

DEHQON BOZORINI ARXITEKTURASINI QAYTA TIKLASH**Djurayeva Nilufar Haydarovna***(SamDAQU) doktorant*

Eski bozorni qayta tiklash nafaqat oziq-ovqat bozorining jihozlari va dizaynini yangilashni, balki uning butun faoliyati tizimini ham o'z ichiga oladi. Eski bozorlar bir necha o'n yillar davomida faoliyat yuritib kelayotgan oziq-ovqat, qishloq xo'jaligi bozorlar bo'lib, ko'pincha sobiq ittifoq davridan qolgan. Bunday bozorlar oziq-ovqat tarmoqlari ko'p bo'lmagan, barcha oziq-ovqat savdosi maishiy do'konlar, supermarketlar, shuningdek, shahar va tuman bozorlari formatida amalga oshirilgan davrda tashkil etilgan. O'sha kunlarda oziq-ovqat chakana savdosida unchalik ko'p mashinalar va raqobat darajasi yo'q edi. Shu bois, so'nggi o'n yil ichida global o'zgarishlar ro'y bermagan eski bozorlar "egila" boshladi. Shuning uchun zamonaviy sharoitda eski bozorlar qayta ishlashni talab etilmoqda.

Bozorni qayta tiklash - bu uning zamonaviy sharoitlarga moslashish jarayonidir. Qayta tiklash uchun quyidagilarni e'iborga olish zarur:

savdo maydonchasining umumiy maydoni;

bozorda taqdim etilishi kerak bo'lgan mahsulot toifalari;

tashrif buyuruvchilarning savdo maydonchasi atrofida harakatlanishi tizimi;

savdo maydonchasini rayonlashtirish amalga oshiriladi mahsulotni toifalari bilan joylashtirish;

zarur jihozlar turi aniqlash;

bozorning narx siyosati shakllantirish va boshqalar.

Sovet tipidagi barcha eski bozorlar yo'q bo'lib ketmoqda shuning uchun bozorni qayta qurish talab etilmoqda. Savdo markazlari ko'pincha eski bozorlar o'rnida quriladi - bu bozor hududini rivojlantirishi mumkin. Shu bilan birga, shuni ta'kidlab o'ish kerakki, bozor joyida savdo markazini qurish har doim ham eng yaxshi usullardan emas, bozorni asl xolicha qayta tiklash bu to'g'ri qaror bo'ladi hamda uni hozirgi zamon alablariga moslasheshkshi qayta qurish talab etilmoqdsh. Bu har doim chuqur tahlilni talab qiladi, ammo qayta tiklash har doim ham amalga oshirilaermaydi.

Dehqon bozorining kontseptsiyasi va dizayni bozorning qanchalik muvaffaqiyatli bo'lishini, unga xaridorlar qatnovini, ijarachilarning bir-biri bilan yonma-yon samarali ishlashini aniqlashning asosiy bosqichi hisoblanadi.

Bozor savdo maydonchasining juda katta yoki juda kichikligi

Agar bozor maqsadli auditoriya hajmiga nisbatan juda katta bo'lsa, bozorda ko'plab ijarachilar mavjud bo'lganda vaziyat yuzaga keladi, ammo xaridorlar etarli emas, mos ravishda ijarachilarning savdosi past bo'ladi. Ijara haqini to'lash imkoniyatiga ega bo'lish, natijada hamma narsa bozorda qisman joylar bilan yakunlanadi. Juda kichik bozor xaridorlarni qiziqtirmasligi mumkin va odamlar unga bormaydi.

Bozorni noto'g'ri rayonlashtirish (mahsulot toifalarining bozorda joylashishi)

Noto'g'ri rayonlashtirish ba'zi ijarachilar yaxshi savdo qilishiga olib keladi, boshqalari esa yo'q. Natijada, ba'zi ijarachilar ijara haqini to'lay olmaydigan, boshqalari esa yaxshi daromad bilan ishlaydigan vaziyat yuzaga kelishi mumkin.

Bozorda bo'lmasligi kerak bo'lgan mahsulot bilan savdo qilish

Ko'pincha bozorda umuman bo'lmasligi kerak bo'lgan mahsulot bilan savdo qilayotganimni ko'ramiz. Ya'ni, bozor do'konga aylanganda ushbu vaziyat yuzaga keladi.

Oziq-ovqat bozori kontseptsiyasi va boshqa ko'plab muammolarni hal qilish imkonini beradi. Dehqon bozori kontseptsiyasi doirasida bo'sh savdo rastalari bo'lmasligi uchun optimal bozor maydoni aniqlanadi, narx siyosati tanlanadi, format va joylashuv ko'rsatiladi, mahsulot toifalari tanlanadi, savdo maydonini rayonlashtirish amalga oshiriladi, va zamonaviy chakana savdo bozorining muvaffaqiyatli ishlashi bilan bog'liq boshqa ko'plab masalalar ko'rib chiqiladi.

Bozorni tartibli rayonlashtirish

Bozorning joylashuvi va uni rayonlashtirish odatda dehqon bozori kontseptsiyasini yaratish bosqichiga kiradi. Buning sababi zalda do'kon oynalari va peshtaxtalarni to'g'ri joylashtirish uchun quyidagilarni aniqlash kerak:

maqsadli auditoriya hajmi va raqobat muhitidan kelib chiqqan holda savdo maydonchasining optimal maydoni;

bozorda taqdim etilishi kerak bo'lgan mahsulot toifalarini va ularning mutanosib munosabatini aniqlash;

yuqoridagi parametrlardan kelib chiqib, bozor ichida ijarachilar o'rtasida qattiq raqobat bo'lmasligi uchun savdo majmualarining o'lchamlarini aniqlash;

bino konfiguratsiyasi, mahsulot assortimenti va maqsadli auditoriyadan kelib chiqqan holda o'lchamlarini (pavilonlar, ochiq maydon) aniqlash;

Ko'rib turganingizdek, vakolatli tartibni yaratish uchun bozorning to'liq kontseptsiyasini ishlab chiqishi kerak. Faqat kamdan-kam hollarda bozor tartibini kontseptsiyadan alohida yaratish mumkin, qoida tariqasida, bu

zamonaviy bozor yaqinda ochilgan vaziyat, ammo xatolarga yo'l qo'yilgan va endi savdo tartibini o'zgartirish kerak. Bozorni rayonlashtirish jarayonida zalda mahsulot toifalarining joylashuvi ijarachilarning muvaffaqiyatli o'zaro aloqasi va bir-birining savdosini oshirishi uchun ko'rsatilgan. Yo'laklarning kengligi, savdo markazlarining o'lchamlari o'lik zonalar yaratilmasligi uchun belgilanadi va tashrif buyuruvchilar butun savdo maydonchasini chetlab o'tib, bozor bo'ylab xaridlarni amalga oshiradilar. Joylashtirishni yaratish jarayonida ko'plab muhim jihatlar hisobga olinadi: bozorda turli xil mahsulotlarning hidlarining tarqalishi, asosiy va ikkilamchi kirish joylarining joylashishi, tabiiy va sun'iy yorug'likning mavjudligi, mahsulotni vizual idrok etish va boshqalar.

Dehqon bozori dizayni, 3D vizualizatsiya

Dehqon bozorining dizayni dastlabki bosqichda, ishga tushirilgandan yoki qayta ishlab chiqilgandan so'ng darhol xaridorlarni bozorga jalb etishda juda muhim rol o'ynaydi. Kelajakda, albatta, tovarlar sifati va bozor bahosi birinchi o'ringa chiqadi. To'g'ri tanlangan dizayn xaridorlarni o'ziga jalb qiladi, ammo bozor kontseptsiya, narx siyosati, ijarachilarning tarkibi va mahsulot sifati bo'yicha ba'zi xatolarga yo'l qo'ysa, kelajakda ularni saqlab qololmaydi. Bozor dizayni uning oziq-ovqat tarmog'iga nisbatan afzalliklarini ta'kidlab, kamchiliklarini yashirishi kerak. Dizayn har bir bozor uchun alohida ishlab chiqilishi kerakligini ta'kidlash juda muhim, chunki bu bir qator omillarga bog'liq:

ranglarni noto'g'ri tanlash;

bozor juda arzon ko'rinadi va maqsadli auditoriya ehtiyojlarini qondirmaydi;

bozor juda qimmat ko'rinadi va kam ta'minlangan aholini qo'rqitadi;

bozorni tozalash xarajatlari qoplanmaydi

Shuningdek, bozorni 3D formatida vizualizatsiya qilish doirasida bozor qanday bo'lishining yaxlit tasviri taqdim etiladi, bu esa bozorni qurish pardoqlash va jihozlashda xatolarga yo'l qo'ymaslik imkonini beradi.

Bozorni loyihalash va qurish;

Dehqon bozorlarini loyihalash kontseptsiyani ishlab chiqishdan keyingi bosqichdir. Bozorni o'z kontseptsiyasiga ega bo'lmasdan loyihalashni boshlash loyihaning muvaffaqiyatsizligiga to'g'ridan-to'g'ri yo'l, chunki kontseptsiyani ishlab chiqish bosqichida bozor maydoni aniqlanadi - bu bozorning muvaffaqiyatli ishlashi bilan bog'liq bo'lgan asosiy parametrdir va kontseptsiya oziq-ovqat bozorini loyihalashda hisobga olinishi kerak bo'lgan bir qator boshqa muhim parametrlarni ham belgilaydi.

Zamonaviy oziq-ovqat bozorlari savdo markazlari binolarida ham, alohida binolarda ham joylashishi mumkin. Savdo markazidagi bozor haqida gap

ketganda, nafaqat savdo markazi loyihalashtirilmoqda, balki oziq-ovqat savdosi uchun hudud ajratilgan, u ham oziq-ovqat bozorini, ham oziq-ovqat gipermarketi supermarketini joylashtirish uchun mos bo'lishi kerak. Shu bilan birga, texnik nuqtai nazardan, oziq-ovqat do'konining maydoni dehqon bozoriga osongina moslashtirilishi mumkin. Ikkinchi holat - bozorni joylashtirish uchun alohida bino qurilayotganda.

Zamonaviy bozorlarning mustaqil binolar ko'rinishidagi dizayni bozor faoliyati uchun muhim bo'lgan ko'plab jihatlarni hisobga olish imkonini beradi. binoning shakli, binoning turi, kirish joylari soni va joylashuvi, tabiiy yorug'likning mavjudligi va boshqalar. Qurilish texnologiyasi va ishlatiladigan qurilish materiallarini tanlash muhim rol o'ynaydi, loyihaning narxi bunga bog'liq bo'ladi. Bozorni loyihalashda, barcha qoidalarga rioya qilishdan tashqari, ob'ektning muvaffaqiyatli ishlashiga ta'sir qiladigan tafsilotlarga alohida e'tibor berilishi kerak: tovarlarni tashish, ularni saqlash, sotish uchun tayyorlash qulayligi, shuningdek kirish joyi va tashrif buyuruvchilarning binoga yaqinlashishi, ob'ektning yo'ldan ko'rinishi, binoning tashqi ko'rinishiga mosligi bozorning zamonaviy formati, reklama vositalarini joylashtirish imkoniyati va boshqalar. Bino loyihalashtirilgandan so'ng, bozorning qurilish bosqichi boshlanadi.

Bozor binosini qurish qiyin emas, chunki ko'p hollarda bunday ob'ektlarning konfiguratsiyasi juda oddiy va agar dizayn bosqichida hech qanday xatolik bo'lmasa, qurilish va pardozlash ishlarining o'zi qiyinchiliklarga olib kelmaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Pulatov X.Sh. Базары старого Ташкента –Т :Пути развития архитектуры Узбекистана 1983
2. Noyfert E. Строительное проектирование. Москва, Стройиздат, 1991
3. Vlasova M.L Создание Торгово-развлекательных центров в России. Moskva. «Dashkov.I.K», 2012. 368-b.
4. Zaynullina A.M. Типология современных архитектурных решений рынков. Izvestiya KGASU, 2017, № 4 (42), 95-96 s.
4. Seitekov B. E. “Yopiq bozor majmualarining arxitekturaviy tipologik echimlari tarixiylik va zamonaviylik” magistr dissertatsiya- Toshkent- 2014
5. <https://farmers-markets.ru/index.php/prodvizhenie-rynka>