

**معیارهای طراحی مجتمع های تجاری، تفریحی و
سازگار با محیط زیست**

علی اکبر حقیقت

سرشناسه	: حقیقت، علی اکبر، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: معیارهای طراحی مجتمع های تجاری، تفریحی و سازگار با محیط زیست / علی اکبر حقیقت.
مشخصات نشر	: تهران: اندیشه نوآوران، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۹۶ ص.
شابک	: 978-600-8361-77-0 ریال ۲۰۰۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص: ۱۹۳-۱۹۶.
موضوع	: بازارها - ایران - طرح و ساختمان
موضوع	: Bazaars (Markets) -- Design and construction -- Iran
موضوع	: بازارها - طرح و ساختمان
موضوع	: Bazaars (Markets) -- Design and construction
موضوع	: مراکز خرید- ایران - طرح و ساختمان
موضوع	: Shopping centers -- Design and construction-- Iran
موضوع	: مراکز تفریحی - ایران - طرح و ساختمان
موضوع	: Recreation centers -- Design and construction -- Iran
موضوع	: گردشگری- جنبه های زیست محیطی
موضوع	: Tourism -- Environmental aspects
موضوع	: گردشگری - ایران - جنبه های زیست محیطی
موضوع	: Tourism -- Environmental aspects -- Iran
رده بندی کنگره	: ۳۹۷ ح ۱۱۹ / NA۶۲۷۸
رده بندی دیویی	: ۵۸۲.۰۹۸۵/۷۱۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۱۹۲۱۱۸

عنوان کتاب	: معیارهای طراحی مجتمع های تجاری، تفریحی و سازگار با محیط زیست
ناشر	: انتشارات اندیشه نوآوران
دفتر انتشارات	: تهران - خ انقلاب - پیم شمیلا - خیابان میر محمدی - پلاک ۳۷ - واحد ۱۲ - ۷۷۶۴۱۰۸۹ - Email: e_a_kamyab@noavar.co.com
مؤلف	: علی اکبر حقیقت
ویراستار	: الهام پویا
مدیر تولید	: انتشارات اندیشه نوآوران
صفحه آرا	: انتشارات اندیشه نوآوران
طراح جلد	: انتشارات اندیشه نوآوران
شمارگان	: ۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ	: اول، ۱۳۹۷
چاپ و صحافی	: انتشارات اندیشه نوآوران
ناظر چاپ	: کامیاب کوثری
قیمت	: ۲۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۳۶۱-۷۷-۰۰

ISBN: 978-600-8361-77-0

مقدمه

«بازار نهادی است که مبادله کالاها و خدمات را بین فروشندگان و خریداران تسهیل می‌کند». و فضاهای داد و ستد و تجارت همواره رکنی اساسی در ساختار کالبدی شهرها بوده است. مراکز خرید را نمی‌توان قلمرویی منفک از زندگی فرض کرد، بلکه این مراکز همانند همه مکان‌ها و فضاهای موجود در زندگی هر یک به تنهایی می‌توانند کلیت جامعه را بازنمایان کنند. تجارت و چرخه اقتصاد امروزه سنگ بنای اصلی رشد و توسعه در کشورهای در حال توسعه می‌باشد؛ و به طور قطع و یقین اقتصاد امروزه همانند سایر کشورها قطب اصلی زندگی مردم کنونی ما را شکل می‌دهد؛ و مکان‌های تجاری به مکان‌های اصلی شهری - تبدیل می‌شوند.

اما در حال حاضر مراکزهای تجاری اغلب فاقد نشاط و پویایی لازم برای مردم می‌باشند. به مراکز خرید باید به دید مکان‌هایی نه‌اشگر فرهنگ و عرصه‌ی تعاملات اجتماعی نگریست. این خصیصه به خوبی در بازارهای سنتی ما دیده می‌شدند؛ در بازارهای ابتدایی که برای رسیدن به آن غالباً برای عرضه‌ی کالاهای - مورد نیاز - مناطق دور افتاده کیلومترها راه می‌پیمودند شاید جنبه‌ی اجتماعی مهمترین قسمت از تجربه شخص در بازار می‌بود. در اینجا بازار به صورت جشنواره‌ای درآمد و نقش مرکز تجمع و تفریح آخر هفته را بازی می‌کرد. نقشه‌ی شهرهای قدیمی نشان می‌دهد که بازار معمولاً در نقطه‌ای به وجود آمده که در رابطه مستقیم با تولید کنندگان و مصرف‌کنندگان بوده است. این جنبه اجتماعی و مهم بازار تدریجاً بر اثر تبدیل روش‌های روستایی به پیچیدگی و تجربه مدرن زندگی شهری نقش خود را از دست داد.

اما زندگی روزانه افراد در جوامع جدید به قدری به روابط مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی گوناگون وابسته شده است که بدون در نظر گرفتن و مطالعه این روابط و تاثیرات متقابل آنها بر یکدیگر ادامه حیات برای نسل آینده بشر غیر ممکن خواهد بود. بنابراین توجه هرچه بیشتر و مهم‌تر به طراحی مراکز خرید امری لازم و ضروری در راه پویایی شهری و توسعه اقتصادی کشور می‌باشد. به همین دلیل در سالهای اخیر ایجاد فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای و مجتمع‌های تجاری عظیم که در آن کلیه ملزومات و مایحتاج خریداران ارائه می‌گردد، به شدت رشد یافته و رقابت بین آنها باعث پیدایش و ایجاد

اندیشه‌های جدید در ارائه سیستم‌ها و خدمات مدرن و طراحی و اجرا نمونه‌های موفق به تنوع مقیاس در این زمینه جهت جلب رضایت مراجعین شده است. این تغییر ماهیت مراکز خرید ابتدا در کشورهای توسعه یافته و سپس در کشور ما رواج یافته و سبب خلق مراکز تجاری - تفریحی مدرن به خصوص در مناطق خارج از محدوده‌ی ازدحام شهری شده است. و در این جهت قاعداً «پس از ظهور مجتمع‌های تجاری در مقیاس و ابعادی وسیع‌تر، نه تنها فرم و نوع مصالح به کاررفته تغییر نمودند بلکه عناصری جدید نظیر آتریوم، آسانسورها و پلکان‌های برقی، نورپردازی‌های متنوع در فضاهای تجاری به کار گرفته شدند. و به علت سادگی، روابط عملکردی در پلان مجتمع‌های تجاری، در طراحی معماری این فضاها اولویت با ایجاد نوع و بویایی در مقاطع و جذابیت در نماهای مجموعه و همچنین ایجاد ارتباط بصری میان بخش‌های مختلف قرار گرفت.» در این راستا قالب‌های فضایی گذشته که مجتمع‌های تجاری را صرفاً جعبه‌هایی درونگرا و فاقد انعطاف پذیری تعریف می‌نمود امروزه در اکثر کشورهای توسعه یافته کنار گذاشته شده و از معماری فرم و ویژگی‌های ظاهری بنا نیز به عنوان مهم‌ترین باره برای دعوت مخاطبین به درون مجموعه نام برده می‌شود. «از سوی دیگر جامعه شناسان و زمین شناسان نیز با مطالعه رفتارهای مخاطبین در فضاهای تجاری، فقدان فضاها و مکان‌های غیر تجاری را از عوامل نارضایتی مخاطبین دانسته و تغییر ماهیت صرفاً تجاری مراکز خرید را به فضاها با عنوان تجاری - تفریحی و تخصیص مکان‌هایی جهت گذراندن اوقات فراغت، تفریح و تفرج را در پاسخ به نیازهای جامعه‌ی مدرن شهری امروز به عنوان راهکاری ضروری معرفی نموده‌اند.» بدین ترتیب امروزه مجتمع‌های تجاری چند منظوره با انواعی از کاربردها پیش‌تیبان طراحی می‌شوند. از دیگر نکات حائز اهمیت در طراحی مجتمع‌های کلان بوجه به میزان مصرف انرژی و چگونگی کنترل آن می‌باشد. از این رو معماری فضاهای تجاری به شدت درگیر با اصول معماری پایدار و نکات فنی گردیده است.

فهرست

صفحه	عنوان
۶	مقدمه
۱۶	فصل اول
۱۶	بازار در لغت، علم اقتصاد و بازاریابی
۱۶	تعریف واژه بازار
۱۷	تاثیر فرهنگ (رابطه بازار با فرهنگ مردم)
۱۷	تاریخچه مراکز تجاری در جهان
۱۸	تاریخچه مراکز تجاری در ایران
۲۰	انگیزه ایجاد بازار
۲۰	لزوم برنامه ریزی جهت احداث مراکز تجاری
۲۰	نقش و کارکرد اجتهاد بازار
۲۱	نظام فضایی و کارکردهای بازار داخلی ایران
۲۷	حالت‌های مختلف بازار
۲۸	مراکز خرید و فضاهای تجاری در حال حاضر
۲۸	مرکز خرید اقتباسی قرن بیستمی از بازار
۲۹	«مشخصه های کالبدی یک مرکز خرید
۲۹	عناصر اصلی مراکز خرید چند منظوره
۳۰	فصل دوم
۳۰	انواع بازار براساس اقلیم
۳۰	بازارهای مناطق گرم و خشک
۳۱	بازارهای مناطق سرد و کوهستانی
۳۲	بازارهای مناطق گرم و مرطوب
۳۳	بازارهای مناطق مرطوب و پرباران
۳۵	مقتضیات اقلیمی و جغرافیایی و تاثیر آن در شکل بازارها
۳۵	بازارهای مناطق گرم و خشک
۳۷	بازارهای مناطق گرم و مرطوب
۳۷	بازارهای مناطق معتدل و مرطوب

۳۷.....	بازارهای سرد کوهستانی.....
۴۰.....	بازار در کرانه جنوبی دریای خزر.....
۴۱.....	انواع بازار براساس ریخت شناسی (Morphology).....
۴۲.....	انواع بازار در اجتماعات قومی، فرهنگی و ملی ایران.....
۴۲.....	بازارهای روستایی.....
۴۳.....	بازارهای عشایری.....
۴۳.....	بازارهای شهری.....
۴۳.....	بازار شهر.....
۴۴.....	بازار ناحیه ای.....
۴۴.....	بازارچه محل.....
۴۴.....	بازار بین شهری.....
۴۵.....	بازار زیارتی.....
۴۵.....	انواع بازارهای ایران.....
۴۵.....	بازارهای دائمی.....
۴۵.....	بازارهای ادواری.....
۴۶.....	بازارگاه های شهری.....
۴۶.....	بازارچه ها.....
۴۸.....	فصل سوم
۴۸.....	انواع فضاهای تجاری از نظر وسعت و حوزه نفوذ.....
۴۸.....	بازارهای بین المللی.....
۴۸.....	بازارهای منطقه ای.....
۴۸.....	بازارهای محلی.....
۴۸.....	بازارچه ها.....
۴۹.....	انواع فضاهای تجاری (شناخت مراکز خرید معاصر در ایران).....
۴۹.....	مراکز تجاری محله ای.....
۴۹.....	مراکز تجاری در جوار خیابان ها.....
۴۹.....	پاساژها.....
۴۹.....	مجموعه های تجاری.....
۵۰.....	فروشگاههای بزرگ.....
۵۰.....	فروشگاههای زنجیره ای.....
۵۰.....	مراکز تجاری به شیوه مدرن در ایران.....
۵۲.....	مجموعه تجاری-تفریحی.....

۵۲.....	مجموعه در مقیاس کوچک (محلۀ ای).....
۵۳.....	مجموعه در مقیاس بزرگتر (منطقه ای).....
۵۳.....	مجموعه در سطح شهر یا کشور.....
۵۴.....	توسعه پایدار.....
۵۴.....	بررسی اصول، مبانی و مفاهیم پایداری.....
۵۵.....	اهداف طراحی پایدار.....
۵۵.....	اصول معماری پایدار.....
۵۵.....	تأثیر پذیری از شرایط فرهنگی و محیطی و اقلیمی.....
۵۶.....	هماهنگی و سازگاری با طبیعت و محیط زیست (درک محیط).....
۵۶.....	صرفه جویی در مصرف انرژی (صرفه جویی و نگهداری انرژی).....
۵۷.....	پاسخ رسته به نیازهای عملکردی.....
۵۷.....	خوانایی و دور از ابهام.....
۵۷.....	الگوپردازی از معماری های اما به صورت امروزی.....
۵۸.....	استفاده درست از منابع و لحاظ بصری و هم از لحاظ زیست محیطی.....
۵۸.....	الگوهای معماری پایدار.....
۵۹.....	انرژی های نو یا تجدید سونده.....
۶۰.....	انرژی خورشیدی.....
۶۲.....	طبیعت انرژی خورشید.....
۶۴.....	تاریخچه انرژی خورشیدی.....
۶۸.....	پتانسیل تابش و نقشه تابش خورشید در ایران.....
۷۰.....	فصل چهارم
۷۰.....	استفاده از انرژی پایدار در معماری.....
۷۰.....	سیستم های پایدار.....
۷۰.....	انرژی خورشید.....
۷۰.....	نور طبیعی.....
۷۲.....	سیستم های خورشیدی.....
۷۲.....	سیستم های فتوولوژی.....
۷۲.....	سیستم های شیمیایی (شیمی خورشیدی).....
۷۳.....	سیستم های فتوولتائیک (pv=photovoltaic).....
۷۴.....	سیستم های حرارتی خورشیدی (روش گرما خورشیدی).....
۷۵.....	کلکتور یا گرد آورهای خورشیدی.....
۷۷.....	سیستم های تهیه آب گرم خورشیدی.....

سیستم‌های آبگرم خورشیدی برای گرمایش ساختمان و مصرف	۷۹
سیستم های آبگرم خورشیدی برای گرمایش و سرمایش	۸۰
سیستم ذخیره گرما	۸۰
سیستم های خورشیدی گرمایش و سرمایش ساختمانها	۸۲
۱ گرمایش خورشیدی غیر فعال (ایستا) (Passive Solar Heating)	۸۲
دیوار ترومب (سیستم دیوار انباشتگر حرارت)	۸۳
گلخانه های خورشیدی (اتاق های خورشیدی)	۸۶
گرمایش خورشیدی فعال (Active solar Heating)	۸۷
گرمایش سرمایش ساختمانها با استفاده از روشهای فعال	۸۸
باد	۸۹
تهویه طبیعی و هواکشی	۹۰
سرعت باد	۹۲
جهت باد	۹۲
اختلاف های دمایی	۹۲
انرژی ژئوترمال (زمین گرایی) = geothermal	۹۳
استفاده های منطقه ای انرژی رنو ترمال (District use)	۹۴
استفاده از عمق زمین	۹۴
استفاده از گیاهان	۹۶
استفاده از «بامهای سبز	۹۸
اهمیت انرژی و شناخت تکنولوژی در استفاده از منابع انرژی را	۹۸
انرژی خورشیدی و توسعه اقتصادی	۹۹
طراحی سیستم های خورشیدی	۹۹
ذخیره انرژی خورشیدی جهت کاهش مصرف (منابع انرژی صنعتی)	۹۹
مزیت استفاده از سیستم PASSIVE SOLAR (گرم کننده ثابت خورشیدی)	۱۰۰
طراحی سیستم بهره برداری از انرژی خورشیدی برای تولید گرما و سرما در اوج تکنونی	۱۰۲
اهمیت انرژی خورشید	۱۰۴
سیستم های بازیافت آب	۱۰۴
تعاملات اجتماعی	۱۰۵
کنش متقابل اجتماعی (تعامل اجتماعی)	۱۰۶
ویژگی های محیط های ساخته شده و قابلیت تعامل اجتماعی	۱۰۷
مفهوم اشکال هندسی و فرم ها و حس آنها در طراحی در هنرهای تجسمی	۱۰۹
«منحنی های نرم	۱۰۹

خطوط افقی.....	۱۰۹
خط ها و فرم های عمودی.....	۱۰۹
خطوط تیز زاویه دار.....	۱۰۹
دایره.....	۱۱۰
مربع، چند ضلعی، هرم.....	۱۱۰
مثلث.....	۱۱۰
شناخت چند نمونه از سیستم های سازه ای پایدار.....	۱۱۰
سیستم سازه ای با دیوار باربر.....	۱۱۰
قاب خمشی ساختمان های فولادی نورد گرم.....	۱۱۱
سیستم ورق فولادی سبک نورد سرد.....	۱۱۱
سیستم ساختمانی ترونکو.....	۱۱۱
سیستم سازه ای بتن پیش تنیده: معرفی بتن پیش تنیده.....	۱۱۱
معرفی بتن پیش تنیده.....	۱۱۲
تاسیسات.....	۱۱۲
مصالح.....	۱۱۲
گچ.....	۱۱۲
سیمان.....	۱۱۳
سنگ.....	۱۱۳
آجر.....	۱۱۳
مصالح فلزی.....	۱۱۳
بتن.....	۱۱۳
پلاستیک.....	۱۱۳
شیشه.....	۱۱۳
فصل پنجم.....	۱۱۴
احکام و معیارهای نظری طراحی.....	۱۱۴
تعریف محور تجاری در مرکز شهر.....	۱۱۴
جایگاه حرکت پیاده در محور تجاری.....	۱۱۴
فضاهای تجاری.....	۱۱۴
اراضی تجاری.....	۱۱۵
مبانی طراحی المان های مهم مراکز خرید.....	۱۱۶
ساختمانهای مستاجرین.....	۱۱۶
پیاده رو ها.....	۱۱۹

۱۲۰		ساختمانهای اجتماعی
۱۲۱		ملاحظات اصلی در طراحی مراکز خرید
۱۲۱		جلب عناصر تجارت
۱۲۲		دسترسی مشتریان
۱۲۳		سرویس دهی
۱۲۳		ویژگی های فضاها
۱۲۳		سیرکولاسیون (circulation) در مراکز تجاری
۱۲۳		سیرکولاسیون داخلی در مراکز تجاری
۱۲۴		ورودی های تجاری
۱۲۵		محوطه های بیانی
۱۲۵		دسترسی به مرکز تجاری
۱۲۵		نورگیری در مراکز تجاری
۱۲۶		انعطاف پذیری اکسچنج
۱۲۶		ستون بندی و اسکلت مراکز تجاری
۱۲۶		عمق ساختمان تجاری
۱۲۸		ویترین در مراکز تجاری
۱۲۹		آینما در مراکز تجاری
۱۳۰		فضای سبز در مراکز تجاری
۱۳۲		تهویه در مراکز تجاری
۱۳۳		نکات قابل توجه دیگر در طراحی مرکز تجاری- تفصیح
۱۳۳		طراحی داخلی
۱۳۵		استفاده از گیاهان
۱۳۵		نور
۱۳۶		رنگ
۱۳۷		ورودی ساختمان
۱۳۷		آب نما و فواره های تزئینی
۱۳۸		نشانه ها
۱۴۰		فصل ششم
۱۴۰		تاثیر اقلیم در طراحی مجتمع تجاری
۱۴۱		اصول اجرایی
۱۴۱		ایده ۱: بادشکنها (زمستان)
۱۴۱		ایده ۲: آب و گیاهان (تابستان)

۱۴۳.....	ایده ۳: اطاقهای درونی / بیرونی (زمستان و تابستان)
۱۴۳.....	ایده ۴: تحت حفاظت زمین (زمستان و تابستان)
۱۴۴.....	ایده ۵: دیوارها و پنجره های آفتابی (زمستان)
۱۴۸.....	ایده ۶: پوسته حرارتی (زمستان)
۱۵۳.....	ایده ۷: سایبان (تابستان)
۱۵۷.....	ایده ۸: تهویه طبیعی (تابستان)
۱۶۸.....	فصل هفتم
۱۶۸.....	معرفی و تحلیل مصداق ها و نمونه های داخلی و خارجی
۱۶۸.....	مرکز خرید تیراژه
۱۶۹.....	موقعیت، طرح
۱۶۹.....	طراحی و ساخت
۱۶۹.....	ایده طراحی
۱۷۰.....	طراحی
۱۷۱.....	فضای داخلی
۱۷۳.....	نمای مجموعه
۱۷۳.....	سازه
۱۷۳.....	تاسیسات
۱۷۴.....	مجتمع تجاری الماس شرق
۱۷۸.....	نمونه های خارجی
۱۷۸.....	مجتمع تجاری « آتریو » - اتریش
۱۸۲.....	مجتمع تجاری « میدان » (Meydan center) - استانبول
۱۸۷.....	جزئیات «بامهای سبز»
۱۸۷.....	مزایای بامهای سبز
۱۸۸.....	معایب بامهای سبز
۱۸۹.....	دسته بندی باغ باها براساس سیستم اجرایی
۱۸۹.....	سیستم متمرکز (intensive roof garden)
۱۸۹.....	سیستم گسترده Extensive (green roof)
۱۹۰.....	عوامل تاثیرگذار در طراحی
۱۹۴.....	منابع و مآخذ
۱۹۴.....	منابع
۱۹۴.....	منابع فارسی
۱۹۸.....	منابع غیر فارسی