



DOI: 10.21005/pif.2020.41.C-03

CONDITIONS FOR FUNCTIONING OF COMMERCIAL STREETS IN WARSAW UWARUNKOWANIA FUNKCJONOWANIA ULIC HANDLOWYCH W WARSZAWIE

Anna Alicja Jeziorska

dr inż. arch.

Author's Orcid number: 0000 0002 9227 1005

Vistula University in Warsaw
European Faculty of Arts

ABSTRACT

The following article focuses on the issue of various conditions that affect the functioning of commercial streets. The goal is to present the issue in the aspect of increasing competition from modern shopping malls, development of commerce on the internet and the ongoing process of change in consumer habits. Alongside general trends related to the transformation of downtown areas in recent decades, the processes mentioned were further supported by examples observed in London and Warsaw. The research methods adopted by the author comprise source literature research, including reports on the condition of commercial streets in cities worldwide, especially reports dating back to the last two years, that is 2018/2019, when the transformation processes of downtown areas, as well as the concepts regarding compact city began to emerge again. While observing the described phenomena, the author's idea of heuristic method in the places of transformation was also applied. In the conclusion to the following paper, an attempt was made to indicate the directions for corrective actions, thereby isolating such transformations of the city downtown areas that will allow to preserve the proper functioning of commercial streets in a natural way.

Keywords: commercial street, public space, transformations, multi-functionality.

STRESZCZENIE

Przedmiotem artykułu jest zagadnienie różnorodnych uwarunkowań mających wpływ na funkcjonowanie ulic handlowych. Celem jest przedstawienie problemu w aspekcie wzrastającej konkurencji ze strony nowoczesnych galerii handlowych, rozwoju handlu w przestrzeni internetowej oraz procesu zmian przyzwyczajeń konsumenckich. Oprócz ogólnych trendów przekształcania śródmieść w ostatnich dekadach poparto te procesy przykładami z Londynu i Warszawy. Przyjęte metody badawcze przez autorkę obejmują badania literaturowe, w tym także raportów o kondycji ulic handlowych w miastach świata, zwłaszcza z ostatnich dwóch lat 2018/2019, kiedy procesy przekształceń śródmieść jak i idee miasta zwartego znów powracają. W ramach obserwacji opisanych zjawisk, posłużono się także metodą heurystyczną wizji autorki w miejscach przeobrażeń. W części wnioskowej podjęto próbę wskazania kierunków działań naprawczych, wyodrębniając takie przekształcenia strefy śródmiejskiej miasta, które pozwolą w naturalny sposób zachować dobre funkcjonowanie ulic handlowych.

Słowa kluczowe: ulica handlowa, przestrzeń publiczna, przekształcenia, wielofunkcyjność.

1. INTRODUCTION

Le Corbusier, the leading representative of the modernist international style in architecture, described traditional commercial streets, full of layers of historical importance and mounting architectural detail, filled with human hustle and particular metropolitan energy, as “*outrageous anachronism*”.

The issue of conditions for street functioning emerged at the beginning of the 1960s. As part of criticism for the negative modification to urban space that occurred on the grounds of modernism, Jane Jacobs indicated “*fall and demise of streets and other public spaces*” in American cities¹.

Likewise in the 1960s in European countries, negative phenomena were observed related to the “desertification” of streets, communication routes and downtown passages, as well as the degradation of the existing building development. However, excessive development of the land surface with car parks and uncontrolled expansion of transport by wheeled vehicles led to service and usage chaos in relation to downtown city areas. (Harvey, 2012). In “The right to the city”, an essay by Henri Lefebvre, a French sociologist and philosopher, it was stated that: “*the historically formed city is no longer alive. It only exists as the subject of cultural consumption for tourists, the purpose of charming picturesqueness. Even for those who are eager to understand it, the city is dead.*” [Translated into Polish from French by E. Majewska, 2012. Author’s own translation into English]

In order to reverse or alleviate the negative social-economic tendencies in many European cities, which happen to be on different paths of civilization development, efforts have been made for decades to create effective reconstructive regulations for downtown areas. There exist, therefore, examples of good practices that comprise experience gained by more developed countries, including experience on the effects of overly advanced technology or experience related to stimulating competitive and consumer behaviours on a global scale. Side effects of such activities, including gentrification and social stratification can also be observed. The transformation process that took place in the Notting Hill area of London may be provided as an example of rapid change. Launched in the 1950s, when Notting Hill was a poor Caribbean immigrant district, the process has led to the area being recognized today as one of the richest and most luxurious in the city.²

Moreover, a variety of urban theories and manifestos concerning the issues of development and proper functioning of commercial streets in relation to functional-spatial and social-economic issues may be mentioned and are applied. In Poland, the issue was raised in the study of the urban downtown theory (Juchnowicz, 1971). With reference to the most important and universal features of public spaces in terms of commercial streets, the author indicated program diversity, function intensity and communication accessibility. These functions determine the attraction power and exert influence on the pro-development processes in the city. Public spaces of commercial streets “*intensify interaction, mutual contacts, trade and life energy of the city*” [Author’s own trans.] (Landry, 2012.) Within the concept of “city regained” for residents, success in terms of proper functioning of public spaces is sought in maintaining balance between the three main tasks of a commercial street, promoted as a friendly meeting spot, a convenient space for trade and communication. (Gehl, Gemzøe, 2001)

Commercial streets, accompanied by functions of science, culture and broadly understood services are bestowed with the potential to generate the synergy phenomenon. The case is similar to that of modern shopping malls which operate on the basis of the mall synergism phenomenon, wherein business entities working together in a homogeneous environment achieve high economic effects. (Ritzer, 2005) In addition, the variety of functions and the way they are applied exert an impact on

¹ J. Jacobs, K. Lynch and Chr. Alexander criticized the loss of human context in modern American cities. In their studies, the researchers adopted the perspective of a city resident and, as a result, they caused a change to the philosophy of urban planning and development of American cities.

² Notting Hill - historically called the Potteries and Piggeries district - slums in West London until the mid-twentieth century. In the 1950s, in order to improve housing conditions, the process of modernizing the urban tissue was commenced. Over the following years, more and more frequent construction investments led to a total transformation in the image of this region of the city and its social structure. Rental rates and the value of real estate increased. Existing, less affluent residents were forced to move out. Currently, Notting Hill is a luxury district inhabited by social elites.

the extended amount of time residents and tourists spend in an urban space - extension of daily and seasonal activity. The coexistence of several functions, various forms of consumption and services in one street space in order to ensure the fulfilment of everyday needs makes it possible for potential users to find not only the optimal offer, but also to discover their own place in the city space, or even to arrive at certain traditions related to utilizing the place and to develop a sense of identity. (Jeziorska, 2018) Significant conditions include: mass, and readability for the largest possible group of recipients. The two conditions provide the place with a meaning and serve as factors that activate the space of city commercial streets. (A. Lorens, 2016).

The value of accessibility in terms of functional-spatial dimension, due to the intensity of pedestrian traffic, where the essential approach should comprise the adoption of pedestrian-friendly and cyclist-friendly solutions, as well as solutions intended at users of public transport supplemented with a network of parking lots, most commonly located on the edge of the pedestrian zone (Gehl, 2009). Owing to the concentration of travel destinations, Chr. Alexander emphasized the aspect of *"maintaining communication continuity between means of transport interchange points and pedestrian routes"* when referring to the public space of commercial streets. On the city scale, accessibility is determined by various forms of networking and communication of commercial street public spaces with the functional layout of the area. Thus, such forms of networking affect the attractiveness and potential development of commercial streets. Accessibility for various user groups is also crucial for the public space of contemporary commercial streets. Dominant role in the area should be given to universality and intensity of functions, as well as to usage accessibility, or "lush diversity", as the satisfactory shape of a commercial street was defined by Jane Jacobs.

Currently in Poland, the Concept of New Urbanism that has been spreading across Europe and the USA since the 1970s, has become a platform for defining a *"set of urban values"* and for arriving at a definition of public spaces in such aspects as commercial streets and their impact on *"functional and spatial cohesion, as well social-economic cohesion of cities and their integration and crystallization based on an integrated system of public space."* (Charter on Public Space, Poznań, 2009)

2. QUALITATIVE CRITERIA

In relation to public spaces, as a result of a long-time analysis, Jan Gehl distinguished characteristic features of public spaces, which should evidently bear on shaping the spaces of commercial streets in downtown areas.

Gehl indicated the following main qualitative criteria: safety, comfort, atmosphere and place, care of which should constantly be sought by the city, bearing in mind the competition from shopping malls.

Security

Ensuring security should be seen as a fundamental condition for creating public spaces. Similarly to A. Maslow's hierarchy of needs theory, the basic level of needs must be met so that desire to meet subsequent levels may occur. In the case of public spaces, protection against road traffic and accidents related to it focuses on protecting pedestrians in order to completely eliminate the fear of possible consequences of crossing paths with vehicles.

Protection against violence and crime. The fear of encountering pickpockets, avoiding people whose behaviour is socially difficult to accept: drunk, intoxicated, aggressive or vulgar people discourages from entering the crowd, from attempts to make contacts, i.e. from interactions that create active public spaces. If no activity on the part of public space recipients is taken, such spaces will remain an empty shell, a substitute, an artificial creation dependent on the budgets of its commercial shareholders. The activity of public space focuses on street life, rather than on the hybrid space of shopping malls. It should be remembered that the street is open round-the-clock, while its day and night functions can vary on an annual basis. Care for proper lighting is the key to this criterion.

Comfort

The previous level was of passive nature. It was independent of the recipient of public space, yet necessary for the recipient to be willing to join public space. If the recipient has already found himself/herself in public space and they do not escape from it, then it is necessary to create inviting conditions for them to stay for longer, to feel at ease, and, ideally, to feel comfortable. In comfort zone, one becomes the subject of it.

A possibility to take a stroll and to stop - points, zones that provide an excuse to take a break from the walk. These places can be utilitarian-defined, such as cafes, restaurants, art galleries, or formally-defined, such as facades with interesting details, places of urban landscape frames: monuments, obelisks, fountains or "edges" - intersections, street and square borders, historical defence walls.

The opportunity to admire, enjoy the view - landscape observation points require distance, whereas places one wants to pay special attention to need diverse lighting.

The possibility to sit - it should not be associated only with commercial gastronomic facilities (restaurant garden structures). Benches for resting, located by viewpoints, clustered in sitting zones or scattered- "reflective", for those in love or for the shy, "beach benches" – under the sunlight and "park benches" – partially in the shade. The opportunity to talk and listen - the art of dialogue consists in struggling with the interlocutor's narrative, rather than with the noise of the city artery.

Atmosphere

This sphere of feelings refers to the so-called higher human emotions and our intangible values. Its place on a social scale, in relation to aspects, such as architectural and urban surroundings, is adapted to social perceptions.

The senses of touch, hearing, sight, taste and smell - each of these should be satisfied. Small architecture, quality of trimmings, details, light, greenery and water interact continuously in the urban space. They attract clientele to the parts of city downtown that are most attractive, unique and have a distinctive spatial shape or are marked with a distinctive functional programme. **Architecture design, flooring and city furniture** are not devoid of significance either. Well-kept historical architecture is always a place of interest for many people. Street furniture can be typical, but only for a particular street, for a specific urban interior, thus being a showcase of a given commercial street. Individual streets should, therefore, be distinguished from other similar places with equipment of unique kind. This means that a street interior development must be subject to a professional design process and detail to be introduced there.

Place

A fragment of the network in public space. In the theory of architecture and urban planning, understood as a link between spatial and psychological issues, relating to the quality of life of an individual. (Lenartowicz, 1992) A place classified as a commercial street is one of the most important criteria of attractiveness in the structure of the city. It can be assessed in various categories and various elements of the urban environment can be distinguished, such as legibility and aesthetics of space (Majer, 2010). Accessibility is the key word here. If this availability is provided only by private means of transport, thus the area may be inaccessible for some communities. Such a solution is faulty. In addition, the need to provide parking space for a large number of individual cars introduces spatial chaos in the absence of another alternative.

3. CONTEMPORARY CONDITIONS FOR COMMERCIAL STREETS AGAINST THE BACKGROUND OF CITY SPACE DEVELOPMENT

Trends in transforming and developing the metropolitan structure are subject to periodic oscillations. In London and Paris, the leading European cities with a multi-million population at the turn of the 18th and 19th centuries, modern trade was located in halls and shopping arcades, later re-

placed by department stores built within central urban areas, of increased social-economic concentration. New technologies, the use of steel in construction solutions, the use of glazing and electricity in construction in the 19th century, provided city planners with much greater opportunities to shape modern solutions for commercial interiors, but also to form the entire quarters of building development. The 19th-century department stores erected in the central areas of European cities brought changes to the existing urban fabric, the closer and distant surroundings. The transformations also concerned communication and often the creation of a new road structure. The case today is analogous, as back in the past *“the construction of modern commercial facilities entailed profound changes to the economic functioning of the city. The concentration of trade in one place lead to the phenomenon of monopolization and, as a consequence, to the disappearance of retail trade in the immediate vicinity”*. [Author’s own translation] (Olmianowska, 2004.) Similar solutions timidly reached Warsaw, then a provincial city on the outskirts of the Russian Empire, at the beginning of the 20th century.

In the 1920s, North American cities observed a slow loss of downtown dominance in favour of spatially expanding city edges, as well as a transition from traditional trade forms within downtown street spaces to commercial-service complexes located in the suburbs, with successively expanding parking surfaces. The comfort of car owners, as well as the self-service shopping practice, modern back then, became important (W. Graham, 2016). Shopping centre designs evolved in terms of scale, structural as well as functional-spatial complexity. After decades of development, the aesthetics of the façade was of lesser importance, whereas investors were paying more and more attention to functional solutions as well as service-commercial complexity in the interiors.

The following stage, a downright breakthrough in thinking about shopping centres and city functioning refers to the implementations by J. Jerde, an American architect³. In the 1980s, large and multifunctional commercial-service facilities were created. These objects were located in downtown areas, rather than, as it had previously been the case, in the suburbs. They *“combined retail trade, entertainment, hotels, SPA and conference centre in a structure dominated by pedestrian traffic, specific micro-cities”* [Author’s own translation] and were inscribed in the existing building tissue. Jerde shaped these facilities on the grounds of traditional urban planning and the atmosphere of European cities, in particular on intimate Italian cities. The author’s intention was to create *“one of the best tools that would enable urban connectivity, accessibility and coherence”* [Author’s own translation] (Graham, 2016). Slowly, such solutions reached European cities.

The outflow of traditional trade from commercial streets in Poland began at the end of the 1990s in parallel with the increase in the purchasing power of residents and the success enjoyed by large-scale modern shopping facilities introduced then. Earlier, before 1989, the development of commercial streets had been suppressed by artificial central market regulations of negative consequences that had been introduced during socialist economy, significant limitation of economic freedoms (ownership, purchase, sale) and low consumer potential.

Following 1989, in the long run Warsaw was subjected to suburbanization processes. A decrease in the number of inhabitants of the city downtown areas with simultaneous spontaneous expansion of the suburbs became noticeable. The phenomenon was explained by scientific and expert environments as *“a liberal reaction to the years of totalitarian centralization, marked with deep faith in the infallibility of the market economy”*. [Author’s own translation] (Dylewski, 2007) As in case of other European cities, at first, residents started to move away from downtown areas so as to be able to their improve housing conditions from urban dwellings to ones surrounded by greenery, preferably among forests, outside the city. In place of the often abandoned substandard flats in blocks, with multi-family housing developments and workplaces, usually clusters of other workplaces and service complexes were erected in former industrial areas. Those objects served residents

³ J. Jerde, an American architect, author of numerous implemented concepts for multifunctional shopping centers. The architectural studio named The Jerde Partnership has significant projects in architecture and urban planning in their portfolio: Olympic Games in Los Angeles (1984) Horton Plaza in San Diego (1985), Universal CityWalk in Los Angeles (1993), Fremont Street Experience and Bellagio in Las Vegas (1995), Canal City Hakata (Japan, Fukuoka 1996), Beursplein (Netherlands, Rotterdam 1996), The Gateway (Salt Lake City, USA, 2001), Namba Parks (Japan, Osaka 2003) and GH Złote Tarasy in Warsaw, put into use in 2007.

of the entire city, as well as tourists. This function dispersion process, the so-called **urban sprawl**, is now coming to an end, which fact is demonstrated by investment successes of implemented multi-functional urban complexes, observed in Warsaw downtown areas (e.g. Powiśle, Port Praski, Towarowa - Centrum Zachodnie).

In Warsaw at rush hour peaks, that is while commuting to work or returning home, arriving at the centre of the metropolis currently takes a few hours each way, instead of 20-25 minutes. In Poland, the need to ensure an efficient public transport system has not been met as yet and little is being done in this direction. Underground lines are only capable of serving a limited number of inhabitants (Pecennik, 2017). Appropriate interchange hubs so as to combine various means of transport are not being planned in Warsaw, though the city aspires to the rank of a European metropolis⁴. Each institution that operates agglomeration trains, the underground, trams or buses, independently builds the structure of the lines for a given means of transport, without confronting their layout or the arrangement of stops with other public transport operators. This decision separation also applies to timetables. As a result, the average Varsovian finds moving around the city difficult and tedious. One needs to climb stairs countless times, wait in unfriendly places for the approaching means of transport. In major Western European cities, all problems of that kind have been solved for decades now (Guranowska-Gruszecka, Jeziorska, 2018).

Research on the area of commercial streets generally intended for pedestrian traffic in Warsaw, both now and in the near future, was conducted in 2018 by, among other researchers, the author of the present article as part of an order from the City of Warsaw⁵. As a result of these studies, it was determined what necessary changes should be introduced on individual street routes in order for them to survive and to create an original and attractive public space in the form of a network of commercial streets located within the historical part of the capital city. Thus, the conclusions to the present paper contain a suggestion to introduce more readable connections between the historical part of the city and the Skarpa Warszawska area. The pedestrian route located there among scenic greenery, with views of the Vistula River Valley, was enriched with loosely arranged pavilions housing such functions as gastronomy, culture or relaxation. Nowy Świat Street consists of building developments rebuilt after World War II in reference to the architecture of the Congress Poland. Towards the end of the 20th century, the area was filled with a diverse commercial and service programme, whereas today it functions as a massive gastronomic centre. In warm seasons, the focus is on tourism. Unfortunately, worse functioning of the area is observable in winter. In order to ensure continuity of use of this attractive historic street at any time of the year and day, better management of individual tenement houses programmes in terms of the diversity of functions is required.

In the 1980s, the famous Chmielna street, perpendicular to Nowy Świat Street, used to be full of private commission shops. At that time, it was the only place in Poland where exceptional shopping could be done. Today, however, the street is exclusively of transitive nature. The crumbling unrepaired tenement houses, the lack of street furniture, i.e. places where one can stop, rest and sit makes pedestrians pass quickly through this urban interior that was once in active operation. It is necessary to renovate tenement houses, introduce a diverse attractive programme and equip the street with the possibility to use well-designed street furniture so that stopping here becomes attractive again. It is obvious that crossing Krucza Street with car traffic should be arranged at a different level of the route, rather than at continuing pedestrian crossing along Chmielna Street. However, the Municipal Office insists on keeping the bus transportation that operates here. This approach is incompatible with the urban theories described and tested in Western Europe.

⁴ As a result of public consultations to a new study on conditions and directions for spatial development conducted by the City of Warsaw in March 2019, the residents indicated 8345 locations of poorly arranged public transport interchange hubs.

⁵ (Guranowska-Gruszecka, Jeziorska, *The potential for possible functional and spatial transformations in the aspect of creating contemporary commercial street spaces in Warsaw downtown area. In the area bordered by: Aleje Jerolimskie, Marszałkowska Street, Świętokrzyska Street and Skarpa Warszawska Street*,



Fig. 1. Nowy Świat Street in Warsaw, 2019. Source: A. Jeziorska
Ryc. 1. Ulica Nowy Świat w Warszawie, 2019 r. Źródło: A. Jeziorska

More thorough research into the causes of withering activity in the northern part of Pasaż Wiecha, a pedestrian route being part of the famous Eastern Wall of the Warsaw downtown, was conducted. It was revealed that this passage is intersected by the PKO Bank building, which prevents pedestrians from easy reach of their destination, i.e. the next underground station. Meanwhile, the passage ends with a street packed with parked cars. Unfortunately, the basic conclusion in this respect is that in order to revive this part of the passage, an unrestrained, interestingly designed passage to the subsequent intersection with Świętokrzyska Street should be provided. All these examples were observed in the most interesting, publicly visited historical city district, which can be turned into a popular part of Warsaw to be enjoyed by users. The examples provided above prove the need for functional and spatial modifications that, being an element of revitalization, could improve the development and popularity of this network of commercial streets, lead to their revival and survival.

As it stems from research described above, the policy devoid of formal management applied to all the issues faced by commercial streets, including the functional and spatial ones, results in the fragmentary use of a system that could otherwise constitute an attractive network of public spaces.

Moreover, the lack of proper management of public transport in Warsaw prompts residents and other city users to opt for private cars as a means for commuting to work on everyday basis. By doing so, they account for unbearable traffic obstructions and access road jams of several kilometres, as well as for increasing air pollution⁶.

⁶ Since 2011, Deloitte, an independent analytical company, has been publishing reports, such as the ones concerning the conditions of urban transport in seven largest Polish cities. In March 2019, an analysis of micromobility condition: 'Shared mobility in Poland - overview' was published. As noted therein, there are 715 cars per 1000 inhabitants in Warsaw. In Berlin, on the other hand, there are cars 333 per 1000 inhabitants. According to indication the study makes for the largest cities in Poland, the problem lies in reaching the nearest public transport stop, i.e. the "last mile" problem. In the aspect of uneven access to public transport, the lack of comfortable solutions increases the use of private cars.

While discussions are being conducted in the context of conditions for proper functioning of streets as accessible and attractive in terms of functional-spatial as well as social-economic public spaces, as well as while debates are on concerning how revival of commercial streets can be influenced, a technological revolution is underway. The phenomenon of e-commerce can be observed - the development of commerce in virtual space, which gives the opportunity to make purchases at any time and place with the use of a selected device. In Poland, consumers are increasingly willing to shop online. One of the reasons for the currently intensified e-commerce phenomenon in Poland, noted by observers, was the statutory restriction on trade on Sundays.⁷ A gap in the weekly cycle of meeting consumer needs appeared, and, to quote Jan Szczepański, a sociologist and an attentive observer of reality, "*consumption need arises when looking for goods and services to compensate for the perceived deficiency.*" [Author's own translation] According to a report by Idea Force, an analytical company, the growth of this type of trade service sector in 2019 was one of the highest in Europe, whereas dynamic growth is forecast in the following few years.⁸

As proved by experience from other developed European and global markets, the development of e-commerce has seriously threatened the existence of traditional trade. E-commerce provides competition not only for commercial streets, but also for shopping malls. Online trading is gradually replacing stationary outlets. Companies that failed to respond to changes in trends faced the decision to withdraw from the market, others have already taken the risk of adapting to new changes in consumer habits and remodelled their retail methods by altering the way they use retail space in stationary outlets and by turning them into showrooms, "***where one can see and try on a sample product, meet a stylist, and make purchases online.***" [Author's own translation] It is likely that commercial space will be used to organize various types of events and happenings or discussion panels. Interdisciplinary approach to business and use of space is the direction for the future. In individual sales networks (e.g. Carrefour, E-shoes), the use new technological solutions is noticeable: virtual fitting rooms, electronic advisers to choose goods, e.g. to choose wine or 3D scanning of the foot when buying shoes⁹. Online trading requires complex logistical support to fulfil the purchase and for order delivery. Emphasis points in the distribution of storage spaces will undergo a change. In the urban landscape, an increase in the number of warehousing space and logistics centres is expected. Unlike now, these will be arranged closer to the inhabitants rather than far outside cities. The new trend is supposed to result from the declarations for prompt delivery made by online companies. The movement of courier companies will be intensified, which will account for an additional traffic load for streets and traffic routes. (Cushman & Wakefield, 2017, Savills, 2019).

In the metropolises of Western Europe, a rapid outflow of numerous stores dealing with broadly understood retail trade is seen. Such shops are closed and, as a result, liquidated. In Great Britain, a noticeable example of this process may be noted, as 2018 yielded the worst results in terms of activity of trade services in downtown London and other cities so far in 21st century. 2019 only confirmed this negative trend.¹⁰

⁷ The Act on trade restrictions on Sundays and holidays, and on certain other days, entered into force on January 10th, 2018. At the same time, the report of the Ministry of Investment and Development indicates that **a total of 38,000 jobs in the stationary trade sector was made redundant in 2018.**

⁸ From estimates by the Idea Force Agency for 2019, it stems that in Poland "every second Internet user makes purchases through mobile devices - that's 45% of all users." Products most frequently purchased by Internet users include: clothes and accessories, entertainment (books, music, cinema tickets) and electronics.

⁹ The offer of the E-Obuwie store includes about 200,000 pairs of shoes. To have access to such a wide range, in the past around 70 traditional shoe stores would have to be visited.

¹⁰ In 2018 in London, the following companies announced the closure of their stores: House of Fraser: 31 closed stores this year. - Poundworld - wholesale trade of goods per pound - currently threatened with bankruptcy; companies: Toys R Us, Maplin went bankrupt, companies: Prezzo, Byron and James Italian closed their restaurants. In 2019, the continuation of a bad trend for well-known retailers: Mothercare, Bonmarche or Links of London were managed by court, while others, such as HMV or Debenhams, announced layoffs or liquidation.

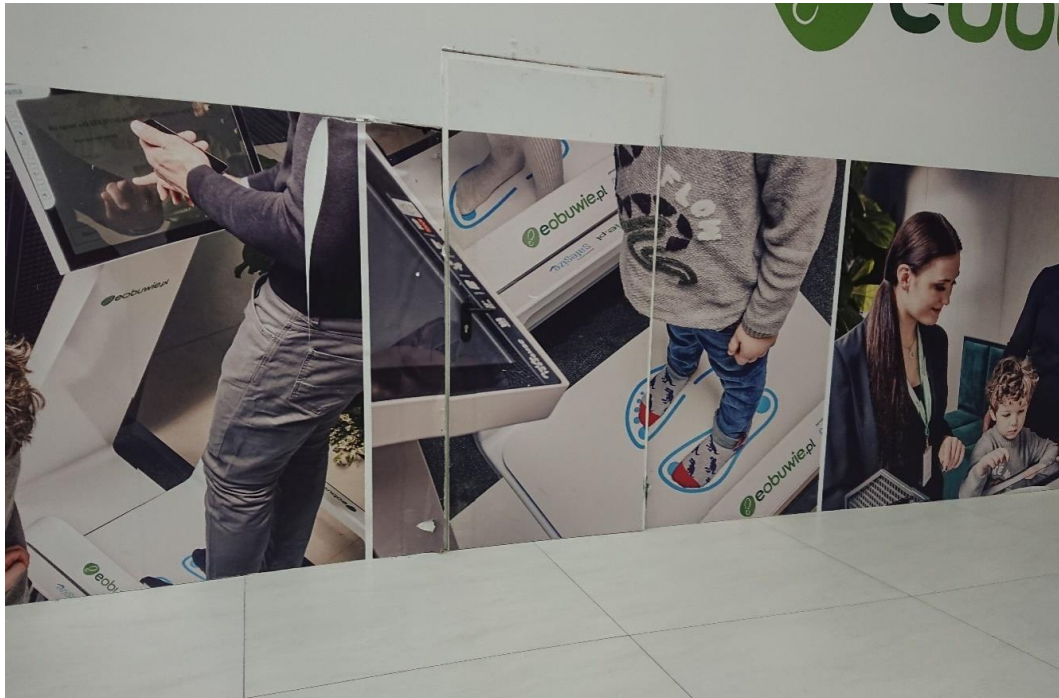


Fig. 2. E-obuwie Store – Shopping Center Młociny – Warszawa, 2019. Source: A. Jeziorska
Ryc. 2. Sklep E-obuwie Galeria Młociny, Warszawa, 2019. Źródło: A. Jeziorska

Closing hundreds of such stores in London results in excluding 50,000 jobs from the general market, whereas in 2019 the phenomenon of job losses has further deepened, because retail employees are also suffering the consequences of closing large chain stores. The expert summary of this situation provides the statement that:.. “*Great Britain must accept that there is currently too much retail space for British shopping habits.*” [Author’s own transl.] (Grimsey, 2018).

Further conclusions from the abovementioned professional British report comprise the following statements: “**To prosper, city centres must be re-populated and modified and must become community centres, including flats, offices and shops.**” [Author’s own trans] Bill Grimsey authored the above report. He states that no premises are visible that would indicate a containment of the store closing process. This opinion is confirmed by James Child and Joel Hills, retail market analysts (data prepared for ITV News, 2018), who state that in the United Kingdom, 2018 and 2019 were the worst years since the turn of the millennium, both for exclusive brands and for retail as such. The reasons for the problem are sought not only in connection to the political uncertainty associated with the UK leaving the common European market, but also in the rising costs of retaining employees, rent costs and, as mentioned above, in the noticeable process of changing consumer habits.¹¹

This means that after many years, the process of saturating the city centre, previously required in London and other cities in Great Britain, with points or linearly in the form of commercial streets with services, usually exclusive ones, which resulted in greater saturation of these rebuilt areas with retail trade, gastronomy and similar functions, not only reached its apogee of steady growth process, but it led to extensive flourishing of these services. Thus, they are currently being liquidated in England.¹²

¹¹ Consumer analysis shows that in Great Britain, in terms of value, online shopping accounts for one-fifth of all purchases by the British.

¹² In Great Britain, in the first half of 2018, 868 stationary stores were closed.



Fig. 3. Apple Store - Regent Street – London, 2016. Source: A. Jeziorska

Ryc. 3. Sklep firmy Apple, Regent Street w Londynie, 2016. Źródło: A. Jeziorska

The question arises: how to save the city downtown from the fall of individual premises and, consequently, from the degradation of outdated forms, no longer required in such quantity? The above quoted website contains information regarding the problem in the United Kingdom in the first half of this year, as it resulted in winding up of 10.6 million square feet of space and 868 stores. Moreover, an appeal is made through the website to **renew the identity** of these places as traditional commercial streets as soon as possible in Great Britain. The reasons for this phenomenon are seen in the outflow of residents from downtowns to the peripheral areas of cities, i.e. the decrease in the number of customers who had changed their place of residence. Unfortunately, jobs or tourist traffic fail to generate a satisfactory level of customer flow. Hourly and, in the case of tourists, seasonal restrictions are decisive here. The second reason is the possibility to shop online without leaving one's home. Lack of movement or walking around the city is undoubtedly an unhealthy habit, but it should be assumed that such level of marketization in all major cities can occur and is likely to last until a conscious change to city development model and consumer habits is introduced, which, in turn, will trigger the need to walk on a daily basis.

The existence of city downtowns may only endure by means of a modification to the way such areas are developed. The preferred direction is to increase population of downtown areas, i.e. the construction of apartments and workplaces in the form of offices with services, in order to provide existence security for local downtown communities, as well as to provide residents with convenience and comfort of living. These principles are contained in the idea of New Urbanism - designing cities inwards.¹³

Therefore, in the United Kingdom, the **era of concentration of functions in the city** is commenced, i.e. the pursuit of a **compact city** again. This model was applied to revitalize London

¹³ Inward development model of the city was first adopted in Poland by the city of Łódź in 2013 in the Resolution by the City Council on Strategia Przestrzennego Rozwoju Łodzi 2020+[Spatial Development Strategy for Łódź 2020+].

docks transformed from a warehouse, port and industrial district into multi-functional service and residential areas, which are now part of central London.

4. CONCLUSIONS

Is there any hope for commercial streets?

Qualitative modifications

In order to improve life quality for residents and city economic-cultural and social attractiveness, care for the creation of high-quality public spaces becomes the main element of urban development policy in Europe. (Leipzig Card, 2007)¹⁴.

Similarly to the way in which shopping malls react to changes in the economic situation by investing in qualitative changes, commercial streets should be subject to constant investment efforts. There is no other way. Traditional commercial streets and shopping malls are distinguished by their architectural form and layout that enables urban interrelationships. With simultaneous care for the interiors and their internal infrastructure, building facades should be subjected to modernization or maintenance in line with modern technological solutions applied to match the standards of 21st century. Elements of commercial streets such as floor, lighting, elements of street greenery and city furniture should also be modernized. Particular attention in the aspect of qualitative changes should be paid to the existing public spaces and pedestrian routes. It is also important to shape new connections and pedestrian zones within the commercial area so that they would be particularly attractive in terms of pedestrian safety. Paradoxically, in the 1980s in order to create ideal shopping malls, successful urban organisms were subject to scrutiny. Currently, the city should draw on the experience of semi-public **commercial spaces and observe economic and marketing mechanisms present therein.**

Proper management

For a decade, international consulting companies have been conducting analyses of the trade and service market condition regarding the development of commercial streets in the largest Polish cities. The analyses describe the issues concerning coordination of the activities undertaken by cities: excessive bureaucracy, lack of promotion, rent policy focused on income rather than a coherent management strategy. In Warsaw, ownership problems related to the legal flaw derived from the "Bierut Decree" of 1945 still impose additional burden on city development.

In the space of commercial streets, a lack of management regarding proper selection of tenants, the so-called tenant mix is observable. Depending on the specifics of the impact area, trade type, purchasing power of a given society – the selection of tenants remains crucial. A specially appointed manager deals with and pilots these processes. This is the way in which tenant management is organized in various Western European cities.

Multi-functionality

Multi-functionality had already existed in public space before. Based on the interdisciplinary model that combines commerce and services with an artistic-cultural function, places such as Manufaktura in Łódź or Stary Browar in Poznań have been operating for years.

Warsaw facilities combining various functions, such as Hala Koszyki and Elektrownia Powiśle, may prove to be successfully revitalized in downtown areas and, in consequence, may spell the future of downtown areas.

Complementarity of management consists in fulfilling four of management stages, which generally can be labelled as: planning, organization of planned processes and their implementation, performance control (monitoring) and, if any of the goals specified at the beginning of the planned achievements could not be implemented- improving the elements of the concepts. The analysis

¹⁴ The Leipzig Charter on Sustainable European Cities, document on urban development and territorial cohesion concluded at the meeting of EU ministers, May 24th-25th, 2007 in Leipzig.

conducted as part of the described research concerning the historical part of Warsaw with commercial streets proves that the implementation of planned activities is often carried out fragmentarily. It is certainly not a good practice and should, therefore, be improved.

UWARUNKOWANIA FUNKCJONOWANIA ULIC HANDLOWYCH W WARSZAWIE

1. WSTĘP

Tradycyjne ulice handlowe, pełne historycznych nawarstwień i piętrzącego się architektonicznego detalu, wypełnione ludzkim zgiełkiem i swoistą wielkomiejską energią, przez Le Corbusiera, czołowego przedstawiciela modernistycznego stylu międzynarodowego w architekturze, określane były jako „*oburzający anachronizm*”.

Zagadnienie uwarunkowań funkcjonowania ulic pojawiło się już na początku lat 60-tych XX wieku. W ramach krytyki negatywnych zmian powstałych w przestrzeni miejskiej na kanwie modernizmu, Jane Jacobs wskazywała wówczas na „*upadek i zmierzch ulic oraz innych przestrzeni publicznych*” w amerykańskich miastach¹⁵. W krajach europejskich również w latach 60-tych, zaobserwowano negatywne zjawiska związane z „pustynnieniem” ulic, ciągów i pasaży śródmiejskich oraz degradacją istniejącej zabudowy. Natomiast nadmierne wypełnianie powierzchni terenu parkingami dla samochodów osobowych i niekontrolowany rozwój komunikacji kołowej, doprowadziły do chaosu obsługi oraz użytkowania centralnych obszarów miast. (Harvey, 2012). W eseju francuskiego socjologa i filozofa Henri Lefebvre'a „*Prawo do miasta*” czytamy: „*historycznie uformowane miasto już nie żyje. Jest już tylko przedmiotem konsumpcji kulturalnej dla turystów, celem urokliwej malowniczości. Nawet dla tych, którzy gorąco pragną je zrozumieć miasto jest martwe.*” (Tłumaczenie z języka francuskiego E. Majewska, 2012).

W celu odwrócenia, bądź łagodzenia negatywnych tendencji społeczno-gospodarczych w wielu miastach europejskich, będących na różnej drodze rozwoju cywilizacyjnego starano się od dekad stworzyć skuteczne regulacje naprawcze dotyczące obszarów śródmiejskich. Istnieją zatem przykłady dobrych praktyk, w tym także doświadczenia z innych bardziej rozwiniętych krajów, obejmujące skutki nadmiernej rozwijanej technologii, czy napędzania konkurencyjnych i konsumpcyjnych zachowań w skali globalnej. Obserwowane są również skutki uboczne takich działań, jak gentryfikacja czy rozwarstwienie społeczne. Za przykład gwałtownych przemian może posłużyć, proces przekształceń na terenie dzielnicy Notting Hill w Londynie. Rozpoczęty w latach 50-tych, wówczas dzielnicy ubogich karaibskich imigrantów, proces ten wspólnie doprowadził do uznania dzielnicy za jedną z najbogatszych i luksusowych w mieście.¹⁶

Istnieją także i są stosowane wielorakie teorie i manifesty urbanistyczne, dotyczące problematyki rozwoju i dobrego funkcjonowania ulic handlowych w odniesieniu do zagadnień funkcjonalno-

¹⁵ J. Jacobs, K. Lynch i Chr. Alexander krytykowali utratę ludzkiego kontekstu w nowoczesnych miastach amerykańskich. W swoich opracowaniach przyjęli perspektywę mieszkańca miasta i w efekcie spowodowali zmianę filozofii planowania i rozwoju amerykańskich miast.

¹⁶ Dzielnica Notting Hill – historycznie nazywana dzielnicą Potteries and Piggeries (dzielnica Cegielni i Chlewni) - do połowy XX wieku slumsy w zachodnim Londynie. Od lat 50-tych w celu polepszenia warunków mieszkaniowych rozpoczął się proces modernizacji tkanki miejskiej. W perspektywie następnych lat, coraz częściej przeprowadzane inwestycje budowlane doprowadziły do całkowitej zmiany wizerunku tego rejonu miasta oraz jego struktury społecznej. Wzrosły czynsze wynajmu oraz wartość nieruchomości. Dotychczasowi, mniej zasobni mieszkańcy zostali zmuszeni do wyprowadzenia się. Obecnie Notting Hill jest dzielnicą luksusu, zamieszkiwaną przez elity społeczne.

przestrzennych oraz społeczno-gospodarczych. W Polsce, zagadnienie to poruszone zostało w opracowaniu teorii centrum miejskiego (Juchnowicz, 1971). W odniesieniu do najważniejszych i uniwersalnych cech przestrzeni publicznych w wymiarze ulic handlowych, autor wskazał na różnorodność programową, intensywność funkcji oraz dostępność komunikacyjną. To one decydują o sile przyciągania oraz wpływają na procesy prorozwojowe w mieście. Przestrzenie publiczne ulic handlowych „*potęgują interakcję, wzajemne kontakty, handel i energię życiową miasta*”. (Landry, 2012). W ramach idei „miasta odzyskanego” dla mieszkańców, sukces dobrego funkcjonowania przestrzeni publicznych, jest upatrywany w utrzymaniu równowagi trzech głównych zadań ulicy handlowej, propagowanej jako przyjazne miejsce spotkań, dogodna przestrzeń dla handlu i komunikacji. (Gehl, Gemzøe, 2001).

Ulice handlowe przy współdziałaniu budynków i lokali o programie z sektorów funkcji nauki, kultury oraz szeroko rozumianych usług posiadają potencjał do wytwarzania zjawiska synergii. Podobnie jak ma to miejsce we współczesnych galeriach handlowych, które funkcjonują w oparciu o zjawisko określane jako synergizm mallu, gdzie podmioty gospodarcze pracujące razem, w jednorodnym środowisku, osiągają wysokie efekty ekonomiczne. (Ritzer, 2005). Ponadto różnorodność funkcji i sposób ich użytkowania mają wpływ na wydłużony czas przebywania mieszkańców i turystów w przestrzeni miejskiej – wydłużenie aktywności dobowej i sezonowej. Współistnienie w jednej przestrzeni ulicy kilku funkcji, różnorodnych form konsumpcji oraz usług dla zapewnienia codziennych potrzeb umożliwia potencjalnym użytkownikom znalezienie nie tylko optymalnej oferty, ale własnego miejsca w przestrzeni miasta, a nawet pewnej tradycji użytkowania danego miejsca oraz poczucia tożsamości (Jeziorska, 2018) Do istotnych uwarunkowań zaliczyć należy: masowość, czytelność dla jak największej grupy odbiorców, które nadają miejscu znaczenie i są czynnikami aktywizującymi przestrzeń ulic handlowych miast. (A. Lorens, 2016).

Wartość dostępności w wymiarze funkcjonalno–przestrzennym, ze względu na intensywność ruchu pieszego, gdzie istotą powinno być przyjmowanie w pierwszym rzędzie rozwiązań przyjaznych dla pieszych, rowerzystów, jak również dla użytkowników transportu zbiorowego uzupełnionym siecią parkingów, najczęściej na obrzeżu strefy pieszej (Gehl, 2009). Chr. Alexander odnosząc się do przestrzeni publicznej ulic handlowych, z uwagi na znaczną liczbę celów podróży podkreślał aspekt „*utrzymania ciągłości komunikacyjnej między miejscem przesiadek a ciągami pieszymi*”. W skali miasta o dostępności decydują różnorodne formy usieciowienia i skomunikowania przestrzeni publicznej ulic handlowych z układem funkcjonalnym obszaru, tym samym mają one wpływ na jego atrakcyjność i potencjalny rozwój. Dla przestrzeni publicznej współczesnych ulic handlowych ważną jest również dostępność dla różnych grup użytkowników. Główne role w przestrzeni powinny odgrywać: powszechność i intensywność funkcji oraz dostępność użytkowa, czy też jak określała satysfakcjonujące ukształtowanie ulic handlowych Jane Jacobs - „*bujna różnorodność*”.

Obecnie w Polsce, Idea Nowego Urbanizmu, rozprzestrzeniająca się w Europie i USA od lat 70-tych XX wieku, stała się platformą do określenia „*zbioru wartości miejskich*” oraz definicji przestrzeni publicznych m.in. w aspekcie ulic handlowych i ich oddziaływania *na rzecz „spójności funkcjonalno-przestrzennej i społeczno-gospodarczej miast oraz ich integracji i krystalizacji w oparciu o zintegrowany system przestrzeni publicznych.*” (Karta Przestrzeni Publicznej, Poznań, 2009)

2. KRYTERIA JAKOŚCIOWE

W odniesieniu do przestrzeni publicznych, w wyniku wieloletnich analiz Jan Gehl wyodrębnił charakterystyczne cechy przestrzeni publicznych, które w oczywisty sposób powinny mieć przełożenie na kształtowanie przestrzeni ulic handlowych w obszarach śródmiejskich.

Wskazał na główne kryteria jakościowe: bezpieczeństwo, komfort, atmosferę i miejsce, o dbałość których miasta powinny nieustannie zabiegać, mając na uwadze konkurencję ze strony galerii handlowych.

Bezpieczeństwo

Zapewnienie bezpieczeństwa jest fundamentalnym warunkiem kreowania przestrzeni publicznej. Podobnie jak w teorii hierarchii potrzeb Masłowa A., podstawowy poziom potrzeb musi być spełniony by pojawiło się pragnienie zaspokojenia kolejnych poziomów. Ochrona przed ruchem drogowym i związanymi z nim wypadkami, w przypadku ogólnodostępnej przestrzeni koncentruje się na ochronie ruchu pieszego i rowerzystów, tak by całkowicie wyeliminować obawy przed ewentualnymi skutkami spotkań z pojazdami. Dbłość o właściwe oświetlenie jest kluczem do tego kryterium

Ochrona przed przemocą i przestępczością. Lęk przed spotkaniem z kieszonkowcami, unikanie osób których zachowanie jest społecznie trudne do zaakceptowania: pijanych, odurzonych, agresywnych, wulgarnych zniechęca do wejścia w tłum, do prób nawiązania kontaktów, czyli interakcji tworzących aktywną przestrzeń publiczną. Bez aktywności adresatów przestrzeni publicznej pozostanie ona sztucznym tworem zależnym od budżetów jego komercyjnych udziałowców. Aktywność przestrzeni publicznej koncentruje się na życiu ulicy, a nie przestrzeni hybrydowej jaką jest przestrzeń galerii handlowych, nie wolno zapominać, że ulica jest otwarta całodobowo, a jej funkcje dzienne i nocne potrafią być zmienne w cyklu rocznym.

Komfort

Poprzednie kryterium miało charakter pasywny, było niezależne od adresata – przestrzeni publicznej, acz niezbędne by ten adresat chciał się w niej znaleźć. Jeżeli już w niej jest i nie ucieka, to potrzeba stworzyć warunki by zatrzymał się na dłużej, by poczuł się wygodnie, a w wersji idealnej poczuł się komfortowo. W sferze komfortu staje się jej podmiotem.

Możliwość spaceru i zatrzymania się – punkty, strefy dające pretekst do przerywania spaceru. Mogą być to miejsca zdefiniowane użytkowo - kawiarnie, restauracje, galerie sztuki, bądź formalnie - fasady z ciekawymi detalami, miejsca kadrów krajobrazu miejskiego: pomniki, obeliski fontanny czy „krawędzie” – skrzyżowania, granice ulicy i placu, historyczne mury obronne.

Możliwość podziwiania, delektowania się widokiem - punkty krajobrazowe wymagają zachowania dystansu do oglądanych krajobrazów miejskich, a miejsca na które chcemy zwrócić szczególną uwagę zróżnicowanego oświetlenia.

Możliwość siedzenia – nie należy jej kojarzyć jedynie z komercyjnymi miejscami gastronomicznymi (ogródkami). Ławki do odpoczynku, przy punktach widokowych, zgrupowane w strefach do siadania i rozsiane – „refleksyjne”, dla zakochanych, nieśmiały, „plażowe” – na pełnym słońcu i „parkowe” – w półcieniu. Możliwość rozmowy i słuchania – sztuka dialogu polega na zmaganiach z narracją rozmówcy a nie z hałasem arterii miejskiej.

Atmosfera

Ta sfera odczuć odnosi się do tzw. uczuć wyższych człowieka i naszych wartości niematerialnych. Jej miejsce na skali społecznej, takie jak otoczenie architektoniczne i urbanistyczne jest dopasowane do wyobrażeń społecznych.

Zmysły dotyku, słuchu, wzroku, smaku i zapachu, każdy z nich powinien zostać usatysfakcjonowany. Mała architektura, jakość wykończenia, detale, światło, zieleń i woda nieprzerwanie oddziałują w przestrzeni miejskiej przyciągając klientelę w te fragmenty śródmieścia, które są najbardziej atrakcyjne, wyjątkowe, mają zarówno wyróżniające się ukształtowanie przestrzenne jak i wyróżniający je program funkcjonalny. Nie bez znaczenia jest design architektury, posadzki i mebli miejskich. Zadbana historyczna architektura zawsze jest miejscem zainteresowania wielu osób. Meble miejskie mogą być typowe, ale tylko dla tej właśnie ulicy, dla tego wnętrza urbanistycznego, stanowiąc wizytówkę ulicy handlowej, powinny odznaczać się od innych podobnych miejsc takim właśnie wyposażeniem. Oznacza to, że zagospodarowanie wnętrza ulicy musi być przedmiotem profesjonalnego projektu i wprowadzanie tam detalu.

Miejsce

Fragment sieci w przestrzeni publicznej. W teorii architektury i urbanistyki, rozumiane jako powiązanie problematyki przestrzennej i psychologicznej, odnoszące się do jakości życia jednostki (Lernartowicz, 1992). Miejsce zakwalifikowane jako ulica handlowa stanowi jedno z najważniejszych kryteriów atrakcyjności w strukturze miasta. Zarówno może być oceniana w różnych kategoriach jak i możemy wyodrębnić różne elementy środowiska miejskiego takie jak czytelność czy walory estetyki przestrzeni (Majer, 2010). Słowem-kluczem jest tu: dostępność. Jeżeli tę dostępność zapewniają jedynie indywidualne środki transportu, to oznacza, że dla części społeczności teren ten jest niedostępny i jest to wadliwe rozwiązanie. Poza tym konieczność zapewnienia parkowania dla wielkiej liczby samochodów indywidualnych wprowadza chaos przestrzenny wobec braku innej alternatywy.

3. WSPÓŁCZESNE UWARUNKOWANIA ULIC HANDLOWYCH NA TLE ROZWOJU CENTRÓW MIEJSKICH

Trendy przekształcania i rozwoju struktury metropolii poddawane są cyklicznym falowaniom. W wiodących miastach Europy o wielomilionowej skali zaludnienia z przełomu XVIII i XIX wieku, Londynie i Paryżu, nowoczesny handel plasował się w halach i pasażach handlowych, później zastępowanych przez domy handlowe wznoszone w obrębie centralnych terenów miejskich, ich wzmożonej koncentracji społeczno-gospodarczej. Nowe technologie, użycie stali w rozwiązaniach konstrukcyjnych, przeszkleń oraz energii elektrycznej w budownictwie XIX wieku, dawały znacznie większe możliwości kształtowania nowoczesnych rozwiązań wewnątrz handlowych, ale również całych kwartałów zabudowy. XIX wieczne domy handlowe wznoszone w centralnych obszarach miast europejskich, implikowały zmiany istniejącej tkanki miejskiej, bliższego i dalszego otoczenia. Przekształcenia dotyczyły również komunikacji i nierzadko formowania nowej struktury drogowej. I tak jak ma to miejsce współcześnie, również wówczas „budowa nowoczesnych obiektów handlowych pociągała za sobą głębokie zmiany w funkcjonowaniu gospodarczym miasta. Skupienie handlu w jednym miejscu wywoływało zjawisko monopolizacji i w konsekwencji zanik handlu detalicznego w najbliższej okolicy”. (Olmianowska, 2004) Do Warszawy, będącej wówczas miastem prowincjonalnym na obrzeżach Cesarstwa Rosyjskiego, podobne rozwiązania nieśmiało docierały na początku XX wieku.

W latach 20-tych XX wieku w miastach Ameryki Północnej, odnotowano powolną utratę dominacji śródmieść na rzecz rozrastających się pod względem przestrzennym obrzeży miast i przejście od form tradycyjnego handlu w ramach przestrzeni ulic śródmiejskich do kompleksów handlowo-usługowych zlokalizowanych na przedmieściach z sukcesywnie rozrastającymi się powierzchniami parkingowymi. Ważnym stała się wygoda posiadaczy aut oraz nowoczesna jak na tamte lata forma zakupów samoobsługowych (W. Graham, 2016). Projekty centr handlowych ewoluowały pod względem skali, złożoności konstrukcyjnej jak i funkcjonalno-przestrzennej. Po dekadach rozwoju coraz mniej liczyła się estetyka elewacji a coraz większe znaczenie inwestorzy przykładali do rozwiązań funkcjonalnych oraz złożoności usługowo-handlowej wewnątrz.

Kolejnym etapem, wręcz przełomem, w myśleniu o centrach handlowych i funkcjonowania miasta, stały się realizacje amerykańskiego architekta J. Jerde'a¹⁷. W latach 80-tych XX wieku powstają wielkopowierzchniowe i wielofunkcyjne obiekty handlowo-usługowe, lokalizowane w obszarach śródmiejskich, a nie jak w minionym czasie na przedmieściach, „łączące handel detaliczny, rozrywkę, hotele, spa i centrum konferencyjne w strukturze zdominowanej przez ruch pieszki, swoiste mikro-miasta” wpisane w istniejącą tkankę zabudowy. Jerde kształtował je w oparciu o tradycyjną urbanistykę i klimat miast europejskich w szczególności kameralnych miast włoskich, a intencją

¹⁷ J. Jerde, amerykański architekt, autor wielu zrealizowanych koncepcji wielofunkcyjnych centr handlowych. Pracownia architektoniczna The Jerde Partnership ma w swoim dorobku znaczące dla architektury i urbanistyki realizacje: Olympic Games in Los Angeles (1848) Horton Plaza w San Diego (1985), Universal CityWalk w Los Angeles (1993), Fremont Street Experience and Bellagio w Las Vegas (1995), Canal City Hakata (Japonia, Fukuoka 1996), Beursplein (Holandia, Rotterdam 1996), The Gateway (Salt Lake City, USA, 2001), Namba Parks (Japonia, Osaka 2003) oraz G.H. Złote Tarasy w Warszawie, oddane do użytku w roku 2007.

autora było wykreowanie „jednego z najlepszych narzędzi umożliwiających miejską łączność, dostępność i spójność” (Graham, 2016). Powoli tego typu rozwiązania dotarły do miast europejskich.

Odpyływ tradycyjnego handlu z ulic handlowych w Polsce rozpoczął się pod koniec lat 90-tych XX wieku równoległe ze wzrostem siły nabywczej mieszkańców oraz z sukcesem wprowadzanych wielkopowierzchniowych nowoczesnych obiektów handlowych. Wcześniej, przed 1989 rokiem, rozwój ulic handlowych był tłumiony przez sztuczne i negatywne w skutkach centralne regulacje rynkowe okresu gospodarki socjalistycznej, znaczne ograniczenie swobód ekonomicznych (własności, kupna, sprzedaży) oraz niewielki potencjał konsumencki.

Warszawa po 1989 roku, w dłuższej perspektywie poddana została procesom suburbanizacji, zauważalny stał się spadek liczby mieszkańców centralnych obszarów miasta przy równoczesnym spontanicznym rozrastaniu się przedmieść. Tłumaczony przez środowiska naukowe i eksperckie jako „liberalna reakcja na lata centralizacji totalitarnej, z głęboką wiarą w nieomylność gospodarki rynkowej”. (Dylewski, 2007). Podobnie jak w innych miastach Europy, najpierw wyludniało się śródmieście, by możliwa stała się poprawa warunków mieszkaniowych z miejskich na otoczone zielenią, najlepiej wśród lasów, poza miastem. W miejsce opuszczanych często substandardowych mieszkań w blokach z zabudową wielorodzinną i miejsc pracy, zwykle na dawnych terenach przemysłowych wznoszono zespoły innych miejsc pracy, kompleksów usługowych, służących mieszkańcom całego miasta, także turystom. Proces ten rozpraszania funkcji tzw. *urban sprawl* obecnie ma się ku końcowi, co pokazują sukcesy inwestorskie realizowanych wielofunkcyjnych zespołów miejskich, odnotowane na obszarach śródmiejskich Warszawy (np.: Powiśle, Port Praski, Towarowa - Centrum Zachodnie).

Obecnie w Warszawie dojazdy do centrum metropolii zajmują w porach szczytu - dojazdu do pracy lub powrotów do domu – kilka godzin w każdą stronę, zamiast 20-25 minut. W porównaniu z wieloma miastami w Europie Zachodniej, nie sprostano dotąd i dalej niewiele w tym kierunku jest robione, by zapewnić sprawny system transportu zbiorowego, a linie metra obsługują ograniczoną liczbę mieszkańców. (Pecennik, 2017) W Warszawie, mieście aspirującym do miana europejskiej metropolii, nie projektuje się odpowiednich węzłów przesiadkowych¹⁸ dla skojarzenia różnych środków transportu. Każda instytucja zajmując się pociągiem aglomeracyjnym, metrem, tramwajem czy autobusami niezależnie buduje strukturę swoich linii, nie konfrontując ich ani układu przystanków z innymi dysponentami środków transportu publicznego. Ta rozdzielność decyzyjna dotyczy także rozkładów jazdy. W efekcie podróżowanie przeciętnego warszawiaka po mieście okazuje się trudne, uciążliwe, wielokrotnie trzeba pokonywać schody, czekać w mało przyjaznych miejscach na kolejny środek transportu. Wszystkie tego typu problemy w wielkich miastach Europy Zachodniej rozwiązywane są już od wielu dekad. (Guranowska-Gruszecka, Jeziorska, 2018).

Badania dotyczące strefy ulic handlowych generalnie przeznaczonych dla ruchu pieszego w Warszawie, obecnie i w najbliższej przyszłości, prowadzone były w 2018 roku w ramach zlecenia z Urzędu m.st. Warszawy, min przez autorkę niniejszego artykułu¹⁹. W efekcie tych badań ustalono jakie są konieczne zmiany na poszczególnych ciągach ulicznych, by przetrwały, tworząc oryginalną i atrakcyjną przestrzeń publiczną w postaci sieci ulic handlowych w historycznej części miasta stołecznego. I tak zaproponowano we wnioskach bardziej czytelne powiązania tej części miasta z rejonem Skarpy Warszawskiej, gdzie krajobrazowo położony ciąg pieszy w zieleni z widokami na dolinę Wisły, wzbogacono luźno rozmieszczonymi pawilonami mieszczącymi funkcje gastronomiczne, kultury, czy relaksu. Ulica Nowy Świat z zabudową odbudowaną po II wojnie światowej w nawiązaniu do architektury z czasów Królestwa Kongresowego, jeszcze pod koniec XX wieku o różnorodnym programie handlowo - usługowym dziś stanowi wielkie centrum gastronomiczne, w ciepłych porach roku nastawione na ruch turystyczny, gorzej niestety funkcjonujące zimą. Wymaga lepsze-

¹⁸ W wyniku konsultacji społecznych, przeprowadzonych przez Urząd m.st. Warszawy do nowego studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego w marcu 2019 roku, mieszkańcy wskazali 8345 lokalizacji źle rozwiązanych węzłów przesiadkowych transportu zbiorowego.

¹⁹ Guranowska-Gruszecka K., Jeziorska A., „Potencjał możliwych przekształceń funkcjonalno-przestrzennych w aspekcie kreowania współczesnych przestrzeni ulic handlowych w centralnym obszarze Warszawy w rejonie ograniczonym przez: Al. Jerozolimskimi, ul. Marszałkowską, Świętokrzyską i Skarpą Warszawską”, Warszawa, 2018.

go zarządzania programem poszczególnych kamienic pod kątem zróżnicowania funkcji, by zapewnić ciągłość użytkowania w każdej porze roku i dnia tej atrakcyjnej, historycznej ulicy

Prostopadła do Nowego Świata słynna ul. Chmielna, jeszcze w latach 80-tych ubiegłego wieku pełna prywatnych komisów, gdzie można było dokonać wyjątkowych w ówczesnej Polsce zakupów, dostępnych tylko w tym miejscu, na tej ulicy - dziś jest ulicą przechodnią. Niszczące niereмонтowane kamienice, brak mebli miejskich, czyli miejsc możliwych do zatrzymania się, odpoczynku, posiedzenia powoduje że wszyscy szybkim krokiem przemierzają to, jakże kiedyś dobrze działające wnętrze urbanistyczne. Potrzebne wyremontowanie kamienic, wprowadzenie zróżnicowanego atrakcyjnego programu i wyposażenie ulicy w możliwość użytkowania dobrze zaprojektowanych mebli miejskich, by atrakcją było zatrzymanie się tutaj. Zdecydowanie przekroczenie ul. Kruczej z ruchem samochodowym powinno być w innym poziomie niż kontynuacja przejścia pieszego po ciągu ul. Chmielnej. Urząd Miejski chce jednak pozostawić funkcjonowanie tu autobusów. Jest to niezgodny zabieg z opisywanymi i sprawdzonymi w Europie Zachodniej teoriami urbanistycznymi.

W trakcie dokładniejszych badań przyczyn zamierania aktywności w północnej części pasażu Wiecha, pieszego ciągu słynnej Ściany Wschodniej warszawskiego centrum, ujawniono, że pasaż ten jest przecięty budynkiem PKO, uniemożliwiając przejście piesze do celu, czyli kolejnego przystanku metra. Tymczasem kończy się na ulicy wypełnionej parkującymi samochodami. Nasuwa się niestety zasadniczy wniosek, że by ożywić znów tę część pasażu należy zapewnić swobodne, interesująco zaprojektowane przejście do kolejnego skrzyżowania z ul. Świętokrzyską. Wszystkie te przykłady z najbardziej interesującej, odwiedzanej publicznie części historycznej miasta, mogącej tworzyć popularną, i lubianą przez użytkowników część Warszawy, świadczą o konieczności korekt funkcjonalnych i przestrzennych, które mogłyby poprawić w ramach rewitalizacji stan zagospodarowania i popularności tej sieci ulic handlowych, spowodować ich ożywienie i przetrwanie.

Efektom polityki pozbawionej formalnego zarządzania całością problemów ulic handlowych, w tym zagadnieniami funkcjonalno-przestrzennymi, jak wynika to z opisanych badań jest fragmentaryczne wykorzystywanie systemu, który mógłby stanowić atrakcyjną sieć przestrzeni publicznych,

Także brak dobrego zarządzania transportem zbiorowym w Warszawie powoduje, że dokonywane są wybory przez mieszkańców i innych użytkowników miasta, jednak codziennego dojazdu do pracy samochodem indywidualnym. Działania te powodują niezdrowe utrudnienia w ruchu i wielokilometrowe zatory dróg dojazdowych oraz wzmożenie zanieczyszczenia powietrza.²⁰

W czasie kiedy dyskutuje się w kontekście uwarunkowań dobrego funkcjonowania ulic jako dostępnych i atrakcyjnych pod względem funkcjonalno-przestrzennym i społeczno-gospodarczym przestrzeni publicznych oraz w jaki sposób możemy wpłynąć na ożywienie ulic handlowych, odbywa się rewolucja technologiczna. Obecnie można zaobserwować zjawisko e-commerce – rozwój handlu w przestrzeni wirtualnej, która daje możliwość dokonania zakupu w dowolnym czasie i miejscu oraz przy pomocy dowolnego urządzenia. W Polsce co raz chętniej konsumenci dokonują zakupów w internecie. Jedną z przyczyn wskazywanych przez obserwatorów wzmożonego obecnie zjawiska e-commerce w Polsce, było ustawowe ograniczenie handlu w niedziele.²¹ Pojawiła się luka w cotygodniowym cyklu realizowania potrzeb, a przywołując Jana Szczepańskiego, socjologa i baczego obserwatora naszej rzeczywistości, „*potrzeba konsumpcyjna pojawia się w momencie poszukiwania dóbr i usług służących wyrównaniu odczuwalnego niedoboru*”. Jak pokazuje raport firmy analitycznej Idea Force, wzrost tego typu sektora usług handlowych w roku 2019, był jednym

²⁰ Od 2011 roku niezależna firma analityczna Deloitte publikuje m.in. raporty o stanie transportu miejskiego w siedmiu największych polskich miastach. W marcu 2019 opublikowana została analiza o stanie mikromobilności p.t.: „*Shared mobility in Poland - overview*”. W Warszawie na 1000 mieszkańców przypada 715 samochodów, dla porównania w Berlinie na 1000 mieszkańców jest ich 333. Według wskazań opracowania dla największych miast w Polsce problemem jest dotarcie do najbliższego przystanku komunikacji miejskiej, t.zw. problem „*ostatniej mili*”. W aspekcie nierównomiernego dostępu do transportu publicznego, brak komfortowych rozwiązań wzmaga wykorzystywanie własnych samochodów.

²¹ Ustawa o ograniczeniu handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni, weszła w życie 10 stycznia 2018. W tym samym okresie z Raportu Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju wynika, że w 2018 roku zlikwidowano łącznie 38 tys. miejsc pracy w sektorze handlu stacjonarnego.

z najwyższych w skali Europy i w perspektywie następnych lat prognozowany jest dynamiczny wzrost.²²

Rozwój handlu internetowego, jak pokazują doświadczenia z innych rozwiniętych rynków europejskich i światowych, poważnie zagroził istnieniu dotychczasowych form tradycyjnego handlu, nie tylko stanowi konkurencję dla ulic handlowych, ale tym razem stanowi również konkurencję dla galerii handlowych. Handel w sieci internetowej sukcesywnie zastępuje stacjonarne punkty sprzedaży. Te firmy, które nie zareagowały na zmiany tendencji stanęły przed decyzją wycofania się z rynku, inne już podjęły ryzyko przystosowania się do nowych zmian przyzwyczajęń konsumencjki i przemodelowały sposób oraz wykorzystanie powierzchni handlowej w punktach stacjonarnych, kreując je na salony wystawowe, „**w których można obejrzeć i przymierzyć przykładowy towar, spotkać się ze stylistą, a zakupów dokonać online**”. Powierzchnie handlowe możliwe, że będą wykorzystywane do organizacji różnego rodzaju wydarzeń i imprez czy paneli dyskusyjnych. Przyszłością ma być interdyscyplinarność w podejściu do biznesu i wykorzystaniu powierzchni. W poszczególnych sieciach sprzedaży (np. Carrefour, E-obuwie) zauważalne jest stosowanie rozwiązań nowych technologii: wirtualnych przymierzalni ubrań, elektronicznych doradców do wyboru towaru np. do wyboru wina czy trójwymiarowe skanowanie stopy przy kupnie obuwia²³. Handel w sieci internetowej wymaga złożonej obsługi logistycznej do realizacji zamówień kupna i dostaw towarów. Zmianie ulegną akcenty w rozlokowaniu przestrzeni magazynowych. W krajozbrazie miast przewidywany jest wzrost liczby powierzchni składowania towarów i centr logistycznych i nie jak dotychczas ma to miejsce poza granicami miast, a bliżej mieszkańców. Nowy trend ma wynikać z deklaracji firm działających w sieci internetowej do krótkiego czasu realizacji zamówień. Wzmoczeniu poddany będzie ruch firm kurierskich, co przełoży się na dodatkowe obciążenie ruchem kołowym ulic i arterii komunikacyjnych. (Cushman & Wakefield, 2017, Savills, 2019).

W metropoliach Europy Zachodniej następuje gwałtowna ucieczka wielu sklepów zajmujących się szeroko pojętym handlem detalicznym, są one zamykane i w efekcie likwidowane. Zauważalnym przykładem tego procesu jest Wielka Brytania, gdzie rok 2018 był najgorszym w XXI wieku pod względem aktywności usług handlu w śródmieściu Londynu i także innych miast, a rok 2019, tylko potwierdził tę negatywną tendencję.²⁴

Zamknięcie setek tego typu sklepów w Londynie powoduje wyłączenie z rynku ogólnie 50 000 miejsc pracy, a w 2019 zjawisko utraty miejsc pracy uległo dalszemu pogłębieniu ponieważ także pracownicy handlu detalicznego ponoszą konsekwencje zamykania wielkich sklepów sieciowych. Podsumowaniem eksperckim tej sytuacji było stwierdzenie, że: „...*Wielka Brytania musi zaakceptować, że obecnie jest zbyt dużo powierzchni handlowej dla brytyjskich zwyczajów zakupowych*” (Grimsey, 2018)

Dalszymi wnioskami z tego profesjonalnego brytyjskiego raportu są następujące stwierdzenia: „...*Żeby prosperować, centra miast muszą być ponownie zaludnione i zmienione i muszą stać się ośrodkami społeczności, w tym mieszkaniami, biurami i sklepami*”. Autorem tego raportu jest Bill Grimsey. Pisze on, że nie ma żadnych przesłanek, które wskazywałyby na zahamowanie procesu zamykania sklepów. Potwierdzają tę opinię analitycy rynku detalicznego James Child (dane przygotowane dla ITV News, 2018) oraz Joel Hills, stwierdzając, że 2018 i 2019 były najgorszymi latami od przełomu tysiąclecia, zarówno dla ekskluzywnych marek jak i dla drobnego handlu detalicznego w Wielkiej Brytanii. Problem jest upatrywany nie tylko w niepewności politycznej mającej związek z wyjściem Wielkiej Brytanii ze wspólnego rynku europejskiego, ale również

²² Z szacunków agencji Idea Force za rok 2019, wynika, że w Polsce „co drugi internauta realizuje zakupy poprzez urządzenia mobilne – to 45% wszystkich użytkowników”. Produkty najczęściej kupowane przez internautów to: ubrania i akcesoria, rozrywka (książki, muzyka, bilety do kina) oraz elektronika.

²³ W ofercie sklepu E-obuwie jest ok. 200 tysięcy par butów. Aby mieć dostęp do tak szerokiego asortymentu, dawniej odwiedzić około 70 tradycyjnych sklepów obuwniczych.

²⁴ W roku 2018 w Londynie następujące firmy ogłosiły zamknięcie swoich sklepów: House of Fraser 31 zamkniętych sklepów w br. - Poundworld - hurtowa sprzedaż towarów za funta - obecnie zagrożona bankructwem; firmy: Toys R Us, Maplin, upadły, firmy: Prezzo, Byron i James Italian zamknęły swoje restauracje. W 2019 roku, kontynuacja złej passy dla znanych firm handlu detalicznego: Mothercare, Bonmarche czy Links of London przeszło pod zarządek sądowy, a inne, jak HMV czy Debenhams, ogłaszały zwolnienia pracowników czy likwidację.

w rosnących kosztach utrzymania pracowników, kosztach wynajmu oraz w zauważalnym, jak już było to wspomniane, procesie zmian przyzwyczajęń konsumenckich.²⁵

Oznacza to, że niezbędny wcześniej w Londynie i innych miastach Wielkiej Brytanii proces nasycania śródmieścia punktowo lub linearnie w postaci ulic handlowych usługami, najczęściej ekskluzywnymi, które pociągnęły za sobą większe nasycenie tych przebudowywanych rejonów handlem detalicznym, gastronomią i tym podobnymi funkcjami, nie dosyć, że osiągnął po wielu latach swoje apogeum po procesie stałego wzrostu, to jednak spowodował zbyt duży rozkwit tychże usług, które w Anglii właśnie się obecnie likwiduje.²⁶

Należy zadać pytanie jak w związku z tym ratować śródmieście przed upadkiem poszczególnych lokali, w konsekwencji przed degradacją form, jak się okazało przestarzałych, nie potrzebnych w takiej ilości? Na tej samej cytowanej powyżej stronie dotyczącej tego problemu w Wielkiej Brytanii znajdujemy wezwanie, by jak najszybciej **odnowić tożsamość** tych miejsc w postaci tradycyjnych ulic handlowych. Przyczyny tego zjawiska upatruje się w odpłynięciu mieszkańców ze śródmieścia na tereny peryferyjne miast, czyli zmniejszenie się liczby klientów, którzy zmienili miejsce zamieszkania. Niestety, jedynie miejsca pracy czy ruch turystyczny nie generuje na zadawalającym poziomie przepływu klientów. Decydują tu ograniczenia godzinowe oraz sezonowe w przypadku turystów. Drugą przyczyną jest możliwość zrobienia zakupów przez Internet bez ruszania się z domu. Brak ruchu, chodzenia pieszo po mieście to niewątpliwie niezdrowe przyzwyczajenia, jednak należy przyjąć, że taki etap urynkowienia we wszystkich większych miastach może nastąpić i będzie trwał aż do czasu świadomej zmiany takiego sposobu zagospodarowania oraz przyzwyczajęń konsumenckich, które wyzwoli konieczność poruszania się pieszo w sprawach codziennych.

Ratunkiem może być jedynie zmiana sposobu zagospodarowania tych terenów centralnych miast. Preferowanym kierunkiem jest większe zaludnienie śródmieść to jest budowa mieszkań oraz miejsc pracy w postaci biur z usługami, jako dostarczenie bezpieczeństwa egzystencji społecznościom lokalnym centrum oraz wygody i komfortu życia. Zasady te zawarto w idei Nowego Urbanizmu - projektowania miast do wewnątrz.²⁷

W Wielkiej Brytanii zaczyna się wobec tego **era koncentracji funkcji w mieście**, czyli ponownego dążenia do **miasta zwarteo**. Model ten zastosowano dokonując rewitalizacji doków londyńskich przekształconych z dzielnicy magazynowo-portowo-przemysłowej na wielofunkcyjne tereny usługowo-mieszkaniowe, stanowiące dziś część centrum Londynu.

4. WNIOSKI

Czy jest nadzieja dla ulic handlowych?

Zmiany jakościowe

Głównym elementem polityki rozwoju miast w Europie, w celu poprawienia jakości życia mieszkańców oraz jego atrakcyjności ekonomiczno-kulturowej i społecznej jest dbałość o tworzenie wysokiej jakości przestrzeni publicznych (Karta Lipska, 2007)²⁸.

Podobnie jak centra handlowe reagują na zmiany koniunktury ekonomicznej inwestując w zmiany jakościowe, tak ulice handlowe powinny być poddawane nieustannym zabiegom inwestycyjnym; innej drogi nie ma. Tradycyjne ulice handlowe od galerii handlowych wyróżnia forma architektoniczna oraz układ wzajemnych powiązań urbanistycznych. Modernizacji lub konserwacji powinny być poddawane elewacje budynków z równoczesną dbałością o wnętrza oraz ich wewnętrzną in-

²⁵ Z analiz konsumenckich wynika, że w Wielkiej Brytanii, pod względem wartości, zakupy w sieci internetowej stanowią jedną piątą wszystkich zakupów dokonywanych przez Brytyjczyków.

²⁶ Wielkiej Brytanii w pierwszym półroczu 2018 r. zlikwidowano 868 stacjonarnych sklepów.

²⁷ Model rozwoju miasta do wewnątrz, jako pierwsze miasto w Polsce przyjęła Łódź w roku 2013 w Uchwale Rady Miejskiej w sprawie Strategii Przestrzennego Rozwoju Łodzi 2020+.

²⁸ Karta Lipska na rzecz zrównoważonego rozwoju miast europejskich, dokument przyjęty na spotkaniu ministrów państw UE w sprawie rozwoju miast i spójności terytorialnej, 24-25 maja w Lipsku 2007 r.

frastruktury zgodną ze współczesnymi rozwiązaniami technologicznymi na miarę XXI wieku. Modernizacji również powinny być poddane elementy ulic handlowych takie jak: posadzka, oświetlenie, elementy zieleni przyulicznej oraz meble miejskie. Szczególnej uwagi w aspekcie zmian jakościowych wymagają istniejące przestrzenie publiczne oraz ciągi piesze. Istotnym jest również kształtowanie nowych powiązań i stref pieszych w obrębie rejonu handlowego, szczególnie atrakcyjnych pod względem bezpieczeństwa dla pieszych. Paradoksalnie w latach 80-tych, w celu wykreowania idealnych galerii handlowych podpatrywano funkcjonujące z sukcesem organizmy miejskie. Obecnie miasto powinno czerpać doświadczenia i obserwować mechanizmy ekonomiczne i marketingowe zachodzące w półpublicznych przestrzeniach handlowych.

Odpowiednie zarządzanie

Od dekady, firmy doradcze o międzynarodowym zasięgu przeprowadzają analizy kondycji rynku handlu i usług dotyczące rozwoju ulic handlowych największych miast w Polsce. Opisywane są w nich problemy koordynacji podejmowanych przez miasta działań: nadmiernej biurokracji, braku promocji, polityki czynszowej nastawionej na przychód, a nie na spójną strategię zarządzania. W Warszawie np. dodatkowym obciążeniem dla rozwoju, nadal są problemy własnościowe związane ze skazą prawną, wywodzącą się z dekretu Bieruta, z roku 1945.

W przestrzeni ulic handlowych brakuje zarządzania odpowiednim doborem najemców, tzw. tenant-mix. W zależności od specyfiki obszaru oddziaływania, rodzaju handlu, siły nabywczej społeczeństwa - najważniejszy jest dobór najemców. Zajmuje się tym i pilotuje te procesy właśnie specjalny manager lub interdyscyplinarny zespół ekspertów. W ten sposób jest to organizowane w różnych miastach Europy Zachodniej.

Komplementarność zarządzania polega na spełnieniu czterech jego etapów, którymi najogólniej są: planowanie, organizacja zaplanowanych procesów i ich realizacja, kontrola wykonania (monitoring) oraz jeżeli nie udało się niektórych celów zrealizować na początku zaplanowanych osiągnąć - naprawa fragmentów zamierzenia. Z analizy przeprowadzonej w ramach opisanych badań historycznej części Warszawy z ulicami handlowymi wynika, że często realizacja zaplanowanych działań dokonywana jest fragmentarycznie, co z pewnością nie jest dobrą praktyką i należałoby ją usprawnić.

Wielofunkcyjność

Wielofunkcyjność w przestrzeni publicznej zaistniała już wcześniej. W oparciu o model interdyscyplinarny, który łączy handel i usługi z funkcją artystyczno-kulturalną działają już od lat np. Łódzka Manufaktura czy poznański Stary Browar.

Dla ulic handlowych, które od lat zmieniają swój profil funkcjonalny, z handlowego na gastronomiczny, przyszłością, mogą się okazać zrewitalizowane z sukcesem warszawskie obiekty, jak Hala Koszyki czy Elektrownia Powiśle, które łączą różnorodne funkcje.

BIBLIOGRAPHY

- Alexander Chr., *Język wzorców [A Pattern Language]*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk, 2008
- Gehl J., *Downtown Seattle. Public spaces and public life*, International Sustainability Institute Seattle, Copenhagen, 2009, [in:] A. Rochmińska, *Centra handlowe jako przestrzenie hybrydowe [Shopping malls as hybrid spaces]*
- Gehl J., Gemzøe L., *New City Spaces*, Danish Architectural Press, Copenhagen 2001.
- Graham W., *Miasta Wyśnione. Siedem wizji urbanistycznych, które kształtują nasz świat [Dream Cities. Seven Urban Ideas That Shape the World]*, Wydawnictwo Karakter, Łódź, 2016.
- Guranowska-Gruszecka K., Jeziorska A., *Potencjał możliwych przekształceń funkcjonalno-przestrzennych w aspekcie kreowania współczesnych przestrzeni ulic handlowych w centralnym obszarze Warszawy.*

- W rejonie ograniczonym przez: Al. Jerozolimskie, ul. Marszałkowska, ul. Świętokrzyską i Skarpę Warszawską, Urząd Miasta St. Warszawa, [The potential for possible functional and spatial transformations in the aspect of creating contemporary commercial street spaces in Warsaw downtown area. In the area bordered by: Aleje Jerozolimskie, Marszałkowska Street, Świętokrzyska Street and Skarpa Warszawska Street.], Urząd Miasta St. Warszawa, 2018,
- Harvey D., Bunt miast. Prawo do miasta i miejska rewolucja, [Rebel Cities] Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, Warszawa, 2012.
- Instytut Gospodarki Przestrzennej i Mieszkalnictwa, Człowiek i Środowisko [Man and The Environment] 31 (1-2) 2007, pp.123-131, Dylewski R., Żywiłowa suburbanizacja w świetle Raportu Komisji Europejskiej i wnioski dla Polski [Spontaneous suburbanization in the light of the Report by the European Commission and its Conclusions for Poland], p.126, Warszawa, 2007.
- ITV, Report, <https://www.itv.com/news/2018-07-04/bricks-and-mortar-shops-can-no-longer-anchor-high-streets-reviev/> dostęp/access 2019-10-05
- ITV, Report, <https://www.itv.com/news/2020-01-09/why-2019-might-be-the-year-retail-bosses-are-keen-to-forget/> dostęp/access 2020-01-10
- Jacobs J., Śmierć i życie wielkich miast Ameryki [Death and Life of Great American Cities], Fundacja Centrum Architektury, Warszawa, 2014.
- Jeziorska A., Węzły miejskości w aspekcie życia miejskiego i jego atrakcyjności ekonomiczno-kulturalnej [Urban nodes in the aspect of urban life and its economic and cultural attractiveness] [in:] Węzły miasta [Urban Nodes] ed. Guranowska-Gruszecka K., Łaskarzewska M., Fundacja Wydziału Architektury Politechniki Warszawskiej, NKA, Warszawa, 2018.
- Juchnowicz S., Podstawowe elementy teorii centrum miejskiego [Basic Elements of Theory on Urban Downtown][in:] Śródmieścia miast polskich [Downtowns of Polish Cities], Wyd. Polskiej Akademii nauk, Wrocław, 1971.
- Karta Lipska, [Leipzig Charter on Sustainable European Cities], http://projektymiejskie.pl/wpcontent/uploads/2016/04/karta_lipska_pl.pdf, dostęp /accessed August, 25th2018
- Karta Przestrzeni Publicznej [Charter on Public Space, [in:] Nowa Urbanistyka – nowa jakość życia, materiały III Kongresu Urbanistyki Polskiej [New Urbanness – a new quality of life, papers from III Congress of Polish Urban Planning] ed. E Cichy - Pazdar, T. Markowski, biblioteka urbanisty, issue 14m Urbanista, Warszawa, 2009, pp. 234-237. Authors of the Charter L. Biegański, G. Buczek, E. Cichy - Pazdar, S. Gzell, A. Kowalewski i T. Markowski.
- Landry Ch., Kreatywne miasto [Creative City], Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2012.
- Lefebvre H., Prawo do miasta [The Right to the City], 1967, Paryż, trans. E. Majewska, 2010.
- Lenartowicz J. K., O psychologii architektury [On the Psychology of Architecture], Wyd. Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki, Kraków, 1992.
- Lorens A., Fenomen miejsc biesiadnych w mieście [The Phenomenon of Festive Spots in the City], Wydawnictwo Fundacja im. Stefana Kuryłowicza, Warszawa, 2016.
- Majer A., Socjologia i przestrzeń miejska [Sociology and Urban Space], Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010, Warszawa.
- Omilanowska M., Świątynie handlu. Warszawska architektura komercyjna doby wielkomiejskiej [Temples of commerce. Warsaw commercial architecture of the metropolitan era], Instytut Sztuki Polskiej Akademii Nauk, Warszawa, 200
- Pecennik P., Transport w Śródmieściu Warszawy w latach 1960-2015. Porównanie z innymi miastami w Europie [Transport in the Warsaw city downtown in 1960-2015. Comparison with other European cities], Rozprawa doktorska [PhD Thesis], Biblioteka Wydziału Architektury Politechniki Warszawskiej, Warszawa, 2017.
- Raport e-commerce, <https://www.ideo.pl/e-commerce/wiedza/polski-rynek-e-commerce-raport-e-commerce-2019> dostęp/access 2019-12-05
- Raport konsumencki firmy Jones Lang La Salle, o stanie głównych ulic handlowych z 2010 [Consumer report by Jones Lang La Salle on the condition of major commercial streets in 2010] <https://www.research.joneslanglaslle.com>, dostęp/access 2011-05-25
- Raport konsumencki [Consumer Report], Cushman & Wakefield 2019, Jak ugryźć e-commerce w magazynie? [How to deal with e-commerce in a warehouse?], Warszawa, 2019.

Ritzer G., Makdonaldyzacja społeczeństwa [Mc'Donaldization of the Society], Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa, 2005.

Wywiad-w-business-insider, <https://www.businessinsider.com.pl/finanse/showroomy-zastapia-sklepy-e-commerce-a-przyszlosc-handlu/> dostęp/access 2019-11-25

Wywiad-w-business-insider, <https://www.businessinsider.com.pl/finanse/handel/handlowa-apokalipsa-zamykane-sklepy-w-usa/> dostęp/access 2019-11-05

AUTHOR'S NOTE

A graduate of the Warsaw University of Technology, the Faculty of Architecture, adiunkt [assistant professor] at the Vistula University in Warsaw at the European Faculty of Arts; she cooperates with the Department of Urban Design and Rural Landscape of the Technical University of Warsaw and, as part of her didactic classes, with the Faculty of Geography and Regional Studies of the University of Warsaw.

O AUTORZE

Absolwentka Politechniki Warszawskiej, Wydziału Architektury, adiunkt w Akademii Finansów i Biznesu Vistula w Warszawie na Europejskim Wydziale Sztuk; współpracuje z Katedrą Projektowania Urbanistycznego i Krajobrazu Wiejskiego WA PW oraz w ramach zajęć dydaktycznych z Wydziałem Geografii i Studiów Regionalnych Uniwersytetu Warszawskiego.

Contact | Kontakt: a.jeziorska@vistula.edu.pl