მრუდ მოხაზულობას მიჰყვება. ფასადებს ყოფილი დუქნების ღიობები ანაწევრებს.

ამრიგად, მნიშვნელოვანმა სოციალურ ეკონომიკურმა და პოლიტიკურმა ცვლილებებმა თავისი გავლენა იქონია ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ჩამოყალიბებაში.

საქართველო რუსეთის გუბერნიად იქცა, თუმცა თბილისმა მაინც შეინარჩუნა ამიერკავკასიის ცენტრის ფუნქცია. შემდგომ ფეოდალური ურთიერთობები შეიცვალა კაპიტალისტურით, ხელოსნური ამქრების პარალელურად ჩამოყალიბებას იწყებს მუშათა კლასი. ახლადგაყვანილი რკინიგზა, მტკვარზე აშენებული ახალი ხიდები, რეგულირებადი განაშენიანების თანდათანობით განვითარება გავლენას ახდენს სავაჭრო ქსელის განვითარებაზე. მიუხედავად ამისა თბილისის ვაჭრობის განვითარება XIX საუკუნეში და XX საუკუნის დასაწყისში ევოლუციურად

აგრძელებს წინა პერიოდის ტრადიციებს. სახელოსნოები და დუქნები ქმნიდნენ ქუჩათა ქსელს, რომელიც საინტერესო და ეგზოტიკური იყო უცხოელებისათვის. თუმცა შემდგომ ხდება დუქნებისა და ქარვასლების სტანდარტიზაცია და ქარვასლების შემთხვევაში გამრავალფეროვნება (აღმოსავლურ ელემენტებთან ერთად ჩნდება რუსული კლასიციზმის ელემენტები). ამასთან გაჩნდნენ ევროპული ტიპის სასტუმროები უნივერსალური მაღაზიები და ა.შ.

1.3. საბჭოთა პერიოდში არსებული ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ძირითადი სტრუქტურა

XX საუკუნის დასაწყისში პოლიტიკურმა კატაკლიზმებმა მნიშვნელოვანი ზეგავლენა იქონია როგორც ქვეყნის ისტორიაზე, ასევე მის შემდგომი განვითარების მიმართულებაზე. საქართველომ მცირე პერიოდით (1918-1921წწ.) დაიბრუნა დამოუკიდებლობა, რომელიც კვლავ დაკარგა.

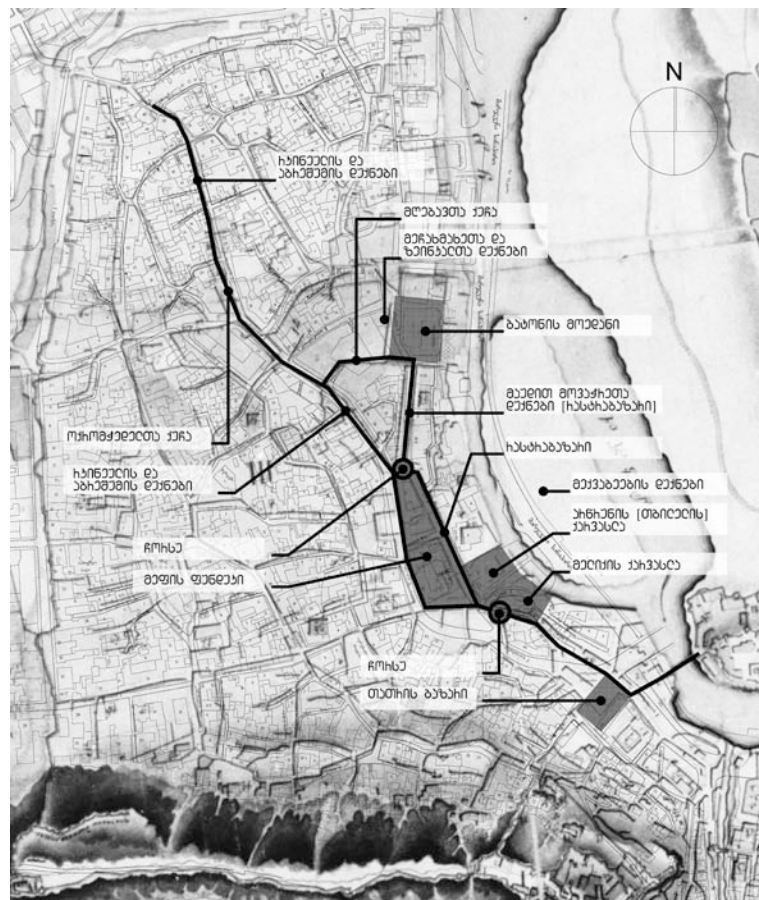
1921 წელს მოხდა საქართველოს ანექსია საბჭოთა რუსეთის მიერ და საქართველოში დამყარდა კომუნისტური რეჟიმი, რომელიც 70 წელს გრძელდებოდა.

მთელ საბჭოთა კავშირში და საქართველოშიც მოხდა უძრავი და მოძრავი ქონების ნაციონალიზაცია, რეალურად კი კომუნისტური პარტია და ხელისუფლება მკაცრად აკონტროლებდა უძრავ-მოძრავ ქონებას, სოციალურ-ეკონომიკურ, პოლიტიკურ, კულტურულ და ა.შ. პროცესებს. ბუნებრივია, ამან მნიშვნელოვანი გავლენა იქონია ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროს განვითარებაზე. შეიძლება ითქვას, რომ 70 წლით შეჩერდა გასაბჭოებამდე დაწყებული კაპიტალისტური ურთიერთობებისა და საბაზრო ეკონომიკის ჩამოყალიბება. მოისპო კერძო საკუთრება, პრაქტიკულად ჩაიკეტა საზღვრები, შეწყდა პირდაპირი სავაჭრო კავშირები

ტრადიციულ აღმოსავლეთ-დასავლეთ მიმართულებით. ყველაფერს ვაჭრობის სფეროში სახელმწიფო განკარგავდა.

კომუნისტური იდეოლოგიის ჩარჩოებში ვითარდებოდა ქ. თბილისიც. ხელისუფლება ცდილობდა სოციალური პრობლემების გადაწყვეტას. მრავალი შეცდომის მიუხედავად, გაიზარდა მშენებლობის მოცულობა.

ქალაქი უმთავრესად დასავლეთისკენ - ვაკის მიმართულებით ვითარდებოდა, რომელიც თანდათან ქალაქის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან რაიონად იქცა, განხორციელდა ძველ თბილისში მდებარე ე.წ. შუაბაზრის (ლესელიძის ქ.) რეკონსტრუქცია. აღსანიშნავია, რომ ეს ტერიტორია წარმოადგენდა შუასაუკუნეების სავაჭრო ქსელის განვითარების მთავარ ღერძს (ნახ. 14). შუა საუკუნეებისათვის დამახასიათებელი, ვიწრო ქუჩა გადაიქცა მაგისტრალად, რომელმაც ძველი თბილისი ქალაქის ახალ რაიონებს დაუკავშირა.



ნახ. 14 XIX საუკუნის სავაჭრო ქსელი დადებული თანამედროვე ქუჩების ქსელზე.

თბილისის განვითარების პირველი გენერალური გეგმა 1934 წ. იქნა შედგენილი. გეგმა იყო გათვალისწინებული მოსახლეობის გაზრდაზე 725 ათასამდე, ე.ი. ორჯერ, დაგეგმარებული ტერიტორია უდრიდა 10 000 ჰექტარს (1933წ. ის შეადგენდა 3 700 ჰა). გეგმა ითვალისწინებდა როგორც ახალი ტერიტორიების ათვისებას, ასევე ქალაქის არსებული ნაწილის რეკონსტრუქციას. ამ გეგმის თანახმად შეიქმნა ახალი მაგისტრალები, გაფართოვდა ძველი ქუჩები, გაყვანილ იქნა მდინარე მტკვრის მარჯვენა სანაპირო, რამაც შეამსუბუქა ქალაქის სატრანსპორტო პრობლემა. ამ წლებში ქალაქის ცენტრში, ძველი, პატარა მოედნის ნაცვლად, შეიქმნა თავისუფლების მოედანი, გაფართოვდა და მთლიანად შეერწყა დღევანდელ რუსთაველის გამზირს სასახლის ქუჩა. ქალაქის ზრდამ და სანაპიროს რეკონსტრუქციამ გამოიწვია ახალი ხიდების მშენებლობა: 1950-1956 წწ. მტკვარზე აგებულ იქნა ოთხი ახალი ხიდი.

თბილისის განვითარებისა და რეკონსტრუქციის მეორე გენერალური გეგმა გათვალისწინებულ იქნა 1951-1966 წწ.-ისათვის.

ახალი მშენებლობა ახლა ძირითადად მიმდინარეობს საბურთალოში და დიღმის ველზე – ჩრდილო-დასავლეთის მიმართულებით და ნავთლუღის და ლილოს ველზე – სამხრეთ-აღმოსავლეთის მიმართულებით, სადაც სავაჭრო მომსახურების ობიექტების ფორმირება ხდება ახალი მოთხოვნების შესაბამისად. საბურთალოს და დიღმის გარდა ამ გენგეგმის განხორციელებისას ჩამოყალიბდა შემდეგი საცხოვრებელი რაიონები: ვარკეთილი, ნავთლუღი, ფონიჭალა, თემქა. თითოეული ახალი რაიონი გათვალისწინებული იყო 50-100 ათას მაცხოვრებელზე; საცხოვრებელი ფართის ნორმა განსაზღვრული იყო 9მ² ერთ სულზე.

ამ პერიოდში გრძელდება ქალაქის ცენტრის, კერძოდ, რუსთაველის პროსპექტისა და მისი დამაბოლოვებელი თავისუფლებისა და რუსთაველის მოედნების რეკონსტრუქცია. ხევის ამოვსებითა და კლდის გაჭრით შეიქმნა ორი ახალი ქუჩა – ვარაზის ხევი და ვაკე-საბურთალოს გზა, რომელმაც

უმოკლესი ხაზით შეაერთა თბილისის ორი დიდი რაიონი – ვაკე და საბურთალო.

XX საუკუნის ქ. თბილისის სავაჭრო ქსელის ფორმირებაში, სატრანსპორტო საკითხის გადაწყვეტაში დიდი როლი შეასრულა მეტროპოლიტენის მშენებლობამ. თბილისის მეტროს პირველი რიგი ექპლუატაციაში 1966 წ. დასაწყისში შევიდა; მეორე რიგი 1967 წ. ბოლოს ჩადგა მწყობრში; მეტროს მეშვეობით სხვადასხვა რაიონი დაუკავშირდა ქალაქის ცენტრს. თბილისში გაჩნდა ტრანსპორტის სხვა სახეობაც – საჰაერო-საბაგირო გზა.

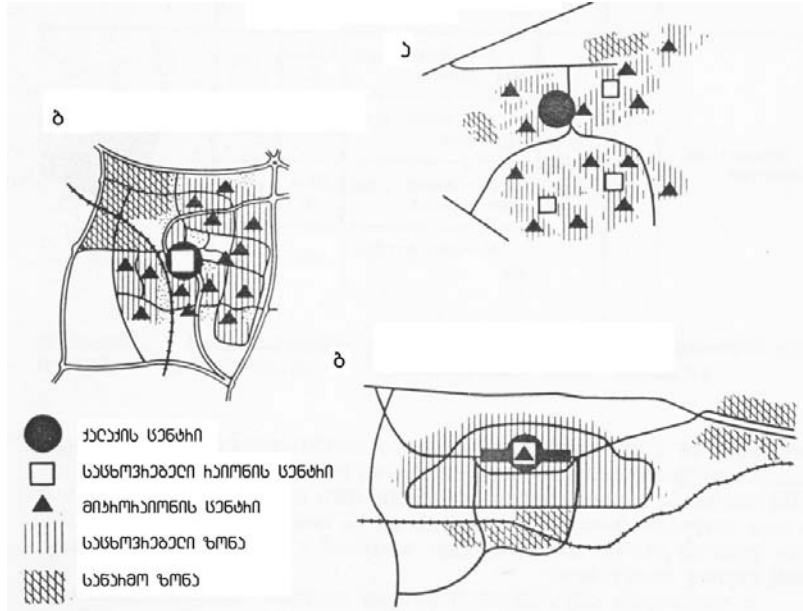
თბილისის განვითარებისა და რეკონსტრუქციის შემდეგი, მესამე გენერალური გეგმა ითვალისწინებდა ქალაქის განვითარებას 1968-2000 წწ. შუალედში. ამ გეგმის მიხედვით ქალაქი განაგრძობს გაფართოებას ჩრდილო-დასავლეთის (დილომი, ავჭალა, თემქა, გლდანი, მუხიანი) და აღმოსავლეთის (ვარკეთილი, საჯერიანო) მიმართულებით. აღმოცენდა ისეთი ახალი რაიონები, როგორცაა ვაზისუბანი და ნუცუბიძის პლატოს დასახლება. გრძელდება ქალაქის ზრდის ტენდენცია მდინარის ზემოწელის და ქვემოწელის მიმართულებით (დიდი დიღმის განაშენიანება, სოღანლუღის ათვისება).

ახალი რაიონების გეგმარებითი გადაწყვეტა დამყარებულია მიკრორაიონული განაშენიანების პრინციპებზე, ტიპური მრავალსართულიანი საცხოვრებელი სახლებით [2].

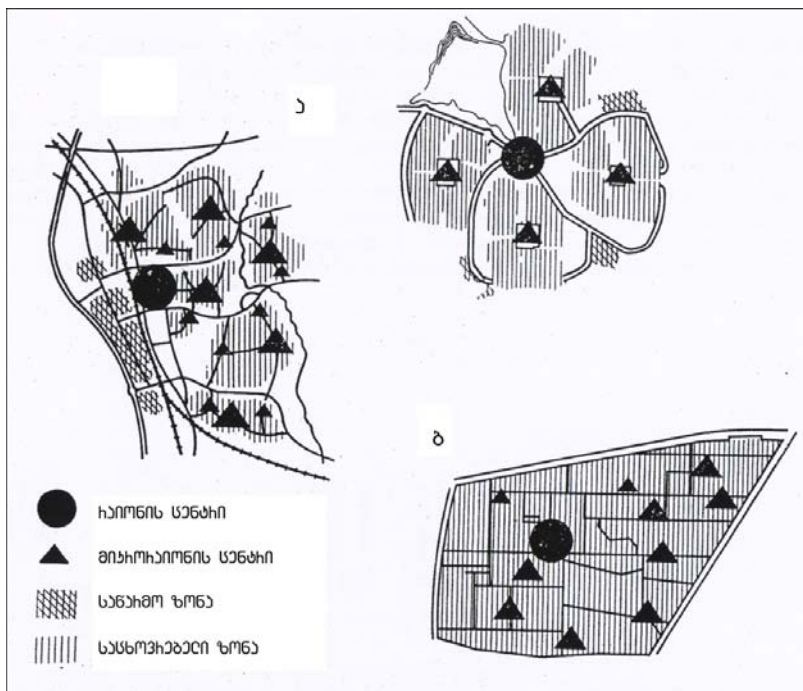
სოციალისტური წყობის საწყის ეტაპზე შეინიშნება ვაჭრობის მასშტაბების ზრდა, რასაც ხელი შეუწყო სარკინიგზო მაგისტრალებმა. ხდება მანუფაქტურული წარმოების თანდათანობითი ჩანაცვლება მანქანა-დანადგარებით და გადადის საქარხნო წარმოებაზე.

ამ პერიოდში თბილისში, ისევე როგორც მთელი საბჭოთა კავშირის მასშტაბით ქალაქებში, გეგმარებისა და მშენებლობის პრაქტიკაში გამოიყენება კულტურულ-საყოფაცხოვრებო მომსახურების საფეხურეობრივი სისტემა, რომელიც დამოკიდებულია

ქალაქთმშენებლობაში მიღებულ სტრუქტურაზე (მიკრორაიონი - საცხოვრებელი რაიონი - ქალაქი) და რომელმაც მისცა საზოგადოებრივი შენობების ტიპიზაციისა და კომპლექსურ მშენებლობაში ინდუსტრიალური მეთოდებით მშენებლობის განხორციელების საშუალება.



ნახ. 15 მომსახურების საფეხურებრივი ორგანიზაცია, სხვადასხვა სიმჭიდროვის შემთხვევაში. ა-ჰარლოუ, ინგლისი (75 კ/ჰა.); ბ-კრემლინგტონი, ინგლისი (100კ/ჰა.); გ- კამბერნოლდი, ინგლისი (200კ/ჰა.)



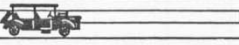
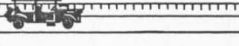
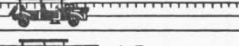
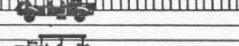


ნახ. 16 ქალაქის გეგმარებითი სტრუქტურა და მომსახურების ორგანიზაციის საფეხურებრივი სისტემა. ა-მომსახურების სისტემის სტრუქტურაზე

დამთხვევა (აახენი, ΦPT; სტივენჯი, ინგლისი); ბ-მომსახურების სისტემის სტრუქტურაზე არ დამთხვევა (სარსელი, საფრანგეთი)

საფეხურებრივი მომსახურების სისტემა დაფუძნებული იყო ძირითადად დასავლეთის ქვეყნების გამოცდილებაზე (ნახ. 15, ნახ. 16, ნახ. 17), რომლის დამუშავება და არსებულ მოთხოვნებთან მისადაგება მოხდა შემდგომ პერიოდში.

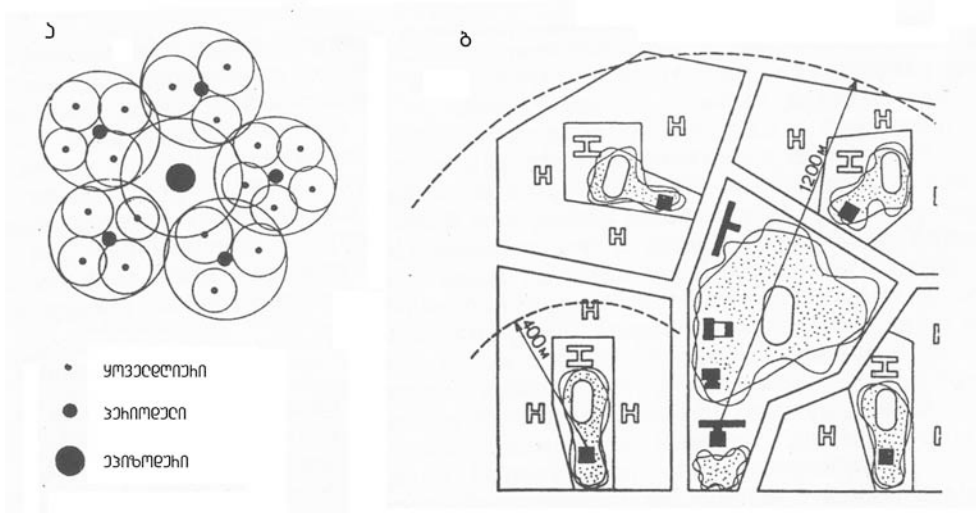
აშშ-ში მომსახურების სისტემაზე გავლენა იქონია ინდივიდუალური ავტოტრანსპორტის განვითარებამ. აქ მომსახურების რადიუსი გამოითვლება არა ფეხით მოსიარულის გზის სიგრძით, არამედ ავტომობილით მგზავრობის დროით.

შედარებით მუდმივ მომსახურების რადიუსში, საცხოვრებელი რაიონისა და მიკრორაიონის მოსახლეობის რაოდენობა და ასევე მომსახურების საფეხურების რაოდენობა და მათი შესაბამისი ქალაქთმშენებლობის ელემენტები იცვლებიან კონკრეტული პირობების გათვალისწინებით: ქალაქის სიდიდე, ტრანსპორტის განვითარება (ნახ. 17), მოსახლეობის სიმჭიდროვე (ნახ. 15), ტერიტორიის ზომა, დაგეგმილი სტრუქტურები და ა.შ.

ბალანსირების სახეობა	მომსახურების საფეხური	ეჩმ 601.	მომსახურების ხელისაზი ზმ.	ღმასს. თვისება
ფანიტი	პიჩაქაქი	2	■ 0,2	ინტისი პაქიქ
ფანიტი	ყოქაქიქი	5	▨ 0,4	
ფანიტი	პაქიქიქი	15	▩ 0,8	
სანსაქიქი	ქაქიქი	-		Φ P T ჯიქი
ფანიტი	პიჩაქაქი	2	■ 0,2	
ფანიტი	ყოქაქიქი	5	▨ 0,4	
სანსაქიქი	პაქიქიქი+ქაქიქი	-		ინტისი სანსაქი
ფანიტი	ყოქაქიქი	5	▨ 0,4	
სანსაქიქი	პაქიქიქი+ქაქიქი	15		
სანსაქიქი	ყოქაქიქი	5	 1,5	აშს სანსაქი სანსაქი
სანსაქიქი	პაქიქიქი	15	 3-5	
სანსაქიქი	ქაქიქი	25		

ნახ. 17 სხვადასხვა ქვეყნის მომსახურების საფეხურებრივი სისტემა

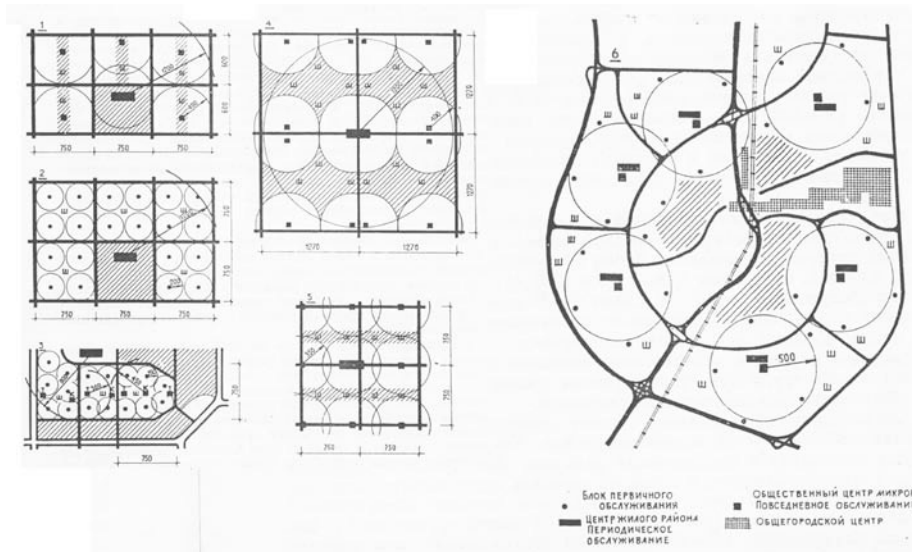
ყოფილი საბჭოთა კავშირის საზოგადოებრივ შენობათა ცენტრალური საკვლევ-სამეცნიერო ინსტიტუტის მიერ რეკომენდირებული იყო მომსახურების სამი საფეხური (ნახ. 18).



ნახ. 18 კულტურულ-საყოფაცხოვრებო მომსახურების საფეხურიებრივი სისტემა. ა-საერთო სქემა; ბ-საცხოვრებელი რაიონის სქემა

- I. ყოველდღიური მომსახურების კომპლექსი ითვალისწინებდა მრავალსართულიანი სახლების ჯგუფში მცხოვრები 2 – 2.5 ათასი მაცხოვრებლის უპირველეს ყოველდღიურ და ოპერატიულ მომსახურებას. ასეთი პირველადი მომსახურების ბლოკები განლაგებული იყო 150 – 200 მ-ის რადიუსის დამორებით საცხოვრებელიდან.
- II. პირველი საფეხურის სავაჭრო-კულტურულ-საყოფაცხოვრებო მომსახურება ითვალისწინებდა შედარებით ფართო ასორტიმენტის სასურსათო თუ სამრეწველო საქონლის მაღაზიას, საერთო ტიპის სასადილოს (სადილების სახლში გაცემის ორგანიზაციით), სამრეცხაოს მიძღვნილ პუნქტს, ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის შესაკეთებელ სახელოსნოს, საპარიკმახეროსა და საყოფაცხოვრებო საგნების გაქირავების პუნქტს, სკოლას, მოზრდილთა სათამაშო სპორტულ მოედნებს. ეს ჯგუფი პროექტირდებოდა ფეხით გადასალახავ საზღვრებში, რაც გეომეტრიულ რადიუსს 400 მ-ს უტოლდება.

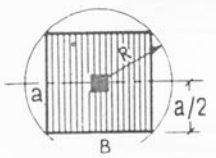
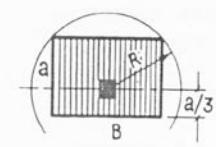
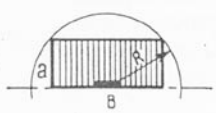
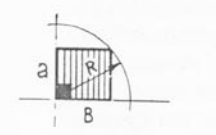
III. II საფეხურის სავაჭრო-საყოფაცხოვრებო მომსახურება ითვალისწინებდა მოსახლეობის პერიოდულად განმეორებად მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას. აქ იგულისხმებოდა საშუალო ზომის უნივერსალი ტანსაცმლის განვითარებული განყოფილებებით, ფართო ასორტიმენტის სასურსათო მაღაზია, რესტორანი, რომელიც დღის განმავლობაში გამოიყენებოდა როგორც სასადილო, კაფე-სასაუზმე და ისეთი სამეურნეო-საყოფაცხოვრებო მომსახურების საწარმოები, როგორცაა ტანსაცმლის ინდივიდუალური შეკერვა, საყოფაცხოვრებო მომსახურების სახელოსნოები, საყოფაცხოვრებო მოწყობილობათა გასაქირავებელი პუნქტი, საპარიკმახერო, კავშირგაბმულობის განყოფილება, სპორტული ნაგებობები, სასწავლო-საგანმანათლებლო დაწესებულებები, სამედიცინო მომსახურების ობიექტები და სხვა. ასეთი კომპლექსების მომსახურების გეომეტრიული რადიუსი დაშვებული იყო 800 – 1200 მ.



ნახ. 19 საცხოვრებელ რაიონში საფეხურებრივი სისტემის მომსახურების ორგანიზაციის სქემების ვარიანტები

III. III საფეხურის მომსახურების ცენტრი გამიზნული იყო მოსახლეობის ეპიზოდურად განმეორებადი მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად და ამდენად, ისინი შედგებოდნენ: უნივერსალი სასურსათო და სამრეწველო საქონლის ამომწურავი ასორტიმენტით,

სპეციალიზირებული მაღაზიები, რესტორნები და კაფეები, ატელიეები, სპორტულ-სამედიცინო დაწესებულებები, შემნახველი სალაროები, მხატვრული ფოტო ატელიეები, კინოთეატრები, კლუბები და ზოგიერთი სხვა საერთო საქალაქო მნიშვნელობის დაწესებულებები და საწარმოები [12].

Размещение общественного центра	Соотношение сторон территории $a : b$	Микрорайон		Жилой район	
		территория в га	население при плотности 3100—4500 $m^2/га$	территория в га	население при плотности 1900—2500 $m^2/га$
	1:1	37	13—19	300	63—83
	3:4	28	10—14	235	50—65
	1:2	19	7—10	156	33—43
	1:1	9	3—5	78	16—22

ნახ. 20 საზოგადოებრივი ცენტრის განლაგების ვარიანტები.

მომსახურების საფეხურებრივი სისტემის საფუძველზე НИИОЗ - ში დამუშავდა საზოგადოებრივი შენობების კომპლექსური სერიის ნომენკლატურა მიკრორაიონებისა და საცხოვრებელი რაიონებისათვის და დაევაღათ შესაბამისი ტიპური პროექტებით პროექტირება.

დამუშავებული ტიპური პროექტებით ხორციელდებოდა თბილისში ახალი მიკრორაიონებისა და რაიონების წარმოქმნა (დილომი, ვარკეთილი, ვაზისუბანი და ა.შ.).

საზოგადოებრივი ცენტრის ტიპური პროექტები ითვალისწინებდნენ განსხვავებულ ქალაქთმშენებლობით პირობებში მათ გამოყენებას (ცხრილი 1).

ცხრილი 1 ტიპური პროექტების გამოყენების მატრიცა

НАИМЕНОВАНИЕ ТИПОВ ЗДАНИЙ	СХЕМА	ТИПЫ ВМЕСТИМОСТЕЙ	ДЛЯ МИКРОРАЙОНОВ/тыс.жит/				ДЛЯ ЖИЛЫХ РАЙОНОВ/тыс.жит/		
			6	9	12	16	30	45	65
ДЕТСКИЕ ЯСЛИ-САД ДНЕВНЫЕ		140 МЕСТ	●	○	○	○			
		280 МЕСТ	●	●	●	●			
ДЕТСКИЕ ЯСЛИ - САД КРУГЛОСУТОЧНЫЕ		140 МЕСТ		●	○	○			
		280 МЕСТ			●	●	●	○	
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СРЕДНИЕ ШКОЛЫ		1104уч	●			○			
		1496уч		●		●			
		1888уч		○		○			
		2280уч			●				
ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЦЕНТРЫ МИКРОРАЙОНОВ		4 ТИПА	●	●	●	●			
КОМПЛЕКСНЫЕ ФИЗКУЛЬТУРНЫЕ ПЛОЩАДКИ МИКРОРАЙОНОВ		4 ТИПА	●	●	●	●			
КОМПЛЕКС ХОЗЯЙСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ		3 ТИПА	●	●	●				
КУЛЬТУРНЫЙ ЦЕНТР ЖИЛОГО РАЙОНА		3 ТИПА					●	●	●
ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР ЖИЛОГО РАЙОНА		3 ТИПА					●	●	●
СПОРТИВНЫЙ ЦЕНТР ЖИЛОГО РАЙОНА		3 ТИПА					●	●	●
ПОЛИКЛИНИКА		800 пос					●		
		1200 пос						●	
		1600 пос							●

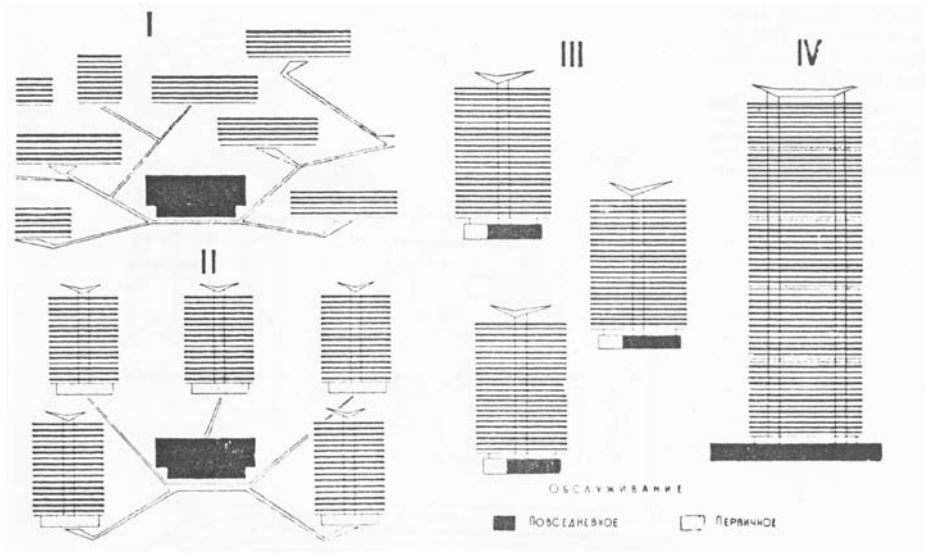
ამავე დროს, შერეული და მრავალსართულიანი საცხოვრებელი განაშენიანების შემთხვევაში, შესაძლებელი იყო საზოგადოებრივი ცენტრის ეტაპობრივი მშენებლობა.

მსხვილ ქალაქებში გათვალისწინებული უნდა ყოფილიყო მომსახურების შედარებით რთული სისტემა საფეხურების რაოდენობის გაზრდით.

მიკრორაიონისაგან განსხვავებით, სადაც საზოგადოებრივი ცენტრის შენობაში შეიძლება განთავსდეს ყველა კულტურულ - საყოფაცხოვრებო მომსახურების დაწესებულებები, საცხოვრებელ რაიონში დაწესებულებებისა და საწარმოების სიმჭიდროვის მნიშვნელოვანი ზრდის გათვალისწინებით, საზოგადოებრივი ცენტრი შეიძლება შედგებოდეს რამოდენიმე კოოპერირებული შენობისაგან: კულტურული, სავაჭრო და

სპორტული ცენტრები, ასევე პოლიკლინიკები. თუ რაიონში სავარაუდოა სასტუმროების ან ბაზრობების მშენებლობა, მიზანშეწონილია მათი განთავსება საცხოვრებელი რაიონის საზოგადოებრივ ცენტრში.

საცხოვრებელ განაშენიანებაში საცხოვრებელი სახლების გამსხვილებით, შესაძლებელი იყო მომსახურების რადიუსის თანდათანობითი შემცირება ყოველდღიური მომსახურების დაწესებულებებისთვის (მიკრორაიონის საზოგადოებრივი ცენტრი) და საცხოვრებელ სახლთან მისი მიახლოება. შედარებით მსხვილი შენობების შემთხვევაში შესაძლებელი იყო საცხოვრებელი კომპლექსის ორგანიზაცია საბავშვო დაწესებულებებით „საცხოვრებელი სახლი - მიკრორაიონი“ (ნახ. 21) [13].



ნახ. 21 საზოგადოებრივი ცენტრის ორგანიზაცია საცხოვრებელი სახლების სართულიანობის ზრდის შემთხვევაში. I-მიკრორაიონის საზოგადო ცენტრი 4-9 სართულის შემთხვევაში; I I I -მიკრორაიონის საზოგადო ცენტრი და პირველადი მომსახურების ბლოკები მზარდი სართულიანობის შემთხვევაში; I I I -მომსახურების კომპლექსი თვითოეულ მსხვილ საცხოვრებელ სახლში; IV - საცხოვრებელი კომპლექსი- სახლი საზოგადო ცენტრით და სართულების ჯგუფებზე პირველადი მომსახურებით.

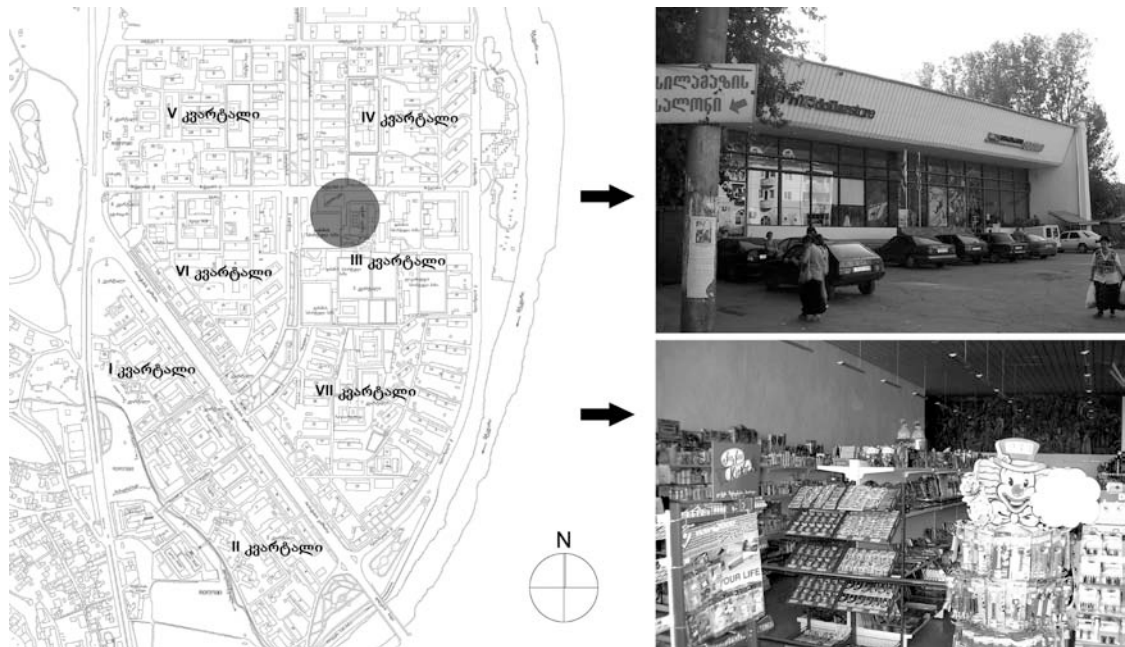
მრავალსართულიან საცხოვრებელ შენობასთან ინტეგრირებული სავაჭრო და საზოგადოებრივი მომსახურების ობიექტები თბილისში ჩნდება საბჭოთა პერიოდის უკანასკნელ წლებში აშენებულ რაიონებში (დიდი დილომი).

ზემოთ განხილული ქალაქების განაშენიანების საფეხურებრივი სისტემა, რომელიც ინგლისში, შემდეგ კი დასავლეთ ევროპის მთელ რიგ ქვეყნებში გავრცელდა და განვითარდა, მისაღები აღმოჩნდა საბჭოთა კავშირის ქალაქებისათვისაც. დასავლეთის ქვეყნებში ეს სისტემა ფუნქციონირებდა განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, ხოლო საბჭოთა კავშირის ხისტი და გეგმური სისტემისთვის აღნიშნულმა მომსახურების სქემამ უარყოფითი ტრანსფორმაცია განიცადა. იერარქიულად მკაცრად ურთიერთდამოკიდებულმა ვაჭრობისა და მომსახურების საფეხურებრივმა გადაწყვეტამ შეზღუდა მათი თავისუფალი განვითარება. შემდგომ ეტაპებზე დასავლეთმაც უარი თქვა ქალაქთგეგმარებით საფეხურებრივ სისტემაზე.

თბილისში 50-იან წლებში განვითარების ძირითადი მიმართულებები - ვაკე და საბურთალოს ცენტრალური ზონები იყო. ვაკე ჩამოყალიბდა ძირითადი და პარალელურად განვითარებადი სატრანსპორტო მაგისტრალის, ი. ჭავჭავაძის გამზირის, ფალიაშვილისა და ბარნოვის ქუჩებს შორის სივრცის კვარტალური განაშენიანების შედეგად. კულტურულ-საგანმანათლებლო, სავაჭრო და მომსახურების ობიექტები აქ შენდებოდა მთავარი-ი. ჭავჭავაძის გამზირის ღერძის გასწვრივ, ძირითადად საცხოვრებელი სახლების პირველი სართულის ათვისებით. რაიონის სიღრმეში განლაგდა პირველადი მომსახურების ობიექტები. ამავე პრინციპით მოხდა საბურთალოს ცენტრალური ნაწილის განაშენიანებაც.

თბილისში ჩამოყალიბებული პირველი საფეხურებრივი სისტემა - დიდმის მასივი, რომელიც ქალაქთგეგმარებითად საკმაოდ საინტერესოდაა გადაწყვეტილი (ნახ. 22). მის ღერძს კარგად გამწვანებული და კეთილმოწყობილი ბულვარი წარმოადგენს, რომლის ბოლოს განლაგებულია სავაჭრო ცენტრი და უფრო წვრილი მომსახურების და სხვა ობიექტები. მიკრორაიონების განაშენიანება ტიპური, უდიდამო შენობებით უარყოფით არქიტექტურულ-სივრცულ გადაწყვეტას ქმნის.

კიდევ უფრო დაბალ ხარისხობრივ და მხატვრულ დონეზეა განაშენიანებული ე.წ. მესამე მასივის ტერიტორია, ძირითადად 5 სართულიანი პანელოვანი სახლებით. დაბალია ვაჭრობისა და მომსახურების ხარისხიც.

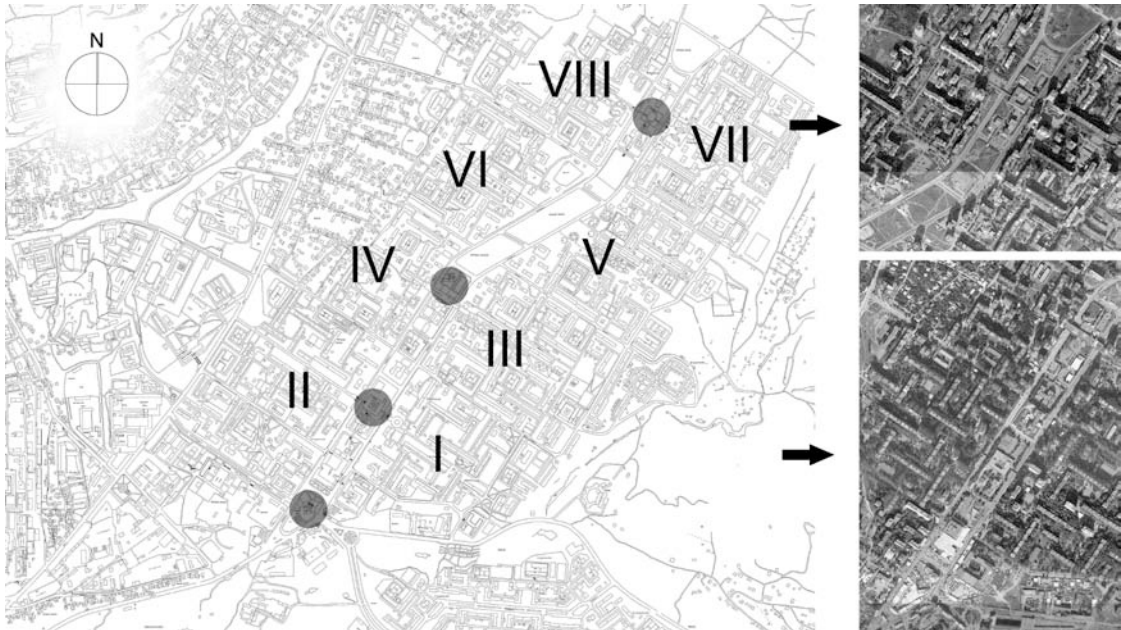


ნახ. 22 დიდმის განაშენიანება

მეოცე საუკუნის 70-80 წლებში აშენდა თბილისის ყველაზე დიდი საცხოვრებელი რაიონი გლდანი, სადაც დღესდღეობით 170 ათასი ადამიანი ცხოვრობს. მის სტრუქტურაში მნიშვნელოვანია ხაზობრივი საზოგადოებრივი სავაჭრო ცენტრი, რომლის ღერძის ორივე მხარეს განლაგებულია მიკრორაიონები. აქ კარგად ჩანს ვაჭრობისა და მომსახურების იერარქიული საფეხურებრივი სისტემა (ნახ. 23).

აღსანიშნავია, რომ ამ პერიოდში თბილისში გაშლილი ფართო მშენებლობა ხორციელდებოდა სწრაფად, მაგრამ უხარისხოდ. ხშირად საცხოვრებელ რაიონებში დაპროექტებული საზოგადოებრივი დანიშნულების ობიექტები (სკოლები, საბავშვო ბაღები, სავაჭრო ცენტრები, მომსახურების ობიექტები, კეთილმოწყობა და ა.შ.) შენდებოდა მხოლოდ ნაწილობრივ, რაც თავისთავად გამორიცხავდა მომსახურების საფეხურებრივი სისტემის სრულად ფუნქციონირებას. ასეთი ტენდენციები

დამახასიათებელია ფონიქალის, ვარკეთილის, მუხიანის, დიდი დიღმისა და სხვა საცხოვრებელი რაიონებისათვის.



ნახ. 23 გლდანი, მიკრორაიონები

ამრიგად საბჭოთა ტოტალიტარულმა, მბრძანებლურ ადმინისტრირებადმა სისტემამ თავისი გავლენა მოახდინა თბილისის ურბანულ განვითარებაზე და ვაჭრობისა და მომსახურების სისტემის ევოლუციურად წარმართვაზე. კერძო საკუთრების გაუქმებამ, ვაჭრობის სივრცის ჩაკეტვამ, მთლიანად სისტემის ადმინისტრირებამ, ფაქტიურად 70 წლით გაწყვიტა XX საუკუნის დასაწყისში მიმდინარე კაპიტალისტურ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პროცესი.

შეიცვალა ქ. თბილისის ქალაქთგეგმარებითი სტრუქტურა, რაც პირდაპირ არის დაკავშირებული საბჭოთა პერიოდში მის ტერიტორიულ და მოსახლეობის ზრდასთან. გასული საუკუნის 70-იან წლებში საქართველოს მოსახლეობა 2.27-ჯერ, თბილისის მოსახლეობა კი 5.4-ჯერ გაიზარდა, რაც ძირითადად გარედან მიგრაციის ხარჯზე მოხდა. ამ პერიოდში თბილისის კულტურულ, სავაჭრო და მომსახურების ღერძებად კვლავ რჩება რუსთაველისა და აღმაშენებლის გამზირები და მათი მიმდებარე ისტორიული ცენტრის ტერიტორიები. ამავე დროს თანდათან გამოიკვეთა ამ ღერძების გაგრძელება მელიქიშვილისა და ი.ჭავჭავაძის გამზირების,

აგრეთვე საბურთალოს მიმართულებით. გაჩნდა საცხოვრებელი რაიონების
ლოკალური სუსტად განვითარებული ვაჭრობისა და მომსახურების
ცენტრები (დილომი, გლდანი, ვარკეთილი).

2. თავი ქ. თბილისში პოსტსაბჭოთა პერიოდში ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების თავისებურებები

2.1. ვაჭრობისა და მომსახურების ორგანიზაციის პრობლემები

1990-იანი წლებიდან მოყოლებული, პოლიტიკური ფორმაციის ცვლილებების, სამოქალაქო ომის, სოციალურ-ეკონომიკური ძვრების ფონზე მიმდინარე პროცესებმა ქვეყანა მეტად მძიმე მდგომარეობამდე მიიყვანა. იგი დადგა პრობლემების ფართო სპექტრის გადაჭრის წინაშე.

1991 წლიდან საბჭოთა კავშირის დაშლის შედეგად, ვაჭრობისა და მომსახურების არსებული ქსელი ახალი რეალობის წინაშე აღმოჩნდა. მას არ აღმოაჩნდა საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლისათვის საჭირო ელასტიურობა. ამას დაემატა საქართველოში შექმნილი პოლიტიკური პრობლემები (სამოქალაქო ომი, შიდაშლილობა, სამაჩაბლოსა და აფხაზეთის კონფლიქტები). მოიშალა ის აუცილებელი საქმიანი კავშირები, რომლებიც საბჭოთა რეჟიმის დამყარებამდე ვითარდებოდა სხვადასხვა ქვეყნებთან. ახალი ეკონომიკური ურთიერთობების ჩამოყალიბება რთულად, არაკომპეტენტურად და ზოგჯერ ქაოტურად მიმდინარეობდა.

თბილისის პოსტსაბჭოთა განვითარება პირობითად შეგვიძლია დავყოთ ორ ნაწილად:

- თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების კრიზისული, სტიქიური, არაორგანიზებული პერიოდი;
- პოსტკრიზისული, სტაბილიზაციისა და გამოცოცხლების პერიოდი.

თბილისის პოსტსაბჭოთა ქალაქთმშენებლობითი კრიზისის პირველი ეტაპი მოიცავს 1991-2000 წწ., რომლის მიზეზები პოლიტიკურ-ეკონომიკური ხასიათისაა. ცნობილია, რომ ეს ფაქტორები პირდაპირ გავლენას ახდენს ქვეყნისა და ცალკეული ქალაქების არქიტექტურულ-გეგმარებით განვითარებაზე, შესაბამისად ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირებაზე. ამის ნათელი მაგალითი 90-იან წლების დასაწყისის თბილისია. ამ პერიოდში ქვეყანაში პოლიტიკური პროცესები სწრაფად

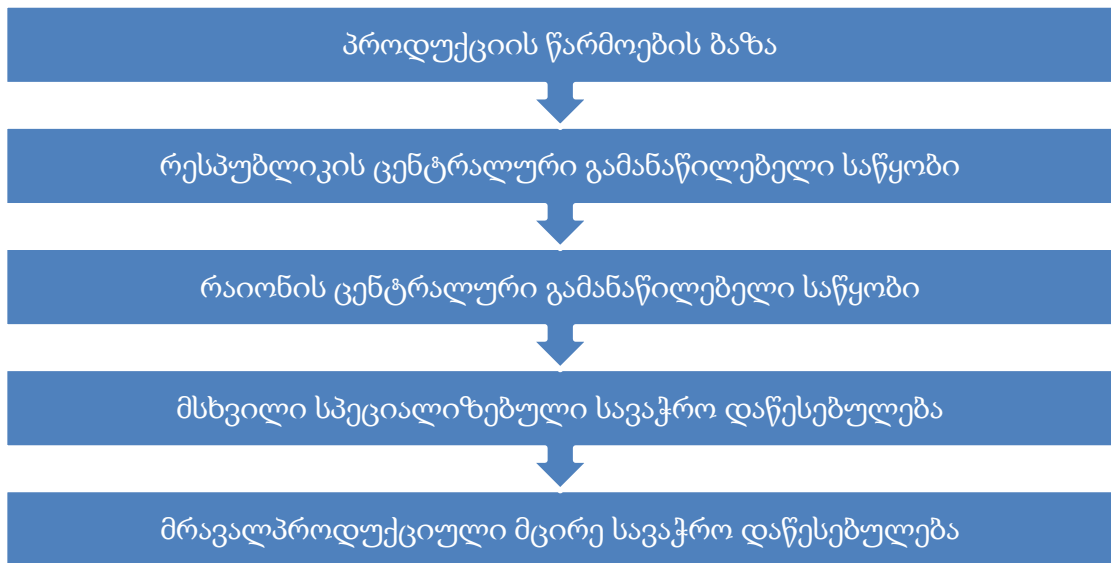
ვითარდებოდა. დამოუკიდებლობის აღდგენას თან მოჰყვა შიდა პოლიტიკური დაპირისპირება. მოიშალა ქვეყნისა და მათ შორის თბილისის ელექტრო მომარაგების, გათბობის, გაზიფიცირების სისტემები. მოგვიანებით დაპირისპირება გადაიზარდა სამოქალაქო ომში, რამაც აბსოლუტურად მოშალა დედაქალაქის არსებული ინფრასტრუქტურის ნარჩენები. 1992-93 წლების აფხაზეთის ომის შედეგად უფრო გაუარესდა არსებული სოციალურ-ეკონომიკური პირობები. აფხაზეთიდან ლტოლვილთა რაოდენობამ თბილისში გაზარდა უმუშევრობის პრობლემა და დაამძიმა ისედაც მძიმე სოციალური ფონი.

ზემოთ აღნიშნულიდან კარგად ჩანს 1991-95 წლების უმძიმესი პოლიტიკური და სოციალურ-ეკონომიკური კრიზისი, რასაც თან სდევდა ენერგეტიკული, სასურსათო, ფინანსური, საინვესტიციო და ა.შ. პრობლემები.

ამ ფონზე ხდება საბჭოთა პერიოდში არსებული საკანონმდებლო სისტემის მორგება ახალ რეალობაზე. მათ შორის ვაჭრობისა და მომსახურების მიმართულებით 1991 წელს კრებულის სახით მომზადდა (პრაქტიკულად ქართულად იქნა ნათარგმნი) სამშენებლო ნორმები და წესები - ქალაქთმშენებლობა, რომელიც დღესაც ძირითად ნორმატიულ ბაზად რჩება ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირებასთან დაკავშირებით. აღსანიშნავია, რომ იგი СНиП 2.07.01-89 -ის ანალოგს წარმოადგენს (დანართი-1)[14].

საბჭოთა პერიოდში ჩამოყალიბებული იყო მომსახურების ქსელის ფუნქციონერების რთული, მრავალეტაპიანი ციკლი (სქემა 1). საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის შემდგომ არსებულ მომსახურების ქსელს არ აღმოაჩნდა ახალი სოციალური სივრცისთვის და საბაზრო ურთიერთობებისათვის აუცილებელი ელასტიურობა.

სქემა 1 საბჭოთა პერიოდის მომსახურების ქსელის ფუნქციონირება



საქართველოში საბჭოთა სისტემის რღვევამ და სახელმწიფო საკუთრების კერძო საკუთრებით შეცვლამ, გამოიწვია როგორც პოლიტიკური ასევე სოციალ-ეკონომიკური კატაკლიზმები.



ნახ. 24 უფუნქციოდ დარჩენილი მსხვილი სავაჭრო ობიექტები.

საქართველოს მოსახლეობის უდიდესი ნაწილი აღმოჩნდა ფრიად მძიმე სოციალურ-ეკონომიკურ პირობებში. სახელმწიფოში დაიშალა მომსახურების ადრე არსებული სისტემა, რაც გამოწვეული იყო მიწოდების და ინვესტიციების არარსებობით. აქედან გამომდინარე უფუნქციოდ დარჩა მრავალი, უზარმაზარი საყოფაცხოვრებო თუ სხვა მომსახურების ობიექტი (ნახ. 24).

მოსახლეობამ გამოსავალი შედარებით მცირე, საცალო ვაჭრობაში იპოვა, რომელიც ძირითადად საზოგადოებრივი თავშეყრის ადგილებში ჩამოყალიბდა ამ პერიოდში სავაჭრო ურთიერთობების განვითარების

ძირითადი მაფორმირებელი ფაქტორებია: დისლოკაცია და პროდუქტის ღირებულება.

ეს ორი ფაქტორი განსაზღვრავდა პროდუქტზე მოთხოვნასა და შესაბამისად მომხმარებლის დაინტერესებას.

მეტროს სადგურების ამოსასვლელები, რკინიგზის სადგურები და ა.შ. მოსახერხებელი იყო, როგორც მძიმე ეკონომიკური პირობების გამო კერძო ავტომობილების გარეშე დარჩენილი თბილისის მოსახლეობის უმეტესი ნაწილისთვის, ასევე მოვაჭრეებისათვის. წარმოების არარსებობის გამო სავაჭრო ურთიერთობები ძირითადად იაფფასიანი შემოტანილი პროდუქტით ხორციელდებოდა. სატრანსპორტო კვანძებთან სავაჭრო ობიექტების არსებობა კი ბევრად აიოლებდა და აიაფებდა პროდუქტის ტრანსპორტირებას, რაც ისახებოდა გასაყიდი საქონლის ღირებულებაზე.

მაღაზიები შეცვალეს ჯიხურებმა ე.წ. „ბუტკებმა“, რომლებიც მთელ ქალაქს მოედო. კუსტარულად ნაწარმოები თუნუქის მასალით დამზადებული "ბუტკები" ამახინჯებდა არქიტექტურულ გარემოს. შემდეგ ეტაპზე ჯიხურებიდან ვაჭრობა თანდათანობით გადადის საცხოვრებელი სახლების სარდაფებში. ამ ტენდენციას ორი ძირითადი დადებითი შედეგი აქვს:

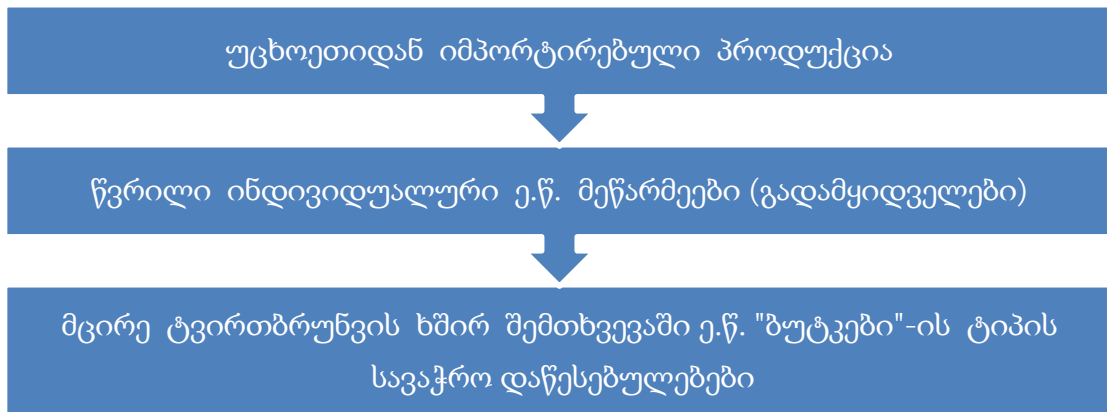
- ა) ქუჩების ტროტუარების ნაწილობრივი გამონთავისუფლება;
- ბ) უფუნქციო და ანტისანიტარიულ მდგომარეობაში მყოფი საცხოვრებელი სახლების სარდაფების გაწმენდა, კეთილმოწყობა და გამოყენება.

განხილული პერიოდის ვაჭრობის განვითარების ანალიზის შედეგად შეიძლება გამოვყოთ შემდეგი ტენდენციები:

- გარე ვაჭრობა ჯიხურების ე.წ. „ბუტკების“ გამოყენებით;
- შენობათა სარდაფების აქტიური გამოყენება.

ჩამოყალიბდა სტიქიური, არაორგანიზებული ვაჭრობის ქსელი, რომელიც ფუნქციონირების სამი ეტაპისგან შედგებოდა:

სქემა 2 სტიქიური, არაორგანიზებული ვაჭრობის ქსელის ფუნქციონირება



აღნიშნულისგან განსხვავებით ქალაქის ცენტრში სავაჭრო ობიექტები ყალიბდებოდა და ვითარდებოდა ძირითადად მიტოვებული სამრეწველო ობიექტის ტერიტორიაზე (დეზერტირების ბაზრის მიმდებარე ტერიტორია, ვაგზლის ბაზრობები, ელიავას ბაზრობა და ა.შ.). ეს ის ობიექტებია, რომლებიც რამდენიმე შენობასა და ინფრასტრუქტურას მოიცავს.

ამ პერიოდში პოლიტიკურ-ეკონომიკური კატაკლიზმების გამო ქალაქის საერთო არქიტექტურულმა გარემომ მნიშვნელოვანი ცვლილებები განიცადა, ერთ-ერთი ასეთი ცვლილება ქუჩის ბაზრობების გაჩენა იყო. მათ წარმოშობას ობიექტური საფუძველი გააჩნდა. წარმოების დაცემისა და სტაგნაციის პროცესმა უმუშევართა მთელი არმია წარმოშვა. ამასთან საბჭოთა პერიოდის შემდეგ, შესაძლებელი გახდა კერძო მეწარმეობის, ბიზნესის და მათ შორის ვაჭრობის განვითარებაც. ქაოსის, საკანონმდებლო ბაზის უქონლობის, კორუფციის და ა.შ. პირობებში ბევრი ადამიანისათვის გადარჩენისა და არსებობის ერთადერთი საშუალება წვრილმანი ვაჭრობა აღმოჩნდა. საქართველოში მოვაჭრეებს საქონელი შემოჰქონდათ თურქეთიდან, ირანიდან, აზერბაიჯანიდან, რუსეთიდან, ბულგარეთიდან და სხვ., რომელსაც მსხვილ პარტიებად ყიდდნენ საბითუმო ბაზრობებზე. ასეთი ბაზრობები თბილისში რამდენიმე იყო: ელიავას, ვარკეთილის, ლილოს, დიდუბის და ა.შ. აქედან მარაგდებოდა თბილისის ბაზრები: ვაგზლის, საბურთალოს, ქავთარაძის, ნავთლუდის და სხვ. სასურსათო და სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტით. თბილისი ზემოთ ჩამოთვლილი

ქვეყნების გარდა საქართველოს რაიონებიდანაც მარაგდებოდა. ბაზრობების წარმოშობისთანავე გაჩნდა და მალევე გაიზარდა ე.წ. გადამყიდველების ხვედრითი წილი, რომლებიც დედაქალაქში გლეხებისაგან ბითუმად ნაყიდი პროდუქტით ვაჭრობდნენ.

როგორც არქიტექტორი ნათია ქოჩლაძე თავის დისერტაციაში აღნიშნავს: „თბილისში სავაჭრო გარე ვაჭრობის ორი განსხვავებული სტრუქტურული ტიპი ჩამოყალიბდა – ხაზოვანი და ბირთვული. ხაზოვანი განლაგების სტრუქტურა ძირითადად დამახასიათებელი იყო ქალაქის ისტორიული ცენტრალური უბნების განაშენიანებისათვის, სადაც წარსულში ერთმანეთის გვერდით მდებარე დუქნები სხვადასხვა სპეციალიზებული მაღაზიებით შეიცვალა. ხაზოვანი განლაგებისას მაღაზიები უპირატესად მთავარ საქალაქო სატრანსპორტო მაგისტრალებს მიუყვებოდა“ [15].

ქალაქში ახლად გაჩენილმა არაორგანიზებულმა გარე ბაზრობებმა, არსებული სტაციონარული ბაზრების გარეთ, თვით ბაზრის ტერიტორიაზე მეტი ფართობი დაიკავეს. ბაზრების გარშემო თვითნებურად გამართული ბაზრობების გამო ხდებოდა მიმდებარე ქუჩების პარალიზება, აქ ერთნაირად ქაოტურად მოძრაობდნენ სავაჭროდ მოსულები, პროდუქტით დატვირთული ურიკები და მსუბუქი მანქანები, იხერგებოდა მანქანების სავალი ნაწილი და ტროტუარები. ქალაქში არსებული ბაზრების გარშემო ტერიტორიების გარდა, ბაზრობები სტიქიურად ჩნდებოდა ტრანსპორტის გაჩერებების სიახლოვესაც: მეტროს სადგურების ამოსასვლელებთან, ტროლეიბუსების, ავტობუსების გაჩერებებთან. აქ პირდაპირ მანქანის საბარგულებიდან, ყუთებიდან, ტომრებიდან იყიდებოდა ხილ-ბოსტნეული, პური, მწვანილი, სამამულო თუ საზღვარგარეთიდან შემოტანილი სურსათი და სამრეწველო წვრილმანი საქონელი. ასეთივე ბაზრობები სტიქიურად გაჩნდა ქალაქის ცენტრში და მჭიდროდ დასახლებულ ზონებში.



ნახ. 25 გარე ვაჭრობა: თამარ მეფის გამზირი, დეზერტირების ბაზრის მიმდებარე ტერიტორია

აღნიშნული გარე ვაჭრობები ანტისანიტარიის ხმაურისა და ქაოტური სივრცის ჩამოყალიბების წყარო გახდა (ნახ. 25).

საქართველოს მრავალ ქალაქში და კერძოდ თბილისში ამ ყოველივემ არაკონტროლირებადი სტიქიური სახე მიიღო, რაც გამოვლინდა ქალაქის მნიშვნელოვან უბნებში ისეთი კონგლომერანტების წარმოშობით როგორებიცაა: ელიავას, ისნის, დეზერტირების და ა.შ. ბაზრობები.

ამრიგად, სავაჭრო ობიექტების ქსელის განვითარების ასეთმა ტენდენციებმა შეცვალეს და საგრძნობლად გააუარესეს მთლიანად ქალაქის ინფრასტრუქტურა. მოხდა გზების გადატვირთვა, დასასვენებელი ადგილების ათვისება, ცენტრალურ უბნებში ხმაურისა და ანტისანიტარიის კერების გაჩენა [16].

ამავე პერიოდის შემდეგ ეტაპზე გარე ვაჭრობას თანდათან ცვლის შენობათა სარდაფების სავაჭრო ობიექტებად გამოყენება. ამ პერიოდის საბაზრო ეკონომიკის თუნდაც ჩანასახოვანი მდგომარეობა საშუალებას იძლეოდა კერძო საკუთრებისა და ვაჭრობის განვითარებისათვის. 1992 წლიდან დაიწყო ბინებისა და უძრავი ქონების პრივატიზაცია, რამაც მოქალაქეებს საშუალება მისცა, ქალაქში არსებული უამრავი, ანტისანიტარიის კერად ქცეული სარდაფი და ნახევარსარდაფი სავაჭრო ობიექტებად გამოეყენებინა. მოქალაქეებმა დაიწყეს მათ მფლობელობაში არსებული სარდაფების გასუფთავება, გარემონტება და ამ სივრცეში სხვადასხვა დანიშნულების სავაჭროების გახსნა. გარდა ამისა ხდებოდა

ასეთი სათავსების გაქირავება ან გაყიდვა. ამ ტენდენციამ თანდათან შეამცირა „ბუტკებში“ მოვაჭრეთა რაოდენობა, რითაც გამონთავისუფლდა ჩახევილი ქუჩების ტროტუარები. თბილისის ქუჩების უსახო ჯიხურებისაგან განთავისუფლება ეტაპობრივად და თითქმის 2002 წლამდე ხდებოდა, თუმცა გარე ვაჭრობის სხვადასხვა ფორმები დღემდე შემორჩენილი ქალაქის პერიფერიულ უბნებში.

ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების შემდეგი ნაბიჯი იყო საცხოვრებელი სახლების სარდაფებთან ერთად სავაჭრო ობიექტების პირველ სართულზე განთავსება. შედეგად თბილისის ცენტრალური ქუჩები გადაიქცა ხაზოვან უწყვეტ სავაჭრო სტრუქტურებად. ასეთივე სავაჭრო ქუჩები გაჩნდა ცენტრის მიმდებარე და უფრო პერიფერიულ რაიონებში (ნახ. 26). ასეთ ქუჩებში სავაჭრო ობიექტების სიჭრელე იგრძნობა. მაგალითად დოლიძის ქუჩაზე ერთმანეთის გვერდით არის სასურსათო მაღაზიები, სუპერმარკეტები, აფთიაქები, მეორადი ტანსაცმლის ბუტიკები, სამეურნეო მაღაზიები, ბანკის ფილიალი, სუვენირების და სხვა მცირე თუ დიდი მაღაზიები. ამის პარალელურად ზოგიერთ ქუჩებზე (პეროვსკაიას, ქიაჩელის, ბელიაშვილის და სხვ.), ძირითადად რესტორნების, კაფეების და ბარების მონოფუნქციური ქსელი შეიქმნა.



ნახ. 26 დოლიძის ქუჩაზე I სართულის გამონთავისუფლებით მიღებული კომერციული ფართობი

ამრიგად, 90-იანი წლების ბოლოს სავაჭრო ქსელმა და ობიექტებმა შედარებით ცივილიზებული ფორმა მიიღო. ბაზრებმა და ბაზრობებმა შეიქმნეს უფრო კომფორტული გარემო და ნელ-ნელა შემცირდა სტიქიური

ვაჭრობა. გაჩნდა მომსახურების ისეთი ობიექტები, როგორებიც არის: საყოფაცხოვრებო და შერეული მაღაზიები ე.წ. “მარკეტები და “სუპერმარკეტები”, აფთიაქები. შედარებით მოგვიანებით ჩნდება ტანსაცმლის, ხორცის პროდუქტების, პარფიუმერიის და სხვა. მაღაზიები ერთიანი მომსახურების ქსელით.

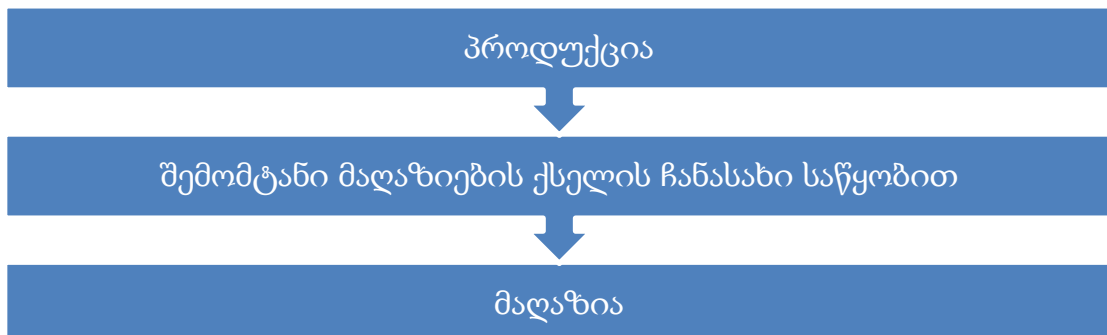
კონკურენციის პირობებში არსებულ მაღაზიათა მფლობელები, იძულებულნი ხდებიან იზრუნონ თავიანთი მაღაზიების არქიტექტურულ სახეზე, შიდა სივრცის დიზაინზე, გარე რეკლამაზე და ა.შ., რაც თავისთავად მნიშვნელოვანი ფაქტორია კლიენტთა მისაზიდად (ნახ. 27).



ნახ. 27 ჯინსების მაღაზია ი. ჭავჭავაძის გამზირზე და პეკინის ქუჩაზე

აღნიშნული პროცესების შედეგად იცვლება და ხდება ქალაქის ურბანული სივრცის შედარებით მოწესრიგება. მომსახურების ქსელის ფუნქციონირების ეტაპები ნელ-ნელა გადადის სავაჭრო ეკონომიკის განვითარების საწყისი ეტაპისათვის დამახასიათებელ შემდგომ საფეხურზე:

სქემა 3 მომსახურების ქსელის ფუნქციონირების ეტაპები



ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროში 90-იანი წლების ბოლოს, მიუხედავად არსებული დადებითი ტენდენციებისა, ამ ყოველივეს მაინც არაორგანიზებული და სტიქიური სახე ჰქონდა [17].

ამრიგად, პოსტსაბჭოთა პერიოდის I ეტაპის სავაჭრო და მომსახურების ქსელის ფორმირება რთულ სოციალურ-ეკონომიკურ პირობებში მიმდინარეობს. ეკონომიკურად მძიმე პირობებში მყოფი თბილისის მოსახლეობისათვის ძირითადი ყურადღება პროდუქტის ღირებულებას ენიჭება. ამ პერიოდში სავაჭრო ობიექტების მაფორმირებელი ფაქტორი მათი დისლოკაციაა, ძირითადად მეტროს და სარკინიგზო სადგურები, სატრანსპორტო კვანძები, ავტობუსების და ტროლეიბუსების გაჩერებები და ა.შ. ვითარდება არაორგანიზებული საცალო და საბითუმო ვაჭრობა. მისი გავრცელებული ფორმებია: დახლები, ე.წ. „ბუტკები“, მოგვიანებით კი საცხოვრებელი სახლების სარდაფები და პირველი სართულები.

90-იანი წლების ბოლოს შედარებით იხვეწება და ცივილიზებული სახე ეძლევა სტიქიურ გარე ვაჭრობას და ჩნდება მაღაზიების, აფთიაქების ქსელის ჩანასახები.

2.2. ქ. თბილისის ცენტრალურ ნაწილში ვაჭრობისა და მომსახურების მსხვილი ობიექტების დისლოკაციის პრობლემები

პოსტსაბჭოთა პერიოდის პირველ ეტაპზე ქ. თბილისში ჯიხურების და სარდაფების პარალელურად, რომლებიც ქალაქში დისპერსულად იყო განლაგებული, ჩამოყალიბდა მსხვილი ბაზრობების მონოცენტრები: ვაგზლის მიმდებარე ტერიტორიაზე არსებულ ე.წ. „დეზერტირების“ ბაზრის ბაზაზე, აგრეთვე ელიავას, ისნისა და ლილოს ბაზრობები. მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული მსხვილი ბაზრობების ქსელი სტიქიურად

ჩამოყალიბდა, ანალიზი გვიჩვენებს, რომ მათ გააჩნდათ შექმნის სოციალურ-ეკონომიკური, მაკოორდინებელი და სხვა საფუძველი.

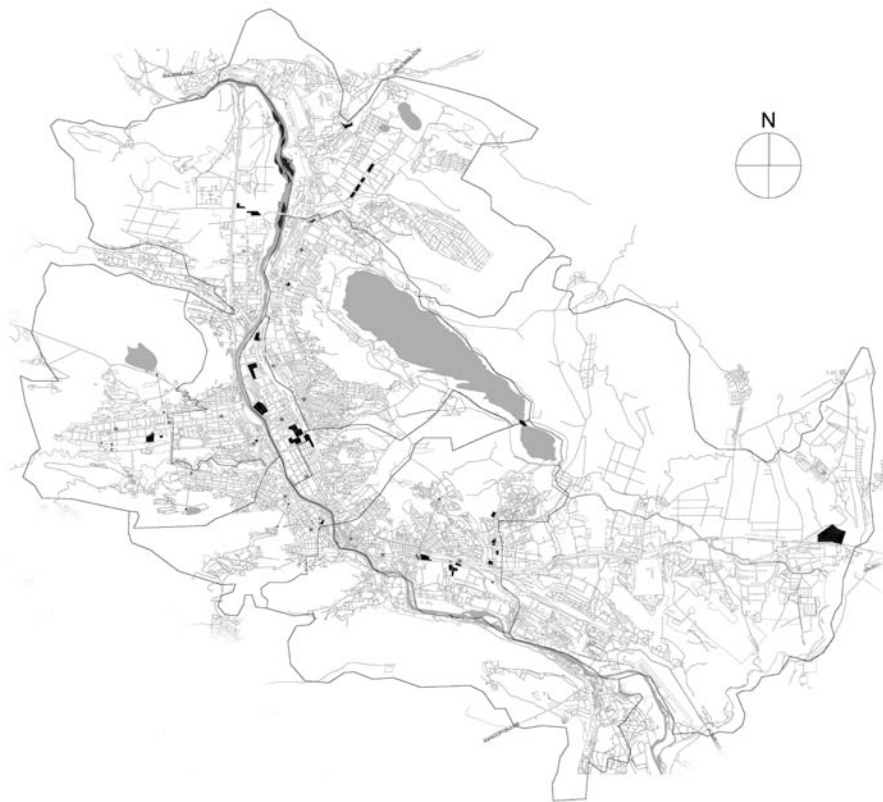
საბჭოთა პერიოდში ე.წ. „დეზერტირების“ ანუ ცენტრალური საკოლმეურნეო ბაზარი იყო ყველაზე მსხვილი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებით მოვაჭრე ობიექტი. პოსტსაბჭოთა პერიოდში ვაჭრობის სტიქიური განვითარების პირობებში აქ განლაგდნენ ის მოვაჭრეები, რომლებსაც არ ჰქონდათ მატერიალური საშუალება ჯიხურების ან სარდაფების შექმნის დაქირავების. ბაზრობაზე დახლის დაქირავების მცირე გადასახადი მათ ვაჭრობას გარკვეულ შემოსავალს აძლევდა. ამ ბაზრის კონტიგენტს შეადგენდნენ უმუშევრები და ლტოლვილები. სტიქიური ვაჭრობის მასშტაბების ზრდასთან ერთად მოვაჭრეები გაჩნდნენ ბაზრის გარე ტერიტორიაზე და თანდათან დაიკავეს მიმდებარე ქუჩების მთელი პერიმეტრი. უნდა აღინიშნოს, რომ, მიუხედავად ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარებისა, აღნიშნული შიდა და გარე ვაჭრობა დღესაც გრძელდება.

თბილისის მსხვილი ბაზრობები (ნახ. 28) ფუნქციონალურად დიფერენცირებულია; ე.წ. „დეზერტირების“ ბაზრობა ძირითადად სასოფლო სამეურნეო პროდუქტებით, ელიავას ბაზრობა სამეურნეო, ავტონაწილების, საყოფაცხოვრებო ტექნიკის და ა.შ. ლილოს ბაზრობა საგალანტერიო, სამეურნეო და სხვა საბითუმო ვაჭრობის პროფილი აქვთ. აღნიშნულ მსხვილი ბაზრობები პროდუქციის დაბალი ფასების გამო, საბითუმო ბაზრებადაც იქცნენ, რადგან აქედან მარაგდება ქალაქში გაბნეული სხვადასხვა პროფილის მაღაზიები და ბუტიკები.

ამრიგად, თბილისში პოსტსაბჭოთა პერიოდის სავაჭრო ქსელმა თანდათანობით ტრანსფორმაცია განიცადა: ჯიხურები შეცვალა სარდაფებმა და პირველ სართულებზე განლაგებულმა ხაზოვანმა მაღაზიებმა. ამავე დროს მონოცენტრულ ბაზრობებზე დღემდე თითქმის უცვლელად ფუნქციონირებენ ჯერ კიდევ 18 წლის წინ არსებული გარე ვაჭრობის ფორმები. ამავე მსხვილი ბაზრობების მიმდებარე ტერიტორიებზე აშენდა

დახურული შედარებით კეთილმოწყობილი მსხვილი სავაჭრო სივრცეები: კიდობანი, პასაჟი 2000 (ნახ. 29), თეთრი თბილისი +, მეცხრე ცა და ა.შ., მაგრამ მათ ვერ მოახდინეს ამ ტერიტორიაზე (ვაგზლის მიმდებარე ტერიტორია) არსებული ბაზრობების განტვირთვა, რადგან სრულიად ახალი ფუნქცია შეიძინეს. შემდეგ ეტაპზე ქალაქში ჩნდება ახალი ობიექტები - სპორტის სასახლის მიმდებარე ტერიტორიაზე სავაჭრო ცენტრი „მორკინალი“. მიუხედავად ამისა, ვაჭრობისა და მომსახურების ერთიანი კოორდინირებული ქსელის ჩამოყალიბება ვერ მოხერხდა, რასაც თან ახლდა ამ ობიექტების დისლოკაციის ურბანული (ქალაქთგეგმარებითი) და სხვა ლოკალური შეცდომები.

ამ თვალსაზრისით საინტერესოა სოციოლოგიური კვლევის მასალები, რომლებიც ძირითადად დეზერტირების და ავლაბრის ბაზრების მიმდებარე ტერიტორიის მაცხოვრებლების გამოკითხვის შედეგად იქნა მიღებული (ავტორები: ს. სახანბერიძე, დ. შათაშვილი).



ნახ. 28 მსხვილი სავაჭრო მომსახურების ობიექტების განლაგების სქემა (2000 წ.)

არსებული მომსახურების ობიექტები თავიანთი სპეციფიკიდან გამომდინარე იწვევენ ცენტრალური ნაწილის სატრანსპორტო ქსელის პარალიზებას, ქმნიან ეკოლოგიურ და სხვა პრობლემებს. ამასთან დაკავშირებით ჩატარდა სოციოლოგიური გამოკითხვა, რომლის შედეგების ანალიზმა გვიჩვენა:

- გამოკითხულთა 80% თვლის, რომ აღნიშულ უბანს გააჩნია განვითარების პერსპექტივა;
- 91% უკმაყოფილოა არსებული ეკოლოგიური პირობებით;
- 81% წინააღმდეგია ცენტრალური ბაზრის გადატანის;
- 50% მიაჩნია, რომ შესაძლებელია ცენტრალურმა ბაზარმა ფუნქცია შეიცვალოს;
- 60% უკმაყოფილოა არსებული სატრანსპორტო მოძრაობის სქემის;
- 100% -ისთვის ძირითადი პრობლემა არის ხმაური;
- 83% საცხოვრებელი პირობების გაუმჯობესების საუკეთესო ღონისძიებად სატრანსპორტო მოძრაობის სქემის მოწესრიგებას მიიჩნევს.

105 გამოკითხული ოჯახიდან აზრი გამოთქვა და წინადადებები შემოგვთავაზა 30% (სოციოლოგიური გამოკითხვა ჩატარებულია 2000 წ.) [18].



ნახ. 29 ვაგზლის მიმდებარე ტერიტორია „პასაჟი 2000“

აღსანიშნავია, რომ 2006 წელს მოხდა ცენტრალური ბაზრის დემონტაჟი და ინვესტორმა აილო თანამედროვე სავაჭრო ცენტრის მშენებლობის ვალდებულება.

ჩვენს მიერ ჩატარებული სოციოლოგიური ანკეტური კვლევის შედეგად ანალოგიური სოციოლოგიური პრობლემები აწუხებთ ელიავას ბაზრობის მიმდებარე ტერიტორიაზე მაცხოვრებლებს, მაგრამ მცირე პროცენტული სხვაობით:

- მოსახლეობის _ 87% არ არის კმაყოფილი საცხოვრებელი პირობებით.
- 65% თვლის რომ უბანს გააჩნია განვითარების პერსპექტივა.
- 75% თვლის რომ დისკომფორტს იწვევს ახლოს არსებული სავაჭრო ობიექტი.
- 52% არ აკმაყოფილებს არსებული სატრანსპორტო ქსელი.
- 97%_ისთვის პრობლემას წარმოადგენს ხმაური.
- 95% _ისთვის პრობლემას წარმოადგენს ანტისანიტარია.
- 60% თვლის რომ სავაჭრო ობიექტის სიახლოვეს გრძნობენ თავს ნაკლებად დაცულად.

არსებული სავაჭრო ობიექტის გარდასაქმნელად მოსახლეობას მიაჩნია:

- 23% დარჩეს არსებული სახით, მოწესრიგდეს;
- 62% დარჩეს შედარებით მცირე მასშტაბით ცივილიზებული ფორმით, შესაძლებელია რამოდენიმე სართულიანი შენობის სახით;
- 10% _ განთავსდეს სხვაგან.

შედარებით მცირე დისკომფორტს განიცდიან ავლაზრის, საბურთალოსა და ქავთარაძის ქუჩაზე (ნახ. 30) არსებული ბაზრობის სიახლოვეს მცხოვრებნი, რაც აიხსნება მათი მცირე მოცულობით. რესპოდენტების გამოკითხვისა და პროდუქტის ფასების შედარების შედეგად აღმოჩნდა, რომ ბაზრებში ძირითადად გადამყიდველები ვაჭრობენ, რის გამოც შემცირდა მყიდველთა რაოდენობა.

ანკეტების ანალიზის შედეგები ადასტურებენ, რომ აღნიშნული პრობლემები კვლავ არსებობენ და შესაბამისად საჭიროა მათი უმოკლეს პერიოდში გადაწყვეტა.



ნახ. 30 ქავთარაძის ქუჩაზე არსებული ბაზრობა

შეიძლება განვიხილოთ აღნიშნული პრობლემის გადაწყვეტის რამოდენიმე ვარიანტი; მათ შორისაა ფუნქციების გამსხვილების, კერძოდ ბაზრობაზე პროდუქტებით ვაჭრობის გაუქმება რამდენიმე მარტივ ნაწილად დაყოფისა და მსხვილ საცხოვრებელ რაიონებში გადატანის საშუალებით და სათანადო, ფუნქციონალურად მოსახერხებელი ადგილის შერჩევით. პროდუქტით მოვაჭრე სუპერმარკეტის (ბაზრობის) გაუქმების საკითხი უნდა გადაწყდეს კომპლექსურად.

უნდა აღინიშნოს, რომ საბაზრო ეკონომიკის განვითარების კვალობაზე, ისევე როგორც ქალაქის სტრუქტურა, ქალაქის ვაჭრობის ქსელიც და ცალკეული ობიექტებიც დროსა და სივრცეში იცვლებიან.

საინტერესოა ბოლო წლებში თანამედროვე მაღაზიებისა და მსხვილი სავაჭრო ობიექტების, სავაჭრო ცენტრების განვითარების დინამიკა. სოციოლოგიური გამოკითხვების შეჯამების შედეგად არსებული სივრცის ფორმირების სავარაუდო ნიმუშად შეგვიძლია განვიხილოთ ყოფილ კოლმეურნეობის მოედანზე არსებული ბაზრის რეკონსტრუქციის მაგალითი. აქ რეკონსტრუქციის შედეგად ჩამოყალიბდა თანამედროვე სტანდარტების შესაბამისი მომსახურების ობიექტი – “საქართველოს სავაჭრო ცენტრი” (ნახ. 31). შენობის შიგნით, მთელ სივრცეზე, ორივე მხარეს განლაგდა სხვადასხვა ფუნქციის ბუტიკები მხარეებს შორის დამაკავშირებელი გადასასვლელი ხიდეებით. შიდა ორსინათლიანი სივრცე გამოყენებულია თანამედროვე გადასატანი დახლებისა და კაფესთვის, ამავე დროს იძლევა საშუალებას საგამოფენო სივრცედ იქნას გამოყენებული.

სავაჭრო ცენტრის პირველ სართულზე, ისტორიულად არსებული კოლმეურნეობის ბაზარი მოგვიანებით შეცვალა საკვები პროდუქტების მაღაზიათა ქსელის - „პოპულის“ ფილიალმა. სავაჭრო ცენტრი გამოირჩევა გასაყიდი პროდუქტის მრავალფეროვნებით. არის როგორც საყოფაცხოვრებო, ასევე ტანსაცმელი, საბავშვო და ა.შ. პროდუქცია. მიუხედავად ავტოსადგომების სიმცირისა (რაც დამახასიათებელია ქალაქის ცენტრალური ნაწილისთვის), სავაჭრო ცენტრი გვთავაზობს მომსახურების მაღალ დონეს.

შემდეგ ეტაპზე აშენდა მსხვილი სავაჭრო ცენტრები: “ქუინი” ორთაქალაში (რომელიც მოგვიანებით სასტუმროდ გადაკეთდა), “გუდვილი” დიდ დილომში და სავაჭრო ცენტრები, “დოლარსთორი” და “იბისი”, დიდის მასივში, რომლებიც თბილისის ცენტრალური ნაწილის განტვირთვის საუკეთესო მაგალითებს წარმოადგენენ. უნდა აღინიშნოს, რომ ცენტრალური ნაწილის განტვირთვის პრაქტიკა გამოყენებულია მრავალ ევროპულ ქალაქში, მათ შორის პარიზში, ნიუ-იორკში, მოსკოვში და ა.შ., რასაც თავისი ობიექტური მიზეზი გააჩნია. კერძოდ ცენტრალურ ნაწილში მიწის სიძვირე არ იძლევა მსხვილი სავაჭრო ობიექტების ეკონომიკური არსებობის (მიზანშეწონილობის) საშუალებას. აღნიშნული ობიექტები გამოირჩევიან კარგი სატრანსპორტო მიღწევადობით, ავტოსადგომების სიმრავლითა და კომფორტული მომსახურების პირობებით.



ნახ. 31 სავაჭრო ცენტრი- „საქართველოს სავაჭრო ცენტრი“ (GTC)

ისევე როგორც “საქართველოს სავაჭრო ცენტრის” შემთხვევაში, “ქუინსაც” გააჩნდა გრძივად განვითარებული ორსართულიანი ბუტიკები დამაკავშირებელი ხიდებით, მაგრამ ბუტიკები განლაგებული იყო ოთხ რიგად რაც ცენტრალური ნაწილის საგამოფენო სივრცედ გამოყენების საშუალებას არ იძლეოდა. შედარებით სხვა გადაწყვეტა არის მოძებნილი სავაჭრო ცენტრ “გუდვილის” შემთხვევაში, რაც დამახასიათებელია საკვებ-პროდუქტების სავაჭრო ცენტრებისთვის. ამ შემთხვევაში ინტერიერი გადაწყვეტილია ერთი მთლიანი სივრცის სახით, რომელიც დაყოფილია ვერტიკალური დახლების საშუალებით. ეს ყოველივე იძლევა ინტერიერის მარტივად შეცვლის შესაძლებლობას [19].

ამრიგად, განხილული მაგალითებიდან გამომდინარე მე-20 საუკუნის ბოლო წლებში თბილისში თანდათანობით ხდება ახალი ტიპის მსხვილი ვაჭრობისა და მომსახურების ობიექტების გაჩენა. ორგანიზებულ ჩარჩოებში ექცევა გარე სტიქიური ვაჭრობა. შეინიშნება მსხვილი სავაჭრო ობიექტების ქალაქის გარეთ გატანის ტენდენცია. ამ პერიოდის მომსახურების ქსელის სწორ ფორმირებაზეა დამოკიდებული თბილისის მთელი რიგი საცხოვრებელი რაიონების (გლდანი, ნუცუბიძე, ვარკეთილი, ვაზისუბანი და და ხვა.) გამოცოცხლება და პრესტიჟულობის ამაღლება თავისუფალი სივრცეების, ქალაქგეგმარებით-სატრანსპორტო, პარკირებისა და სხვა პრობლემების სწორად გადაწყვეტის საშუალებას იძლევა.

თბილისის სხვადასხვა რაიონებში არსებული მსხვილი არაორგანიზებული ვაჭრობები, მიუხედავად სტრუქტურული მსგავსებისა ერთმანეთისგან გამოირჩეოდნენ ძირითადი ფუნქციონალური დატვირთვის განაწილებით. ვაგზლის მიმდებარე ტერიტორიის ბაზრობის ფუნქცია საკვები პროდუქტებით ვაჭრობაა; ელიავას ბაზრობას - საყოფაცხოვრებო, ავტომობილების ნაწილების, საშენი და სარემონტო მასალების ვაჭრობის ფუნქცია აქვს; ისნის ბაზრობას კი - ტანსაცმლის, საყოფაცხოვრებო ტექნიკის ვაჭრობისა; ლილოს ბაზრობა - საბითუმო და

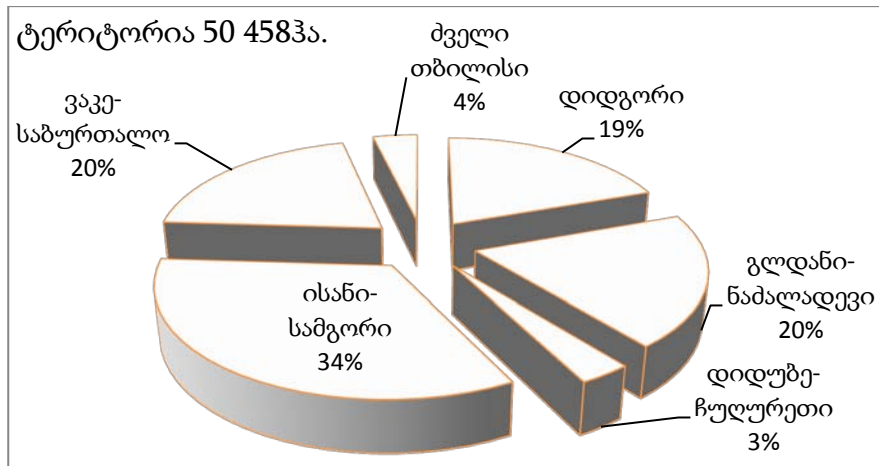
საცალო ბაზრობაა, საიდანაც საქონელი ნაწილდება თბილისის წვრილ საცალო ვაჭრობის ობიექტებზე.

ამგვარად, მიუხედავად არსებული კრიზისული სიტუაციისა, ქალაქში თანდათან ჩამოყალიბდა მსხვილი ბაზრობების ფუნქციურად დიფერენცირებული ქსელი. შემდგომ ეტაპზე და დღემდეც მსხვილი ბაზრობების აღნიშნული ქსელი განაგრძობს ფუნქციონირებას, მაგრამ ბევრად უფრო გაუმჯობესებული სავაჭრო პირობებით.

2.3. სავაჭრო მომსახურების ქსელის ფუნქციონირების სტაბილიზაციისა და განვითარების მიმართულებები

ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების მე-2 ეტაპი 2000-2009 წლებს მოიცავს. ამ პერიოდში, კერძოდ 2000 წლიდან მოხდა ქალაქის ადმინისტრაციული რაიონების გამსხვილება. ათი ადმინისტრაციული რაიონის ნაცვლად ჩამოყალიბდა ხუთი - მთაწმინდა-კრწანისის, ვაკე-საბურთალოს, ისანი-სამგორის, დიდუბე-ჩუღურეთის, გლდანი-ნაძალადევის [2].

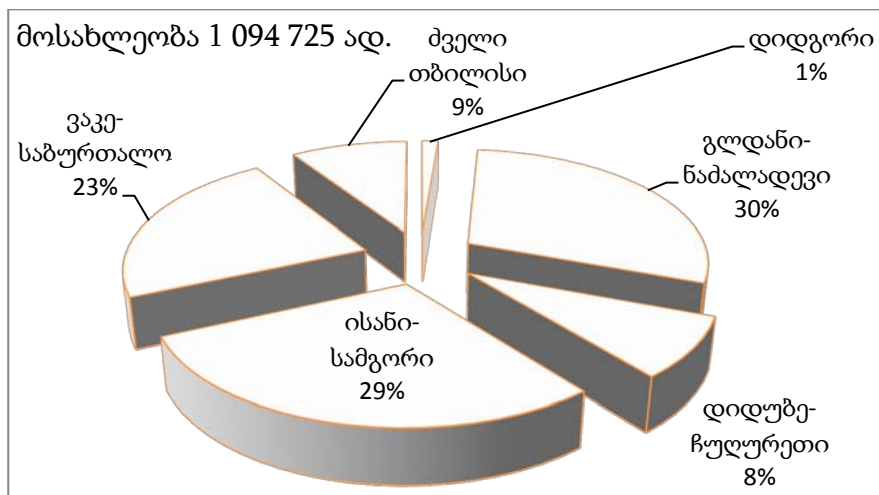
მოგვიანებით, საქართველოს მთავრობის 2006 წლის 20 დეკემბრის N574 განკარგულებით კვლავ შეიცვალა თბილისის ადმინისტრაციული დაყოფა და დღემდე ფუნქციონირებს: ძველი თბილისის, ვაკე-საბურთალოს, ისანი-სამგორის, დიდუბე-ჩუღურეთის, გლდანი-ნაძალადევის, დიდგორის ადმინისტრაციული რაიონები.



გრაფიკი 1 ქ. თბილისის ტერიტორიის დაყოფა ადმინისტრაციული რაიონების მიხედვით (პროცენტული მაჩვენებელი 2008 წ.)

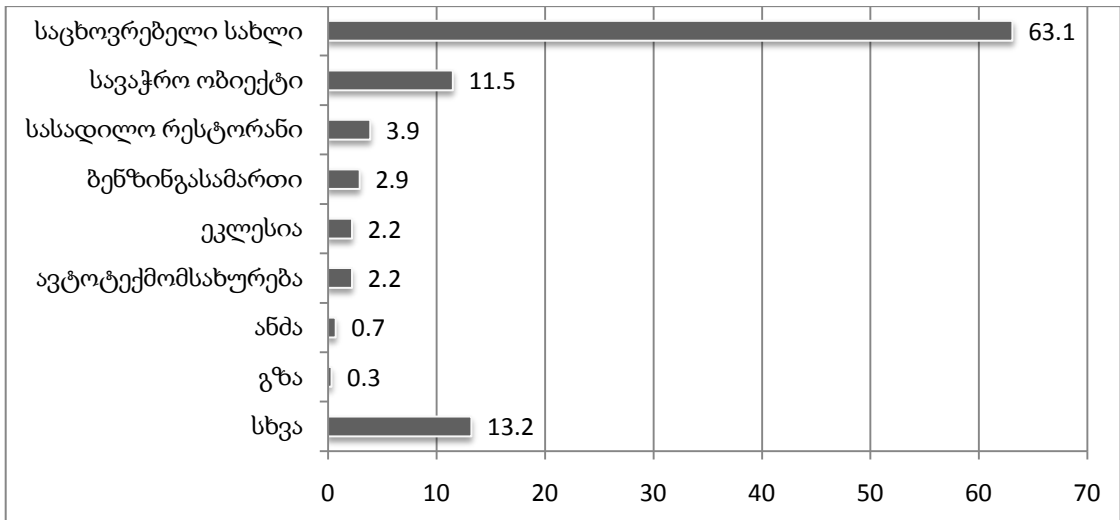
დიდგორის ადმინისტრაციული რაიონის დამატებამ გამოიწვია თბილისის ტერიტორიის ზრდა ნაცვლად 34 650 ჰა გახდა 50 458 ჰა. თბილისის ტერიტორიების პროცენტული გადანაწილება ადმინისტრაციული რაიონების მიხედვით მოცემულია გრაფიკების სახით (გრაფიკი 1).

საინტერესოა მოსახლეობის რაოდენობის პროცენტული მაჩვენებლების შედარება ტერიტორიის პროცენტულ მაჩვენებელთან.



გრაფიკი 2 ქ. თბილისის მოსახლეობის რაოდენობა ადმინისტრაციული რაიონების მიხედვით (პროცენტული მაჩვენებელი 2008 წ.)

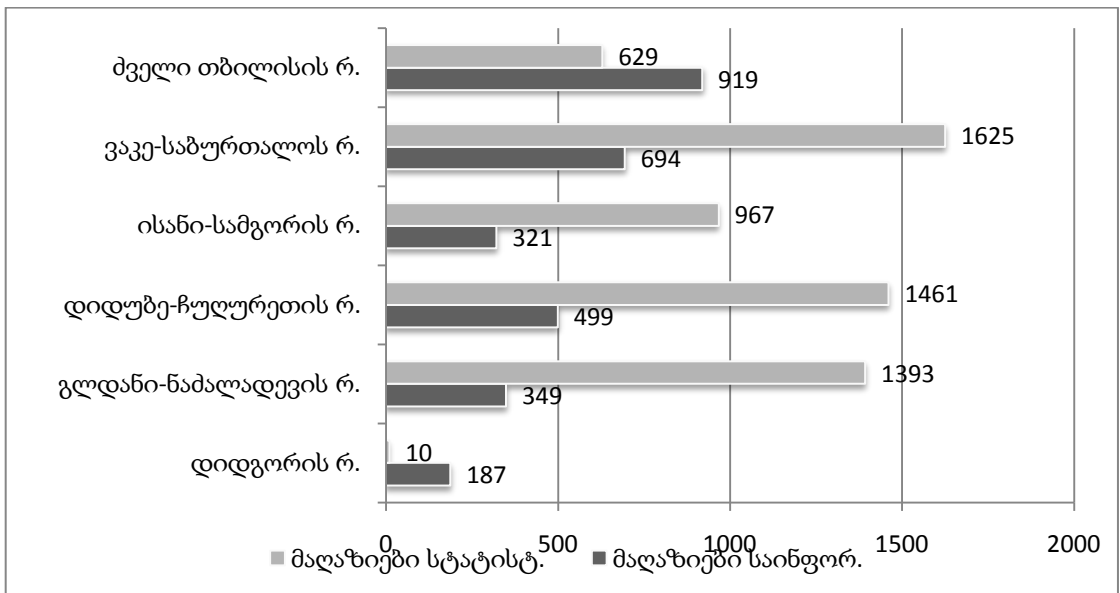
მოცემული გრაფიკები (გრაფიკი 1, გრაფიკი 2) გვეჩვენებს, რომ ყველაზე მაღალი სიმჭიდროვე აღინიშნება ძველი თბილისის ადმინ. რაიონში, ყველაზე დაბალი დიდგორის ადმინ. რაიონში [20].



გრაფიკი 3 მშენებლობის სტრუქტურა თბილისში

ამ პერიოდის კვლევების შედეგად გამოვლინდა, რომ ძირითადად სამშენებლო სამუშაოები მიმდინარეობს საცხოვრებელ სახლებზე და სავაჭრო ობიექტებზე [21].

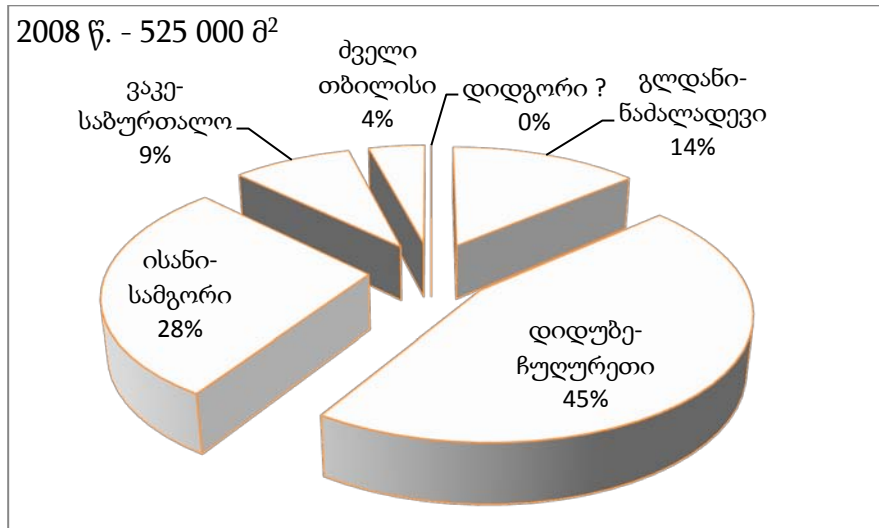
არსებული მონაცემებით სავაჭრო ობიექტების ძირითადი კონცენტრაცია მოდის ქალაქის ცენტრალურ უბნებში (გრაფიკი 4).



გრაფიკი 4 სავაჭრო ობიექტების რაოდენობა (სტატისტიკის და საინფორმაციო სატელეფონო სამსახურები 09, 08-ის მონაცემები)

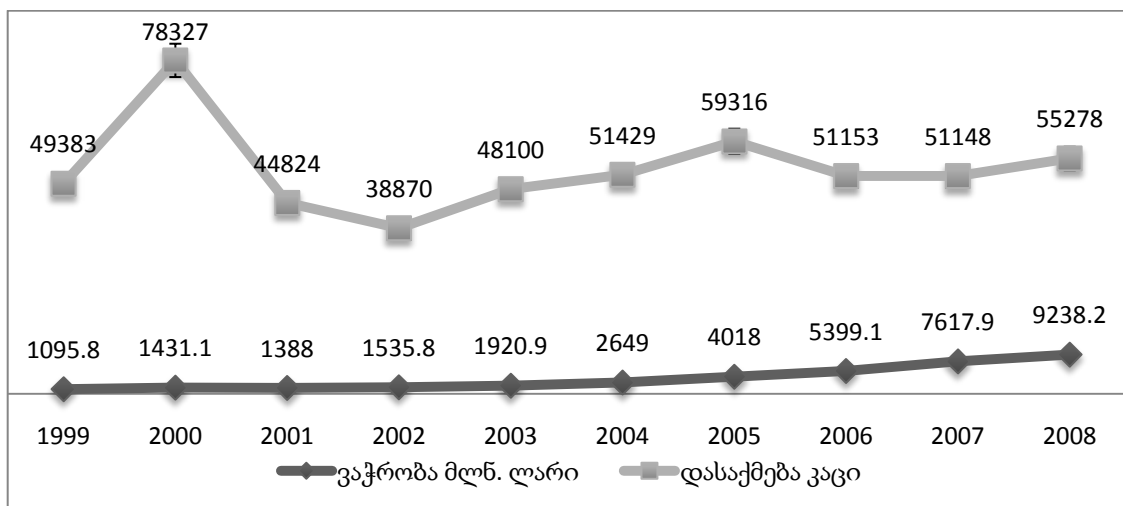
აღსანიშნავია, რომ ახალ უბნებში ყველა მიკრორაიონს აქვს თავისი აგრარული ბაზარიც. ამ პერიოდში ქალაქში შეიძლება გამოიყოს შემდეგი მსხვილი ბაზრობები: სამი დიდუბის რაიონში, თითო-თითო ისანსა და

ლილოში. ამ ბაზრობების მასშტაბები თანდათან იზრდება. მათგან ყველაზე დიდი ტერიტორია დიდუბის ბაზრობას უკავია; მისი სწრაფი ზრდა რკინიგზის მთავარ სადგურთან და ქალაქის ცენტრთან სიახლოვემ განაპირობა. მათი კონცენტრაცია დაკავებული ფართის მიხედვით შემდეგია:



გრაფიკი 5 ბაზრები და ბაზრობების მიერ დაკავებული ტერიტორია პროცენტული მაჩვენებლები

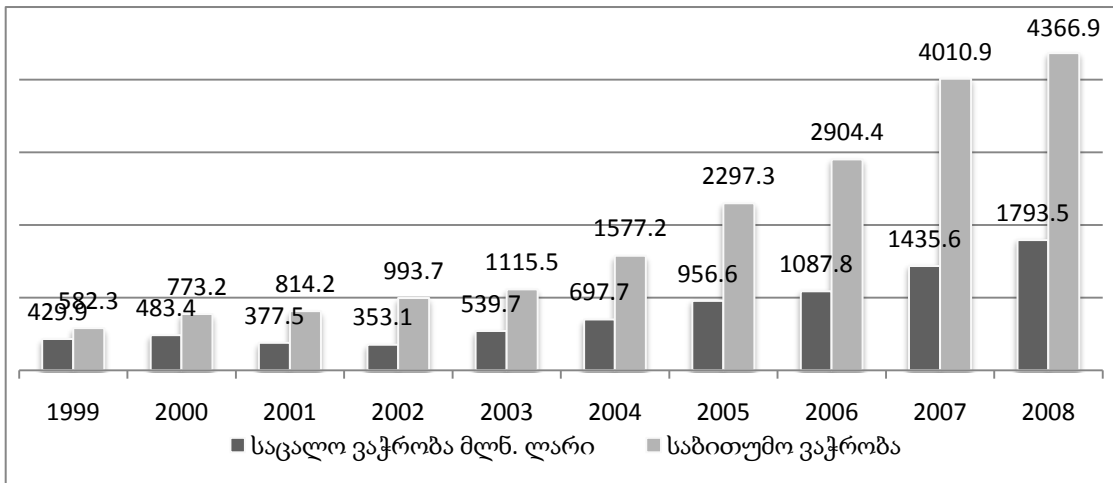
ვაჭრობის სფეროში დასაქმებულთა რაოდენობა და ვაჭრობის წლიური ბრუნვა გამოსახულია შემდეგ გრაფაზე:



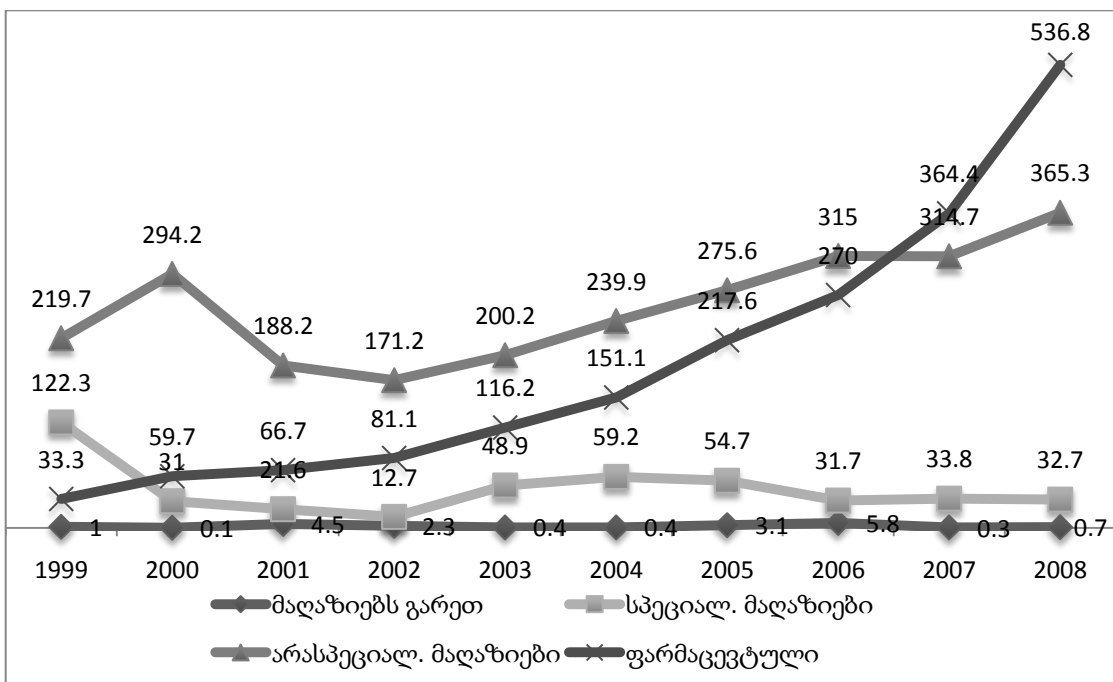
გრაფიკი 6 ვაჭრობა მლნ. ლარი, დასაქმებულთა რაოდენობა

მომსახურების მოცულობა რაიონების მიხედვით შემდეგია: გლდანინაძალადევი – 4,7%; დიდუბე-ჩუღურეთი – 19,1%; ვაკე-საბურთალო – 51,4%; მთაწმინდა-კრწანისი – 15,7%, ისანი-სამგორი – 9,1%.

შედგენილ იქნა ამ პერიოდის საცალო და საბითუმო ვაჭრობის განვითარების დიაგრამა, რომელიც გვიჩვენებს, რომ ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების II ეტაპისთვის, სავაჭრო ურთიერთობები ზრდადია და საწყის პერიოდთან შედარებით ხდება მონაცემების თითქმის გაშვიდმაგება (გრაფიკი 7).



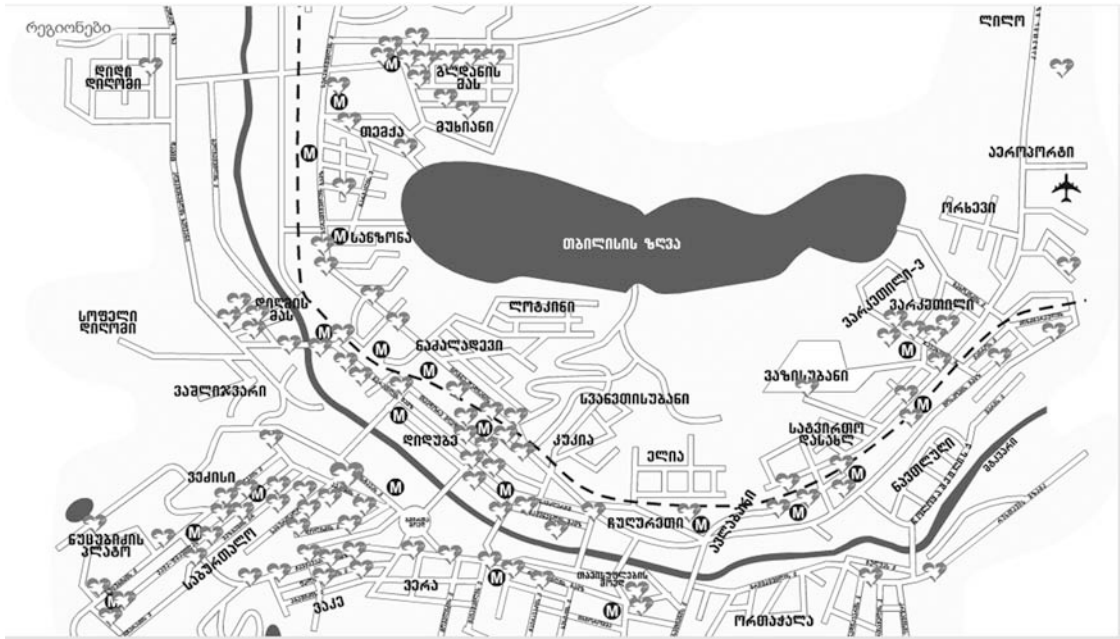
გრაფიკი 7 საცალო და საბითუმო ვაჭრობის განვითარება 1999-2008 წწ.



გრაფიკი 8 საცალო ვაჭრობის დაყოფა მომსახურების სახეობების მიხედვით

საინტერესოა საცალო ვაჭრობაში ამ პერიოდისათვის არსებული ტენდენციები (გრაფიკი 8).

მონაცემთა შედარების შედეგად შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სტაბილური განვითარება აქვს ფარმაცევტულ მაღაზიებს (ნახ. 32), რაც განვითარებული მენეჯმენტის შედეგად შეიძლება ჩაითვალოს, სტაბილურია, მაგრამ ცვალებადი არასპეციალიზირებული მაღაზიებიც, ხოლო სპეციალიზირებული მაღაზიები და გარე ვაჭრობა თითქმის უცვლელი რჩება (გრაფიკი 8).



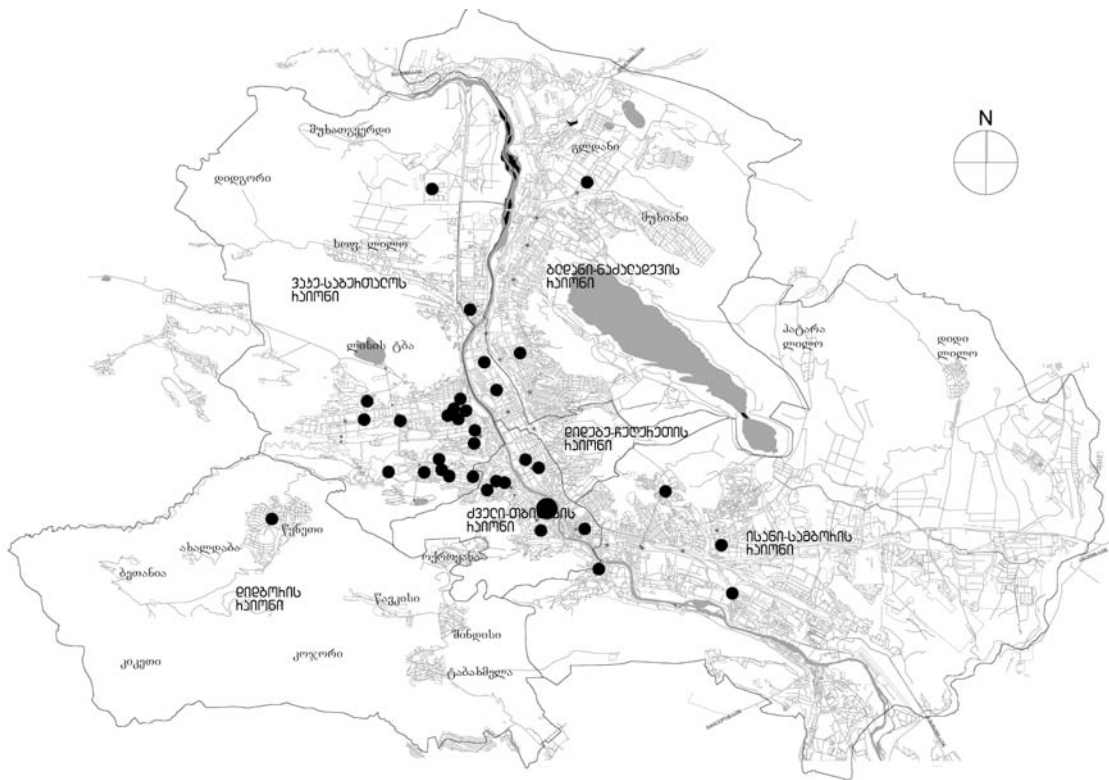
ნახ. 32 ფარმაცევტული კომპანია „ავერსის“ ქსელი

ამ ეტაპზე სახე შეიცვალა საბჭოთა პერიოდიდან შემორჩენილმა მსხვილმა სავაჭრო ობიექტებმა. ისინი თანდათანობით ადგილს უთმობენ მცირე, შედარებით ელასტიურსა და მომხმარებელზე ორიენტირებულ სავაჭრო ცენტრებსა და სხვა მომსახურების (მაღაზიები, კაფეები, აფთიაქები) ქსელს.

რადიკალურად იცვლება სიტუაცია სხვა, სავაჭრო მომსახურების მსხვილ ობიექტებთან მიმართებაშიც, ხორციელდება ის ტენდენციები, რომლებიც აუცილებელია ურბანული სივრცის გასაჯანსაღებლად. ხდება სტიქიური ვაჭრობების ჩანაცვლება მოწესრიგებული მაღაზიათა ქსელის (ტანსაცმლის, ხორცპროდუქტების, საყოფაცხოვრებო, ავეჯის და ა.შ.), ანუ

ერთი ბრენდის ფილიალებით და ყოველივე ეს ხელს უწყობს მყიდველისთვის კომფორტული სანიტარულ-ჰიგიენურად უსაფრთხო გარემოს ჩამოყალიბებას.

ამ პერიოდში, აღნიშნული დადებითი ტენდენციების პარალელურად მიმდინარეობს „საზოგადოებრივი სივრცის დაკარგვა კერძო, კომერციული ფართობის უპირატესი განვითარების ხარჯზე“ [22]. საზოგადოებრივ სივრცეს: ტროტუარებს, მიწისქვეშა გადასასვლელების ამოსასვლელებს, სკვერებს იკავებს დროებითი შენობის სტატუსის მქონე კაპიტალური უსახური შენობები (საფუნთუშეები, სხვადასხვა ტიპის საცხოვრებელი, მცირე მაღაზიები და ა.შ.). ეს ტენდენცია ძირითადად ცენტრალური უბნების მაგისტრალური ქუჩების (ვაჟა-ფშაველა, ი.ჭავჭავაძე და სხვა) გასწვრივ მიმდინარეობს.



ნახ. 33 მაღაზიათა ქსელის პოპულის ფილიალების განლაგება

საინტერესოა აღინიშნოს, რომ მაღაზიების მფლობელები, რომლებიც რჩებიან ტრადიციულ ძველ ტერიტორიებზე აქტიურად ვერ ერთვებიან კონკურენტული სივრცის ფორმირებაში. ამავე დროს ქალაქის ურბანულ

სივრცეში ყალიბდება გარკვეული ბრენდის მატარებელი მაღაზიათა ქსელი, რომლებიც კარგად ეწერებიან ქალაქის შიდა რეკონსტრუირებად გარემოში და ეფექტურად ფუნქციონირებენ. ამის საუკეთესო მაგალითია პოპულის მაღაზიათა ქსელი (ნახ. 33). ამგვარი მიდგომა არის წარმატებული მცდელობა ახალი ბიზნესის გასავითარებლად და იწვევს სავაჭრო მომსახურების ქსელის დაბალანსებას ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრებსა და მაღაზიათა ქსელს შორის. ამის შესანიშნავი მაგალითია ჰიპერმარკეტი „გუდვილი“ და სასურსათო მაღაზიათა ქსელი (პოპული, იბისი და სხვ.). ჰიპერმარკეტი უზრუნველყოფს მოსახლეობის ეპიზოდურ მომსახურებას, ხოლო სასურსათო მაღაზია ყოველდღიურსა და პერიოდულს.

მაღაზიათა ქსელი ხშირ შემთხვევაში განლაგებულია ქალაქის ცენტრალური ქუჩების გასწვრივ. მიუხედავად ხალხმრავალ, ცენტრალურ უბნებში მდებარეობისა, მაღაზიათა ქსელი პერიოდულად დგება მყიდველის დაკარგვის საშიშროების წინაშე და ამ დანაკლისის ასანაზღაურებლად იგი მზად არის თავისი ფილიალები გახსნას დიდ სავაჭრო ცენტრებში. ამავე დროს მაღაზიათა ქსელი დიდ როლს ასრულებს სავაჭრო ცენტრების განვითარებაში. ამგვარი მაღაზიების ფილიალები სავაჭრო ცენტრის ფუნქციონირების საფუძველს ქმნის. ყოველივე ეს მნიშვნელოვანია დიდი სავაჭრო ობიექტებისათვის, მათი წარმატებაც დამოკიდებულია იმ მაღაზიათა ქსელის წარმომადგენლობაზე (ცნობილი ბრენდების განთავსება სავაჭრო ცენტრებში), რომელიც მოიყვანს კლიენტს რამოდენიმე კილომეტრის მანძილიდან. ეს იმას ნიშნავს, რომ ამგვარი სავაჭრო ცენტრები უნდა იყვნენ ორიენტირებული არსებულ მაღაზიათა ქსელზე და იმ მაღაზიებზე, რომელთაც თავიანთი ადგილი უკავიათ ბაზარზე. ასეთი პრინციპი ხორციელდება ქ. თბილისში არსებულ თითქმის ყველა სავაჭრო ობიექტში და ამის საუკეთესო მაგალითია “საქართველოს სავაჭრო ცენტრი” (GTC) და ჰიპერმარკეტი „გუდვილი“, რომელთა მაღაზიათა 90% ცნობილ ბრენდებს უკავიათ. ამგვარად კარგად ცნობილი

ქსელის ფილიალი ხდება ძირითადი კლიენტი სავაჭრო ცენტრების დეველოპერებისათვის.

ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირება ხდება ფუნქციონალური თვალსაზრისით პრაქტიკული და შედარებით მოქნილი მაღაზიათა და სხვა მომსახურების ობიექტების ქსელის ფორმირებით, რაც ეკონომიკურად ბევრად უფრო გამართლებულია.

სავაჭრო ქსელის განვითარების ტენდენცია კარგად ჩანს ძველი თბილისის შარდენის ქუჩის მაგალითით (ნახ. 34), სადაც არსებული ქუჩის საფეხმავლო ქუჩად გადაქცევამ, ბარების, მაღაზიების, ბანკის ფილიალებისა და მომსახურების სხვა ობიექტების წარმოშობამ განაპირობა გარემოს თვისობრივი ცვლილებები. კერძოდ საფეხმავლო ქუჩის ჩამოყალიბებამ მკვეთრად შეცვალა არსებული სივრცე და მის მიმართ წაყენებული მოთხოვნები. გამოცოცხლდა ცხოვრების რიტმი და გაიზარდა ადამიანთა ინტერესი ამ სივრცისადმი.



ნახ. 34 შარდენის ქუჩის მიმდებარე ტერიტორია

შარდენის ქუჩა და მისი მიმდებარე სივრცე დღეისთვის ერთ-ერთ ყველაზე მიმზიდველ ქუჩას წარმოადგენს უცხოელი ტურისტებისათვისაც. ჩამოყალიბდა ძველი თბილისური უბანი, რომელიც პასუხობს ევროპულ ქალაქებში არსებული საფეხმავლო ზონის მოთხოვნებს.

ჯერჯერობით თბილისში შარდენისა და მისი მიმდებარე ქუჩები საფეხმავლო სავაჭრო-კულტურული სივრცის შექმნის ერთადერთი მაგალითია. თუმცა უახლოეს მომავალში მას მიემატება, ახალი საფეხმავლო ხიდი დაკავშირებული, უფრო ვრცელი რიყის (ე.წ. „პესკების“)

ტერიტორია, სადაც განლაგდება ვაჭრობის, კულტურისა და დასვენების საფეხმავლო ზონა.

თანდათანობით მომსახურების ქსელის განუყოფელი ნაწილი ხდება სასტუმროების ქსელი (ნახ. 35), რომელიც ბოლო პერიოდში ინტენსიურად ვითარდება. მათ ხშირ შემთხვევაში გააჩნიათ კვების მსხვილი ბლოკები - რესტორნები, კაფე-ბარები, საგამოფენო დარბაზები და დასასვენებელი თუ გასართობი სივრცეები [23].



ნახ. 35 თბილისის სასტუმროები: თბილისი მერიოტი, რედისონ ბლუ ივერია, შერატონ მეტეხი პალასი.

რუსთაველის გამზირზე განთავსებული „თბილისი მერიოტი“ რეკონსტრუქციის შედეგად ერთ-ერთი პირველი ხუთ ვარსკვლავიანი სასტუმროა. მის შემადგენლობაში შედის ექვსი შეხვედრების ოთახი 200 კაცზე განსაზღვრული სადღესასწაულო დარბაზი და კვების ბლოკები. განვითარებული მომსახურების ობიექტებით და გასართობი სივრცეებით გამოირჩევა ყოფილი სასტუმრო „ივერიის“ რეკონსტრუქციის შედეგად წარმოქმნილი „რედისონ ბლუ ივერია“. მას სასტუმროებისათვის აუცილებელი საერთო სივრცეების გარდა (შეხვედრების ოთახები, სადღესასწაულო დარბაზი, კვების ბლოკები) გააჩნია კაზინო. ქალაქგეგმარებითი თვალსაზრისით აღსანიშნავია სასტუმრო „შერატონ მეტეხი პალასი“, რომელიც ქალაქის ცენტრისგან ოდნავ მოშორებულია და გააჩნია კარგად განვითარებული ინფრასტრუქტურა. მის შემადგენლობაში შედის: საერთო საგამოფენო სივრცეები, საკონფერენციო დარბაზები, სადღესასწაულო სივრცეები, მსხვილი კვების ბლოკები, დისკოტეკა, და წმ. ქეთევან დედოფლის ქუჩის მხარეს გამავალი კომერციული დანიშნულების ფართები.

სავაჭრო სამომხმარებლო სივრცეში მიმდინარე ცვლილებების ძირითადი განმსაზღვრელი ფაქტორი არის სოციალური მოთხოვნა, რაც თავისთავად დამოკიდებულია საზოგადოებრივი განვითარების სისწრაფეზე. ცხოვრების ტემპის მკვეთრმა ზრდამ გამოიწვია როგორც საზოგადოებრივი აზრის, ასევე სოციალური მდგომარეობის მკვეთრი ცვლილებები. შესაბამისად ჩამოყალიბდა უფრო მაღალი სოციალური მოთხოვნები სავაჭრო მომსახურების ობიექტების მიმართ. ამ ცვლილებების პარალელურად იზრდება მოთხოვნა სავაჭრო და მომსახურების ქსელის მოქნილ, მოხერხებულ და ხარისხობრივ განვითარებაზე.

ამავე დროს, თანამედროვე ეტაპზე, მნიშვნელოვანია მაღაზიებისა და ბუტიკების სამომხმარებლო ქსელის როლი, რომლებმაც შეიძინეს კულტურული, ურბანული და ა.შ. ფუნქციები, რაც ადრე თითქმის წარმოუდგენელი იყო. მომხმარებელს დღეს შეუძლია ხარისხიანი პროდუქტის ყიდვა ცნობილი ბრენდის შესაბამისად, იგი სტუმრობს იმ ბრენდის შესაბამის სავაჭრო დაწესებულებებს, რომლის პროდუქტის ხარისხი და მომსახურების დონე მას აკმაყოფილებს.

ჩატარებული ანალიზის შედეგად ქ. თბილისში სავაჭრო მომსახურების ობიექტების ტერიტორიული განვითარება შესაძლებელია დაიყოს სამ ძირითად ნაწილად:

- ისტორიულ უბნებში;
- ქალაქის ცენტრალურ უბნებში;
- ქალაქის პერიფერიულ ნაწილებში.

ცენტრსა და ისტორიულ უბნებში მომსახურების ქსელი ვითარდება ძირითადად მაღაზიების სახით. ბოლო წლებში მიმდინარე პროცესებმა კერძოდ, ცხოვრების დაჩქარებულმა ტემპმა, განაპირობა საყოფაცხოვრებო და პირველადი სამომხმარებლო მაღაზიების მკვეთრი რიცხობრივი მატება. ამ ყოველივეს ქალაქის ისტორიულ უბნებში ჯერ კიდევ მოუწესრიგებელი სახე აქვს. ხშირ შემთხვევაში მაღაზიების განთავსება ხდება პირველი სართულის საცხოვრებელი ოთახების სივრცეში, რაც ფართის

შეზღუდულობისა და მომსახურების დაბალი დონის გამო, კონკურენციას ვერ უწევს უფრო განვითარებულ სავაჭრო ობიექტებს (ნახ. 36).



ნახ. 36 საცხოვრებელი ფართის გამონთავისუფლების ხარჯზე მიღებული სავაჭრო სივრცე.

კიდევ ერთი პრობლემა, რის გამოც ნელი ტემპით ხდება მომსახურების ქსელის განვითარება, არის შენობების ავარიული მდგომარეობა, რაც სახიფათოს ხდის ჩადებული ინვესტიციის მიზანშეწონილობას. ასეთ უბნებში ძალიან იშვიათია სავაჭრო ცენტრების ჩამოყალიბება, რაც გამოწვეულია მისი ეკონომიკური არარენტაბელურობით. სავაჭრო ცენტრები ძირითადად ისტორიულად არსებულ სივრცეში გვხვდება. ისტორიულ უბნებში ყველაზე კარგად ვითარდება საყოფაცხოვრებო და გასართობ-დასასვენებელი მომსახურების ქსელი, რისი შესანიშნავი მაგალითიც არის შარდენის ქუჩა. სავაჭრო მომსახურების ობიექტების ჩამოყალიბება და განთავსება ისტორიულ რაიონებში ხშირ შემთხვევაში ხორციელდება მიწისქვეშა სივრცის გამოყენებით, ასე მაგალითად ერეკლეს ქუჩის, ბამბის რიგის, ნაწილობრივ ლესელიძის ქუჩის და შავტელის ქუჩის პირველი სართულები და სარდაფები უკავია კაფე-ბარებს, საგამოფენო სივრცეებს, მცირე მაღაზიებს და ა.შ.

განხილულ პერიოდში თბილისის ცენტრალურ ნაწილში ყალიბდება რამოდენიმე თანამედროვე სტანდარტის სავაჭრო ცენტრი. ერთ-ერთი მათგანია “თეთრი ქალაქი +” (ნახ. 37). იგი მომხმარებელს სთავაზობს იმ მინიმალურ კომფორტს, რაც აუცილებელია სავაჭრო ცენტრისათვის. ახალი სავაჭრო ცენტრი წარმოადგენს ოთხ სართულზე განლაგებულ კომფორტულ

სივრცეს, საგაც სართულებს შორის კავშირი ხორციელდება ესკალატორების საშუალებით. ცენტრს გააჩნია თანამედროვე ტიპის კვების ბლოკი.



ნახ. 37 სავაჭრო ცენტრი „თეთრი ქალაქი +“ (წერეთლის გამზ.)

აღსანიშნავია აგრეთვე მოგვიანებით გახსნილი A კლასის სავაჭრო ცენტრი - „პიქსელი 34“ (ნახ. 38).



ნახ. 38 სავაჭრო ცენტრ „პიქსელ 34“-ის განთავსება ქალაქის სტრუქტურაში

ეს არის საკმაოდ დიდი ფართის მქონე, თანამედროვე სავაჭრო ცენტრი, კომფორტული და მოსახერხებელი შიდა სივრცით[24]. თუმცა სრულიად გაუმართლებელია მისი განთავსება ქალაქის ერთ-ერთ ყველაზე მჭიდროდ განაშენიანებულ და ტრანსპორტით გადატვირთულ ცენტრალურ უბანში ი. ჭავჭავაძის პროსპექტზე. ცენტრის ფუნქციონალური მიზიდულობის ძალა დიდია, ხოლო მისთვის საჭირო გარე თავისუფალი სივრცე პრაქტიკულად არ არსებობს, რაც მნიშვნელოვან პრობლემას უქმნის, როგორც მომხმარებლებს, ასევე ქალაქის ურბანულ სივრცეს. ანალოგიური პრობლემები ექმნებათ ქალაქის ცენტრში და მის მიმდებარე ტერიტორიებზე განლაგებულ მსხვილ სავაჭრო ობიექტებსაც. მჭიდრო განაშენიანებაში, ქალაქგეგმარებით-სივრცობრივად და ფუნქციონალურად გაუაზრებელი, დიდი მოცულობის მრავალფუნქციური ცენტრების „ჩადგმა“ კიდევ უფრო

ართულებს ურბანული სივრცის ფუნქციონირებას. ჯერ კიდევ საბჭოთა პერიოდში ასეთი შეცდომა დაშვებული იქნა როდესაც მაშინდელი თბილისისათვის ყველაზე მსხვილი სავაჭრო ობიექტი „თბილისი“, რუსთაველის პროსპექტზე განათავსეს. მას არა აქვს არა მხოლოდ ავტოსადგომები, არამედ ავტომობილების დროებით გასაჩერებელი სივრცეც. აქ პრაქტიკულად შეუძლებელი იყო დიდ და საშუალო გაბარიტიანი მაცივრის, ტელევიზორის და ა.შ. შექმნა. საჭიროა მისი სავაჭრო ფუნქციის შეცვლა. მაგრამ ობიექტის ახალი მფლობელი, რეკონსტრუქციის შემდეგ აქ კვლავ სავაჭრო ცენტრის გახსნას აპირებს.

აღნიშნულ კონტექსტში მნიშვნელოვანია თბილისის მთავარი-რუსთაველი გამზირის ფუნქციონირების პრობლემა. გასულ წლებში, როდესაც აქ ავტოტრანსპორტის მოძრაობის ინტენსივობა არ იყო მაღალი, ეს უაღრესად მნიშვნელოვანი კულტურული და არქიტექტურული სივრცე ძირითადად თბილისელებს ქონდათ დათმობილი. ეს იყო ადამიანების ინტენსიური და საინტერესო შეხვედრების, დასვენებისა და სეირნობის ადგილი. რუსთაველის გამზირის გარემოს მიმზიდველობას, კიდევ უფრო აძლიერებდა ისეთი ტრადიციული ობიექტები, როგორც იყო: „ლალიძის წყლები“, სახაჭაპურეები, სუვენირებისა და სხვა მაღაზიები, და რაც მთავარია მნიშვნელოვანი კულტურული ობიექტები: ოპერისა და ბალეტის, რუსთაველის თეატრები, კინოთეატრები, საგამოფენო დარბაზი, სასტუმრო და ა.შ.

თბილისში ავტომობილის რაოდენობის ზრდასთან ერთად, რუსთაველის გამზირი ინტიმური სივრციდან სატრანსპორტო კორიდორად გადაიქცა და დაკარგა ადამიანებს შორის ურთიერთობების ქუჩის ფუნქცია.

ჯერ კიდევ 15 წლის წინ ჩატარდა კონკურსი რუსთაველის გამზირის რეკონსტრუქციის საუკეთესო პროექტის გამოსავლენად, რომელიც მიზნად ისახავდა გამზირის გარკვეული ნაწილის საფეხმავლო სივრცედ გადაქცევას. წარმოდგენილი იყო რამდენიმე საინტერესო პროექტი, რომლებიც ითვალისწინებდნენ რუსთაველის გამზირის ძირითადი მონაკვეთის

(რუსთაველის მოედნიდან პარლამენტის შენობამდე) საფეხმავლოდ გადაქცევას. ამისათვის დაპროექტებული იყო მიწისქვეშა ორი დონე; ქვედა ავტოპარკირებისათვის, ზედა სატრანსპორტო მოძრაობისათვის. პროექტი ითვალისწინებდა აგრეთვე საფეხმავლო ნაწილის სათანადოდ კეთილმოწყობასა და რეკონსტრუქციას.

ამრიგად ქალაქის ცენტრალურ ზონაში, თავისუფალი სივრცეების არარსებობისა და ფუნქციონალური გადატვირთულობის გამო გაუმართლებელია მსხვილი სავაჭრო ცენტრების მშენებლობა.

სრულიად განსხვავებული მდგომარეობაა ქალაქის პერიფერიულ უბნებში, სადაც მსხვილი სავაჭრო მომსახურების ობიექტების განვითარებისთვის შესანიშნავი პირობებია და სადაც თანდათანობით ვითარდება და ჩნდება ახალი სავაჭრო ცენტრები. ამ მხრივ მნიშვნელოვანია ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრების ჩამოყალიბების არსებული გამოცდილების გაანალიზება.

მე-20 საუკუნის შუა პერიოდში ქალაქგარე სივრცისა და საავტომობილო კულტურის ზრდასთან ერთად ჩამოყალიბდა სავაჭრო ცენტრის ახალი ტიპი ქალაქის ცენტრისგან მოშორებით. კონცეფცია შეიქმნა ავსტრიელი არქიტექტორი ვიქტორ გრუნენის მიერ.

ბოლო წლებში, ქალაქგარეთ ჩამოყალიბებული სავაჭრო ცენტრები გარკვეულწილად კონკურენციას უწევენ ქალაქის ცენტრალურ ნაწილში არსებულ მაღაზიებსა და მაღაზიათა ქსელს. ისინი მყიდველს სთავაზობენ გასაყიდი პროდუქციის ნაკლებ ღირებულებასა და უფრო დიდ არჩევანს ვიდრე ჩვეულებრივ მაღაზიათა ჯგუფი. პერიფერიული ტერიტორიებზე განლაგებული სავაჭრო ცენტრების შიდა და გარე სივრცე ბევრად უფრო კომფორტულია და თავისუფლად შეუძლია მოემსახუროს მოსახლეობის დიდ რაოდენობას. აღსანიშნავია ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრების განვითარების მზარდი ტენდენცია (ნახ. 39).



ნახ. 39 ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრები: ბიზნესცენტრი, ავეჯის სახლი და ჰიპერმარკეტი „გუდვილი“.

თანამედროვე ეტაპზე ქალაქგარეთ განთავსებულ სავაჭრო მომსახურების ობიექტებს გააჩნიათ შემდეგი მახასიათებლები: ხშირ შემთხვევაში შენობა წარმოადგენს ანაკრები კონსტრუქციის მქონე ნაგებობას, რაც უზრუნველყოფს მის მობილურობას. როგორც საზოგადოებრივი, ასევე კერძო ტრანსპორტის საშუალებით აღნიშნულ ობიექტამდე მისვლა ხდება დროის მცირე მონაკვეთში, ასევე მნიშვნელოვანი ფაქტორია ვრცელი ავტოსადგომები და ობიექტის ფუნქციონალური კოორდინაციის სისადავე.

მსხვილი სავაჭრო მომსახურების ობიექტების, სავაჭრო ცენტრების, ჩამოყალიბებისთვის საუკეთესო ტერიტორიებს სწორედ დიდი ქალაქების პერიფერიული უბნები და მაგისტრალური გზების მიმდებარე ტერიტორიები წარმოადგენს, რაც გარკვეულწილად ქალაქმაფორმირებელი ფაქტორიც არის [25]. სავაჭრო ცენტრების პერიფერიულ უბნებში განთავსება იწვევს ამ სივრცის გამოცოცხლებას და ნაწილობრივ პრესტიჟის ზრდას. ამ მოვლენის ერთ-ერთ თბილისურ მაგალითად შეგვიძლია ჰიპერმარკეტი „გუდვილიც“ განვიხილოთ (ნახ. 39). ამ ტერიტორიაზე გუდვილისა და ამერიკის საელჩოს განლაგებამ საგრძნობლად გაზარდა აღნიშნული რაიონის პრესტიჟულობის ხარისხი.

სავაჭრო ცენტრების უკეთ ფუნქციონირებისათვის მნიშვნელოვანია მათზე ინფორმაციის მიწოდების ხარისხი, რაც ხშირად ვებ-გვერდების საშუალებით ხდება, სადაც განთავსებულია არა მარტო ობიექტის ადგილმდებარეობა, არამედ პროდუქტის ჩამონათვალი, ფასები და ა.შ.

განვითარების მეორე ეტაპის მეორე ნახევარში ყალიბდება ქალაქის პერიფერიულ უბნებში განთავსებული ვაჭრობისა და მომსახურების სხვა სახეებიც:

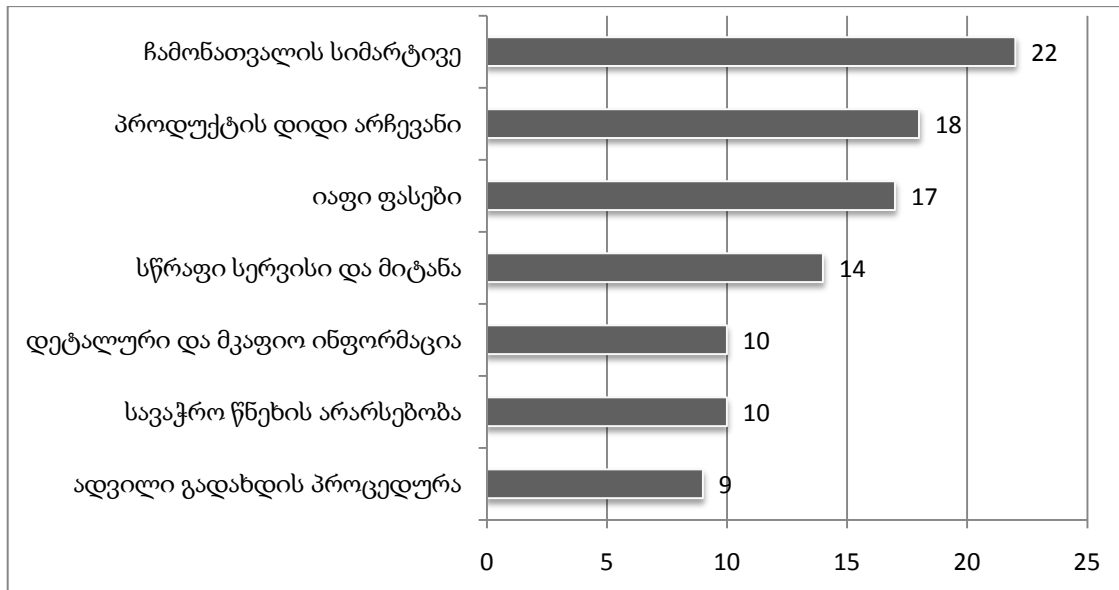
- საგამოფენო ცენტრები („ექსპოჯორჯის“);
- გასართობი ცენტრები (მთაწმინდის პარკი, აკვაპარკი);
- რესტორნებისა და კაფე-ბარების ქსელები (დ. აღმაშენებლის ხეივანზე, ბელიაშვილის ქუჩაზე, ქიაჩელის და პეროვსკაიას ქუჩებზე და ა.შ.)

გარდა ზემოთ აღნიშნული სავაჭრო ქსელების სახეებისა, ყალიბდება და თანდათანობით ფეხს იკიდებს ინტერნეტ და სატელეფონო მომსახურების ფორმები, რომლის საშუალებითაც ადამიანს შეუძლია მოიპოვოს ინფორმაცია ნებისმიერი პროდუქციის შესახებ და სასურველი ფასის შემთხვევაში განახორციელოს მისი შესყიდვა. გთავაზობთ ინტერნეტ მომხმარებლებს შორის იაკობ ნილსენის მიერ ჩატარებულ გამოკითხვების შედეგებს თემაზე: რატომ ყიდულობს ხალხი პროდუქტს ინტერნეტის საშუალებით (გრაფიკი 9). ჩატარებული გამოკითხვების შედეგად გამოიკვეთა ინტერნეტის პრაქტიკულობის სამი ძირითადი ნიშანი:

- გამოყენების სიადვილე და მოხერხებულობა;
- არჩევანის სიუხვე და მრავალფეროვნება;
- ინტერნაციონალურობა - ინტერნეტის საშუალებით უცხოური სამომხმარებლო პროდუქტის შესყიდვის შესაძლებლობა.

რესპოდენტებს ინტერნეტის საშუალებით ყიდვის მიზანშეწონილობის ხუთი მნიშვნელოვანი მიზეზი უნდა დაესახელებინათ. მიუხედავად იმისა, რომ ძირითადად ფასი აინტერესებს მყიდველს, იგი დასახელებულ იქნა მხოლოდ მესამე.

ყველაზე მნიშვნელოვანი მიზეზი რის გამოც ხალხი ყიდულობს პროდუქციას ინტერნეტის საშუალებით არის:



გრაფიკი 9 ინტერნეტით შესყიდვის მიზეზები

კითხვაზე „მას შემდეგ რაც დინჯად ნახავთ ინფორმაციას საჭირო პროდუქტის ან სერვისის შესახებ რა სიხშირით ყიდულობთ მას?“ პასუხები პროცენტულად შემდეგნაირად განაწილდა:

- თითქმის ყოველთვის 2%
- დაახლოებით 3/4 შემთხვევაში 14%
- ნახევარ შემთხვევაში 30%
- დაახლოებით 1/4 შემთხვევაში 45%
- თითქმის არასოდეს 9%

ამ გამოკითხვის შედეგად აშკარად ჩანს, რომ ინტერნეტის აქტიური მომხმარებელი სასურველი პროდუქტის მონახვის შემთხვევაში თითქმის ისევე იქცევა, როგორც ჩვეულებრივ სავაჭრო სივრცეში, მაგრამ ყველაზე ხშირად ვებ-გვერდებზე შესვლა მაინც ინფორმაციის მიღების მიზნით ხდება [26].

თანდათანობით იხვეწება სატელეფონო მომსახურების ფორმებიც, რაც გამოწვეულია სამომხმარებლო ქსელის განვითარებითა და სოციალური ბაზრის მოთხოვნით [27].

ამრიგად, სავაჭრო და მომსახურების ქსელის ფორმირება თბილისში ნელ-ნელა უახლოვდება დასავლურ სტანდარტებს. იგი აბსოლუტურად

დამოკიდებულია სოციალურ მოთხოვნაზე და მისი განვითარების ტემპს განსაზღვრავს სოციალურ-ეკონომიკური ცვლილებები.

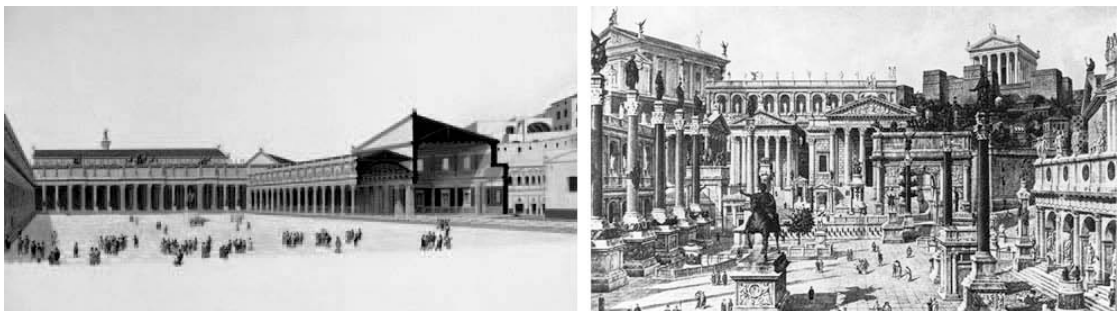
ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების II ეტაპის განხილული მაგალითებიდან იკვეთება დისლოკაციის თვალსაზრისით ქსელის ჩამოყალიბების შემდეგი ძირითადი მიმართულებები: ისტორიულ უბნებში; ქალაქიც ცენტრში; ქალაქის პერიფერიულ უბნებში. შემოდის მომსახურების ახალი ფორმები: სატელეფონო და ინტერნეტ მომსახურება.

3. თავი ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების პრინციპები

3.1. ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების უცხოური გამოცდილება

ადრინდელი ცივილიზაციიდან თანამედროვე ეპოქამდე, როგორც დასავლეთის განვითარებულ ქვეყნებში, ასევე ამერიკასა და აზიაში სავაჭრო საქმიანობის განსხვავებული სახეები ჩამოყალიბდა. განვითარების ეს ევოლუცია მოიცავდა მუდმივ ცვლილებებს, რომელიც დღესაც მიმდინარეობს და თავისი შემადგენელი ელემენტებით განვითარებად პროცესს წარმოადგენს.

ჯერ კიდევ ჩვენს წელთაღრიცხვამდე ბერძნული აგორა იყო ის ადგილი, სადაც ღია ცის ქვეშ, მიწაზე დაფენილ ხალიჩებზე მიმდინარეობდა ვაჭრობა. მოგვიანებით გაჩნდა მაგიდები და ფარდულები, რომელთა გადაადგილება და ტრანსფორმაცია - მოცილებაც იყო შესაძლებელი. პირველი სტაციონალური მაღაზია შენობაში - განსაზღვრულ ადგილას, პირველი გადახურული სავაჭრო სივრცე, პირველი მრავალდონიანი-იარუსებიანი სავაჭრო ადგილი უკავშირდება რომს (ნახ. 40, ტროას ფორუმი I-V სს.).



ნახ. 40 ტროას ფორუმი, რომი- მარჯვენა უკანა ფონზე სავაჭროები, ფორუმ რომანუმის რეკონსტრუქცია მცირე სავაჭროებით

ის იყო მრავალმიზნობრივი ფორუმის ნაწილი, სამოქალაქო თავშეყრისათვის, სადაც კონკრეტული განსაზღვრული ნაწილი ყიდვა-გაყიდვისათვის იყო გამიზნული. მიუხედავად იმისა, რომ მაღაზიებისათვის

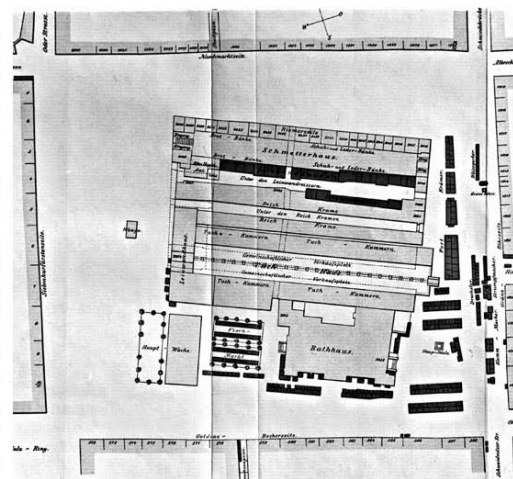
განკუთვნილი ფართი ფორუმის მიშენელოვან ნაწილს წარმოადგენდა. თავად მაღაზიები მეორეხარისხოვანი იყო ძირითადი საზოგადოებრივი ფუნქციების სფეროში და ისინი (მაღაზიები) შენობის სხვა ნაწილებში მდებარეობდა. მაღაზიები ქვით ნაშენები დარბაზებით იარუსებიანი (მრავალდონიანი) ფორმით იყო წარმოდგენილი .

XI-XVI საუკუნეებში მაღაზიებს ევროპული ქალაქების მუნიციპალიტეტის შენობებისა და სავაჭრო სახლების ქვედა სართული ეკავა. სავაჭრო სახლები (ნახ. 41) ბაზრების შესაბამისი ფუნქციის მატარებელი იყო. სავაჭრო სახლების ზედა სართულები გილდიებს ეკავა.



ნახ. 41 ა-შუასაუკუნეების ტიპური ორსართულიანი სავაჭრო სახლი, ბ-ქვედა სავაჭრო სართული

ქ. ბრესლაუ განსაკუთრებით საინტერესო მაგალითს წარმოადგენს სავაჭრო დარბაზზე მიბმული რამდენიმე მარკეტის შენობით; აღსანიშნავია, რომ თითოეულ შენობაში განსხვავებული სახეობებით ვაჭრობა წარმოებდა. თორნ თაუნ ჰოლს (Thorn Town Hall) კონკრეტული მაღაზიები ჰქონდა.



ნახ. 42 შუასაუკუნეების ქალაქი და საქალაქო მოედანი, ბრესლაუ, გერმანია

აღმოსავლური ბაზარები

აღსანიშნავია, რომ შუასაუკუნეების სავაჭრო სახლებისა და მუნიციპალიტეტის სავაჭრო სივრცეები აღმოსავლურ ბაზართან ერთად პარალელურად ვითარდებიან.

XIII-XVII საუკუნეებში მნიშვნელოვანი ცვლილებები მიმდინარეობს აღმოსავლურ ბაზრებში: ჩნდება გადახურული ქუჩების ქსელი პატარ-პატარა მაღაზიებით (ბუტიკებით) მაგალითად: ფესის ბაზარი (The Souks of Fez), ქუისარია (The Quissariya). ამასთან ჩნდება პირველი ოფიციალურად დაგეგმარებული საცალო ვაჭრობის უბანი ქალაქში - სტამბულის დიდი ბაზარი (ნახ. 43), პირველი ქვის შენობა, სადაც კონკრეტულად მაღაზიებისათვისაა გამოყოფილი გადახურული სივრცე - შენობის ელემენტები, რომელიც მთავარ შენობებთან მაკავშირებელს წარმოადგენს.

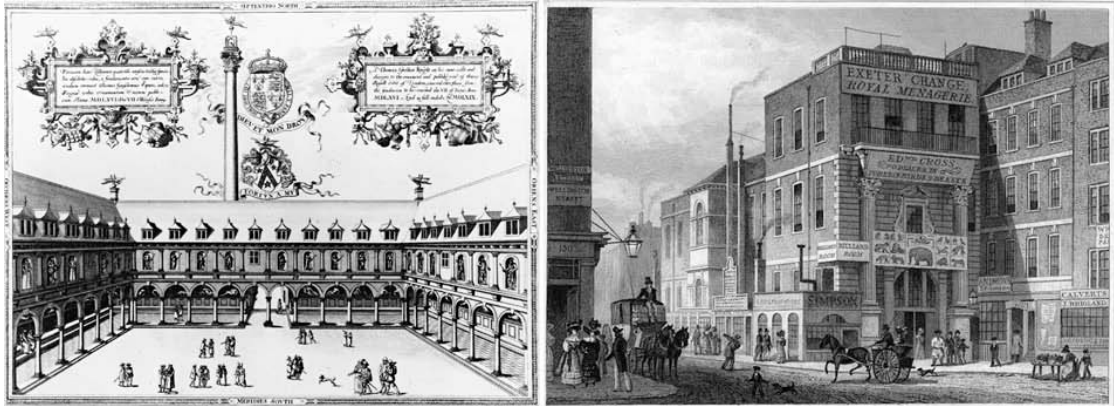


ნახ. 43 სტამბულის დიდი ბაზარი, მედინა ბაზარი, მაროკო

ლონდონის ბირჟები. სავაჭრო სახლების განვითარებაზე ზეგავლენა მოახდინა ანტვერპენისა და ამსტერდამის ბირჟებმა. შენობები ორ სართულად იყო განლაგებული – დაბლა სართულზე მარკეტები, მეორე სართულზე – ღია ფარდულები და დახლები. ეს სახლები ზოგჯერ აღჭურვილი იყო შიდა ეზოთი („სამეფო ბირჟა“).

„ახალი ბირჟა“ წარმოადგენდა დახურულ დარბაზს, სადაც სავაჭრო ფარდულები ორივე – პირველ და მეორე სართულზე იყო განთავსებული. „ექსტერ ჩეინჯ“-ში წარმოებდა ფუფუნების საგნებით ვაჭრობა, რომლის თითოეულ მხარეს განთავსებული იყო მაღაზიები. პირველ სართულზე

წარმოდგენილ ცოცხალ გარეულ ცხოველებს გასართობი დანიშნულება ჰქონდა.



ნახ. 44 როიალ იქსჩენჯი, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო (1566), ექსტერ ჩენჯი, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო (1576).

ქალაქის ქუჩები. უკვე ამ პერიოდისათვის მაღაზიები გახსნილი იყო ქუჩისაკენ. პირველად ფიქსირდება ცალკე გამოყოფილი მაღაზიები შემინული ფასადებით. პირველ სართულზე, შემინულმა მაღაზიებმა ვიზუალურად დააკავშირა შიდა და გარე სივრცე. ამგვარად მოხდა სავაჭრო პუნქტების ტრანსფორმირება დახლებიდან ცალკე შესასვლელის მქონე სავაჭრო სივრცეებად, სადაც თაროები იყო განთავსებული. მაღაზიათა ფუნქციონირებას ხელმძღვანელობდა გილდიები და მათი ორგანიზება ხდებოდა სახეობათა მიხედვით, იმავე ქუჩის შემადგენელ კვარტლებში (ნახ. 45.)



ნახ. 45 ლითოგრაფია, გილდიის მიერ კონტროლირებადი პურის ქუჩა, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო, ლითოგრაფია, წმ. ეტჰელბურგი ბიშოფსგაითთან ერთად, 1736, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო, ერთ-ერთი პირველი ვიტრაჟი, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო.

მიწების სიმწირისა და მოსახლეობის ზრდის გამო, პარიზისა თუ ლონდონის გადატვირთულ ქუჩებში არსებული ზოგადი დისკომფორტის შედეგად გალერეები შეძლებული ფენისათვის პოპულარულ გადახურულ გასართობ ადგილად იქცა.

გალერეები ქალაქის კვარტალებში დაცულ და გადახურულ ქუჩებს ქმნიდნენ, რომლის თითოეულ მხარეს ფუფუნების საგნებით მოვაჭრე ვიტრინებიანი მაღაზიები იყო ჩამწკრივებული.

პარიზში აღნიშნულის ადრეულ ვერსიას წარმოადგენდა ვიწრო-3-5 მ სიგანის ქუჩა, რომლის ზედა სართულები საცხოვრებელი მიზნებისთვის განკუთვნილ კერძო საკუთრებებს ეკავა. გალერეებს მინის ფანრების სერიათა მეშვეობით მთელ სიგრძეზე მიეწოდებოდა წყვეტილი ბუნებრივი განათება. სინათლის ფანარი 1830 წელს პირველი უწყვეტი მომინანქრებული ფანრით შეიცვალა.

გადახურული გზები განსაკუთრებით კარგად შეესაბამებოდა ჩრდილო ევროპის კლიმატს. 1820-1840 წლებში ადგილი ჰქონდა პარიზული და ლონდონური „არკადების“ მსგავსი სახეების გავრცელებას ევროპის დანარჩენ ქალაქებში: მილანში, ლიონში, ბრიუსელში, ლიოჟეში, ბრისტოლში, გლაზგოსა და ნიუკასლში.

ახალი ბაზრები. 18-ე საუკუნის ბოლოსა და 19-ე საუკუნის დასაწყისში პარიზისა და ლონდონის მოსახლეობა გაიზარდა. ჰიგიენური მოხმარების საქონლის გაუმჯობესების მოთხოვნამ ახალი ბაზრები წარმოშვა. ზოგიერთი მათგანი მოიცავდა მაღაზიებსაც (რომლებსაც საბაზრო ფუნქციების მეორადი დატვირთვა ჰქონდათ). მაღაზიები მდებარეობდა გადახურული ბაზრების ნაპირების გასწვრივ გალერეებსა და გასასვლელებში არსებულ ჩასაკეტ ფარდულებში.



ნახ. 46 ჰალეს ცენტრალეს, პარიზი, საფრანგეთი (1853), ჰუნგერფორდის ბაზარი, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო (1833).

მინისა და რკინის ნაგებობებმა სავაჭრო დარბაზებს ახალი შესაძლებლობები გაუხსნეს; აღნიშნულის შესანიშნავ ნიმუშს წარმოადგენს ჰალეს ცენტრალეს (Halles Centrales) პარიზში (ნახ. 46), რომელიც ბულტარდის მიერ იყო დაპროექტებული და უნივერსალებითა და თანმიმდევრული გალერეების შთამბეჭდავი ექსპოზიციით იყო აღჭურვილი.

ფურცლოვანი მინის გამოგონებამ ქუჩაში გამავალი გზისპირა მაღაზიებისთვის ახალი პერსპექტივები წარმოშვა. ფანჯრის (ვიტრინის) მინის ზომა შესაძლებელი გახდა გაზრდილიყო 1-2 მეტრიდან 2.1-2.4 მეტრამდე.

გალერეების ახალი თაობა. XIX საუკუნის შუა პერიოდიდან გალერეების მომდევნო თაობამ მასშტაბების თვალსაზრისით მნიშვნელოვანი ზრდა განიცადა. მინისა და ფოლადის ახალი ტექნოლოგიების შესაძლებლობათა დანერგვამ მშენებლობაში, ხელი შეუწყო გალერეების განვითარებას. ისინი გრანდიოზულად იზრდებოდა სიგრძეში, სიმაღლესა თუ სიგანეში; ყოველივე ეს ორგანიზებული და კომპლექსური ფორმით ხორციელდებოდა. გადახურული გზებისა და ხეივნებისაგან ფორმები გადახურულ ქუჩებსა და შემინულ-მომინანქრებულ კათედრალურ ტიპის საგამოფენო ცენტრებში გადაიზარდა. მაღაზიების ზემოთ არსებული საცხოვრებელი ბინები შეცვალა ოფისებმა და სხვა საზოგადოებრივი ფუნქციების მატარებელმა დაწესებულებებმა. მაგ.: წმ.

ჰუბერტის გალერეა ბრიუსელში (ნახ. 47), სადაც თეატრი, რესტორანი და კლუბური ოთახები მაღაზიების ზემოთ იყო განთავსებული და ამით მეპატრონენი მთელი დღის მანძილზე ხალხის უწყვეტ მისვლა-მოსვლას უზრუნველყოფდნენ.



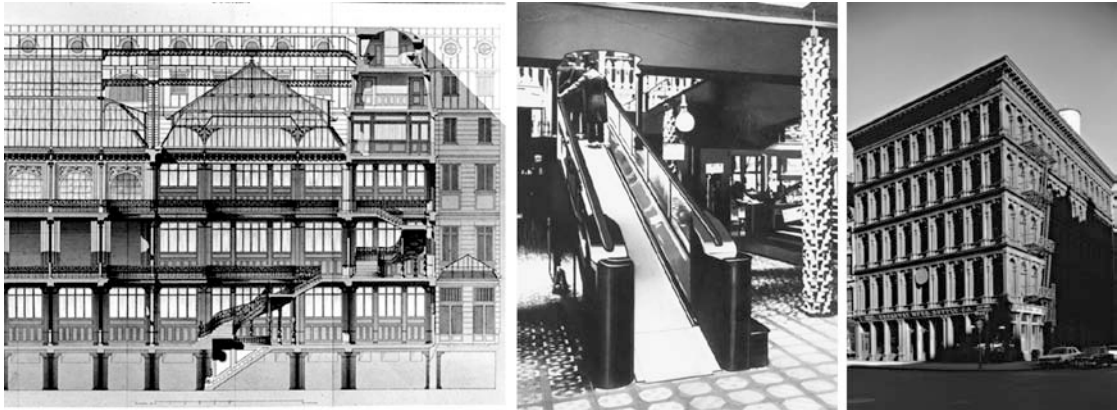
ნახ. 47 წმ. ჰუბერტის გალერეა, ბრიუსელი, ბელგია (1846), გუმი, მოსკოვი, რუსეთი (1893, განახლებული 2004).

1893 წელს მოსკოვში გაიხსნა გალერეა - გუმი (ნახ. 47) სამი გრძივი მიწით გადახურული გალერეათა თაღებიდან ნათდებოდა და სამ დონეზე იყო გადაწყვეტილი. აქ 16 ბლოკში 1000 სავაჭრო ობიექტი - მაღაზია ფუნქციონირებდა. შენობა კრემლის პირდაპირ ახალ კვარტალს ქმნიდა და ერთი მხრიდან ემიჯნებოდა წითელ მოედანს შენობის 250 მეტრ სიგრძეზე და 90 მეტრ სიგანეზე (აღნიშნული ნაგებობის მასშტაბებს ანალოგი არ გააჩნდა ჩრდილო ევროპაში 1960 წლამდე, სანამ ცენტრალური დეველოპერული ზონა არ შეიქმნა).

დასავლური ბაზრები. მაღაზიები ცალკე შენობაში სხვადასხვა საქონლით ვაჭრობდა. ჭერის განათება და სართულებს შორის დიდი ღია სივრცეები თითოეულ სართულსა და დონეს დღის შუქით უზრუნველყოფდა. მიმდინარეობდა ვაჭრობა სალაროების გასწვრივ ღია სართულებსა და სავაჭრო ჯიხურებში. ნაწრობი თუჯის ახალი ტექნოლოგიების დანერგვამ საბოლოოდ მოახდინა პირველი (მიწის)

სართულის გამოუყენებელი ფართებისა და ღია სივრცეების ათვისება და მათი ექსპლუატაციაში შეყვანა.

როგორც ლონდონური ბაზრების კონკურენტს, პარიზსაც გააჩნდა სხვადასხვა საქონლით მოვაჭრე მაღაზიათა ქსელი: „მაგაზინ დე ნოვეატრეს“ (magasin de nouveautés), რომელიც ქუდებით, ქალის თეთრეულით, კაბებით, ქსოვილებითა და ფეხსაცმლით ვაჭრობდა. ბაზრები, „მაგაზინ დე ნოვეატრესა“ და ქსოვილების მაღაზიები უნივერსალის წინამორბედ თაობას განეკუთვნებოდა. ამ ადრეული ხანის მაღაზიების განვითარების შედეგად გაჩნდა ახალი სავაჭრო პრინციპები, რაც უნივერსალების ჩამოყალიბების ძირითად პრინციპად იქცა, კერძოდ: ფიქსირებული და დაბალი ფასები, მომხმარებლის თავისუფალი და ფართო არჩევანი.



ნახ. 48 ბონ მარშე, პარიზი, საფრანგეთი (1876), პირველი ესკალატორი ლონდონში (1896), ჰოგვოტი და კო, ნიუ იორკი, აშშ (1857).

პევსნერი, ბონ მარშეს (Bon Marche) სავაჭრო სახლს, რომელიც 1852 წელს პარიზში იქნა დაარსებული, პირველ უნივერსალად მოიხსენიებს. აღნიშნული სავაჭრო დაწესებულება მოსახლეობის ფართო ფენებისთვის იყო განკუთვნილი. იგი 1869 წელს ელ სი ბოილოუსა (L C Boileau) და ეიფელის მიერ იქნა გაფართოებული, რამაც შედეგად გრანდიოზული ინტერიერის შექმნა გამოიღო. დადგენილ იქნა უნივერსალის ფუნქციონირების პრინციპი - სხვადასხვა ბიზნეს-საქმიანობის ერთ ჭერქვეშ და ფართო სპექტრის საქონლით (ქინძისთავიდან დაწყებული სპილომდე) – ვაჭრობა. დიდი მოცულობის ინტერიერი ერწყმოდა დიდი ფართის ღია

სივრცეებსა და გალერეებს, რომლებიც დაკიდებული კიბეებითა და გადამკვეთი ხიდებით ცენტრალურ სივრცეს ზემოდან გადმოჰყურებდა.

ნაწრობი თუჯი პირველად აშშ-ში იქნა გამოყენებული, მაღაზიისათვის განკუთვნილი შენობის ექსტერიერში. ლიფტის შემოღებამ, ასევე, ხელი შეუწყო სხვადასხვა სართულებთან დაკავშირებას, რაც ამ 5 დონიანი ნაგებობისათვის მნიშვნელოვანი იყო.

მაღაზიათა ქსელი. „ლიპტონის“ პირველი პროდუქტების მაღაზია 1872 წელს გაიხსნა. 1898 წლისათვის ქსელი უკვე 245 მაღაზიამდე გაფართოვდა. ვულვორდმა პირველი მაღაზია დაბალ ფასებზე დაყრდნობით გახსნა (ყველაფერი 5 ცენტს ქვემოთ ღირდა). 1909 წლისთვის აშშ-ში ამ ფირმის 238 ფილიალი არსებობდა. „მარკსი და სპენსერი“ თავიდან გაიხსნა როგორც სასურსათო მაღაზია. მოგვიანებით აღნიშნული ტანსაცმლის ნიშნითაც გაფართოვდა (1960 წლისათვის ამ ფირმის 240 მაღაზია არსებობდა).

1892 წელს დაპატენტდა ესკალატორი, რასაც მალევე მოჰყვა მისი დამონტაჟება უნივერსალებში (ნახ. 48). პირველი მათგანი იყო „ჰაროდს“-ის მიერ ლონდონში 1849 წელს გახსნილი პატარა მაღაზია, რომელიც მუდმივ გაფართოვებას განიცდიდა.

ამ პერიოდში სავაჭრო ობიექტების ფასადებისთვის აქტიურად გამოყენებოდა მინა, რათა წინა მხარე სრულიად გამჭვირვალე ყოფილიყო და ინტერიერის სრულფასოვანი და გრანდიოზული დემონსტრირება მომხდარიყო. 26 მეტრი სიგრძისა და 17 მეტრი სიმაღლის შემინული ფასადი, ბერლინში, ერთ-ერთ ყველაზე შთამბეჭდავ და უდიდეს ნოვაციას წარმოადგენდა.

ფოლადის გამოყენებამ მშენებლობაში კიდევ მეტი შესაძლებლობები წარმოშვა – გაიზარდა სართულების რიცხვი, გაიზარდა გადახურვის მალები, რაც უდაოდ გაცილებით დიდი მაღაზიების მოთხოვნებს აკმაყოფილებდა. ამას მოჰყვა დიდი ევროპული მაღაზიების მშენებლობა. ერთ-ერთი მათგანი კარსონ პირიე სკოტი (Carson Pirie Scott 1899-1904 წწ.), 12

სართულიანი, გარედან შემინული და ტერაკოტით მოპირკეთებული, არმირებული ფოლადის ჩარჩო-კონსტრუქციით ნაგები შენობა იყო. ის ცნობილმა არქიტექტორმა ლუი სალივანმა დააპროექტა. ამავე პრინციპებით ვითარდება: L’Innovation, ბრიუსელი (1900-1901), Harrod’s, ლონდონი (1901-1905 წწ. მაღაზია გაფართოვდა ამჟამად არსებული ფორმით), ვაიტლეისი, ლონდონი (1908-1912 წწ.), სელფრიჯის, ლონდონი (1908).

სუპერმარკეტები. სუპერმარკეტებმა რადიკალური ისტორიული ზეგავლენა იქონია საცალო ვაჭრობაზე და ქალაქის ცენტრის ჩქაროსნული გზების ფორმირებაზე. სუპერმარკეტმა ამავე დროს დაამკვიდრა საკვები პროდუქტების შეფუთული და დახუფული მომარაგების - თვითმომსახურების უნიკალური სისტემა, დაამკვიდრა ხელსაყრელი პირობები ავტომობილით მიმსვლელი მყიდველებისათვის. სუპერმარკეტები ძირითადად ყალიბდებოდა ქალაქის განაპირას სატრანსპორტო ქსელთან მოხერხებული კავშირებითა და დიდი ავტოპარკინგით.



ნახ. 49 ქინგ ქულენი, ქვინსი, ნიუ იორკი, აშშ (1930)

პირველი სუპერმარკეტი იყო ქინგ ქულენი (ნახ. 49), რომელიც გაიხსნა ქვინსში, ნიუ იორკი 1930წ. მაიკლ ქულენი, ცდილობდა რა გაეზარდა კონკურენტუნარიანობა, ჩამოაყალიბა სუპერმარკეტში ვაჭრობის პრინციპები. შეამცირა ასისტენტების რაოდენობა, ხოლო თვითმომსახურებამ მიაღწია 80%-ს. მაღაზიის გაბარიტი ზომებში 10-ჯერ გაიზარდა.

სუპერმარკეტმა შექმნა ერთი გაჩერებით შოფინგების სისტემა და გადაწყვიტა ბევრი რუტინული, ყოველდღიური ოპერაცია. იგი მარტივად მოერგო მე-20 საუკუნის გადატვირთულ ცხოვრების სტილს.

აშშ-ში, 1934 წელს უკვე 94 სუპერმარკეტი იყო. 1950 წ. მათმა საერთო რაოდენობამ მიაღწია 15 000. მათი უმრავლესობა განთავსებული იყო ქალაქგარეთ.

ევროპაში სუპერმარკეტები მოგვიანებით დაინერგა. პროდუქტის დიდმა არჩევანმა და დივერსიფიკაციამ ჩამოაყალიბა კიდევ უფრო განვითარებული სავაჭრო ობიექტები „ჰიპერმარკეტები“. დიდი ზომების გამო ჰიპერმარკეტები ძირითადად განთავსდნენ ქალაქის გარეთ. სუპერმარკეტის შედარებით დიდმა ფორმატმა - ჰიპერმარკეტმა დაამკვიდრა „მოგება მოგების“ პრინციპი - ოპერატორებისთვის მასშტაბების ეკონომია (რაც პროდუქტის ღირებულებას ამცირებდა) და მომხმარებლისათვის დიდი არჩევანი. სულ მოკლე პერიოდში გავრცელდა ჰიპერმარკეტები ევროპაში და ჩაანაცვლა რეგიონალური სავაჭრო ცენტრები.

სუპერმარკეტების დაარსება - განვითარებამ მოახდინა, სავაჭრო საქმიანობის პოლარიზება ორი ძირითადი: მალფუჭებადი და ძნელად ფუჭებადი პროდუქტების მიმართულებით.

ქალაქგარე მოლები. როგორც ყველა დანარჩენ სავაჭრო მომსახურების ობიექტს, ქალაქგარე მოლებსაც დასჭირდათ გარკვეული პერიოდი, რათა წარმოეჩინათ თავისი უპირატესობა და დამკვიდრებულიყვნენ სავაჭრო ქსელში. ისინი წარმოადგენდნენ ქალაქის გადატვირთული ცენტრის ალტერნატივას. პირველი ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრი იყო ქანთრი ქლაბ პლაცა, კანზასში (1922 წ.), რომელიც ძირითადად ავტომობილებით მომსვლელებისთვის იყო გათვალისწინებული (ნახ. 50, ნახ. 51).



ნახ. 50 ქანთრი კლავ პლაცა, კანზასი, აშშ (1922), ნორსგეიტი, სიეტლი, აშშ (1950).



ნახ. 51 ნორსლანდი, დეტროიტი, აშშ (1954), საუსდეილი, ედინა, მინესოტა, აშშ (1956).

მე-20 საუკუნის შუა პერიოდისთვის სოციალურ-ეკონომიკურმა გარემოებებმა ბიძგი მისცა ქალაქგარე მოლების სწრაფ ზრდას ამერიკაში. 1945 წლისთვის მათი რაოდენობა 45 იყო. 1958 წელს ეს ციფრი უკვე სამოცჯერ გაიზარდა და 2900 შეადგინა.

მათი რაოდენობის ესოდენ სწრაფი ცვლილების მიზეზი იყო:

- მოსახლეობის ზრდა;
- ქალაქის ცენტრების გადატვირთული სივრცე;
- ავტომფლობელთა რაოდენობის ზრდა;
- ქალაქის ცენტრების სატრანსპორტო საცობები;
- ქალაქგარე მიწების დაბალი ღირებულება;
- განათების, სავენტილაციო სისტემისა და კონდინცირების ტექნოლოგიური მიღწევები.

ქალაქგარე მოლებმა დიდი გავლენა იქონია რეგიონალური და სუპერ-რეგიონალური მოლების შემდგომ განვითარებაზე. მოლებმა ევროპაშიც დაიწყეს დამკვიდრება მაგალითად: ბრენტ ქროსი, ლონდონი 1976 წ. და პარლი დოქსი, პარიზი 1989 წ.

საფეხმავლო სავაჭრო ზონები. ევროპული ქალაქთმშენებლობითი მიდგომები განსხვავდებოდა ამერიკის ქალაქგარე სავაჭრო ქსელის განვითარებისაგან. აქ ძირითადად მეორე მსოფლიო ომის შემდგომი აღდგენითი, სარეკონსტრუქციო სამუშაოები მიმდინარეობდა. მიუხედავად ამისა ღია ქალაქგარე მოლებმა უდიდესი ზეგავლენა მოახდინა საფეხმავლო სავაჭრო ზონების ჩამოყალიბებაზე.

ერთ-ერთი პირველი და ყველაზე ცნობილი მათგანი ლიჯნბაანია, როტერდამში, რომელიც 1953 წელს გაიხსნა (ნახ. 52). იგი დაპროექტებულ იქნა როგორც საფეხმავლო ხაზოვანი სავაჭრო ქუჩა, მის გასწვრივ ორი სართულის სიმაღლის მაღაზიებით. იგი მოიცავდა რამდენიმე კვარტალს, რომელიც სატრანსპორტო მიღწევადობისათვის გადაკვეთილი იყო ქუჩებით. მთავარი ქუჩის სიგანე 18 მ იყო, მას კი ორივე მხარეს მიუყვებოდა გადახურული ნავესები. 40 წლიანი ფუნქციონირების შემდეგ 1996 წელს იგი განახლებულ და რეკონსტრუირებულ იქნა.



ნახ. 52 ლიჯნბაანი, როტერდამი, ნიდერლანდი (1953)

საფეხმავლო სავაჭრო ზონების ფორმატი მრავალმა ევროპულმა ქალაქმა დაწერა რიგ შემთხვევაში ხაზოვანი ან ბადისებრი სტრუქტურით („ქოვენთრი“-ს ცენტრალური სავაჭრო ზონა, 1955, ქოლონე, გერმანიაში და ა.შ.). როგორც ქალაქგარე სავაჭრო მოლები ამერიკაში, სავაჭრო ზონებიც წარმოადგენს მნიშვნელოვან გარდამავალ საფეხურს სავაჭრო ქსელის განვითარების ევოლუციაში.

ქალაქის ცენტრალური სივრცის განახლება II მსოფლიო ომის შემდგომი პერიოდისათვის შედარებით რადიკალური მიდგომა იყო, ვიდრე სავაჭრო საფეხმავლო ზონების ფორმირება. ხშირ შემთხვევაში, იმ ქალაქებისთვის, რომლებიც ომის დროს მცირედ ან საერთოდ არ დაზარალდნენ, ცენტრალური სივრცის განახლება მოდერნიზაციისაკენ სწრაფად აღიქმებოდა. ქალაქების განაშენიანებულ ზონებში არსებული ქუჩათა ქსელის სივიწროვე (გათვლილი ეტლების სიგანეზე), ავტომფლობელთა რაოდენობის ზრდა, სატრანსპორტო საცობები და სავაჭრო ობიექტების ქსელური მომარაგების სისტემა მოითხოვდა სატრანსპორტო ქუჩათა ქსელის რადიკალურ ცვლილებებს. ჩქაროსნული გზების იდეამ წარმოშვა ქალაქის ცენტრალურ ნაწილში საფეხმავლო ქუჩების გაჩენის მიზანშეწონილობა. ორი ამგვარი პროექტი 1964 წელს განხორციელდა დიდ ბრიტანეთში: „ბულ რინგი“ ქ. ბირმინგემში და „ელეფანთ ენდ კასლი“ საუსვორკში, ლონდონში (ნახ. 53).



ნახ. 53 ბულ რინგი, ბირმინგემი, გაერთიანებული სამეფო (1964). ელეფანთ ენდ ქასლ, ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო (1964)

ამ ორმა სქემამ ბრიტანეთში ჩამოაყალიბა ახალი - დახურული, მრავალღონიანი სავაჭრო ცენტრის ტიპი. სავაჭრო ცენტრების ეს ორი მაგალითი ბრიტანეთსა და ევროპაში ქალაქის ცენტრის სავაჭრო ფორმატის ფორმირებისა და განვითარების საწყისი იყო.

სადღესასწაულო საცალო ვაჭრობა. შემდგომი საფეხური სავაჭრო ქსელის განვითარებისა გახდა შერეული საცალო ვაჭრობა და საზოგადოებაზე გარემოს ზეგავლენა.



ნახ. 54 გირარდელის მოედანი, სან ფრანცისკო, აშშ (1964)

ამ მიმართულებით ერთ-ერთი პირველი იყო გირარდელის მოედანი ქ. სან ფრანცისკოში (ნახ. 54), რომელიც გაიხსნა 1964 წელს. მან გეგმარებასა და დიზაინში გააძლიერა შემდგომი კრიტერიუმები:

- მაღაზიების ფუნქციონალური შერევის ფრთხილი შერჩევა და რეგულირება;
- გარემოს ზეგავლენის მნიშვნელობა;
- მომსახურებისა და დასვენების ფუნქციების დამატება ვაჭრობაზე;
- გართობა-დასვენების სპეციფიკური სიამოვნება.

გირარდელში დამკვიდრებულმა კონცეპტუალურმა კრიტერიუმებმა ზეგავლენა მოახდინა შემდგომი საცალო ვაჭრობის განვითარებაზე [28].

ქვემოთ მოცემულია სავაჭრო ქსელის განვითარების ქრონოლოგია მე-20 საუკუნეში:

1900-იანი წლების პერიოდი:

- უნივერსალური ფართოვდება და ვრცელდება აშშ-სა და ევროპის მთავარ ქალაქებში;
- მექანიკური გამოგონებანი საშუალებას იძლევა გაფართოვდეს მაღაზიათა ფიზიკური ზომები;
- ახალი მაღაზიების მშენებლობა ფოლადის ჩარჩოების/კორპუსების გამოყენებით, რაც მაღაზიათა გაფართოებისა და მოქნილობის ამაღლებს შესაძლებლობას იძლევა;
- ესკალატორთა დამონტაჟება უნივერსალებში, რამაც პირველად შემოიტანა მასიური ვერტიკალური მოძრაობის შესაძლებლობა.

1910-იანი წლების პერიოდი:

- 1919 წელს ნიუ იორკში, უნივერსალ Abrahams and Strauss Store -ში შემოდის პირველი კონდიციონერი;
- მექანიკური გამოგონებების მეშვეობით გრძელდება სავაჭრო გარემოს გაფართოება.

1920-იანი წლების პერიოდი:

- პირველი კომპლექსურად დაპროექტებული სავაჭრო პასაჟი გაიხსნა 1922 წელს კანზას სიტიში, ქანთრი ქლაზ პლაზაში;
- ტეხასში, ჰიუსტონში წარმოდგენილ იქნა ურიკები საყიდლებისათვის;
- შემოღებულ იქნა ინდივიდუალური კომპანიის საკრედიტო ბარათები.

1930-იანი წლების პერიოდი:

- სავაჭრო ცენტრების ფილიალები აშშ-ს ქალაქის განაპირა უბნებშიც ჩნდება;
- პირველი თვითმომსახურების სუპერმარკეტი – King Kullen იხსნება ლონგ აილენდში, ნიუ იორკი, 1930 წელს;

- თვითმომსახურების სერვისი იქმნება ლოს ანჯელესში;
- დიდი ფართის მაღაზიებში დღის განათებებს ახალი შესაძლებლობები შემოაქვთ.

1940-იანი წლების პერიოდი:

- კონტრასტული მიდგომები ომის შემდგომ ევროპასა და ამერიკაში;
- ზრდადობის საპასუხოდ – განვითარებადი ახალი სავაჭრო გარემოთა შემოღება;
- ავტომობილების რაოდენობის ზრდის საფუძველზე ყალიბდება სავაჭრო ცენტრების განთავსების ახალი ურბანული მიდგომა;
- ამერიკაში ძირითადად ჩამოყალიბდა მაღაზიათა გეგმური ჯგუფების პირველი ნაკრები “The Mall” (პასაჟი), რომელიც განაშენიანების ზოლისათვის იყო დაპროექტებული გზატკეცილებისა და სატრანსპორტო კვანძების სიახლოვეს (ცენტრები ჩრდილოეთ ნაწილში გადახურულია, ხოლო სამხრეთში მათი ნაწილი ღიაა);
- მოთხოვნებისა და წარმოების ზრდასთან ერთად, ევროპაში აღმოცენდა სხვადასხვა სახეობები – თაუნ ცენტრები (ქალაქის ცენტრები), რომლებიც ქალაქის ფეხით მოსიარულეთა ზონაში გვხვდება და შემოსაზღვრული ადგილი უკავიათ;
- პრინციპული განსხვავება აშშ-სა და ევროპას შორის: აშშ-ს მთავარ ქალაქებში ქალაქის ცენტრები ღია ცის ქვეშაა;

1950-იანი წლების პერიოდი:

- ესკალატორები მსოფლიო მასშტაბით გამოყენება;
- აშშ აშენებს გადახურული პასაჟების ახალ თაობას ქალაქის განაპირა ადგილებში ავტომანქანებისათვის;
- შემოღებულ იქნა პირველი უნივერსალური საკრედიტო ბარათი – დაინერ კლავი (Diner’s Club);
- პირველად მოხმარებაში შემოდის ელექტრონული საკასო აპარატი;
- სოუთდეილი, ედინა, მინეუპოლისი – ვიქტორ გრუენის მიერ – პირველი დახურული პასაჟი – გაიხსნა 1956 წელს;

- ახალი განათების შემოღებით გამოწვეული სიციხის დასარეგულირებლად საჭირო ხდება კონდიცირება;
- საავტომობილო მოძრაობის ზრდას მოსდევს გადატვირთული მოძრაობა აშშ-სა და ევროპის ქალაქის ცენტრებში. ევროპაში შემოღებულ იქნა Buchanan-ს სტრატეგია საავტომობილო მოძრაობისა და ფეხით მოსიარულეთა გასაცალკევებლად;
- ევროპაში მიმდინარეობს დაბომბილი ქალაქების აღმშენებლობა – ბირთვული ან ბადისებური ქსელით იქმნება ფეხით მოსიარულეთა ზონები;
- მზარდი სატრანსპორტო მოძრაობა იწვევს ღია ტიპის ფეხით მოსიარულეთა ზონების შემოღებას Lijnbaan Rotterdam-ში 1951 წელს და ქოვენთრიში 1955 წელს;

1960-იანი წლების პერიოდი:

- ამერიკაში, არკანზასში 1962 წელს იხსნება პირველი WalMart-ის ჰიპერმარკეტი;
- შემოდის ბოჭკოვანი ოპტიკის მეშვეობით განათების ახალი შესაძლებლობები;
- ევროპაში გრძელდება ქალაქების აღმშენებლობა;
- გრძელდება ღია საფეხმავლო სავაჭრო ზონების ჩამოყალიბება;
- ამერიკული პასაჟები (გადახურულ მაღაზიათა ქსელები) დიდ ბრიტანეთშიც აღწევენ, თუმცა, სხვაგვარად ვითარდებიან;
- 1964 წელს ბირმინჰემში იხსნება ბალრინგი – პირველი დახურული ცენტრი დიდ ბრიტანეთში. იმავე წელს აღნიშნულს მოჰყვა ელეფენტ ენდ ქასლის გახსნა ლონდონში;
- დიდ ბრიტანეთში ახლად გახსნილი დახურული ცენტრები ხელოვნური განათებით სარგებლობენ;
- 1964 წელს სან ფრანცისკოში, ჰირადელი სკვერში იხსნება პირველი საფირმო საცალო ვაჭრობის წერტილი;
- 1969 წელს პარიზში, პარლი II -ში იხსნება ევროპაში პირველი

დახურული სავაჭრო ქალაქის ცენტრი;

1970-იანი წლების პერიოდი:

- ნავთობის კრიზისს კომერციის განვითარებაში დროებითი შეფერხება მოაქვს;
- ევროპის დახურული მაღაზიების პირველი თაობა ჩნდება ქალაქის ცენტრებში ხელოვნური განათებითა და ინტერნაციონალიზირებული უტალიტარიზაციით;
- აშშ-სა და კანადაში დახურული ცენტრების მეორე თაობა შემოდის;
- მოხმარებაში შემოდის ATM-ები (ავტომატური საბანკო მანქანები);
- 1972 წელს ნოტინჰემში იხსნება ვიქტორია ცენტრი – დიდი ბრიტანეთი პირველი ინტეგრირებული დახურული ორდონიანი ქალაქის საქმიანი ნაწილი;
- 1972 წელს ჰიუსტონში იხსნება აშშ -ში პირველი მასიური მინის სახურავიანი სავაჭრო ცენტრი - The Galleria;
- ამერიკულ სუპერმარკეტებში იწყება შტრიხ-კოდების გამოყენება - UPC Marsh's-ის სუპერმარკეტში, Troy, ნიუ იორკი, 1974;
- საკონტროლო-საკასო პუნქტებში 1975 წელს მოხმარებაში შემოდის პირველი ოპტიკური სკანერი;
- ლიონში, La Part Dieu -ში 1975 წელს იხსნება საფრანგეთში პირველი დახურული ქალაქის საქმიანი ნაწილის სავაჭრო ცენტრები;
- 1975 წელს იხსნება აშშ-ს პირველი ვერტიკალურად დაპროექტებული რვა დონიანი სავაჭრო ცენტრი Water Tower Place Chicago;
- 1976 წელს ელდონ სქევარ ნიუკასლიში იხსნება ინტეგრირებული სავაჭრო ცენტრი, რომელიც დიდი ბრიტანეთის უდიდეს სავაჭრო ცენტრად იქცევა – 72500კვ.მ;
- საკასო აპარატებით ხდება საკრედიტო ბარათების მიღება, ტრანსაქციების აღრიცხვა და მართვა;
- სადღესასწაულო საცალო ვაჭრობა Rouse Company –ის მიერ რამდენიმე ურბანული პროექტის რეგენერირებას იწყებს და 1976

წელს ბოსტონში იხსნება Fanueil Hall;

- დიდი ბრიტანეთის პირველი ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრი იღებს და ამტკიცებს აშშ-ს შიდა გაწყობის ხარისხისა და დაგეგმარების პრინციპებს და 1976 წელს ლონდონში იხსნება Brent Cross;
- ევროპის სავაჭრო ცენტრები იზრდება ახალი ქალაქების გაჩენასთან ერთად და 1979 წელს იხსნება რეგიონალური სავაჭრო ცენტრი - Milton Keynes - 140898 კვ.მ (1.5mft²);
- 1979 წელს ტორონტოში იხსნება იტონ ცენტრი (Eaton Centre) – ოთხი დონით, მინის გალერეით, როგორც ქალაქის საქმიანი ზონის სქემების მთავარი ნაწილი და ერთ-ერთი პირველი, რომელიც იყენებს დონეებს და შემოაქვს ორი ქვედა სართული მიწისქვეშა ფეხით სასაარულო ქსელებთან ინტეგრაციის მიზნით.

1980-იანი წლების პერიოდი:

- ინგლისში იწყება საფირმო საცალო ვაჭრობა და 1980 წელს გაიხსნა Covent Garden (აშშ-ში – 16 წლის შემდეგ);
- ქალაქგარე უბნებში, ქალაქის პერიფერიებში იზრდება საცალო ვაჭრობის პარკები;
- აშშ-ში უფრო და უფრო იზრდება რეგიონალური სავაჭრო ცენტრები, იზრდება საცალო შეთავაზებათა სტანდარტები და შემოდის სუპერრეგიონალური ცენტრები;
- შემოდის ახალი რეგიონალური სავაჭრო ცენტრის ფორმატი, სადაც კომბინირებულია გართობის ძირითადი და რეკრეაციული ელემენტები – 1981-1985 წლებში იხსნება West Edmont on Mall, მსოფლიოს უდიდესი რეგიონალური სავაჭრო და გასართობი ცენტრი, სადაც წარმოდგენილია მინი-ბრეიქები და გასართობი წერტილები;
- 1984 წელს ევროპაში, გეიტსჰედში (ქალაქი ინგლისში) იხსნება პირველი რეგიონალური სავაჭრო და გასართობი ცენტრი - Metro Centre, სადაც ინკორპორირებულია შიდა თემატური/ატრაქციონების

პარკი;

- ევროპის ქალაქებში გრძელდება ურბანული მშენებლობები;
- ინგლისის ქალაქგარე ვაჭრობის პირველი თაობა;
- ინგლისში პირველი ურბანული ღია სავაჭრო ცენტრის პროექტი, კოპერგეიტში, იორკი, 1984წ ჩამოყალიბებული სავაჭრო ცენტრების საპასუხოდ;
- გამოწვევა სავაჭრო ცენტრების კონცეფციის მიმართ 1985 წელს, როდესაც აშშ-ში შემუშავდა ახალი თაობის პირველი ურბანული ღია პროექტი სამი დონითა და იტალიური ქალაქების ზეგავლენით დაპროექტებული ინდივიდუალური დიზაინის კორპუსებით;
- სენტ ლუისის რკინიგზის სადგურში საცალო ვაჭრობის, რესტორნებისა და სასტუმროების გაერთიანება 1985 წელს;
- თემატური საცალო ვაჭრობა;
- მრავალეკრანიანი კინოები მრავალგვარი არჩევანის ფორმატს ამკვიდრებენ;
- “Creek Germantown”-ის ცენტრებში აღმოცენდა ახალი ერთ-ერთი პირველი ახლად წარმოქმნილი ფორმატი, რომელიც ელიტურ საცალო ვაჭრობასა და მდიდრულ სასადილოებს ითვალისწინებს შენობის ექსტერიერში, ტენესი (1987);
- სარკინიგზო სადგურები 1988 წელს საცალო ვაჭრობის მიზნით იწყებენ შეერთებას ვაშინგტონის გაერთიანებულ სადგურთან - Union Station, რომელიც აშშ -ში პირველია, და ანალოგიური მოვლენები მიმდინარეობდა დიდ ბრიტანეთში, ლონდონის სადგურ Victoria Place-ის შემთხვევაში;
- შემოდის კამერით სამეთვალყურეო სისტემები;
- გაერთიანებულ სამეფოში გადახურულ პასაჟებში იყენებენ ბუნებრივ დღის განათებას;
- საცალო ვაჭრობას ხელს უწყობს ადგილობრივი ხელისუფლება რეგიონალური საწარმოო გამოყენებელი მიწების რეგენერირების

მიზნით.

1990-იანი წლების პერიოდი:

- ამერიკაში ჩნდება საცალო ვაჭრობისა და გართობის ცენტრები;
- პირველი ქალაქგარე რეგიონალური სავაჭრო ცენტრის გახსნა ირლანდიაში - The Square, Tallaght დუბლინი, 1990 წ.;
- ერთ-ერთი პირველი ავტომატური საცალო ვაჭრობის გასართობი ცენტრების გახსნა 1990 წელს მაინამიში - CoCo Walk, CoConut Grove, სადაც შეთანხმებულად მიმდინარეობს საცალო ვაჭრობა, საზოგადოებრივი კვებისა და გართობის ბიზნესი;
- 1992 წელს აშშ -ში იხსნება საკუთარი რეგიონალური სავაჭრო და გასართობი ცენტრი მინეაპოლისში Mall of America–თან ერთად. შემდგომ ხდება ყველაზე პოპულარული ატრაქციონები, გაძლიერებული მინი-ბრეიქების საცალო ვაჭრობისა და გართობა-დასვენების ადგილებში მომსვლელთა სიმრავლის გამო;
- გაერთიანებულ სამეფოში იხსნება ქალაქგარე რეგიონალური ცენტრების თაობა – შეფილდი, Meadow Hall (1990), თეროკი, Lakeside (1990), ლიდსი, White Rose (1997), მანჩესტერი, Trafford Centre (1998), გლაზგო, Braehead (1999);
- გეომეტრიული პროგრესიით იზრდება საცალო ფორმატების ფარგლები;
- ქალაქის განაპირა საცალო ვაჭრობის პარკები ევროპის მასშტაბით ვრცელდება;
- აეროპორტის საცალო ვაჭრობა “takes off” ტერმინალის ორივე მხარეს - World Class Shopping, ჰითროუ, (1992) და გეთუიკი (1995);
- ევროპაში შემოდის ქარხნული წარმოების პროდუქციის სავაჭრო ცენტრები: Clarke’s Village, Street (1993) (პირველია გაერთიანებულ სამეფოში) და Troyes Design Outlet Village, Troyes (1995) (პირველია საფრანგეთში);
- ჰიპერმარკეტების განვითარება ტრადიციული საცალო ვაჭრობის

მიმართულებით, განსაკუთრებით, აშშ-ში;

- გაერთიანებულ სამეფოში 1990-იანი წლების შუა პერიოდში ჩნდება უდიდესი ტემპებით მზარდი საცალო ვაჭრობა “Category Killer”;
- რეფორმირების მიზნით უნივერსიტეტებში ხდება შერჩეულ პროდუქციაზე რეფოკუსირება;
- ევროპაში ვითარდება სარკინიგზო სადგურების გაერთიანება;
- საექსპონატო მაღაზიები წარმოადგენენ ცალკეული ბრენდების გამოფენებს, მუზეუმის მსგავსი ფორმატით;
- მკაცრდება ევროპის დაგეგმარების კანონმდებლობა, რითაც ხდება შემდგომი ქალაქგარე საცალო ვაჭრობის პრევენცია და ქალაქებისა და ქალაქგარე უბნების სიცოცხლისუნარიანობის დაცვა;
- გაერთიანებული სამეფოს კანონმდებლობაში თანდათან შემოდის ნოტა #6-ით (PPG6), რომელიც 1996 წელს საბოლოოდ გახდა მშენებლობაში ქალაქის საქმიანი ნაწილის დაგეგმარების სტრატეგიის სახელმძღვანელო;
- სადღესასწაულო ადგილებსა და წერტილებთან ურთიერთკავშირზე დაფუძნებული თემატური ინტერიერი საცალო ვაჭრობის კურორტების ახალ ფორმატს ამკვიდრებს – დენვერი, Park Meadow (1996) და ის ერთ-ერთი პირველია;
- ქალაქის საქმიანი ნაწილების სავაჭრო ცენტრების პირველი ახალი თაობა, რომელიც ურბანულ გეგმაზე აკეთებს აქცენტს და 1996 წელს როტერდამში ასრულებს Beursplein-ს – საცალო და შერეული მოხმარების დეველოპმენტი, სადაც ინტეგრირებულია საცხოვრებელი ნაწილები და საზოგადოებრივი ტრანსპორტი;
- ფორტი, ბირმინჰემი (1997) აფუძნებს საცალო ვაჭრობის პარკს ცენტრალური ქუჩების საცალო ვაჭრობის პროპორციულობის საფუძველზე, როდესაც ხდება შედარება ჰიპერმარკეტებსა და საცალო ვაჭრობის პარკებს შორის;
- გაერთიანებულ სამეფოში კანონმდებლობას შემოაქვს ქალაქის

- საქმიანი ნაწილების განვითარების ურბანული გეგმა;
- საზოგადოებრივი აზრი უპირატესობას ანიჭებს ღია ქუჩების ფორმატის საცალო ვაჭრობას;
 - ხდება ქალაქგარე სავაჭრო ადგილების/ქსელების გადასინჯვა-ტრანსფორმირება “მთავარი ქუჩების” ფორმატად და მათი გახსნა;
 - ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრის ჩავარდნილი გეგმა კვლავ განიცდის აღდგენას – The Blick, Orange Country (1998) ახალი საცალო ვაჭრობის ფორმატის საფუძველზე ღია ქუჩების “მთავარ ქუჩებად” რეკრეაციის სახით საცალო ვაჭრობისა და გართობის ცენტრებად;
 - ქალაქის ფინანსურ საქმიან ნაწილში ხდება სუბურბანიზაციისა და სავაჭრო ცენტრების ურბანიზაციის ჰომოგენიზაცია სავაჭრო გამოცდილებასთან;
 - ევროპასა და აშშ-ში შემოდის ახალი ურბანული საცალო ვაჭრობის ფორმატი;
 - “ყიდვა და გართობა” – გართობისა და საცალო ვაჭრობის ინტეგრაცია იზრდება და მსოფლიო მასშტაბით ვრცელდება ახალი სქემით;
 - Bluewater-ს, Greenhithe-ს ახალი კრიტერიუმები შემოაქვს საცალო ვაჭრობის, საზოგადოებრივი კვებისა და მომხმარებელთა მომსახურების კონკურენციისა და შედარების გაუმჯობესების მიზნით. რეგიონალურ სავაჭრო და გასართობ ცენტრებზე ზეგავლენის სტრატეგიის კვლევის საფუძველზე იგი PPG6-ზე ადრე დაიწყო და 1999 წელს დასრულდა, როდესაც მოხდა ქალაქგარე რეგიონალური სავაჭრო ცენტრების სრული შეჩერება.

2000-იანი წლების ეპოქა:

- სტანდარტული სავაჭრო ქსელების ფორმატის ჩავარდნაზე რეაგირება, Hybrid Centres -ის წარმოშობა, სადაც გარე და გადახურული სივრცის კომბინაციაა წარმოდგენილი ახალი საცალო ვაჭრობის ფორმატის დასამკვიდრებლად;
- დაგეგმარების კონტროლი და საზოგადოებრივი აზრი ასაბუთებს აშშ-

სა და ევროპაში ახალი ურბანული ფორმატების შემოტანის საჭიროებას;

- ახალი ურბანული ფორმატები ასევე აშშ-სა და ევროპის ფარგლებს გარეთაც შედის;
- ახალი ურბანული ფორმატის პირველი თაობის მშენებლობა და გახსნა;
- შემდგომი ახალი ფორმატის საცალო ვაჭრობების შემოსვლა;
- ხდება ტერორისტული საფრთხეების გათვალისწინება;
- სიმტკიცისა და დაცვის საკითხები გავლენას ახდენს პროექტირებაზე;
- რეკონსტრუირებული Bull Ring, რომელიც ქალაქის საქმიან ნაწილთანაა ინტეგრირებული, 2003 წელს იხსნება 11000 კვ.მ ფართზე – სამ დონეზე და დახურული სავაჭრო სივრცის ფონზე ღია და დახურული ქუჩების ნაზავს წარმოადგენს [29].

ამრიგად, ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების უცხოური გამოცდილება დაფუძნებულია ძირითადად იმ სოციალურ ეკონომიკურ ტენდენციებსა და შესაბამისად საზოგადოებრივ მოთხოვნებზე, რომელიც დამახასიათებელი იყო განვითარების გარკვეული ეტაპისათვის. სავაჭრო ობიექტების განითარებაზე ასევე დიდ ზეგავლენას ახდენდა ტექნოლოგიური განვითარება და ხშირ შემთხვევაში ხელს უწყობდა ახალი სავაჭრო ობიექტის ჩამოყალიბებას. პარალელურად იცვლებოდა და ვითარდებოდა ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელი.

ქსელის ჩამოყალიბების უცხოური მაგალითებიდან აშკარაა, რომ სავაჭრო ქსელი, ისევე როგორც სოციალური გარემო, წარმოადგენს ცოცხალ ორგანიზმს და მუდმივად განიცდის ევოლუციას.

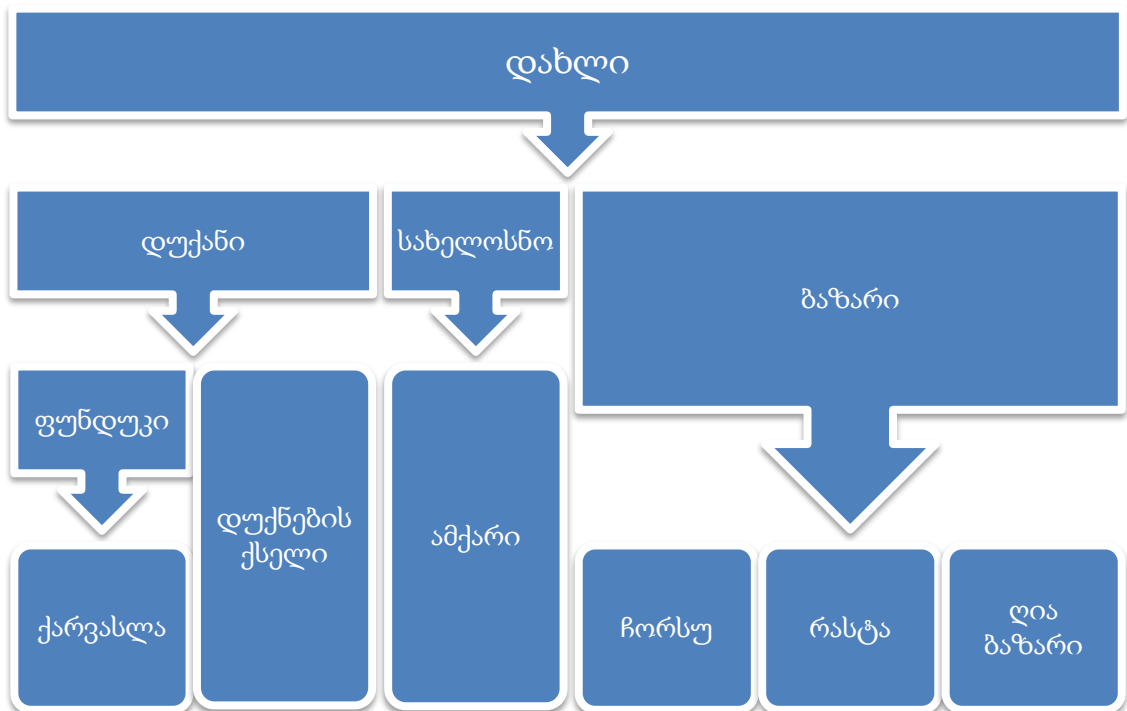
3.2. სავაჭრო მომსახურების ობიექტების კლასიფიკაცია

წინა პარაგრაფში განხილული დასავლეთის ქვეყნებისაგან განსხვავებით, თბილისში ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირება სხვადასხვა ისტორიულ და სოციალურ-ეკონომიკურ პირობებში მიმდინარეობდა და განვითარების ეტაპების მიხედვით ძირითადად 3 ჯგუფად იყოფა:

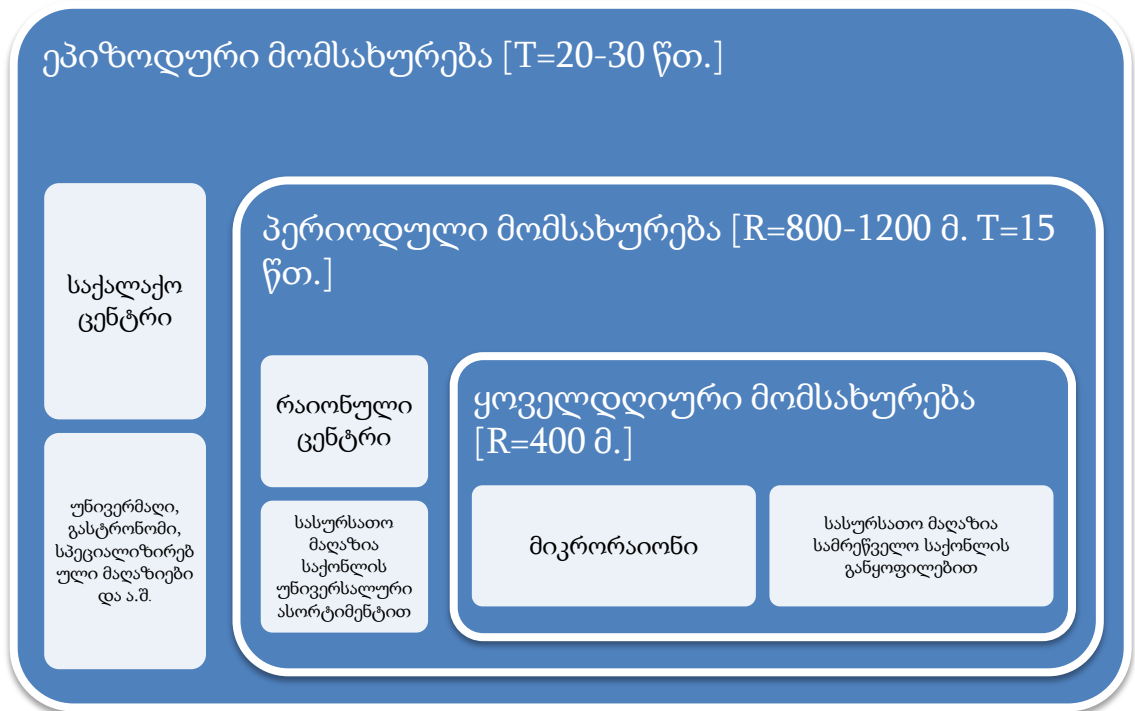
- განვითარება XX ს.-ის დასაწყისამდე;
- საბჭოთა პერიოდის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელი;
- პოსტსაბჭოთა პერიოდი.

თითოეული ეტაპი პირობითად სქემის სახით შეგვიძლია წარმოვადგინოთ:

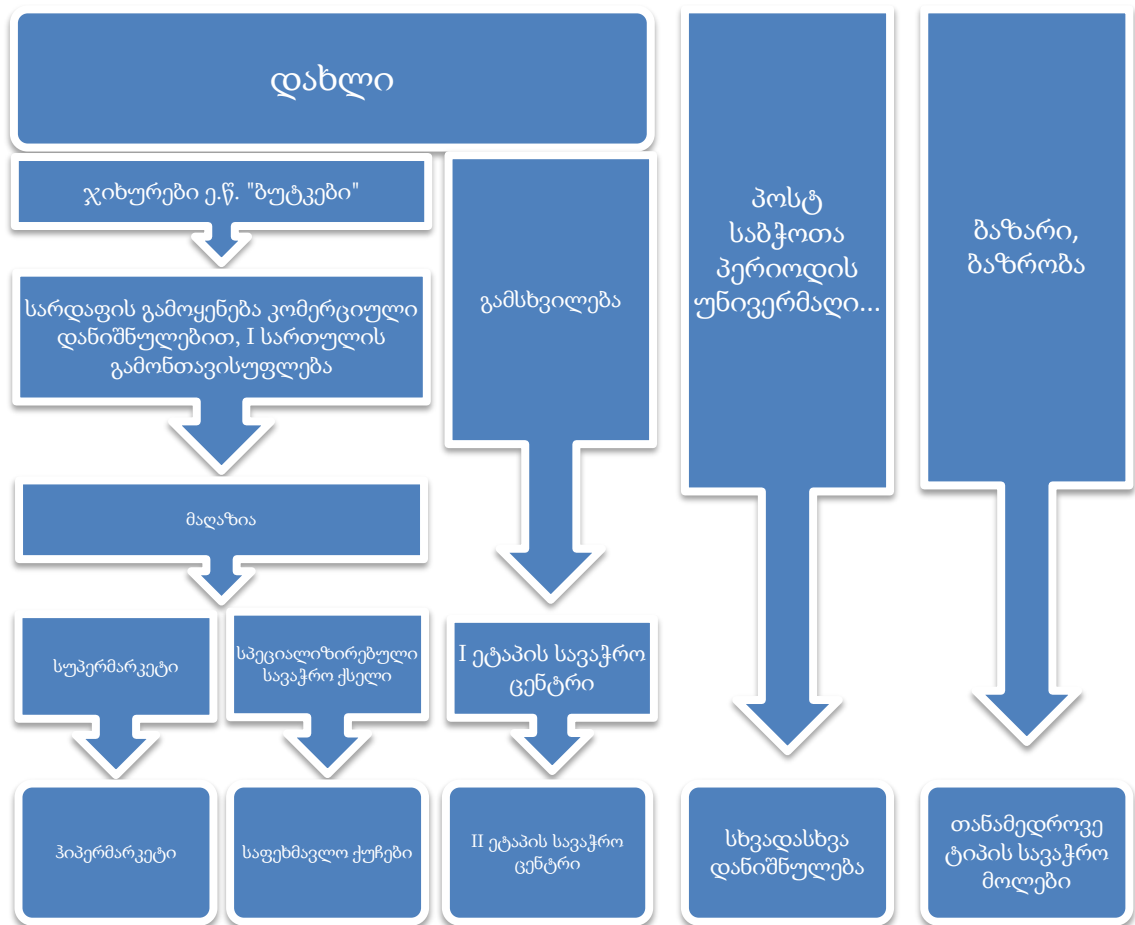
სქემა 4 ვაჭრობის განვითარება XX ს.-ის I ნახევრამდე



სქემა 5 საბჭოთა პერიოდის მომსახურების ქსელი



სქემა 6 პოსტ საბჭოთა პერიოდის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელი



წინამდებარე თავში განვიხილავთ ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელისა და მისი შემადგენელი ობიექტების კლასიფიკაციას ძირითადად არსებულ გამოცდილებაზე დაყრდნობით [30].

თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების ისტორიული ანალიზი გვიჩვენებს, რომ ქსელის ფორმირებაზე ზეგავლენას ახდენს სხვადასხვა ქვეყნებთან არსებული სავაჭრო ურთიერთობები და მათი განვითარება, რის შედეგადაც განისაზღვრა სავაჭრო ობიექტების საერთო მახასიათებელი ნიშნები:

- ზრდა ზომებში;
- სრულყოფა და კომბინირებული განვითარება;
- სრულიად ახალი სახეობების გამოსვლა ასპარეზზე.

ახლად ჩამოყალიბებული სავაჭრო ობიექტები დიდი კონკურენციის პირობებში ვითარდება, იზრდება მომხმარებელთა მოლოდინის არეალი და დონე, ფასებზე მოთხოვნები; სრულყოფას განიცდის პროფესიონალური საკითხების შემეცნებისა და გააზრების მასშტაბები.

განსაკუთრებით ბოლო წლებში, კომერციული კლიმატისა და გარემოპირობების ცვლილებების საპასუხოდ, თბილისის სავაჭრო ქსელის შემადგენელი ელემენტების განსხვავებული სახეობების რიცხვი უწყვეტად ვითარდება. დროთა განმავლობაში იზრდება ერთმანეთისგან მნიშვნელოვნად განსხვავებული სახეობების რიცხვი. ადგილი აქვს არჩევანის ზრდას, რადგან განვითარების პირველ ეტაპზე ჩამოყალიბებული სავაჭრო ობიექტების არსებობის ფონზე ხდება ახლების დამატება. ძველები ზოგადად არ ქრება ჩამონათვალისგან, არამედ განაგრძობს არსებობას ახალი სავაჭრო ობიექტების პარალელურად და განიცდის ტრანსფორმაციას წარმოქმნილი სოციალური მოთხოვნების შესაბამისად [31].

თანდათანობით სავაჭრო ქსელის შემადგენელი ობიექტები უნივერსალური გახდა და გაცილებით სპეციფიკურად დარეგულირდა მომხმარებლის საჭიროებათა და მოთხოვნათა შესაბამისობის საფუძველზე. ფართოდ იქნა გამოყენებული კვლევითი ანალიზის შედეგები. სავაჭრო

ობიექტების სტრუქტურული და ფუნქციონალური, გათვლისა და განსაზღვრის კრიტერიუმები გაცილებით მრავალგვარი და სრულყოფილი გახდა. ამ სრულყოფასა და მოდერნიზებასთან ერთად, სავაჭრო ცენტრების სახეობების კლასიფიკაცია კიდევ უფრო რთული ფორმით ჩამოყალიბდა.

ასევე, უნდა აღინიშნოს, რომ სავაჭრო ობიექტების სხვადასხვა სახეობების მზარდ რიცხვთან ერთად, არ არსებობს კლასიფიკაციის ჩამოყალიბებული სტანდარტული მეთოდი. საამისოდ ადრე არსებული კრიტერიუმები გამოიყენებოდა.

მიუხედავად ამისა, რიგი მკვლევარებისა და სავაჭრო ცენტრების ბრიტანეთის საბჭოს მიერ განისაზღვრა ის ძირითადი კრიტერიუმები, რისი საშუალებითაც შესაძლებელია ვაჭრობისა და მომსახურების ობიექტების კლასიფიკაცია:

ცხრილი 2 კრიტერიუმების შედარება სავაჭრო ცენტრების სახეობათა კლასიფიკაციის მიზნით

ბარი მეითლანდი (1990)	BCSC (2001)	დღეს არსებული კრიტერიუმები
მომსახურების არე		მომსახურების არეალი
ადგილმდებარეობა	ადგილმდებარეობა	ადგილმდებარეობა
	ზომა	ზომა
მესაკუთრეთა შერევა (ფუნქცია)	საცალო პროდუქტის ტიპი (ფუნქცია)	საცალო პროდუქტის ტიპი (მესაკუთრეთა შერევა)
საცალო ვაჭრობის სტილი		საცალო ვაჭრობის სტილი
ფიზიკური ფორმა		ფიზიკური ფორმა
		სხვა სახის სარგებლობა-გამოყენებასთან კომბინაცია
		პირველი ან მეორე თაობა

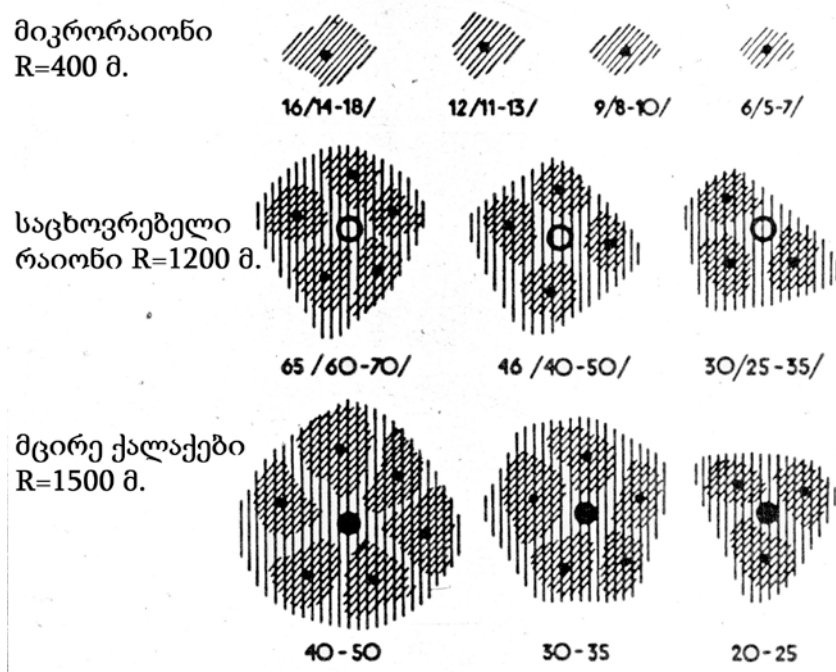
მკვლევარ ბარი მეითოლენდისა და სავაჭრო ცენტრების ბრიტანეთის

საბჭოს მიერ გამოიყენება სხვადასხვა კრიტერიუმები, რომლებიც ცხრილი 2- შია მოცემული [32]. მათი შეჯერების და თბილისის სავაჭრო ობიექტების განხილული მაგალითების ანალიზის შედეგად შეგვიძლია ჩამოვყალიბოთ სავაჭრო ცენტრების სახეობათა კლასიფიკაციის საერთო კრიტერიუმები: მომსახურების არეალი; ადგილმდებარეობა; ზომა; საცალო პროდუქტის ტიპი (მესაკუთრეთა შერევა); საცალო ვაჭრობის სტილი; ფიზიკური ფორმა; სხვა სახის სარგებლობა გამოყენებასთან კომბინაცია და სავაჭრო ცენტრების განვითარების პირველი ან მეორე თაობა. მოცემულია ზოგიერთი განსხვავებული მათგანის მოკლე მიმოხილვა, რომელიც შესაძლებელია თბილისის სავაჭრო ობიექტების კლასიფიკაციისთვის გამოვიყენოთ.

მომსახურების არეალი: მოსახლეობის რაოდენობა სავაჭრო ცენტრების კლასიფიკაციის ერთ-ერთ ტრადიციულ მეთოდს წარმოადგენს.

მაგ.:

- საბჭოთა პერიოდში ჩამოყალიბებული საფეხურებრივი სისტემა (ნახ. 55);



ნახ. 55 ქალაქთაგვემარებითი სტრუქტურის ელემენტები

- დასავლეთის მაგალითი:
 - ადგილობრივი - 10 000 ადამიანი;
 - რაიონული - 40 000 ადამიანი;

- რეგიონალური - 100 000 ადამიანი.

ამ კლასიფიკაციის გაცილებით განვითარებულ ფორმას წარმოადგენს მომსახურების რადიუსის და სავაჭრო მომსახურების ობიექტების ურთიერთმაფორმირებელი სტრუქტურა. მაგალითად, “ადგილობრივი” (მიკრორაიონი) ცენტრები მხოლოდ კვების პროდუქტებისა და ყოველდღიური მოხმარების პროდუქტების ვაჭრობით არიან დაკავებულნი. “რაიონული” (რაიონი) ცენტრები საცალო საქონლის ფართე შეთავაზებით არიან დაკავებულნი, თუმცა, შერეული სახის – ყოველდღიური მოხმარებისა და ხანგრძლივი მოხმარების საქონლით ვაჭრობასაც ეწევიან მცირე (შვილობილ) უნივერსალებსა თუ სხვადასხვა მაღაზიებში. “რეგიონალური” (საქალაქთაშორისო) ცენტრები უზრუნველყოფენ საცალო საქონლისა და შესაძლებლობების სრულყოფილ ფარგლებს, აქცენტს აკეთებენ რა მოდასა და შედარების საფუძველზე განხორციელებულ შენაძენებზე (“მოფიქრებული შენაძენი”) და საკუთარ საქმიანობაში რთავენ ერთ ან მეტ ე.წ. “ლუზა” (მთავარ) მაღაზიას. აღსანიშნავია, რომ ზემოთ განხილული დასავლეთში არსებული კლასიფიკაცია საბჭოთა პერიოდის ანალოგია.

ზემოთ აღნიშნული - მომსახურების არეალის მიხედვით დაყოფა, უკვე აღარ შეიძლება იქნეს გამოყენებული სავაჭრო ცენტრების ყველა სახეობების კლასიფიკაციისთვის. თუმცა, გარკვეული მცირე ზომისა და მცირე მასშტაბების დეველოპმენტებისათვის ტერმინი “რაიონული” და “ადგილობრივი” ცენტრები კვლავაც აქტუალურია. “რეგიონალური” ცენტრები განვითარდა და რამდენიმე ახალ სახეობად განიცადა ევოლუცია.

ადგილმდებარეობა: ბოლო წლებში მიმდინარე პროცესების შედეგად თბილისში შეინიშნება სავაჭრო მომსახურების ობიექტების გარეუბნებში გადანაცვლების ტენდენციები, მაგ.: გუდვილი, ავეჯის სახლი, დემასი და ა.შ.. მიუხედავად იმისა, რომ ამერიკაში ევროპაზე ადრე განვითარდა ქალაქგარე სავაჭრო არეალი, უკვე 20-ე საუკუნის ბოლოსათვის ევროპისა და მსოფლიოს სხვა განვითარებულ ქვეყნებშიც მნიშვნელოვნად გაიზარდა ქალაქგარე ვაჭრობის ცენტრების ქსელი. თბილისში ქალაქგარე ვაჭრობა შედარებით ახალი ჩამოყალიბებულია, შესაბამისად იგი განაგრძობს

განვითარებას. ამ პროცესის პარალელურად ადგილი აქვს ცენტრალურ ნაწილში არსებული მსხვილი სავაჭრო ობიექტების ინკორპორირების მცდელობას გაცილებით მცირე, შეზღუდულ ზონებად (ვაგზლის მიმდებარე ტერიტორია განაგრძობს დანაწევრებას).

მესაკუთრეთა შერევა: თანამედროვე ვაჭრობის ობიექტების განვითარებასა და ჩამოყალიბებაზე ზეგავლენას ახდენს ინვესტორი. ხშირ შემთხვევაში მის გადაწყვეტილებაზეა დამოკიდებული სავაჭრო ობიექტის ფუნქცია, რომელსაც შემდეგ მენეჯმენტი ახორციელებს. თბილისის რიგ სავაჭრო ობიექტებში თანდათანობით მატულობს ბოლო წლებში ჩამოყალიბებული მესაკუთრეთა - სხვადასხვა პროდუქტით მოვაჭრეთა შერევა, რათა უზრუნველყონ ვაჭრობის მრავალფუნქციურობა და ეს პროცესი სავაჭრო ობიექტის დივერსიფიკაციის ნიშნებსაც შეიცავს.

საცალო ვაჭრობის სტილი: თბილისის თანამედროვე სავაჭრო მსხვილი ობიექტებისათვის დამახასიათებელია კონკრეტული მიზნიდან გამომდინარე მათი მესაკუთრეთა ან მოარენდეთა შერევა. მაგალითად, ხარისხიან ტანსაცმელზე დაფუძნებული მაღაზია ან სავაჭრო ცენტრი ქმნის კონკრეტული სტილის ან მოდის ტენდენციას (ჯინსების მაღაზიათა ქსელი მოიცავს სხვადასხვა ბრენდს, ასევეა სპორტის მაღაზიებში); მსგავსი ტენდენცია შეინიშნება ელექტრო-ტექნიკით მოვაჭრე ობიექტებზე - ელექტროტენიკის თავის ქსელში აერთიანებს სხვადასხვა მწარმოებელ ბრენდს, მაგრამ მომხმარებელს სთავაზობს საერთო მომსახურების და საგარანტიო პირობებს.

ფიზიკური ფორმით შესაძლოა, მოხდეს სავაჭრო ობიექტების სახეობათა დიფერენციაცია. მაგალითად, ღია და დახურულ სივრცეებს შორის განსხვავებამ შეიძლება ფუნდამენტური სხვაობა წარმოშვას გარემოს ჩამოყალიბების და აღქმის თვალსაზრისით (საფეხმავლო ქუჩები და სავაჭრო ცენტრები). ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ურბანულ გარემოზე საუბრისას, რათა ხელოვნური შიდა განათებისა და ვენტილაციით უზრუნველყოფილი დახურული სივრცეების პარალელურად, შემოდებულ

იქნეს ბუნებრივი განათების ღია ქუჩები და ვენტილირებადი საერთო სივრცეები. ფორმის ასეთი სხვაობა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, როდესაც საჭირო ხდება სავაჭრო ობიექტების განვითარების მიმართულების დემონსტრირება. მონოლითური შეუღწევადი ბლოკების/კორპუსების სანაცვლოდ (მაგ. საბჭოთა პერიოდის ვაჭრობისა და მომსახურების ობიექტები) ხდება ცალკეული თანამედროვე შენობების წარმოქმნა.

შენობის მოცულობითი გადაწყვეტა, შესაძლოა, ასევე, წარმოაჩენდეს სავაჭრო გარემოს განსხვავებულ სახეებსაც, მაგ.: „ექსპოჯორჯის“ საგამოფენო ცენტრებში საცალო ვაჭრობის საქონლის უფრო დიდი მასშტაბებით პირდაპირი გამოხატვა. ანალოგიურად, შესაძლებელია, ურბანულ გარემოში განთავსებული სავაჭრო ობიექტი არქიტექტურული ფორმით აქცენტირებული იყოს არსებული განაშენიანების ფონზე, მაგ.: ქარვასლა, პიქსელი 34, გრატო პასაჟი და ა.შ.

კომბინაცია სხვა სახის სარგებლობა-გამოყენებასთან: საცალო ვაჭრობის დამხმარე სფეროებთან (საზოგადოებრივი კვებისა და გასართობი სამომხმარებლო სფეროები) ერთად არსებობს სავაჭრო ობიექტების ახალი სახეობებიც, რომლებიც ვაჭრობისა და სხვა სამომხმარებლო სფეროების კომბინაციის საფუძველზე წარმოიშვა. ზოგიერთი მათგანი წინათაც არსებობდა უფრო მარტივი ფორმით – მაგ.: სასტუმროებისა და ოფისების კომბინაცია. ზოგიერთი კი სრულეობით ახალი ფორმატით აღმოცენდა.

ზემოაღნიშნულის მაგალითია, სატრანსპორტო, სარკინიგზო კვანძებთან კომბინირებული ვაჭრობა. იგი მომსახურების ახალ ფორმატს წარმოშობს და ეს ფორმატი კონკრეტულ გარემოებებსა და ტრანსპორტის მომხმარებელთა მოთხოვნებს პასუხობს. ამ ტერიტორიებზე (ვაგზლის მიმდებარე ტერიტორია, დიდუბის და სამგორის მეტროს ამოსასვლელები) მსხვილი სავაჭრო ობიექტების გარდა ვითარდება კაფე-ბარების და მაღაზიების ქსელი. აღსანიშნავია აეროპორტში არსებული საცალო ვაჭრობა (ძირითადად სუვენირებით). იგი მომხმარებელთა პროგნოზირებად

მოთხოვნებს პასუხობს. ამ შემთხვევაში საცალო ვაჭრობა, გასართობი საგნებისა და საზოგადოებრივი კვების ობიექტების ფონზე, მიზნად ისახავს “იგრძენი თავი კომფორტულად” ფორმატის გარემოს შექმნას.

სავაჭრო გარემოს სხვა განსხვავებული სახეობა წარმოიშევა საცალო ვაჭრობის რეგენერაციის – განახლების საფუძველზე, სადაც ჩართულია ქალაქის ცენტრის შერეული მოვლენები. ამ ასპექტით, შესაძლებელია, მაღაზიები სამოქალაქო შენობებთან იყოს კომბინირებული, სადაც აღნიშნული სავაჭრო სივრცეები სარგებელს იღებენ იმ მომხმარებლებისგან, რომლებიც შენობებში სტუმრობისას მაღაზიებსაც სტუმრობენ ხოლმე. ეს ტენდენცია თბილისში განსაკუთრებით ბოლო წლებში განვითარდა და თითქმის ყველა საცხოვრებელი თუ საზოგადოებრივი შენობის ქვედა სართულები კომერციულ ფართებს უკავია. აღნიშნული ტენდენცია ნათლად ჩანს ქ. თბილისში წინამძღვრიშვილის ქ. #121-ში მდებარე მრავალფუნქციური შენობის პროექტში (ნახ. 56). საცხოვრებელი სახლის პირველი შედარებით მაღალი სართული კომერციულ ფართებს უკავია, ხოლო შიდა ეზო, სარდაფის დონეზე განლაგებული მაღაზიების და კაფე-ბარების კომბინაციით, ორ დონიან სავაჭრო და გასართობ-დასასვენებელ სივრცეს ქმნის.



ნახ. 56 მრავალფუნქციური შენობა, თბილისი წინამძღვრიშვილის ქ. #121. (პროექტი)

ხშირია საცხოვრებელი შენობის ქვეშ განვითარებული სავაჭრო ცენტრებიც. ამ შემთხვევაში აღინიშნება სავაჭრო ცენტრების პროექტირების ორი ტიპი: წინასწარგანსაზღვრული და თავისუფალი გეგმარება. უკანასკნელის შემთხვევაში სავაჭრო სივრცეების ზონირება ხდება

მოგვიანებით. საცხოვრებელი სახლის ქვეშ განთავსებული თავისუფალი გეგმარების მქონე სავაჭრო ცენტრის მაგალითია ქ. თბილისში, გურამიშვილის ქ. #64-ში მდებარე მრავალფუნქციური შენობის პროექტი (ნახ. 57). ამ შემთხვევაში აუცილებელია მაცხოვრებლების და სავაჭრო ცენტრის მომხმარებელთა ნაკადების გამიჯვნა. საცხოვრებელ სივრცესთან კომბინაცია შენობების დღისა და ღამის მანძილზე გამოყენების აუცილებლობას განაპირობებს და საზოგადოებრივი სივრცის წარმოქმნის მიზნით პასიური უსაფრთხოების ზომებიც წარმოიშვება. ასეთი შერეული სახე მოითხოვს ისეთ არქიტექტურას, რომელიც სამოქალაქო და საცხოვრებელი შენობების მოთხოვნებს დააკმაყოფილებს.



ნახ. 57 მრავალფუნქციური კომპლექსი, ქ. თბილისი, გურამიშვილის ქ. #64. (მშენებარე)

სავაჭრო გარემოს სახეობები: თბილისის თანამედროვე სავაჭრო ცენტრების სხვადასხვა სახეობათა აღწერა სამ ძირითად კატეგორიად იქნა დაყოფილი:

1. ქალაქს გარეთ – ქალაქგარე შენაძენები (შოპინგები);
2. შოპინგები ქალაქის ცენტრში;
3. სავაჭრო ობიექტების ახლად აღმოცენებული სახეობები.

პირველი კატეგორია, რომელიც დისლოკაციითა და განთავსება-ადგილმდებარეობის სახეობით განისაზღვრა, თბილისში შედარებით მოგვიანებით ჩამოყალიბდა და თანამედროვე ეტაპზე კვლავ განაგრძობს განვითარებას. ხდება ახალი სავაჭრო ცენტრების ფორმირება თბილისის პერიფერიულ უბნებში. მეორე კატეგორია საუკუნეების განმავლობაში ვითარდებოდა და იცვლებოდა. იგი ამ ეტაპზე კვლავ განაგრძობს

განვითარებასა და ტექნოლოგიურ სრულყოფას მაგ: „ქარვასლა“, „თბილისი ცენტრალი“ და ა.შ. მესამე კატეგორია კი წარმოადგენს „გართობა სიამოვნების“ ფორმატს და იგი ახალი სახეობის სავაჭრო გარემოს აძლევს დასაბამს, იმის გათვალისწინებით, რომ ეს გარემო არ განვითარებულა პირველი ორი ძირითადი კატეგორიიდან.

კვლევის, მასალების სისტემატიზაციისა და ანალიზის შედეგად შესაძლებელია სავაჭრო მომსახურების ობიექტების კლასიფიკაცია ფუნქციონალური თვალსაზრისით:

- მონოფუნქციური;
- შერეული;
- ჰიბრიდული.

მონოფუნქციური ვაჭრობის ობიექტებს მიეკუთვნება სპეციალიზირებულ მაღაზიათა (სამეურნეო-სამშენებლო, ტანსაცმლის, ავეჯის, აფთიაქების და ა.შ.) ქსელი როგორებიცაა: დემასი, ჯინსების გალერეა, მავი, ავეჯის სახლი, ავერსი და ა.შ.

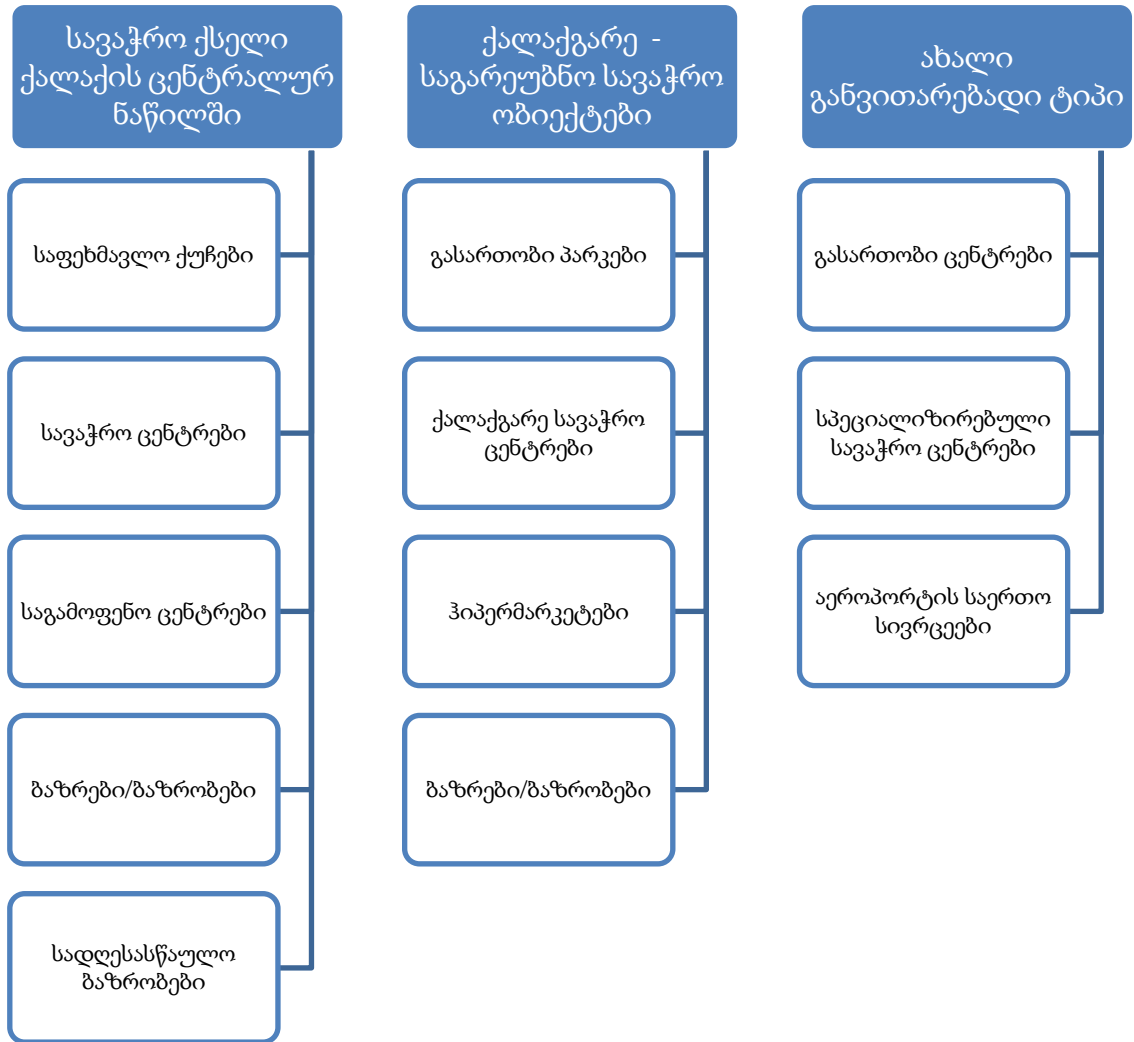
შერეულ ვაჭრობის ობიექტებს მიეკუთვნება სხვადასხვა ფუნქციის მატარებელი სავაჭრო სივრცეების გაერთიანება (ფარმაცევტულ-სასურსათო, კვების-სავაჭრო, საყოფაცხოვრებო-სასურსათო და ა.შ.) მაგ.: ზოგიერთი სუპერმარკეტი (უნიკორი - აფთიაქის ფილიალით), I თაობის სავაჭრო ცენტრები (კიდობანი, მორკინალი, GTC...).

ჰიბრიდულ სავაჭრო ობიექტებს მიეკუთვნება ძირითადად ახლად წარმოქმნილი განვითარებადი სავაჭრო ცენტრების ტიპები, რომლებიც აერთიანებს სხვადასხვა ფუნქციებს, მაგ.: გასართობი ცენტრები, აეროპორტის საერთო სივრცეები (თბილისის საერთაშორისო აეროპორტი), რკინიგზაზე ორიენტირებული ვაჭრობა (თბილისი ცენტრალი), ახალი კვარტლები სავაჭრო ზონებით (აფტაუნთბილისი) და ა.შ.

ძირითადი კატეგორიების ქვეკატეგორიები სავაჭრო ობიექტებისა იმ შემდგომი სახეობების წარმოდგენისათვის გამოიყენება, რომლებიც ამ ძირითადი კატეგორიების ბაზაზე წარმოიშვა. სამი ძირითადი კატეგორია და

მათი ქვეკატეგორიები მოცემულია სქემა 7-ში.

სქემა 7 ქ. თბილისის მსხვილი სავაჭრო ობიექტების თანამედროვე ტიპები



სავაჭრო გარემოს ახალი სახეობები, მათი უწყვეტი პროგრესულობისა და ცვლილებების ფონზე, კვლავაც განაგრძობენ აღმოცენება-განვითარებას. ამასთან, დიდი გამოცდილების მქონე წარმოების მაღალი დონის გათვალისწინებით, რომელიც ამჟამად სახეზე გვაქვს, ახალი სახეობები ხშირად რამდენიმე კატეგორიის კვეთის ჰიბრიდს წარმოადგენენ და ამგვარად ყოველთვის ვერ ახერხებენ მოერგონ და მოთავსდნენ ერთ კატეგორიაში (კატეგორიათა ურთიერთკვეთისას ეს სახეობები პირველად კატეგორიაში არიან ჩართულნი).

ამრიგად, თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირებაზე ზეგავლენას ახდენს არსებული მსხვილი სავაჭრო ობიექტები. მათი კლასიფიკაცია ქალაქის სტრუქტურაში ძირითადად დისლოკაციის თვალსაზრისით მოხდა და განისაზღვრა სამი ქვეჯგუფი:

- ქალაქგარე - საგარეუბნო სავაჭრო ობიექტები;
- სავაჭრო ქსელი ქალაქის ცენტრალურ ნაწილში;
- ვაჭრობის ახალი განვითარებადი ტიპი.

არსებული სახით კლასიფიკაცია მოხდა საერთაშორისო დონეზე მიღებული სახით და განმსაზღვრელი კრიტერიუმებით.

3.3. ქ. თბილისის სავაჭრო-მომსახურების ქსელისა და ობიექტების განვითარების ახალი ტენდენციები

უკანასკნელ წლებში განვითარებულმა პოლიტიკურმა კატაკლიზმებმა (2008 წლის აგვისტოს ომი), დიდი ზეგავლენა იქონია სავაჭრო ქსელის ფორმირებაზე. არასტაბილური პოლიტიკური სიტუაციის გამო ინვესტორისათვის განხორციელებულ ინვესტიციებზე გაიზარდა რისკის ფაქტორი. ამან გამოიწვია ინვესტიციების რაოდენობის შემცირება. აღნიშნულს თან დაერთო მსოფლიო ფინანსური კრიზისი. ამ პერიოდში შეჩერდა მშენებლობა და დეველოპერული კომპანიები გაკოტრების საფრთხის წინაშე აღმოჩნდნენ. შეჩერდა დაწყებული მსხვილი პროექტები, მათ შორის სავაჭრო ობიექტები.

2009 წლის ბოლოსა და 2010 წლის დასაწყისიდან შეინიშნება დადებითი ტენდენციები. აღნიშნულ პერიოდში ბევრმა ქვეყანამ მოახერხა ფინანსური კრიზისის დაძლევა. საქართველოშიც, განსაკუთრებით თბილისში შეინიშნება სიტუაციის გამოსწორება: უმჯობესდება ფინანსური გარემო, გრძელდება დაწყებული პროექტები, მიმდინარეობს ახალ ბიზნეს პროექტებზე მუშაობა.

ბოლო წლებში მიმდინარე დადებით ტენდენციებს შორის განსაკუთრებით აღსანიშნავია ქ. თბილისის საკრებულოს გადაწყვეტილება #6-17 დედაქალაქის პერსპექტიული განვითარების გენერალური გეგმის დამტკიცების შესახებ (5.06.2009 წ.), რომელშიც რკინიგზის პერსპექტიული განვითარების სახით ჩაიდო სარკინიგზო მაგისტრალის გადატანა თბილისის ზღვის ჩრდილო-აღმოსავლეთით. აღნიშნული გადაწყვეტილება დედაქალაქის ცენტრალურ ნაწილში გამოანთავისუფლებს დაახლოებით 100 ჰა. ტერიტორიას, რომელიც შესაძლებელია გახდეს ქალაქის საქმიანი ნაწილი და ამავე დროს განვითარდეს ვაჭრობისა და მომსახურების ძლიერი ქსელი.

აღსანიშნავია ძველი, ისტორიული ქალაქების როლი თანამედროვე ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირებაში. თითქმის ყველგან საფეხმავლო სივრცეები ძირითადად ისტორიულ, ღირსშესანიშნაობებით აღსავსე ნაწილში ვითარდება და წარმოადგენს ტურიზმის განვითარების საშუალებას. აღნიშნული ტენდენცია თბილისშიც შეინიშნება (შარდენი, ბამბის რიგი, ერეკლეს ქ.), მაგრამ შედარებით ფრაგმენტულ სახეს ატარებს და იგი ვერ ქმნის ერთიან საფეხმავლო ქსელს.

სავაჭრო ქსელის განვითარების მიმართულებად შეიძლება ჩაითვალოს ის პროექტები, რომლებიც ახალი ტიპის მსხვილი სავაჭრო ობიექტების ჩამოყალიბებას უწყობენ ხელს. ქვემოთ გთავაზობთ რამდენიმე მათგანს:

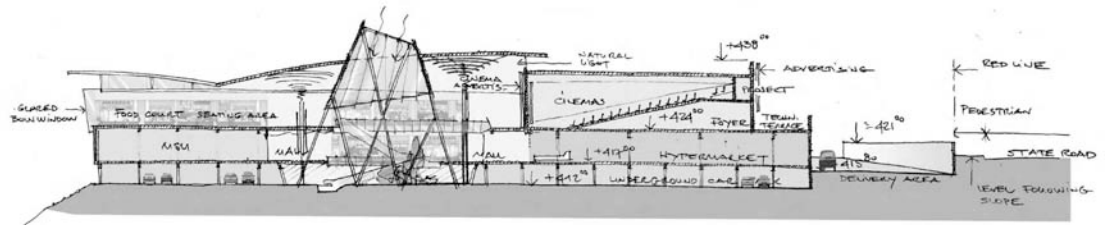
- ქარვასლა;
- თბილისი მორნინგ რაიზი (პროექტი);
- აფთაუნ თბილისი;
- ნიბა დელისი;
- თბილისი ცენტრალი;
- მთაწმინდის გასართობი პარკი.



ნახ. 58 ქარვასლა, დადიანის # 7

ციტნე დადიანის ქ. # 7-ში მდებარე სავაჭრო ცენტრ „ქარვასლა“-ს პროექტი (ნახ. 58) - დამუშავებული შ.პ.ს. „არსის“ მიერ და წარმოადგენს სავაჭრო ცენტრების II თაობას. სავაჭრო ცენტრს გააჩნია კარგად განვითარებული დახურული და ღია ავტოსადგომები, ასევე განვითარებული ვერტიკალური კომუნიკაციები და კვების ბლოკები. იგი თავისი დისლოკაციით არ იწვევს სატრანსპორტო საცობების გაჩენას და ხელს უწყობს უბნის პრესტიჟულობის ზრდას. ცენტრის მენეჯმენტი ორიენტირებული იყო სხვადასხვა ბრენდის მოზიდვისკენ. არსებული სავაჭრო ცენტრი შეიძლება ჩაითვალოს სავაჭრო ობიექტების განვითარების დადებით ტენდენციად.

მოცულობითი და ინტერიერის გადაწყვეტის თვალსაზრისით დადებითი ტენდენციები შეინიშნება ბოლო წლებში განხორციელებულ სხვა პროექტებშიც, მაგ.: თეთრი ქალაქი +, პიქსელი 34 და ა.შ., მაგრამ აღნიშნული ობიექტები არასწორად შერჩეული დისლოკაციის გამო ქალაქის მჭიდროდ განაშენიანებულ ცენტრალურ ნაწილში ქმნიან ტრანსპორტის მოძრაობისა და პარკირების პრობლემებს. სატრანსპორტო მოძრაობით ისედაც გადატვირთულ ქალაქის სტრუქტურაში მსხვილი სავაჭრო ობიექტები იწვევენ საავტომობილო და საფეხმავლო ნაკადების მოზიდვას, ხოლო არსებული ინფრასტრუქტურა არ იძლევა შესაბამისი გამტარუნარიანობისა და განტვირთვის უზრუნველყოფის საშუალებას. ჩნდება სატრანსპორტო საცობები, ხმაური, ანტისანიტარია და ეკოლოგიური პრობლემები შესაბამისად ხდება უბნის პრესტიჟულობის კლება.



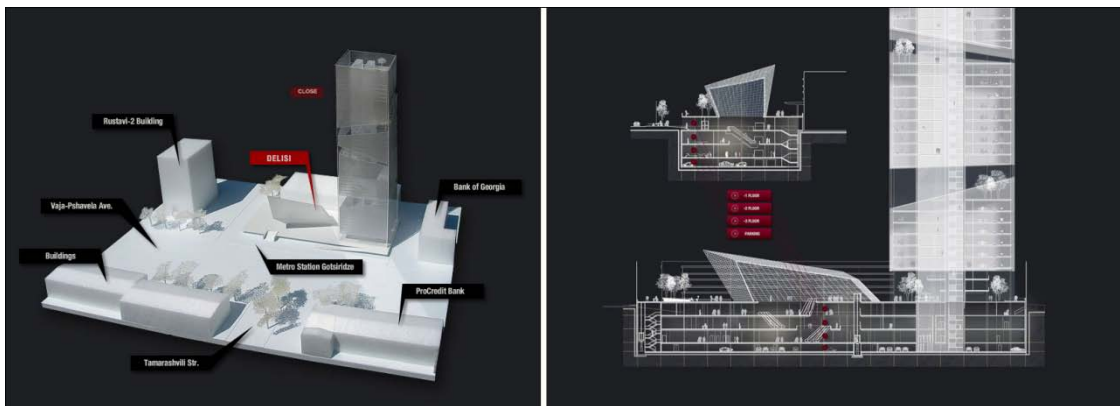
ნახ. 59 თბილისი მორნინგ რაიზი, გელოვანის #1

დასავლური სავაჭრო ცენტრების ანალოგია ჩეხური საპროექტო სტუდიისა და „არტსტუდიო“-ს მიერ დამუშავებული პროექტი - „თბილისი მორნინგ რაიზი“ (ნახ. 59). ცენტრს გააჩნია გასართობი დასასვენებელი სივრცეები: კინოთეატრი, გამწვანებული ატრიუმი და ა.შ.

ნახ. 60 აფტაუნ თბილისი

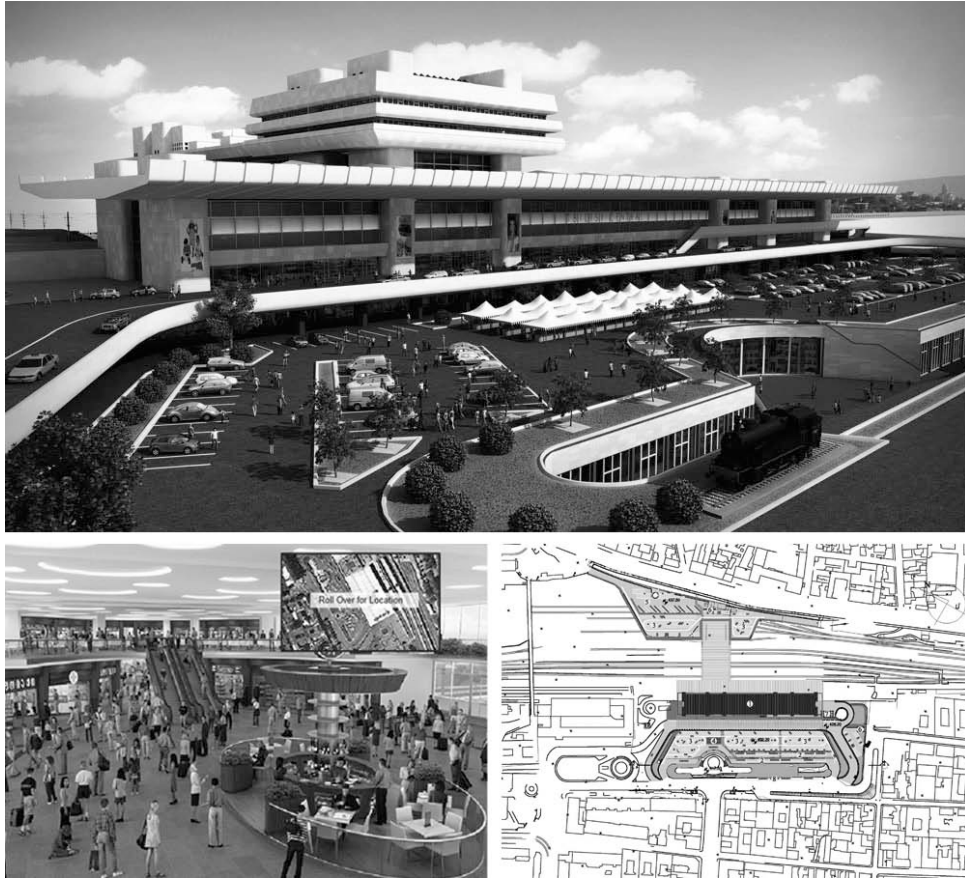
განვითარების შემდგომ ეტაპად შეიძლება ჩაითვალოს მშენებარე პროექტი „აფთაუნ თბილისი“. ამ შემთხვევაში სავაჭრო ცენტრი გასართობი სივრცეებით კომბინირებულია საოფისე და საცხოვრებელ სივრცეებთან და იგი ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრების ჰიბრიდულ ტიპს წარმოადგენს (ნახ. 60). არსებული კომბინაცია სრულიად ახალ სავაჭრო სივრცეს წარმოშობს განსხვავებული მოთხოვნებითა და მომსახურების სტანდარტებით.

ცალკე უნდა აღინიშნოს „ნიბა ინვესტის“ მიერ განხორციელებული პროექტი ნიბა დელისი (ნახ. 61). აღნიშნული პროექტი ქალაქთგეგმარებითი თვალსაზრისით საბურთალოს ერთ-ერთ ყველაზე გადატვირთულ ადგილას მდებარეობს. ამ ტერიტორიაზე სატრანსპორტო კვანძთან ერთად არის ავტობუსების გაჩერება და მეტროსადგურ „დელისის“ ამოსასვლელი.



ნახ. 61 ნიბა დელისი

პროექტი ერთ-ერთი პირველია თბილისში, რომელიც მეტროს ამოსასვლელს სავაჭრო ცენტრთან აკავშირებს, რითაც უზრუნველყოფს ფეხმავალთა უწყვეტ ნაკადს. პროექტის აღნიშნული დადებითი ტენდენციის გარდა, მოცემულ მონაკვეთზე იქმნება სატრანსპორტო მოძრაობის პარალიზების საშიშროება.



ნახ. 62 თბილისი ცენტრალი

ბოლო წლებში განხორციელებული პროექტებიდან სავაჭრო ქსელის ფორმირების თვალსაზრისით ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანია ყოფილი ვაგზლის რეკონსტრუქცია. „თბილისი ცენტრალი“ (ნახ. 62). იგი რკინიგზაზე და მთლიანად თბილისზე ორიენტირებულ მრავალფუნქციურ ცენტრს წარმოადგენს. მის მიმდებარე ტერიტორიაზე თავს იყრის: რკინიგზის სადგური, სატრანსპორტო კვანძები, ავტობუსებისა და მიკროავტობუსების გაჩერებები, სხვადასხვა ტიპის სავაჭრო და მომსახურების ობიექტები და ა.შ. სავაჭრო ცენტრის მასშტაბებიდან და სირთულიდან გამომდინარე საწყის ეტაპზე მოხდა ისეთი ქალაქთგეგმარებითი მახასიათებლების გათვალისწინება, როგორებიცაა სატრანსპორტო და საფეხმავლო ნაკადების შესწავლა, ასევე სხვა პროექტის ინიცირებისთვის საჭირო სოციოლოგიური და ქალაქთგეგმარებითი კვლევების ჩატარება. შედეგად მოხდა არსებული გარემოს მოწესრიგება და

ახალი თანამედროვე ტიპის სავაჭრო ცენტრის წარმოშობა. მომავალში „თბილისი ცენტრალი“ ქალაქის ახალი საქმიანი ცენტრის ნაწილი გახდება.

ამგვარად, შესაძლებელია ჩამოყალიბდეს კონცეფცია თუ როგორ შეიძლება სავაჭრო შესაძლებლობათა განვითარება, კერძოდ, ევოლუციის პროცესში არსებული ტენდენციები სამი ფართო კატეგორიის წამყვანი მექანიზმის საფუძველზე იქმნება: გარემო სამყაროს; ბაზრის; მომხმარებლის.

გარემო სამყაროს ფაქტორი: არსებული სატრანსპორტო, ეკოლოგიური და სხვა ქალაქთგეგმარებითი პრობლემების პარალელურად სავაჭრო ქსელი ქვემოთ მოცემული ჩამონათვალის შესაბამისად ვითარდება:

- ქალაქის ცენტრის განვითარებაზე ფოკუსირება;
- ურბანულ სივრცესთან მაღალი დონის ინტეგრაცია;
- გახსნილი და გადახურული საზოგადოებრივი სარგებლობის ადგილები ქუჩებში;
- მცირედ შემოსაზღვრული შიდა გარემო;

ქალაქის ცენტრის საცალო ვაჭრობის განვითარებას რეგენერაციული თვისება გააჩნია და შესაძლებელია, მოიცვას შერეული მოხმარების განვითარება - ურბანული ცხოვრების, გასართობი დაწესებულებების, დასაქმებისა და სამოქალაქო სარგებლობის ელემენტთა შერწყმა, რომლის ერთ-ერთი მაგალითია „მთაწმინდის გასართობი პარკი“.

სავაჭრო სივრცეები და ადგილები სატრანსპორტო გადაადგილებისათვის მოხერხებულ ტერიტორიაზე უნდა იყოს განლაგებული, ვინაიდან სწორედ სატრანსპორტო ქსელი განაპირობებს მათი ფუნქციონირების და მომხმარებელთა შესაბამისი რაოდენობის უზრუნველყოფას.

ბაზრის წამყვანი მექანიზმი: თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების არსებული ბაზრის შეწავლა ერთ-ერთი ძირითადი ფაქტორია სავაჭრო ქსელის სწორი ფორმირების და მისი განვითარების ტენდენციის განსაზღვრის თვალსაზრისით. ამ ცოდნის გამოყენებისა და დანერგვის

ცოტაოდენი პერსპექტივების ფონზე განვითარება უფრო დამაჯერებელ სახეს იღებს.

ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ზრდასთან ერთად ხდება სავაჭრო ობიექტების ახალი ფორმატების განვითარება, რომლებიც საზოგადოების თანამედროვე სოციალურ-ეკონომიკური მოთხოვნების ადეკვატურია. მაგ: პოსტსაბჭოთა პერიოდის ბაზრობების განვითარება-რეკონსტრუქცია. ბაზრის კვლევა მომხმარებლის მოთხოვნების უზრუნველყოფის მიზნით საშუალებას იძლევა, რათა სპეციალიზირებული სავაჭრო ობიექტების გამსხვილების არსებული ტენდენციები უფრო მცირე ფორმატებად იქნეს დაშლილი (ვაგზლის მიმდებარე ტერიტორია - ყალიბდება რამოდენიმე შედარებით მცირე სავაჭრო ობიექტი).

ვინაიდან ქ. თბილისის სავაჭრო ქსელის ფორმირება სერვის-მომსახურების ინსტრუქტორისაკენ მიიწევს, ახალი განვითარებადი ფორმატი სავარაუდოდ სამომავლო საერთო მასშტაბების მომცველი კომფორტული და გასართობ-დასასვენებელი სავაჭრო ობიექტების შექმნაა. ამდაგვარი ფორმატი ხელს უწყობს მხოლოდ სეილებზე არსებული საქონლის მოყვარულ მყიდველთა და სარესტორნო მომსახურებათა, უფრო მოსახერხებელ პირობებში, ძირითად ქუჩებში, ღია სივრცეებში და ა.შ., ფორმირებას. ისინი კონკრეტული მომხმარებლის ცხოვრების სტილისაკენ სწრაფვას ისახავს მიზნად. თბილისში კომფორტული გასართობ-დასასვენებელი მომსახურების ქსელის ჩამოყალიბების ტენდენციად შეგვიძლია ჩავთვალოთ ქიაჩელის და პეროვსკაიას ქუჩებზე არსებული რესტორნებისა და კაფე-ბარების განვითარებადი ხაზოვანი სტრუქტურა. ასევე ბამბისა და რკინის რიგები, შარდენის ქუჩა, ერეკლეს ქუჩა და სხვ.

მომხმარებლის წამყვანი მექანიზმი: დღეისათვის მაღაზიები და საზოგადოებრივი სარგებლობის ადგილები გაცილებით მეტს საჭიროებენ, ვიდრე ეს საყიდლების განსახორციელებლად უსაფრთხო და მოხერხებული ადგილებია. სავაჭრო გარემო უნდა ქმნიდეს ადგილის შეგრძნებასა და სივრცის იდენტურობას. ამის მიღწევა, რაც საზოგადოების ფართო

სპექტრშია ჩართული და არა განცალკევებული სახით წარმოგვიდგება, სავაჭრო ცენტრების დამპროექტებელთა მთავარ გამოწვევას წარმოადგენს. რისი შესანიშნავი მაგალითია ზემოთ ხსენებული ქარვასლა, რომელიც ჩამოყალიბდა როგორც ქალაქის სტრუქტურაში ინტეგრირებული სავაჭრო ცენტრი შესანიშნავი და კომფორტული ინტერიერით.

ვინაიდან სავაჭრო ობიექტების ფარგლებში საქმიანობა სულ უფრო ინფორმაციული ხდება, მოსალოდნელია, რომ მაღაზიათა დამაკავშირებელი საზოგადოებრივი სივრცის სარგებლობა/გამოყენების პრაქტიკას დასჭირდეს აღნიშნულის გათვალისწინება. ქვემოთ განხილულია, თუ როგორი რეაგირება შეიძლება ჰქონდეს საზოგადოებრივ სივრცეს.

თანამედროვე ტექნიკამ და ტექნოლოგიებმა მკვეთრად შეცვალეს ვაჭრობის ორგანიზაცია. მაღაზიები იყენებენ პროდუქციის სრული სპექტრის ეკრანულ ჩვენებას – დისპლეირებას, რათა შექმნან მოვლენა და ინფორმაცია მიაწოდონ მომხმარებელს. საქონლის გამოფენის ფორმატის განვითარება კვლავაც გაგრძელდება და იგი მნიშვნელოვან და რაფინირებულ სახეს მიიღებს. შოუ-რუმების, მუზეუმებისა და გალერეების მსგავსი მაღაზიის ინტერიერის განვითარება სახეს იცვლის და უფრო ინფორმაციული ხდება. საცალო მოვაჭრეთა გარკვეული ნაწილის მიერ აღებული გეზი – ინფორმაცია მიაწოდონ მომხმარებელს, ნაიკის მაღაზიებშიც ჩანს, ისევე როგორც ეს აისახა ეფლ სთორის საპრეზენტაციო სივრცეთა შექმნისას. არსებული ტენდენცია სხვა საცალო მოვაჭრე ობიექტებზეც გავრცელდება და თბილისის სავაჭრო ქსელის განვითარების სამომავლო პერსპექტივას წარმოადგენს.

საქონლის მოსინჯვა მის შემენამდე კიდევ ერთი ხელშემწყობი ფაქტორია საიმისოდ, რომ მეორედ ესტუმროთ მაღაზიას ინტერნეტის მეშვეობით. ამგვარი შესაძლებლობები უკვე მრავალ მაღაზიაშია ხელმისაწვდომი, რაც სამომავლოდ საყოველთაო და მიღებული გახდება. მაღაზიათა ინფორმაციულ და ექსპერიმენტულ ბუნებას საკმაოდ დიდი გავლენა ექნება საზოგადოებაზე და მის წარმართვაზე. ამან, შესაძლოა, ხელი

შეუწყოს ურბანულ გარემოზე მეტი სამოქალაქო და კულტურული ინფორმაციის დანერგვას ფაქტების რეკლამირება-ჩვენების გზით.

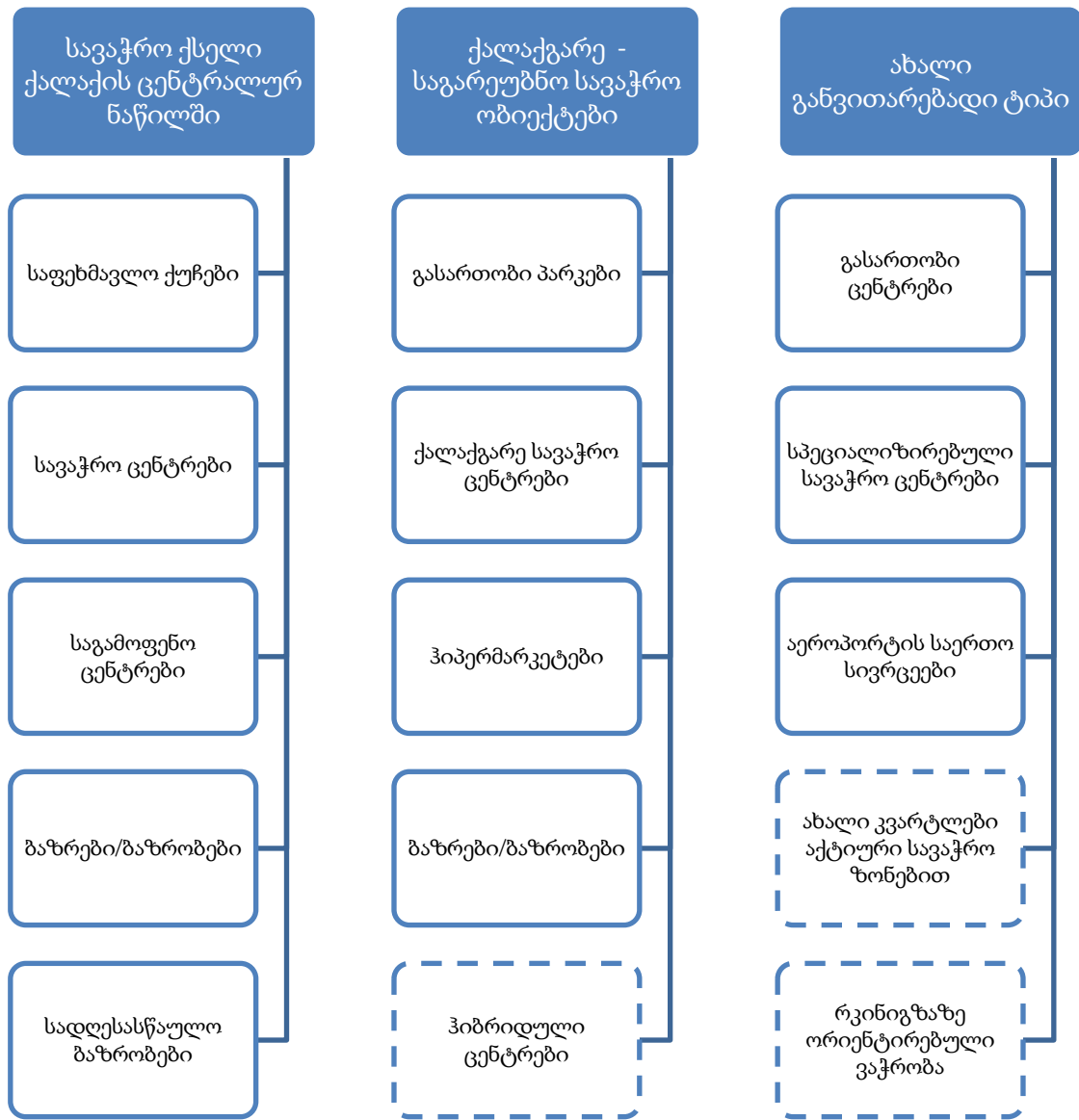
სავაჭრო დაწესებულებების მიმართ მოსახერხებლობისა და სასიამოვნო ფორმატით სარგებლობის მოთხოვნა თანდათანობით დიდ მნიშვნელობას იძენს და ხდება საზოგადოების მიერ მათზე ფოკუსირება, განსაკუთრებით ახლა, როდესაც ხშირად დროის სიმცირის ფაქტის წინაშე ვდგებით, უფრო და უფრო ხელმისაწვდომი ხდება შოფინგების ალტერნატიული საშუალებები (სხვა ცენტრები, სუპერმარკეტები, ინტერნეტი და ფოსტით დაკვეთა). საყიდლების სამომავლო ფორმატს ესაჭიროება ფართო სპექტრის, მოხერხებულად ორგანიზებული და ყურადღებით შერჩეული საცალო შეთავაზებები კომფორტულსა და უსაფრთხო გარემოში. მაღაზია უზრუნველყოფილ უნდა იყოს ფართო არჩევანით, მოხერხებული პირობებით, დამაკმაყოფილებელი გარემოთი, ფასითა და ალტერნატიული ფორმატის შესაძლებლობით.

მოსახერხებლობისა და გაადვილებული სარგებლობის ფაქტორი მისვლის მომენტიდან გამოსვლის მომენტამდე უნდა გრძელდებოდეს.

გამოცდილება მოიცავს მაღაზიათა სახეობებსა და ორგანიზაციას, მოძრაობის გაადვილებას, ხარისხსა და საჭირო კონკრეტული პროდუქციის აღმოჩენის პირობას. „არჩევანისა“ და „გამოცდილებათა ნაირსახეობის“ უზრუნველყოფა გათვითცნობიერებული და ინდივიდუალისტური საზოგადოების მნიშვნელოვანი კრიტერიუმი გახდება.

ამრიგად, თბილისში არსებულ სავაჭრო ქსელის განვითარების ტენდენციები დამოკიდებულია სავაჭრო ობიექტების ფორმირების მიმართულებაზე (სქემა 8) და არსებულ პოლიტიკურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე.

სქემა 8 მსხვილი სავაჭრო ობიექტების თანამედროვე ტიპები და განვითარების ტენდენციები



სავაჭრო მომსახურების მოწინავე სამომავლო პერსპექტივა ვაჭრობის ახალი, ჯერ კიდევ უცნობი ფორმატების ჩართვას უკავშირდება. მაშინ, როდესაც ტექნიკის უკანასკნელი სიტყვის შესაბამისი სავაჭრო შესაძლებლობები დღეისათვის არსებულისაგან სავარაუდოდ ამოუცნობია. სხვა მაღალ ალბათობას წარმოადგენს არსებული სავაჭრო ცენტრების წინაშე წამოჭრილი მოთხოვნები, რაც მათ განახლება-სრულყოფასა და გაფართოებაში მდგომარეობს და სავაჭრო შესაძლებლობათა ურბანული ცენტრების შუაგულის ინტეგრალურ ნაწილად შენარჩუნებას უკავშირდება.

დასკვნა

1. თბილისის სავაჭრო ქსელის განვითარების რეტროსპექტიული ანალიზის შედეგად გამოიკვეთა შემდეგი ეტაპები:

- მრავალსაუკუნოვანი, ისტორიული;
- 70 წლიანი, საბჭოთა;
- პოსტსაბჭოთა დამოუკიდებელი განვითარების.

ისტორიულმა ანალიზმა გამოავლინა თბილისში ვაჭრობის განვითარების ძირითადი ქალაქგეგმარებითი არეალები, აღწერილ იქნა ამ პერიოდში არსებული სავაჭრო ობიექტები, შესრულდა თბილისის ისტორიული სავაჭრო ქსელის მოდელირება თანამედროვე ქუჩათა ქსელზე, რაც ამ უბნების რეაბილიტაციის შემთხვევაში განვითარებადი საფეხმავლო სავაჭრო ქსელის ჩამოყალიბების საშუალებას იძლევა.

გამოიკვეთა ისტორიულად ჩამოყალიბებული რაიონების სავაჭრო ქსელის განვითარებაში მემკვიდრეობითობის მექანიზმის მოქმედება.

2. დადგენილია, რომ საბჭოთა პერიოდის ქალაქთმშენებლობითი პოლიტიკა ურბანიზაციის ზოგადი კანონზომიერების საწინააღმდეგოდ ვითარდებოდა. კომუნისტური იდეოლოგიის გავლენით გაუქმდა კერძო საკუთრება, ჩაიკეტა სავაჭრო სივრცე, სახელმწიფო გახდა მონოპოლისტი საზოგადოების განვითარების, მათ შორის ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროში.

გამოვლინდა საბჭოთა პერიოდში არსებული სავაჭრო და მომსახურების ქსელის ფორმირების ხისტი, მოუქნელი და სიცოცხლის უუნარო საფეხურებრივი სისტემა.

3. კომპლექსურად იქნა შესწავლილი თბილისში პოსტსაბჭოთა პერიოდის (1990-2009 წწ.) ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების პროცესი; დადგინდა ამ პერიოდის ქალაქისა და სავაჭრო ქსელის განვითარების ორი ეტაპი. განსაზღვრული იქნა ტენდენციები, რომლებმაც თითოეულ ეტაპზე მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინეს სავაჭრო ობიექტების ფორმირებაზე. ანალიზის შედეგად გამოვლინდა

საბჭოთა იდეოლოგიზირებული პოლიტიკისა და პოსტსაბჭოთა სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკური კრიზისით გამოწვეული, თბილისის ურბანულ განვითარებაში დაშვებული მნიშვნელოვანი შეცდომები და მათი შედეგები.

დადგენილ იქნა: საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის სხვადასხვა ეტაპებზე ქაოტურიდან ვაჭრობის სტაბილიზაციისა და განვითარების ეტაპებზე გადასვლის თავისებურებები და სავაჭრო ქსელის ფორმირების ქალაქთგეგმარებით-სივრცული მიმართულებები.

4. საბჭოთა და პოსტსაბჭოთა პერიოდების საკანონმდებლო ნორმების შესწავლა-ანალიზის შედეგად გამოვლინდა, რომ ვაჭრობის რეგულირების სფეროში საქართველოში დღემდე მოქმედებს საბჭოთა პერიოდის საკანონმდებლო ნორმები, ხოლო ახალი საკანონმდებლო აქტები არასრულყოფილი და არაეფექტურია, რაც თავის-თავად ხელს უშლის თბილისში სავაჭრო-მომსახურების ქსელის ფუნქციონალურ და ტერიტორიალურ-სივრცით განვითარებას.
5. განისაზღვრა პოსტსაბჭოთა პერიოდის სხვადასხვა სიდიდის სავაჭრო ობიექტების განვითარების პრიორიტეტული მიმართულებები: ქალაქის ცენტრში არსებული სავაჭრო ობიექტების (ბაზრობების) გათანამედროვეება, მაღაზიათა სავაჭრო ქსელის ფორმირება ცენტრალურ და მიმდებარე ქუჩებზე, საფეხმავლო სავაჭრო ქსელის ფრაგმენტული წარმონაქმნები, სტიქიური ვაჭრობის მოწესრიგების, საგარეუბნო ბაზრობების ფუნქციონირების გაჯანსაღების პრაქტიკა.
6. გამოიკვეთა მსხვილი სავაჭრო ობიექტების თანამედროვე ტიპები, რომლებიც განსაკუთრებულ ზეგავლენას ახდენენ ქ. თბილისის სავაჭრო ქსელისა და შესაბამისად ქალაქის სტრუქტურის ფორმირებაზე, ასევე მათი განვითარების ტენდენციებზე:

ქალაქგარე - საგარეუბნო სავაჭრო ობიექტები: ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრები, ჰიპერმარკეტები, ბაზრები/ბაზრობები, გასართობი პარკები, ჰიბრიდული ცენტრები;

სავაჭრო ქსელი ქალაქის ცენტრალურ ნაწილში: საფეხმავლო ქუჩები, სავაჭრო ცენტრები, საგამოფენო ცენტრები, ბაზრები/ბაზრობები, სადღესასწაულო ბაზრობები;

ვაჭრობის ახალი განვითარებადი ტიპი: გასართობი ცენტრები, სპეციალიზირებული სავაჭრო ცენტრები, აეროპორტის საერთო სივრცეები, ახალი კვარტლები აქტიური სავაჭრო ზონებით, რკინიგზაზე ორიენტირებული ვაჭრობა.

7. დასავლეთის განვითარებული ქვეყნების გამოცდილების შესწავლის შედეგად გამოვლენილია: ვაჭრობის და მომსახურების ქსელის და ცალკეული ობიექტების განვითარების უახლესი ტენდენციები, მათი როგორც არქიტექტურულ-გეგმარებითი, ტექნიკურ-ტექნოლოგიური, ასევე ქალაქთგეგმარებით სივრცული გადაწყვეტის თვალსაზრისით.

8. მოცემულია სავაჭრო ობიექტების კლასიფიკაცია ფუნქციონალური და სიდიდის მიხედვით:

- მონოფუნქციური;
- შერეული ფუნქციების სავაჭრო-მომსახურების ობიექტები;
- ჰიბრიდულ-მრავალფუნქციური სავაჭრო-მომსახურების მსხვილი ობიექტები.

9. დადგენილია თბილისში სავაჭრო მომსახურების ობიექტების პერსპექტიული განვითარების შემდეგი მიმართულებები:

- საფეხმავლო სავაჭრო ზონები;
- სადღესასწაულო, საკვირაო ბაზრობები;
- ქალაქგარე სავაჭრო ცენტრები;
- ჰიპერმარკეტები;
- გასართობი პარკები;
- ჰიბრიდული ცენტრები;
- სპეციალიზირებული სავაჭრო ცენტრები;
- რკინიგზაზე ორიენტირებული ვაჭრობა;
- ახალი კვარტლები აქტიური სავაჭრო ზონებით.

10. განხილულია თბილისის ცენტრში და მისი ხაზოვანი ღერძის მიმდებარე ტერიტორიებზე, ახალი მსხვილი სავაჭრო ობიექტების განთავსებისა და მათი ურბანულ-სივრცული გადაწყვეტის დროს დაშვებული შეცდომები, რომლებიც იწვევს აღნიშნულ ტერიტორიაზე სატრანსპორტო ნაკადების ზრდას და შესაბამისად მოძრაობის შეფერხებას, ჰიგიენური და ეკოლოგიური პირობების გაუარესებას. თბილისის სატრანსპორტო ქსელის ცალკეულ მონაკვეთებსა თუ კვანძებში ავტოტრანსპორტის მოძრაობის გაუმჯობესება დამოკიდებულია ცენტრის ზოგიერთი ფუნქციებისა და ობიექტების მათ შორის ვაჭრობისა და მომსახურების ობიექტების პერიფერიულ ნაწილში გადატანაზე.
11. თბილისის პერსპექტიული განვითარების გენერალურ გეგმაში არსებული ქალაქის შემოვლითი სარკინიგზო სატრანზიტო გზის მშენებლობის შედეგად გამონთავისუფლებული 100 ჰა. ტერიტორიის გამოყენება ქალაქის ახალი, საქმიანი-სავაჭრო ცენტრის ფორმირებისათვის (პარიზის ლა დე ფრანსის განაშენიანების ანალოგი), ქალაქის ურბანული სივრცის გაერთიანებისა და სავაჭრო-მომსახურების, საქმიანი და სხვა ფუნქციების გადანაწილების საშუალებას იძლევა.

გამოყენებული ლიტერატურა

- 1 ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია, თბილისი: 1975, ტ-1, ამიერკავკასიის ძველი სავაჭრო სატრანზიტო გზები, გვ. 389-390.
- 2 თბილისის ურბანული რეაბილიტაციის ძირითადი საკითხები
- 3 ჟან შარდენის მოგზაურობა სპარსეთსა და აღმოსავლეთის სხვა ქვეყნებში; თბილისი-1975წ, გვ 322
- 4 ივ. ჯავახიშვილი. მშენებლობის ხელოვნება ძველ საქართველოში. თბ., 1946 წ., გვ.28.
- 5 პოლიექტოვი და ნათაძე, გვ. 19.
- 6 ვახტანგ ბერიძე თბილისის ხუროთმოძღვრება 1801-1917 წლები ტ.2 მაღაზიები. ქარვასლები. აბანოები
- 7 თეიმურაზ ბერიძე და აღმოცენდა თბილისი. გვ. 16
- 8 ი. გრიშაშვილი, ძველი ტფილისის ლიტერატურული ბოჰემა, თბილისი, 1927, გვ. 12
- 9 თ. კვიციანი ძველი თბილისის ქუჩებსა და ქუჩაბანდებში (თბილისი - 1989) გვ. 10
- 10 სცსია, ფ.16, #900: О назначенных местах на Гаретубани. 1810 წ.
- 11 Gamba. Voyage dans la Russie meridionale..., P.. 1826, გვ. 160-161.
- 12 მაღალურაძე მ. მრავალფუნქციური კომპლექსების ხუროთმოძღვრება მთიან პირობებში სადისერტაციო ნაშრომი, თბილისი 2002 წ.
- 13 В.Л. Кулага, И.Р. Федосеева, Т.А. Туканова, М.А. Сычева, И.Ф. Будилович. Общественные центры микрорайонов и жилых районов. Москва: Издательство литературы по строительству, 1970, 172 л.
- 14 სამშენებლო ნორმები და წესები ქალაქთმშენებლობა. თბილისი: თბილისის ი. ჭავჭავაძის სახელობის წიგნის ფაბრიკა. 1991წ., გვ. 50-53, 230-240.
- 15 ქოჩლაძე ნ., გარე ვაჭრობის საკითხები ურბანულ გარემოში და მისი არქიტექტურულ-სივრცითი ორგანიზაცია. ავტორეფერატი. 2006 წ.

-
- 16 სალუქვაძე გ. ქალაქთმშენებლობითი ეკოლოგია. სტუ. თბილისი, 2007 წ.
- 17 მუხიაშვილი გ. ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ურბანული განვითარების უახლოესი რეტროსპექტული ანალიზი. კავკასიის მაცნე. 2004, #3, გვ.96-100.
- 18 ს. სახანბერიძე, დ. შათაშვილი. საზოგადოებრივი ფუნქციების განვითარების როლი ისტორიული უბნის რეკონსტრუქციაში. სტუ-ს შრომები, #4 (432), 2000.
- 19 მუხიაშვილი გ. ქ. თბილისის ცენტრალური ნაწილის მსხვილი სავაჭრო მომსახურების ობიექტების დისლოკაციის პრობლემები. კამარა. 2005, #1(4), გვ. 144-148.
- 20 http://www.geostat.ge/?action=page&p_id=472&lang=geo, უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 5.05.2010.
- 21 IPM, EMRA, IMM. სამშენებლო ინდუსტრიის საკაბინეტო კვლევის ანგარიში. თბილისი: 2003, გვ. 9-11.
- 22 შავიშვილი ნ. ქართული არქიტექტურის ამჟამინდელი ანალიზის ცდა. 2005, გვ. 68.
- 23 მუხიაშვილი გ. ტენდენციები და რეალობა ქ. თბილისის სავაჭრო და მომსახურების ქსელის განვითარებაში. კამარა. 2007, გვ. 196-198.
- 24 <http://www.commersant.ge/index.php?pg=lst&ct=4>, უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 5.05.2010.
- 25 კამირეჯიბი, ვ.აფციაური, გ.ბერიძე, თ.გუგუშვილი, ვლ. ვარდოსანიძე, მ.თუმანიშვილი, ზ. კიკნაძე (რედაქტორი გ. ბერიძე). თბილისის ქალაქთმშენებლობითი განვითარების მეთოდოლოგიური პრობლემები, თბილისი, 2003 წ. 288 გვ.
- 26 <http://www.useit.com/alertbox/990207.html>, უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 5.05.2010.
- 27 მუხიაშვილი გ. ცვალებადი სოციალური მოთხოვნები და მათი ზეგავლენა ქ. თბილისის სავაჭრო მომსახურების ქსელის განვითარებაზე. კამარა. 2006, გვ. 146-151.

-
- 28 Geist, J.F. (1989). *Arcades – The History of a Building Type*, 3rd edn. Massachusetts Institute of Technology Press.
- Pevsner, N. (1976). *A History of Building Types*. Thames and Hudson.
- International Council of Shopping Centres (New York). *A Brief History of Shopping Centres*.
- 29 British Council of Shopping Centres (2001). *The BCSC Report*. BCSC.
- Maitland, B. (1990). *The New Architecture of the Retail Mall 1990*. Architecture Design and Technology Press.
- 30 გ. ბერიძე, ვ. დავითაია, ზ. კიკნაძე, კ. კლიმიაშვილი, ბ. მამინაიშვილი, ნ. ნაცვლიშვილი, გ. სოსელია, გ. შავდია, თ. ჯეირანაშვილი (რედაქტორი გ. ბერიძე). თბილისის ქალაქთმშენებლობითი განვითარების მეთოდოლოგიური პრობლემები, წიგნი მესამე, თბილისი, 2005 წ., 264 გვ.
- 31 [http://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft5k4006v5;query=American Urban Architecture](http://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft5k4006v5;query=American+Urban+Architecture), უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 5.05.2010.
- 32 Peter Coleman. *Shopping Environments Evolution, Planning and Design*. Burlington MA 01803, USA: Elsevier Ltd., 2006