

УДК 72.01

**Зайнуллина А.М.** – проектировщикE-mail: [adelina\\_design@mail.ru](mailto:adelina_design@mail.ru)**ООО «СтройЭлитСервис»**

Адрес организации: 420137, Россия, г. Казань, ул. Маршала Чуйкова, д. 87-88

## Типология современных архитектурных решений рынков

### Аннотация

*Постановка задачи.* Цель исследования – создание классификации современных рынков по их объемно-планировочной структуре, изучению зарубежного опыта в проектировании рыночных пространств, выявлении новых типологий, сложившихся путем симбиоза нескольких архитектурных единиц.

*Результаты.* Основные результаты исследования состоят в формировании классификации рыночных пространств, выявлении новой типологии и использовании их при проектировании торговых и рыночных пространств.

*Выводы.* Значимость полученных результатов для архитектуры состоит в создании нового подхода при проектировании, путем симбиоза нескольких функций пространства и формирования нового архитектурного пространства рынков.

**Ключевые слова:** торговый центр, общество потребления, ярмарка, традиции, торговля, архитектура, современное торговое пространство.

В статье рассматривается влияние современных торговых пространств на структуру и облик города. Создание новой типологии пространства торгового центра, отвечающего потребностям, основанного на историческом аспекте, заключающего в себе возрождение традиционной торговли. Переосмысление роли рынков в градообразующем и социальном плане.

Середина XX века ознаменовалась для Российской экономики как время начала динамично и стабильно развивающейся отрасли. К окончанию столетия современные молы и гипермаркеты стали насыщать города, а здания продовольственных рынков и базаров в худшем случае сносили, а в лучшем перепрофилировали. Но уже к началу XXI века стала возрастать тенденция здорового образа жизни и употребления натуральных продуктов. Рынок как типология стал активно возвращать утраченные позиции: реконструируются старые здания, строятся новые, при этом понятие «рынок» трактуется максимально широко [1].

За прошедшие 5-7 лет в крупных Российских городах наблюдается тенденция по сокращению строительства крупных торговых центров. Процесс глобализации в экономике и в обществе зачастую негативно сказывается на городской среде и городском планировании, так как места торговли представляют собой центр событий, и притяжением большого числа людей. Вопрос о стихийном появлении торговых площадей стоит очень остро. Торговые пространства становятся яркими ориентирами в структуре города, а также коммуникационными узлами и общественными пространствами [2]. Современные города имеют огромное количество торговых площадок, каждая единица торгового центра идентична другой с визуальной и функциональной точки зрения, их архитектура и визуальный облик безликий. Живое общение и ощущение контекста места, его историческая ценность, приобретают все большую ценность на фоне глобализации и урбанизации городов. Такими характеристиками обладают городские рынки. Моно-функция совершения покупок, утрачивает свою актуальность, современный городской потребитель хочет идентифицировать себя с местом: чувствовать колорит, дух места, и получать живое общение с людьми. Роль рынка ранее и сейчас состоит в том, чтобы быть катализатором экономической и социальной коммуникации сообществ.

В нашем понимании рынок - это шумное и беспорядочное место, которое не несет в себе отражение современного и комфортного уровня жизни. Встает задача, переосмысления роли рынков в городской структуре и придания им того колорита и живого действия, которые существовали сотни лет назад.

Многие девелоперы говорят сегодня о рынках, размышляя об их строительстве, а руководства функционирующих торговых пространств – о приоритете и смещении супермаркета рыночными площадками. В странах Азии, Европе и США существуют рынки, успешно внедренные состав торговых центров, от районных до окружных [3].

На примере крупных городов видно, что такая проблема, как безжизненность городских центров, решается с помощью возвращения в центр города оживленного полифункционального рыночного пространства. Рынок – это идеальный вид пространства для розничной торговли, рыночная торговля появилась тысячи лет назад, и актуальна, по сей день. Исторически так сложилось, что на рынок люди приходили не только купить или продать товар, здесь происходили мощные социальные отношения, решались важные общественные вопросы, укреплялись связи, здесь можно было найти любой товар. В наше время рынки разнообразны по своему ассортименту: продовольственные, вещевые, строительные, универсальные. Так же рынки различаются по своей типологии: крытый рынок, ярмарочная площадь, стихийный, фестивальные рынки [1].

Так же одна из проблем современных торговых центров – это их архитектурный облик. Широкий спрос на товар и продукты меняет типологию зданий и художественно-выразительный облик. Современный магазин представляет собой большой по площади, быстро возводимый склад, обезличенная архитектура, не отражающая контекста, окружающего здания. Следствием подобного подхода к архитектуре торговых центров возникает тенденция к «стихийному» строительству торговых объектов-складов, которые не вписываются в существующую застройку, не отражают национальных особенностей, не демонстрируют пространственную организацию и художественный образ общественного здания [4].

В рамках данной статьи обращается внимание на формат современных рыночных комплексов, как на альтернативу стандартной концепции торгового комплекса. Существует мнение, что рынки – шумное и беспорядочное пространство, которое не отражает современный и комфортный уровень жизни.

Одно из решений проблем современных рыночных пространств – это изменение представления потребителя о торговле, потреблении и роли рынка. Встает задача в переосмыслении его роли в городской структуре. Одно из главных преимуществ районного «фреш-маркета» с точки зрения современного покупателя – близкие к рыночным цены на свежую, качественную продукцию, которую можно приобретать в гораздо более комфортных условиях. Современный рынок – это больше чем просто торговая функция, это место коммуникации, досуга и развлечения, там могут проходить мастер классы, организовываться кулинарные школы, сдаваться временное жилье для фермеров и т.д. Такие сложно запрограммированные общественные пространства – это новая гибкая современная культурно-коммерческая типология, которая может составить серьёзную конкуренцию привычным местам общественного досуга вроде музея, театра или кинотеатра.

Современные или обновленные рынки могут существовать не только, лишь реализуя продукцию, а за счет реорганизации режима функционирования и содержательной функциональной программы, превращающей рынок из коммерческого пространства в общественное культурное пространство.

Планировку рядов прилавков рыночных комплексов, по структуре, можно сравнить с городскими кварталами, поэтому при гибкой планировке, каждый из них может стать площадкой для организации новых видов функций: возможность организации разнообразных комбинаций и планировок торговых павильонов. Рассмотрим один из вариантов организации торговых рядов: несколько прилавков перекрытые деревянным настилом, – это однодневный рынок дачных продуктов летом, а зимой – место продажи носков и рукавиц. Один длинный ряд прилавков, накрытый одной столешницей, – это и подиум для показов, и длинный стол для празднования. Уже в вечернее время, на несколько часов каждый прилавок может превратиться в кулинарный мастер-класс, барную стойку, постамент для инсталляции современного художника.

Для спальных районов и жилых массивов можно разработать другую типологию рынка – очень дешёвый, социальный объект, преимущественно торгующий продуктами из городов Татарстана и некоторых других областей. Возможно, именно такой рынок необходим местным жителям. Он может быть выполнен из лёгких передвижных

прилавков, из которых нетрудно составить разнообразные конфигурации или освободить центральное пространство под мероприятия. Рынок также восполняет критический недостаток общественных пространств в спальнях районах: можно будет потолкаться, встретиться с друзьями, поесть в столовой, посмотреть бесплатное кино, а также выполнить мелкие семейные поручения – отдать в починку обувь, сделать новые ключи или маникюр [5]. Учитывая все вышеперечисленное можно сформировать таблицу типологий рыночных пространств (рис. 1-2).

На основе анализа проектного опыта рыночных пространств составлена следующая спецификация: Рынок, как новая функция здания – пример ревалоризации производственного здания, придания ему новой функции, путем реконструкции; Крытый рынок, это исторический рынок, который существовал в городе несколько веков, и для него создали конструкцию – навес, что в результате реконструкции оказалось интересным фасадным элементом; Рынок и площадь – это планировочное решение рыночного пространство, где запланировано не только здание рынка, но и торговая площадь для сезонных мероприятий; Рынок и жилье – новая типология торгового сооружения с жилой функцией; Современный рынок с национальным мотивом – данный вид рынков можно чаще всего встретить в странах Ближнего Востока, где историческая и современная архитектура строится в соответствии с местным колоритом, на фасаде мы можем наблюдать арабские узоры, в отделке могут использоваться характерные для местности материалы; Рынок-павильон – небольшое торговое помещение для реализации одной группы товаров, например в портовых городах западной Европы существуют рыбные павильоны на набережных, чаще всего это крытый ряд прилавков.

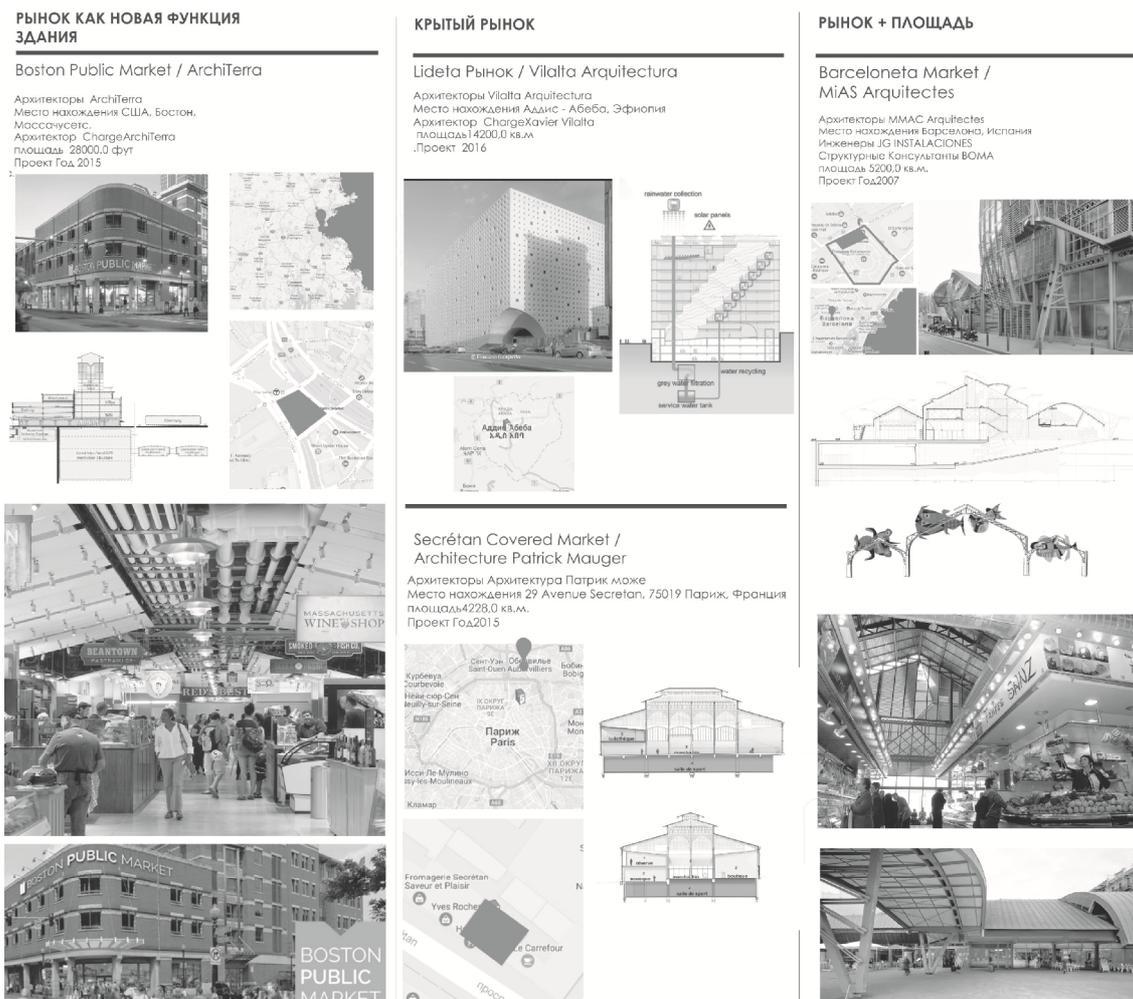


Рис. 1. Типология современных архитектурных решений рынков

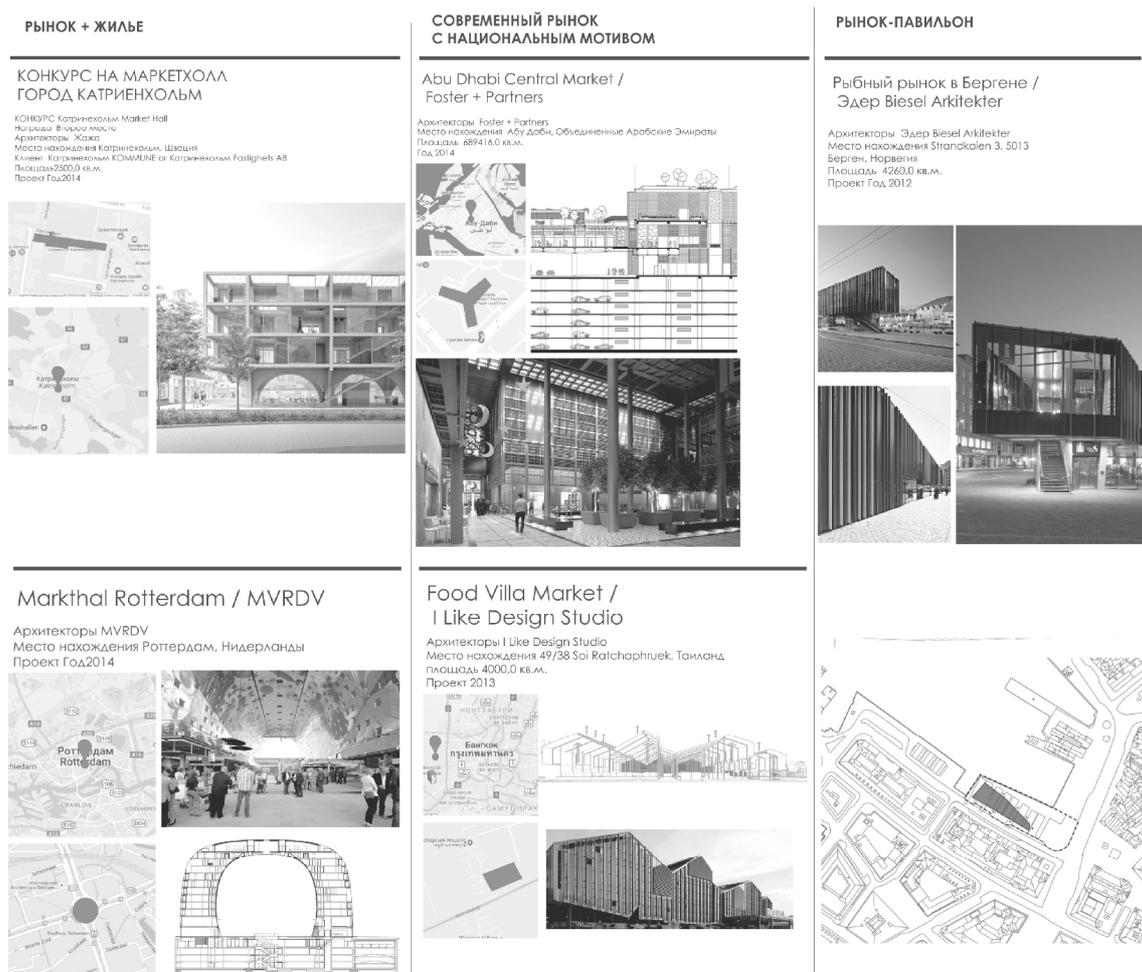


Рис. 2. Типология современных архитектурных решений рынков (приложение к таблице)

Подобная новая типология необходима для переосмысления торговли и потребления, а также для формирования облика современного магазина. Таким образом, появляется новый вид торговых помещений для традиционных национальных ярмарок в современной интерпретации

В рамках исследования проанализированы рынки во многих крупных городах: Париж, Стокгольм, Роттердам, Амстердам, Пекин, Барселона, Москва и Казань. Выявление основных градостроительных параметров мест расположения, влияющих на структуру объекта. Разработка принципиальных функциональных и объемно-планировочных схем с учетом проведенных исследований. Разработка рекомендаций по составлению технических условий для проектирования торговых пространств, для проведения традиционных ярмарок в различных градостроительных ситуациях [6]. Современному рынку не хватает интерактивности, здесь могли бы проводиться образовательные мастер-классы, где разбираются основы правильного питания, так же необходимо подключить рынки к глобальной сети доставки питания, открывать на базе реализуемой продукции тематические кафе и рестораны. Исследование показало, что рынки сегодня существуют во всем многообразии функционального состава и типологии. Сегодня рынок может совмещаться с любой другой функцией, при этом экономика сама формирует запрос, создавая уникальность объекта [7].

Таким образом, если в 20 веке здания рынков сносили или перепрофилировали, то 21 век обозначил совершенно новую тенденцию. На волне интереса к «зеленой» теме, рынок как типология стал активно возвращать утраченные позиции. Реконструируются старые здания, строятся новые, при этом понятие «рынок» трактуется максимально широко.

На примере города Казань можно рассмотреть историческую эволюцию торговых рыночных площадей. Многие из них уже утратили свою функцию, но сохранили свои

исторические названия. В начале XX века в Казани насчитывалось 17 площадей. Площади использовались для проведения сезонных торговых ярмарок, периодических воскресных торговлей, а многих из площадей служили для воинских парадов и учений. Для Казани исторически торговля является одним из градообразующих факторов. Великий Шелковый путь соединял города и страны, привносил новые течения, мысли и религиозные идеи. Ярмарки и рынки возникали в гаванях и на пристанях городов, и различались по разнообразию товара: существовали лесные, конные, степные, скотские ярмарки, в зависимости от товара работали по разной продолжительности [8].

Волжский путь развил экономику многих городов, сделал их крупными торговыми центрами. С появлением торговли в городах улучшились доходы возможности населения, вырос уровень их жизни, торговля стала основным источником дохода и процветания.

В истории Казани сохранилось много упоминаний о Казанской ярмарке на территории Гостиного Двора. Ярмарка могла функционировать в течении всего лета, Гостиный (Купеческий) остров был комфортным местом для проведения сделок. До 1552 года ярмарка в Гостином острове считалась крупнейшей на территории Поволжья [9]. Однако для ослабления влияния татарских купцов и казанского ханства, московский царь Василий III издал указ о переносе ярмарки в Нижний Новгород, несмотря на это, Казань по-прежнему привлекала торговцев. На тот момент, в 1858 году на территории Казанской губернии функционировало около 30 ярмарок (рис. 3).



Рис. 3. Современный и исторический вид рынков Казани

Гостиный двор явился мощным импульсом для появления торговой площади, которая меняла свои названия, но сохранила свою структуру до наших дней. При казанском ханстве она называлась «Ташаяк», до советского времени «Толкучий рынок».

Сенная площадь была торговой для татарской части города, тут располагался настоящий восточный рынок, он был застроен по периметру мечетями, доходными домами, гостиничными домами, мелкими лавками и общественными банями. Сенной базар упоминал в своих произведениях Габдулла Тукай и многие другие татарские авторы. А основной архитектурной доминантой Сенного базара и рыночной площади служила Сенная мечеть [10]. На иллюстрации можно увидеть, как выглядят исторические торговые площади в современной Казани.

Ярмарочные площади со временем обрастали зданиями, доходными домами, за ними строились жилые дома и мечети. Рыночные площади становятся градообразующим элементом, они создали структуру города, фрагменты которой сохранились в современном плане Казани [11].

Торговля в Казани имела свою эволюцию, развивалась в зависимости от политической ситуации и достигла своего максимального роста в советское время (рис. 4).



Рис. 4. Хронология эволюции торговли в Казани

Проанализировав исторические предпосылки развития торговли в Казани, можно сделать вывод- развитию Казани способствует торговля на протяжении истории существования города. На сегодняшний день остро стоит проблема облика и планировочной структуры торговых и рыночных пространств. Создание новой типологии возможно лишь при изучении истории развития торговли в регионе, учете традиций, а также основываясь на зарубежном опыте и совершенно новом для нас подходе. Необходимо переосмысление торговли и потребления, только таким образом возможно формирование облика современного магазина, и появления нового вида торговых помещений, традиционных национальных ярмарок в современной интерпретации.

### Список библиографических ссылок

1. Смирнова О. В., Хромов В. Я. Учреждения бытового обслуживания и общественные центры городов. М. : Стройиздат, 1973. 112 с.
2. Линч К. Образ города. М. : Стройиздат, 1982. 328 с.
3. Smith P. E. Shopping centers planning and management. New York. 195 с.
4. Zohlen G. Shopping-Malls. Stuttgart. 2010. С. 115–121.
5. Архитектура рынков: экономическая социология капиталистических обществ XXI века // cyberleninka.ru: научная электронная библиотека. 2017. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/arkhitektura-rynkov-ekonomicheskaya-sotsiologiya-kapitalisticheskikh-obschestv-xxi-veka-1> (дата обращения: 07.08.2017).
6. Архитектура общественно-торговых центров в историческом ядре крупнейшего города // dissercat.com: Научная библиотека диссертаций и авторефератов. 2017 URL: <http://www.dissercat.com/content/arkhitektura-obshchestvenno-torgovykh-tsentrov-v-istoricheskom-yadre-krupneishego-goroda-na-> (дата обращения: 30.08.2017)
7. Toissant J. Y. User, observer, programmer et fabriquer l'espace public. Losanne. 2013. 288 с.
8. Агеева Л. В. Суконка – исчезнувшая история // Казанские Истории. 2010. № 26. 8с.
9. Лебедев А. Рыбноярская площадь // Республика Татарстан: общественно-политическая газета. 2015. № 209. 5 с.

10. Баязитов А., Ибрагимова Р. Улица Московская // Казанские Истории. 2011. № 7. 4 с.
11. Иванова Е. А. Исторический обзор формирования Казанских городских рыночных площадей // Архитектон: известия вузов. 2012. № 40.

**Zainullina A.M.** – designer

E-mail: [adelina\\_design@mail.ru](mailto:adelina_design@mail.ru)

**LTD «StroyElitServis»**

The organization address: 420137, Russia, Kazan, Marshal Chuikov st., 87-88

### Typology of modern architectural solutions for markets

#### Abstract

*Problem statement.* The purpose of the research is to create a classification of modern markets in terms of their volume-planning structure, study foreign experience in designing market spaces, identify new typologies that have emerged through the symbiosis of several architectural units.

*Results.* The main results of the research consist in the formation of a classification of market spaces, the identification of a new typology and their use in the design of trade and market spaces.

*Conclusions.* The significance of the obtained results for the architecture consists in creating a new approach in the design, by the symbiosis of several functions of space and the formation of a new architectural space of markets.

**Keywords:** shopping center, consumer society, fair, traditions, trade, architecture, modern trade space.

#### References

1. Smirnova O. V., Khromov V. Y. Institutions of consumer services and public centers of cities. M. : Stroyizdat, 1973. 112 p.
2. Lynch K. The image of the city. M. : Stroyizdat, 1982. 328 p.
3. Smith P. E. Shopping centers planning and management. New York. 195 p.
4. Zohlen G. Shopping-Malls. Stuttgart. 2010. P. 115–121.
5. Architecture of markets: economic sociology of capitalist societies of the XXI century // cyberleninka.ru: a scientific electronic library. 2017. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/arkhitektura-rynkov-ekonomicheskaya-sotsiologiya-kapitalisticheskikh-obschestv-xxi-veka-1> (reference date: 07.08.2017).
6. Architecture of public and commercial centers in the historical nucleus of the largest city // dissercat.com: Scientific library of dissertations and author's abstracts. 2017 URL: <http://www.dissercat.com/content/arkhitektura-obshchestvenno-torgovykh-tsentrov-v-istoricheskom-yadre-krupneishego-goroda-na-> (reference date: 30.08.2017).
7. Toissant J. Y. User, observer, programmer et fabriquer l'espace public. Losanne. 2013. 288 p.
8. Ageeva L. V. Sukonka – the vanished story // Kazanskiye Istorii. 2010. № 26. 8p.
9. Lebedev A. Rybnoryadskaya Square // The Republic of Tatarstan: a socio-political newspaper. 2015. № 209. 5 p.
10. Bayazitov A., Ibragimova R. The Moscow street // Kazanskiye Istorii. 2011. № 7. 4 p.
11. Ivanova E. A. Historical review of the formation of Kazan urban market areas // Architecton: izvestiya vuzov. 2012. № 40.