

طراحی مجتمع فرهنگی ، تجاری - اداری

بر اساس (مبانی) نظری طراحی - بستر طرح - مطالعات موضوع

طرح - فرآیند طراحی)

آفاق صالحی دلا، صافی



انتشارات جانسون
JANSON PUBL

سرشناسه	صالحی دلارستاقی، آفاق، ۱۳۷۵ -
عنوان و نام پدیدآور	طراحی مجتمع فرهنگی، تجاری - اداری براساس (مبانی نظری طراحی_یستر طرح_مطالعات موضوع طرح_فرآیند طراحی) / آفاق صالحی دلارستاقی.
مشخصات نشر	تهران: انتشارات حانون، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	۲۴۶ ص.
شابک	978-622-617168-7
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
موضوع	مجتمع‌های فرهنگی -- طرح و نقشه
موضوع	Community centers -- Designs and plans
موضوع	ساختمان‌های اداری -- طراحی و ساخت
موضوع	Office buildings -- Design and construction
موضوع	مراکز خرید -- طرح و نقشه
موضوع	Shopping malls -- Designs and plans
رده بندی کنگره	NA ۲۵۱۰
رده بندی دیویی	۷۲۵ / ۸۰۴۳۰۳۲۱
شماره کتابشناسی ملی	۷۲۸۸۸۲۴



طراحی مجتمع فرهنگی، تجاری - اداری

براساس (مبانی نظری طراحی_یستر طرح_مطالعات موضوع طرح_فرآیند طراحی)

ناشر: انتشارات حانون

نویسنده: آفاق صالحی دلارستاقی

صحافی: حانون

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۷-۶۸-۶۱۷۱-۶۲۲-۹۷۸

نوبت چاپ: اول

سال انتشار: ۱۳۹۹

قیمت: ۷۴۰۰۰۰ ریال

پیشگفتار

مجموعه‌ای شامل مراکز تجاری و اداری و فرهنگی هنری. طراحی این مجموعه نیازمند پیدا کردن نقاط مشترک مجموعه و طراحی همگون آن با ارائه سیرکولاسیونی مطبوع است. نقطه عطف این طرح فضاهای فرهنگی هنری موجود در مجموعه است، همانگونه که میدانید نیاز به فراغت و تفریح از مزینان و معاد زندگی انسانی است که همواره به عنوان بزرگترین معضل جامعه ما خودنمایی کرده است. می‌کند و زندگی ماشینی به قدری روح و جسم افراد را تسخیر کرده که فرصت تفکر را در زمینه‌ای نیاز به حرارت از انسان سلب نموده است و راه کارهای مناسبی برای بهبود این مهم یا ارائه نشده است. لذا بررسی این پروژه برای تکمیل راه کارهای گذشته و ارائه یک سبک جدیدی در این حوزه می باشد. ضرورت انتخاب طرح نبودن طرحی مشابه و هدفمند برای این مهم و بهبود ارائه‌های مشخص در انجام کارهای روزمره با توجه به نیازهای روحی و تاثیر آن بر افزایش انگیزه فرد می باشد. به طور کلی کلیه فعالیت‌هایی که تا کنون انجام شده بر اساس علایق فردی و بدون برنامه‌ریزی علمی و مطالعاتی بوده و راه کارهای مناسبی اجرا نشده است. همچنین با توجه به ماهیت طرح (ممکنه به انسان برای رفع نیازهای فرهنگی، اجتماعی،...) می‌توان فصل جدیدی از روابط را به بحث آورد که نیازمند بستری آماده جهت پذیرش طرح مذکور باشند تا تعاملی دوطرفه بین طرح با اجتماع پیرامون آن برقرار شود. با توجه به نوع طرح و طیف اجتماعی مراجعه کننده به آن برای بهره برداری حداکثری از آن نیاز به سایت پلانی که دسترسی به آن برای تمامی طیف های جامعه ممکن باشد. مجتمع فرهنگی، تجاری - اداری می‌تواند میعادگاه اغشار مختلف جامعه باشد و تا به هدف مجموعه نزدیک شود

فهرست مطالب

۲۱.....	مقدمه
۲۱.....	طرح مسئله: مطالب و بررسی فضای تجاری
۲۱.....	ضرورت و اهمیت موضوع
۲۲.....	کاربرد موضوع
۲۵.....	فصل اول: مبانی نظری طراحی
۲۷.....	مبانی نظری ساماندهی و نوسازی فضاهای تجاری
۲۷.....	مبانی نظری طراحی مجتمع های فرهنگی، تجاری - اداری از منظر جایگاه شهری
۲۸.....	مبانی نظری طراحی مجتمع های فرهنگی، تجاری - اداری از منظر جایگاه معماری
۲۹.....	مطالعات پایه
۲۹.....	فضای شهری
۲۹.....	تعریف فضای شهری
۲۹.....	از دیدگاه دکتر محمد توسلی
۲۹.....	از دیدگاه زوکر
۳۰.....	از دیدگاه یوجین راسکین
۳۰.....	از دیدگاه راب کریر
۳۱.....	ادارک فضای شهری

- ۳۱ ادراک فضایی
- ۳۱ معماری گذشته بهترین آزمایشگاه فراگیری و ادراک فضاهای شهری
- ۳۲ رابطه زمان و فضا با ادراک فضایی
- ۳۲ فضای شهری و زندگی شهروندان
- ۳۲ جایگاه فضای شهری و زندگی شهروندان
- ۳۳ ویژگیهای فضاهای شهری مطابق با نیازهای انسانی
- ۳۴ تداوم بیات و پایداری فضاهای شهری
- ۳۴ فضای شهری و ساخت فضایی شهر
- ۳۴ تعریف ساخت فضایی شهر
- ۳۵ عناصر اصلی ساخت فضای شهر
- ۳۵ میدان
- ۳۵ معنی لغوی میدان
- ۳۶ تعریف میدان
- ۳۶ خیابان
- ۳۶ واژه شناسی خیابان
- ۳۷ خیابان- فضای شهری
- ۳۷ PEDESTRIAN WAY, PUBLIC URBAN SPACE پیاده رو، فضای عمومی شهری
- ۳۷ نقش حرکت پیاده و پیاده روی در ادراک فضای شهری
- ۳۷ تعریف پیاده راهها و گونه های مختلف شکل گیری آن
- ۳۸ ویژگیهای پیاده راهها
- ۳۸ سابقه تفکیک حرکت سواره از پیاده در دنیا
- ۳۸ جمعیت و فراگیری پیاده راهها
- ۳۹ جایگاه حرکت پیاده در شهرسازی گذشته و معاصر ایران

۴۰	شناخت بازار ایرانی
۴۰	تعریف بازار
۴۰	ریشه کلمه بازار
۴۰	پیشینه تاریخی بازار در ایران
۴۰	بازار از دوران کهن تا دوره ماد
۴۱	بازار از دوران ماد تا آغاز دوران اسلامی
۴۲	دوره هخامنشیان
۴۲	دوره پارتیان
۴۳	دوره ساسانیان
۴۳	بازار در دوران اسلامی
۴۷	انواع بازار
۴۷	از نظر مقیاس عملکردی
۴۸	از نظر زمان عملکرد
۴۹	از نظر مکان جغرافیایی
۵۱	از نظر ریخت شناسی
۵۳	از نظر نوع عملکرد
۵۳	خصوصیات شهری بازار
۵۳	روند شکل گیری بازارهای شهری
۵۵	کارکردهای شهری بازار و همجواری با سایر عناصر شهری
۵۵	موقعیت قرارگیری بازار
۵۷	نحوه توسعه بازار اصلی در شهر
۵۸	عناصر تشکیل دهنده بازار
۵۸	فضاهای مربوط به انبار داری و نگهداری کالا
۵۹	فضاهای مربوط به کالاهای تولیدی
۶۰	فضاهای مربوط به فعالیتهای تجاری
۶۵	فضاهای مربوط به فعالیتهای خدماتی

- ۶۵..... فضاهای مربوط به فعالیتهای عمومی
- ۶۶..... فضاهای ارتباطی
- ۶۷..... برخی از خصوصیات فضایی و کالبدی بازارها
- ۶۸..... ویژگیهای بنیادی کالبد شکل بازار ایرانی
- ۶۹..... شباهت به بازارهای قرار گرفته در مسیر راههای تجاری
- ۶۹..... بازار به مثابه شهر سرپوشیده
- ۷۰..... ساختار گازیک
- ۷۰..... طراحی سازماندهی شده
- ۷۱..... بام به مثابه مسیر متقل
- ۷۴..... عوامل موثر در نحوه استقرار فعالیتهای بازار
- ۷۴..... خصوصیات فضایی: موقعیت شهری راسه ها و فضاهای گوناگون بازار
- ۷۴..... جاذبه و کشش مراکز و راسه های تخصصی
- ۷۴..... همگرایی فعالیتهای سازگار
- ۷۵..... واگرایی فعالیتهای ناسازگار
- ۷۵..... امنیت و ارزش اقتصادی کالاها و نظارت و کنترل
- ۷۵..... تاثیر وطن و مذهب بازرگانان و تولید کنندگان در نحوه تجمع آنان
- ۷۶..... نقش و کارکردهای سنتی بازار
- ۷۶..... کارکرد تجاری
- ۷۸..... کارکرد اجتماعی
- ۸۰..... کارکرد سیاسی
- ۸۰..... کارکرد مذهبی-فرهنگی
- ۸۲..... کارکرد کالبدی و شبکه ارتباطی
- ۸۳..... کارکرد خدماتی
- ۸۴..... سایر ویژگیهای بازار
- ۸۴..... نحوه اداره بازار
- ۸۵..... نحوه برقراری نظم و امنیت بازار

۱۵	 بعضی از قوانین و مقررات بازارها
۸۶	 مسائل بازارهای امروز
۸۶	 وضع موجود بازارهای مهم ایران و مقایسه آنها با گذشته
۸۶	 تغییرات شهری و تاثیرگذاریهایی کلیدی بر بازار
۸۷	 عدم هماهنگی بازارها با شرایط زمان و مکان
۸۹	 سخن پایانی
۹۰	 شناخت فضای ای تجاری معاصر
۹۰	 مراکز جابجایی در شکل جدید
۹۱	 بازارهای جدید
۹۲	 منطقه بندی
۹۳	 مرکز خرید
۹۳	 شکل گیری مراکز خرید
۹۵	 پیشرفت‌ها و تحولات مراکز خرید
۹۷	 مشخصات اصلی یک مرکز خرید
۹۸	 مراکز خرید در پایان هزاره دوم
۱۰۰	 انواع فروشگاه‌ها
۱۰۰	 سوپر مارکت
۱۰۱	 مغازه‌های بین راه (convenience store)
۱۰۱	 فروشگاههای زنجیره ای
۱۰۲	 فروشگاههای چند قسمتی
۱۰۳	 پاساژ
۱۰۳	 پیشینه پاساژها
۱۰۳	 تکامل پاساژها
۱۰۴	 پاساژ در اروپا
۱۰۴	 پاساژهای تهران

- شناخت فضاهای اداری (فضاهای جنبی پروژه) ۱۰۵
- سابقه تاریخی سازمانهای اداری ۱۰۵
- سابقه تاریخی سازمانهای اداری در ایران ۱۰۶
- ساختمان های اداری ۱۰۶
- مرور و چکیده مطالب ۱۰۸
- فصل دوم: ستر طرح ۱۰۹
- گام اول طراحی فضاهای شهری : نحوه ترکیب توده و فضای عمومی ۱۱۱
- مفهوم توده، ساختمان و فضا ۱۱۱
- فضای خارجی - فضای داخلی ۱۱۲
- اصل هم پیوندی عناصر شهری و واحدهای مسکونی ۱۱۲
- مراکز رفع مایحتاج مردم در فضای شهری ۱۱۳
- طراحی تاسیسات مراکز رفع مایحتاج ۱۱۳
- تعریف ۱۱۳
- میزان ارتباط مراکز با یکدیگر در فضای شهری ۱۱۴
- نحوه توزیع و پراکنش مراکز با توجه به شدت مراجعه افراد ۱۱۴
- مراتب مختلف مراکز رفع مایحتاج و ارزیابی تاسیسات و تجزیه و تحلیل شهری مورد نیاز ۱۱۵
- مغازه ها در طول یک خیابان مسکونی : خیابان خرید ۱۱۶
- تعریف ۱۱۶
- نحوه توزیع و پراکنش کاربری تجاری در طول یک خیابان مسکونی ۱۱۶
- نحوه ارتباط فضای تجاری با سایر فضاهای عبوری و خدماتی ۱۱۷
- تجهیز و طراحی خیابانهای خرید با امکان عبور وسایط نقلیه ۱۱۷
- معماری شهری خیابانهای خرید، معماری هماهنگ ۱۲۰
- چکیده مطالب ۱۲۳

۱۲۴	اصول مکانیابی مراکز خرید
۱۲۴	مقدمه
۱۲۵	دسترسی
۱۲۶	بتانسیل فروش (بررسی اقتصادی)
۱۲۶	تحلیل جمعیتی منطقه
۱۲۶	میزان درآمد منطقه
۱۲۷	موقعیتن و وضعیت فروشگاههای موجود
۱۲۷	ایجاد جذابیت برای مراجعه کنندگان
۱۲۷	مقدمه
۱۲۸	عوامل بصری
۱۲۸	نماد بیرونی
۱۲۹	نماد داخلی
۱۳۳	عوامل غیر بصری
۱۳۳	ارائه خدمات
۱۳۳	عرضه کالا با قیمت مناسب
۱۳۳	جداسازی انواع ترافیک
۱۳۴	بررسی وضعیت عبور و مرور
۱۳۴	ترافیک داخلی - پارکینگ ها
۱۳۵	عوامل موثر در طراحی بهینه روش نمایش کالا
۱۳۸	عوامل محیطی
۱۳۸	چکیده مطالب
۱۴۱	استاندارد های طراحی فضاهای تجاری
۱۴۱	موقعیت
۱۴۱	مسیر دسترسی

۱۴۱	تخصیص فضا
۱۴۱	نواحی فروش
۱۴۲	ارتفاع طبقات
۱۴۲	شبکه سازه ای
۱۴۲	گذرگاه
۱۴۳	حرکت در میان طبقات فروشگاه
۱۴۶	ورودی و خروجی ها
۱۴۶	فضاهای سرعی
۱۴۶	مکان ترارگری
۱۴۶	سرویسهای بهداشتی
۱۴۷	قسمتهای خدماتی و تزیینات
۱۴۷	ارتباطات عمودی
۱۴۷	آسانسورها
۱۴۸	پله های برقی
۱۴۸	پلکان
۱۴۹	کالاهای تجاری - نمایش - انبار
۱۴۹	توزیع کالا
۱۵۰	کالاهای اضافی
۱۵۱	ویترینها
۱۵۱	محل های انباری و بسته بندی
۱۵۱	فضاهای پارک و گاراژها
۱۵۱	پارکینگ
۱۵۲	نحوه استقرار و ابعاد توقف گاههای زیر زمینی
۱۵۲	ابعاد مختلف گاراژ
۱۵۲	عرضهای پیشنهادی برای زوایای مختلف در پارکینگ
۱۵۳	پنجره ها (ویترین ها)

۱۵۴	بوفه و چایخانه
۱۵۴	استانداردهای طراحی رستوران
۱۵۴	احتیاجات فضای رستوران (بدون در نظر گرفتن فضاهای پخت و پز):
۱۵۵	پیشخوان جهت پیش غذا
۱۵۵	سرویس کافه
۱۵۶	کافه تریا یا سلف سرویس
۱۵۶	سرویس کافی شاپ:
۱۵۶	رستوران ویژه
۱۵۶	رستورانهای مرسوم (کلاسیک)
۱۵۶	رستوران یا میز سلف سرویس
۱۵۷	سایر احتیاجات
۱۵۷	استانداردهای و عوامل موثر در طراحی فضاهای اداری
۱۵۷	عوامل کیفی
۱۵۸	عوامل کمی (استانداردها)
۱۵۹	فضاهای مورد نیاز
۱۶۱	فصل سوم : مطالعات موضوع طرح
۱۶۳	اهمیت تجاری تبریز و دلایل شکل گیری بازار
۱۶۴	بازار تبریز، به مثابه بزرگترین مجموعه آجری جهان
۱۶۵	الگوهای بازار
۱۶۵	راسته
۱۶۵	سرا
۱۶۶	تیمچه:
۱۶۶	دالان
۱۶۷	سبزه میدان

- ۱۶۷ مجموعه ها
- ۱۶۸ فضاهای خدماتی بازار
- ۱۶۸ حسینیه
- ۱۶۹ زورخانه
- ۱۶۹ آسیب های بازار
- ۱۶۹ آسیبهای شهری
- ۱۷۰ مسائل مشکلات بازار
- ۱۷۱ اقدامات انجام شده به منظور حفظ و نگهداری بازار
- شناخت تیپولوژی مجتمع های فرهنگی، تجاری- اداری تهران (مطالعه تطبیقی فضاهای تجاری معاصر) ۱۷۱
- ۱۷۱ مقدمه
- ۱۷۲ مجتمع تجاری اداری ایران زمین
- ۱۷۳ مجتمع تجاری قائم
- ۱۷۵ مرکز خرید ونک
- ۱۷۶ مجتمع تجاری برج آرین
- ۱۷۶ مرکز خرید آفریقا
- ۱۷۶ مجتمع تجاری میلاد نور
- ۱۷۷ مجتمع تجاری گلستان
- ۱۷۸ مرور و چکیده مطالب
- ۱۸۰ مجتمع تجاری گلستان تجربه ای موفق در احیای فضای کالبدی بازار
- ۱۸۱ مرکز خرید فونف، مونیخ FUNF HOFE SHOPPING CENTER, MUNICH
- ۱۸۷ فصل چهارم: فرآیند طراحی
- ۱۸۹ آشنایی با شهر آمل
- ۱۸۹ موقعیت جغرافیایی استان مازندران

زمین شناسی	۱۹۰
ناحیه کوهستانی	۱۹۰
ناحیه کوهپایه ای	۱۹۰
ناحیه جلگه ای	۱۹۰
آب و هوای استان	۱۹۰
انواع آب و هوا در استان مازندران عبارت است از	۱۹۰
آب و هوای معتدل خزری	۱۹۰
آب و هوای معتدل کوهستانی	۱۹۱
آب و هوای سرد کوهستانی	۱۹۱
جمعیت استان	۱۹۱
موقعیت جغرافیایی آمل	۱۹۲
الف: ناحیه جلگه ای	۱۹۳
ب: ناحیه کوهپایه ای	۱۹۴
ج: ناحیه کوهستانی	۱۹۴
خصوصیات اقلیمی	۱۹۴
انواع باده‌ها	۱۹۴
گرما و سرما	۱۹۵
رطوبت	۱۹۶
یخبندان	۱۹۶
بارندگی	۱۹۶
موقعیت آمل در تقسیم بندی اقلیمی ایران	۱۹۸
ویژگی اقلیمی آمل در منطقه	۱۹۸
توپوگرافی	۱۹۸
کوه ها	۱۹۹
تپه ها	۱۹۹
دشت سیلابی رودخانه هراز	۱۹۹

نیازهای اقلیمی منطقه از نظر آسایش انسان در فضاهای زندگی و شرایط ساخت و ساز

- ۲۰۰ معماری
- ۲۰۰ تابش
- ۲۰۱ جهت ساختمان های شهر
- ۲۰۲ موقعیت و مشخصات سایت
- ۲۰۴ برنامه فیزیکی
- ۲۰۴ میزان برنامه ریزی
- ۲۰۴ تعیین جمعیت (اب-گروه هدف)
- ۲۰۴ بررسی اقتصادی
- ۲۰۵ طرح جامع فیزیکی
- ۲۰۵ برنامه ریزی فیزیکی - فضایی به روش کیفی
- ۲۰۵ پیمون واحدهای تجاری
- ۲۰۶ انعطاف واحدهای تجاری
- ۲۰۷ برنامه ریزی فیزیکی - فضایی به روش کمی
- ۲۰۷ تنوع فضاهای ساختمان
- ۲۰۷ پیشنهاد سازه و تاسیسات پروژه
- ۲۰۷ مصالح سازه ای مناسب
- ۲۰۸ سیستم سازه ای مناسب
- ۲۰۸ سیستم سقف مناسب
- ۲۰۹ سیستم فونداسیون مناسب
- ۲۰۹ سیستم دیوار حائل مناسب
- ۲۰۹ پیشنهاد تاسیسات مکانیکی
- ۲۱۰ تاسیسات مکانیکی بخش تجاری و اداری