

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بازارها و مراکز خرید شهری

www.ketab.ir

عنوان و نام پدیدآور	:	بازارها و مراکز خرید شهری
مشخصات نشر	:	مشهد: دنیای آرشید، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	:	۲۰۲ ص. جدول: ۵/۱۴ × ۵/۲۱ س.م.
شابک	:	978-600-95217-0-8
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبای مختصر
یادداشت	:	فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی: http://opac.nlai.ir قابل دسترسی است
یادداشت	:	مولفین: محمد صالحی فرد، جلال قربانی بافقی، مهدی وائقی، مسعود رضوی، محسن نعیمی مقدم.
شناسه افزوده	:	صالحی فرد، محمد، ۱۳۵۳ -
شماره کتابشناسی ملی	:	۳۸۱۶۳۰۴



انتشارات دنیای آرشید



بازارها و مراکز خرید شهری

مولفین: محمد صالحی فرد - جلال قربانی بافقی -

مهدی وائقی - مسعود رضوی - محسن نعیمی مقدم

قطع: وزیری

تعداد صفحات: ۲۰۲ صفحه

نوبت و سال چاپ: چاپ اول سال ۱۳۹۴

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۲۱۷-۰-۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۲۰۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

پیشگفتار

بخش اول : کلیات و مبانی

فصل اول : تاریخچه، مفاهیم و تعاریف بازار

۱۷	۱-۱- مفهوم بازار
۱۹	۲-۱- بازار در گذر زمان
۲۰	۱-۲-۱- بازار در دوران باستان (کهن)
۲۱	۲-۲-۱- بازار در دوره اسلامی
۲۲	۱-۲-۲-۱- مشخصات بازارها در دوران اسلامی
۲۸	۳-۲-۱- بازار در دوره معاصر

فصل دوم : مفاهیم بازار و بازاریابی

۳۲	۱-۲- مفهوم بازاریابی
۳۳	۲-۲- تعاریف بازاریابی
۳۳	۳-۲- ارکان بازاریابی
۳۴	۴-۲- محیط بازاریابی
۳۶	۵-۲- فرآیند بازاریابی
۳۶	۱-۵-۲- مولفه های فرآیند بازاریابی
۳۸	۲-۵-۲- عناصر اصلی یک سیستم نوین بازاریابی
۳۸	۶-۲- مدیریت بازاریابی
۴۳	۷-۲- عملکرد بازار در بازاریابی
۴۱	۸-۲- کنترل بازار در بازاریابی
۴۳	۹-۲- الگوهای بازاریابی
۴۳	۱-۹-۲- الگوهای سنتی بازاریابی
۴۶	۲-۹-۲- تازه ترین الگوهای بازاریابی

بخش دوم : ساختار بازار شهری

فصل سوم : ساختار بازارهای سنتی

- ۱-۳- عناصر کالبدی بازارهای سنتی..... ۵۱
- ۲-۳- ساختار بازارهای سنتی..... ۵۲
- ۱-۲-۳- ساختار بدنه بازار..... ۵۲
- ۲-۲-۳- عناصر و فضاهای موجود در بازار..... ۵۴
- ۳-۲-۳- ویژگی های بازار سنتی..... ۵۷
- ۴-۲-۳- محتوای بازار سنتی..... ۵۷
- ۳-۳- معرفی اجمالی برخی از بازارهای سنتی..... ۵۹
- ۱-۳-۳- بازار تبریز..... ۵۹
- ۲-۳-۳- بازار اصفهان..... ۶۱
- ۳-۳-۳- بازار وکیل شیراز..... ۶۴
- ۴-۳-۳- بازار تهران..... ۶۵
- ۵-۳-۳- بازار قیصریه لار..... ۶۶

فصل چهارم : ساختار و ویژگی بازارهای شهری

- ۱-۴- ساختار بازارهای معاصر..... ۷۰
- ۲-۴- گونه شناسی انواع مراکز خرید شهری با تأکید بر ایران..... ۷۲
- ۱-۲-۴- مراکز خرید..... ۷۲
- ۱-۱-۲-۴- انواع مراکز خرید..... ۷۳
- ۱-۱-۱-۲-۴- انواع مراکز خرید از منظر وسعت و حوزه نفوذ..... ۷۴
- ۲-۱-۱-۲-۴- انواع مراکز خرید از منظر عملکرد فضاهای تجاری..... ۷۷
- ۳-۱-۱-۲-۴- انواع مراکز خرید از منظر عوامل محیطی (اقلیمی و جغرافیایی)..... ۷۸
- ۴-۱-۱-۲-۴- ریخت شناسی فضاهای خرید..... ۷۹
- ۳-۴- مکان یابی مراکز خرید شهری..... ۸۱
- ۱-۳-۴- نظریه های «مکان یابی» و مفهوم آن..... ۸۲

- ۸۳-۲-۳-۴ اصول مکان یابی بهینه فضایی مراکز خدمات شهری..... ۸۳
- ۸۳-۳-۳-۴ دیدگاه ها و الگوهای عام مکان گزینی خدمات شهری..... ۸۳
- ۸۴-۴-۳-۴ ویژگی های شهری مؤثر بر مکان یابی بهینه فضایی مراکز..... ۸۴
- ۸۵-۵-۳-۴ فرآیند برنامه ریزی در مکان یابی مراکز خرید شهری..... ۸۵
- ۸۶-۶-۳-۴ مراحل عمومی مکان یابی مراکز خرید شهری..... ۸۶
- ۸۶-۱-۶-۳-۴ مکان یابی مراکز خرید شهری در مناطق شهری..... ۸۶
- ۸۶-۱-۱-۶-۳-۴ روش فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)..... ۸۶
- ۹۱-۷-۳-۴ شاخص ها، عوامل و معیارهای مؤثر در مکان یابی بهینه مراکز خرید شهری..... ۹۱
- ۹۱-۱-۷-۳-۴ ارزش نسبی زمین..... ۹۱
- ۹۲-۲-۷-۳-۴ مساحت..... ۹۲
- ۹۲-۳-۷-۳-۴ سازگاری..... ۹۲
- ۹۳-۴-۷-۳-۴ دسترسی..... ۹۳
- ۹۴-۵-۷-۳-۴ مرکزیت..... ۹۴
- ۹۴-۶-۷-۳-۴ تراکم جمعیت..... ۹۴
- ۹۴-۷-۷-۳-۴ پارکینگ..... ۹۴
- ۹۶-۸-۳-۴ اصول مکان یابی مراکز خرید..... ۹۶
- ۹۶-۴-۴ کارکردهای مراکز خرید شهری..... ۹۶
- ۱۰۰-۱-۴-۴ کارکردهای فرهنگی مراکز خرید شهری..... ۱۰۰
- ۱۰۱-۲-۴-۴ کارکردهای اجتماعی مراکز خرید شهری..... ۱۰۱
- ۱۰۲-۳-۴-۴ کارکردهای اقتصادی مراکز خرید شهری..... ۱۰۲
- ۱۰۴-۴-۴-۴ کارکردهای سیاسی مراکز خرید شهری..... ۱۰۴
- ۱۰۶-۵-۴-۴ کارکردهای کالبدی - فضایی مراکز خرید شهری..... ۱۰۶
- ۱۰۷-۶-۴-۴ کارکردهای زیست محیطی مراکز خرید شهری..... ۱۰۷

فصل پنجم: مفاهیم، عناصر و اجزاء طراحی مراکز خرید شهری

- ۱۱۰-۱-۵ عوامل مؤثر در طراحی معماری..... ۱۱۰
- ۱۱۱-۱-۱-۵ عوامل مؤثر در طراحی مراکز خرید شهری..... ۱۱۱

- ۱۱۳..... ۲-۵- فضاهای شهری
- ۱۱۵..... ۱-۲-۵- مولفه های محیط و فضای شهری
- ۱۱۶..... ۲-۲-۵- فضاهای عمومی شهر
- ۱۱۷..... ۳-۲-۵- فضاهای خرید شهری
- ۱۱۸..... ۳-۵- نوع سازه مورد استفاده بازارهای موجود در ایران
- ۱۲۵..... ۴-۵- اجزاء و عناصر تشکیل دهنده مراکز خرید شهری
- ۱۲۵..... ۱-۴-۵- عناصر تشکیل دهنده مراکز خرید شهری
- ۱۲۵..... ۱-۱-۴-۵- ساختمان تجاری
- ۱۲۶..... ۱-۱-۴-۵- طرح یکپارچه و هماهنگ
- ۱۲۶..... ۲-۱-۴-۵- طرح معماری
- ۱۲۶..... ۳-۱-۴-۵- ورودی ساختمان
- ۱۲۷..... ۴-۱-۴-۵- طراحی داخلی مراکز خرید
- ۱۲۷..... ۲-۱-۴-۵- فضاهای تفریحی
- ۱۲۸..... ۲-۴-۵- اجزاء تشکیل دهنده مراکز خرید شهری
- ۱۲۸..... ۱-۲-۴-۵- اجزاء ارتباطی در مراکز خرید شهری
- ۱۲۸..... ۱-۱-۲-۴-۵- پله
- ۱۲۹..... ۲-۱-۲-۴-۵- پله برقی
- ۱۳۱..... ۳-۱-۲-۴-۵- رامپ
- ۱۳۲..... ۴-۱-۲-۴-۵- آسانسور
- ۱۳۲..... ۲-۲-۴-۵- تأسیسات مکانیکی و بهداشتی
- ۱۳۲..... ۱-۲-۲-۴-۵- تأسیسات گرمایی، تعویض هوا و تهویه مطبوع
- ۱۳۴..... ۲-۲-۲-۴-۵- تأسیسات بهداشتی
- ۱۳۵..... ۳-۲-۴-۵- فضای سبز
- ۱۳۷..... ۴-۲-۴-۵- نورپردازی
- ۱۳۸..... ۵-۲-۴-۵- جزئیات بازارهای شهری
- ۱۳۸..... ۱-۵-۲-۴-۵- فضاهای مسقف و سایه دار مورد استفاده در مراکز خرید

- ۱۳۸..... کیوسک اطلاع رسانی ۲-۵-۲-۴-۵
- ۱۳۹..... آبنا و فواره های تزئینی ۳-۵-۲-۴-۵
- ۱۴۰..... تلفن های عمومی ۴-۵-۲-۴-۵
- ۱۴۱..... سطل های زباله ۵-۵-۲-۴-۵
- ۱۴۱..... سنگفرش ها ۶-۵-۲-۴-۵
- ۱۴۲..... نشانه ها ۷-۵-۲-۴-۵
- ۱۴۳..... انبار ۸-۵-۲-۴-۵

فصل ششم: معیارها و شاخص های طراحی و احداث مراکز خرید شهری

- ۱۴۶..... ۱-۶- معیارها و شاخص های کالبدی - فضایی ۱-۶-۱-۶
- ۱۴۶..... ۱-۱-۶- فیزیکی ۱-۶-۱-۶
- ۱۴۶..... ۱-۱-۱-۶- مساحت ۱-۶-۱-۱-۶
- ۱۴۷..... ۱-۶-۲-۱-۱-۶- کاربری های مجاور ۱-۶-۲-۱-۱-۶
- ۱۴۷..... ۱-۶-۳-۱-۱-۶- اصل زیادگی یا امکان توسعه فیزیکی ۱-۶-۳-۱-۱-۶
- ۱۴۷..... ۱-۶-۴-۱-۱-۶- نوع سازه ۱-۶-۴-۱-۱-۶
- ۱۴۹..... ۱-۶-۵-۱-۱-۶- تنوع غرفه ها ۱-۶-۵-۱-۱-۶
- ۱۵۰..... ۱-۶-۲-۱-۶- دسترسی و ارتباطات ۱-۶-۲-۱-۶
- ۱۵۲..... ۱-۶-۲- معیارها و شاخص های فرهنگی - اجتماعی ۱-۶-۲-۲
- ۱۵۲..... ۱-۶-۱-۲- معیار جمعیتی ۱-۶-۱-۲-۲
- ۱۵۲..... ۱-۶-۲-۲- ایمنی و امنیت ۱-۶-۲-۲-۲
- ۱۵۳..... ۱-۶-۳- معیارها و شاخص های اقتصادی ۱-۶-۳-۳
- ۱۵۳..... ۱-۶-۱-۳- ارزش افزوده ۱-۶-۱-۳-۳
- ۱۵۳..... ۱-۶-۲-۳- قیمت تمام شده احداث ۱-۶-۲-۳-۳
- ۱۵۴..... ۱-۶-۳-۳- هزینه نگهداری ۱-۶-۳-۳-۳
- ۱۵۴..... ۱-۶-۴- عناصر تشکیل دهنده تجهیزات، امکانات و تأسیسات ۱-۶-۴-۴
- ۱۵۴..... ۱-۶-۱-۴- سطل زباله، کیوسک اطلاع رسانی، تلفن عمومی و سرویس بهداشتی ۱-۶-۱-۴-۴
- ۱۵۵..... ۱-۶-۲-۴- انبار ۱-۶-۲-۴-۴

- ۱۵۵.....۳-۴-۶- پارکینگ
- ۱۵۶.....۴-۴-۶- سیستم صوت و اطلاع رسانی
- ۱۵۶.....۵-۴-۶- دوربین مدار بسته
- ۱۵۶.....۶-۴-۶- شبکه کامپیوتر (IT)
- ۱۵۹.....۵-۶- استانداردهای عناصر فیزیکی و غیر فیزیکی مراکز خرید شهری

فصل هفتم: الگوهای احداث، راه اندازی و بهره برداری از مراکز خرید شهری

- ۱۶۴.....۱-۷- معرفی سیستم های مختلف اجرای پروژه ها
- ۱۶۸.....۲-۷- اجرای پروژه به صورت مشارکتی با تأکید بر مشارکت شهروندان و بخش خصوصی
- ۱۶۹.....۱-۲-۷- مراحل اساسی مشارکت شهروندان جهت بهبود خدمات شهری بویژه مراکز خرید شهری
- ۱۷۱.....۳-۷- تحلیل قوتها، ضعفها، فرصتها و تهدیدهای احداث و بهره برداری مراکز خرید شهری (SWOT)
- ۱۷۱.....۱-۳-۷- سوات (SWot) سازمانهای دولتی
- ۱۷۳.....۲-۳-۷- سوات (SWot) سازمانهای عمومی (شهرداری)
- ۱۷۴.....۳-۳-۷- سوات (SWot) سازمانهای بخش خصوصی

کلام آخر

فهرست منابع

پیوستها

فهرست جداول

- جدول شماره ۱-۱: مهمترین گونه های بازار از لحاظ شکل در کشورهای اسلامی..... ۲۳
- جدول شماره ۱-۲: مهمترین گونه های بازار از لحاظ کارکرد در کشورهای اسلامی..... ۲۴
- جدول شماره ۱-۲: انواع مختلف کنترل بازار..... ۴۲
- جدول شماره ۱-۳: تقسیم بندی عناصر بازار بر اساس عملکرد آن ها..... ۵۱
- جدول شماره ۱-۴: تسهیلات و خدمات مختلف ارائه شده در فروشگاه ها و مراکز تجاری..... ۷۱
- جدول شماره ۲-۴: مقادیر عددی ترجیحات در مقایسه زوجی شاخصها در روش AHP..... ۸۷
- جدول شماره ۱-۵: مشخصات استاندارد پله برقی..... ۱۳۰
- جدول شماره ۲-۵: حداقل هوای دریافتی از بیرون (مورد نیاز فضاهای با کاربری مختلف)..... ۱۳۴
- جدول شماره ۱-۶: سرانه و فضای مورد نیاز واحدهای تجاری در مقیاس های مختلف شهر..... ۱۴۶
- جدول شماره ۲-۶: استانداردها و شاخص های مراکز خرید شهری در سطح محله (بازارهای میوه و تره بار و ارزاق عمومی)..... ۱۶۰
- جدول شماره ۳-۶: استانداردها و شاخص های مراکز خرید شهری در سطح ناحیه (بازارهای میوه و تره بار و ارزاق عمومی)..... ۱۶۱
- جدول شماره ۴-۶: استانداردها و شاخص های مراکز خرید شهری در سطح منطقه (بازارهای میوه و تره بار و ارزاق عمومی)..... ۱۶۲
- جدول شماره ۱-۷: جدول SWOT سازمانهای دولتی..... ۱۷۲
- جدول شماره ۲-۷: جدول SWOT سازمانهای عمومی (شهرداری)..... ۱۷۳
- جدول شماره ۳-۷: جدول SWOT سازمانهای بخش خصوصی..... ۱۷۵
- جدول شماره ۴-۷: راهبردها و سیاستهای سازمانهای دولتی، عمومی و خصوصی پیرامون مراکز خرید شهری..... ۱۷۶

فهرست تصاویر

- تصویر شماره ۱-۱: نمونه های از بازارهای ایران به لحاظ کالبدی - فضایی..... ۲۲
- تصویر شماره ۱-۲: بازیگران محیط خرید..... ۳۵
- تصویر شماره ۲-۲: نیروهای اصلی در محیط کلان شرکت یا سازمان..... ۳۶
- تصویر شماره ۳-۲: یک مدل ساده از فرآیند بازاریابی..... ۳۶
- تصویر شماره ۴-۱: عناصر اصلی یک سیستم نوین بازاریابی..... ۳۸
- تصویر شماره ۵-۲: فرآیند کنترل..... ۴۲
- تصویر شماره ۱-۳: تیمچه مظفریه تبریز..... ۵۵
- تصویر شماره ۲-۳: طاق های بازار سنتی تبریز..... ۶۰
- تصویر شماره ۳-۳: نمایی از تیمچه مظفریه..... ۶۰
- تصویر شماره ۴-۳: سردر بازار قیصریه (ورودی اصلی بازار شاهی)..... ۶۲
- تصویر شماره ۵-۳: بازار قیصریه اصفهان..... ۶۳
- تصویر شماره ۶-۳: تیمچه امین الدوله اصفهان..... ۶۴
- تصویر شماره ۷-۳: راسته علاقه بندها(قالی فروشان بازار وکیل)..... ۶۵
- تصویر شماره ۸-۳: گنبد چهارسوق بازار وکیل..... ۶۵
- تصویر شماره ۹-۳: بازار تهران..... ۶۶
- تصویر شماره ۱۰-۳: فضای بازار قیصریه لار..... ۶۷
- تصویر شماره ۱۱-۳: سردر یکی از کاروانسراهای مجاور بازار..... ۶۸
- تصویر شماره ۱-۴: مرکز خرید کالاهای خاص..... ۷۸
- تصویر شماره ۲-۴: ساختار سلسله مراتبی مکان یابی مراکز خرید شهری در سطح شهرهای ایران..... ۸۹

- تصویر شماره ۵-۱: سیستم اسکلت فلزی - فولادی با اتصالات پیچ و مهره ای ۱۱۹
- تصویر شماره ۵-۲: نمونه های از بازارهای با سازه اسکلت فلزی ۱۱۹
- تصویر شماره ۵-۳: نمونه ای از بازار با سازه فضایی ۱۲۰
- تصویر شماره ۵-۴: نمونه ای بازار اسکلت فلزی با سقف سازه فضایی ۱۲۲
- تصویر شماره ۵-۵: نمونه ای از سازه های سبک ۱۲۳
- تصویر شماره ۵-۶: نمونه ای از سازه های خربایی ۱۲۴
- تصویر شماره ۵-۷: نمونه ای از رامپ های مناسب ساخته شده ۱۳۱
- تصویر شماره ۵-۸: بازار پردیس ۲ (کیش) ۱۳۸
- تصویر شماره ۵-۹: تعبیه آبنما در مراکز خرید ۱۴۰
- تصویر شماره ۵-۱۰: استفاده از نشانه ها جهت راهنمایی شهروندان ۱۴۳
- تصویر شماره ۶-۱: بازار سازه ای با اسکلت فلزی، کارون تهران ۱۴۸
- تصویر شماره ۶-۲: بازار سوله ای رجایی بیرجند ۱۴۸
- تصویر شماره ۶-۳: سایبان گذاری روز بازار چهارشنبه در شهر بیرجند ۱۴۹

فهرست نمودارها

- نمودار شماره ۱-۲ : فرآیند کامل مدیریت بازاریابی ۳۷
- نمودار شماره ۱-۳ : ویژگی های بازار به لحاظ اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، مذهبی و فرهنگی ۵۷
- نمودار شماره ۱-۴ : فرآیند برنامه ریزی جهت احداث مراکز خرید شهری ۸۵
- نمودار شماره ۲-۴ : فرآیند مطالعه مکان یابی مراکز خرید شهری در سطح شهرها ۸۹
- نمودار شماره ۳-۴ : شاخص ها و معیارهای مکان یابی مراکز خرید شهری ۹۵
- نمودار شماره ۴-۴ : مولفه های تأثیرگذار در مکان یابی مراکز خرید ۹۶
- نمودار شماره ۵-۴ : عمده ترین کارکردهای فرهنگی مراکز خرید شهری ۱۰۰
- نمودار شماره ۶-۴ : عمده ترین کارکردهای اجتماعی مراکز خرید شهری ۱۰۲
- نمودار شماره ۷-۴ : عمده ترین کارکردهای اقتصادی مراکز خرید شهری ۱۰۳
- نمودار شماره ۸-۴ : عمده ترین کارکردهای سیاسی مراکز خرید شهری ۱۰۶
- نمودار شماره ۹-۴ : عمده ترین کارکردهای کالبدی - فضایی مراکز خرید شهری ۱۰۷
- نمودار شماره ۱۰-۴ : عمده ترین کارکردهای زیست محیطی مراکز خرید شهری ۱۰۸
- نمودار شماره ۱-۵ : الگوهای احداث مراکز خرید شهری بر اساس نوع سازه، دوام و پایداری (استحکام) ۱۲۴
- نمودار شماره ۲-۵ : الگوهای احداث مراکز خرید شهری به لحاظ سبک معماری ۱۲۵
- نمودار شماره ۱-۶ : معیارها و شاخص های طراحی و احداث مراکز خرید شهری ۱۵۸
- نمودار شماره ۱-۷ : انواع مختلف سیستم های اجرای پروژه ۱۶۷
- نمودار شماره ۲-۷ : مراحل اساسی مشارکت در ایجاد مراکز خرید شهری ۱۷۰