



اولین همایش ملی فناوری در مهندسی کاربردی باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد اسلامی (NCTAE2016)
واحد تهران غرب، 21 بهمن ماه 1395



بررسی اصول موثر جهت افزایش کیفیت طراحی معماری مجتمع های تجاری اداری با نگرشی بر مجتمع های طراحی شده موفق در جهان

بنت الهدی صادقی¹، عاطفه دهقان توران پشته²

¹ گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

h.sadeghi6270@gmail.com

² عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

dehghan.at@gmail.com

چکیده- یکی از فضاهای پویای شهری فضاهای تجاری می باشند. شهرها با هرنقش و وظیفه ای که برعهده داشته باشند نمی توانند دور از فعالیت های تجاری بازرگانی قرارگیرند چرا که حیات اجتماعی انسان ها درشهر و رفع نیاز آنها وجود چنین فعالیت هایی را ایجاب می نماید اهمیت فعالیت های تجاری در کلانشهرها و در نتیجه جایگاه ویژه مراکز تجاری در بین فضاهای شهری از یک سو و تاثیرات روانی و احساسی مکان ها و فضاها بر کاربر و استفاده کننده از آنها از سوی دیگر سبب شده تا مقاله حاضر که به روش توصیفی- تحلیلی و با بهره از مطالعات کتابخانه ای صورت گرفته است، به هدف بررسی اصول موثر جهت افزایش کیفیت طراحی مجتمع تجاری و بررسی مجتمع های تجاری اداری موفق در جهان از نظر میزان اهمیت به این اصول بپردازد.

کلمات کلیدی: افزایش کیفیت طراحی معماری، مجتمع های تجاری اداری، مجتمع های تجاری اداری موفق در جهان

1- مقدمه:

در اواخر قرن هجده و اوایل قرن نوزده، به تدریج بیش تر شهرهای بزرگ شروع به احداث پاساژ نمودند و در بسیاری از کشورها پیشرفت صنعت، تولید انبوه و توجه به مصرف موجب ساخت فروشگاه های بزرگ گردید و فروشگاه های بزرگ با امکانات اقتصادی و سازمان عظیم خود وضع خرده فروشی را تغییر داده و تسهیلات و راحتی های بیش تری برای مصرف کنندگان ایجاد نمودند.[1]

در قرن بیستم با افزایش روزافزون جمعیت شهری و اتومبیل و حومه نشینی، در جهت آسودگی مردم ومشتریان و کسب سود بیش تر شرکت های ساختمانی و تجاری به ایجاد ساختمان های جدید و مراکز خرید در حومه های شهری اقدام نمودند.[2]

یک شاپینگ سنتر از یک خیابان خرده فروشی یا دیگر محل های داد و ستد فرق داشت برای آن که کاملاً برنامه ریزی شده بود. قابل توجه ترین مثال اولیه و اولین "شاپینگ سنتر حومه ی شهری" معمولاً کانتری کلوب پلازا در در کانزاس سیتی در نظر گرفته می شود که در سال 1922 میلادی در آمریکا افتتاح شد و به طور بی اندازه ای موفق بود و به سرعت رشد کرد. و توسعه ی آن باعث رشد فرمهای متفاوت شاپینگ سنترها از سال 1920 میلادی تا به امروز گردید. از جنگ جهانی دوم به بعد، در کشورهای توسعه یافته ساختار تجارت خرده فروشی انقلابی حقیقی را تجربه نمود و مراکز خرید به شکل جدید توسعه یافت.

در ایران نیز ساخت پاساژها و فروشگاه های بزرگ و زنجیره ای از عصر پهلوی آغاز گردید. [3] در این تحقیق به بررسی اصولی که باعث افزایش کیفیت فضایی در طراحی مجتمع های تجاری- اداری می شود، پرداخته شده و سپس به معرفی مجتمع های تجاری اداری بزرگ جهان (که این اصول در آن ها رعایت شده) پرداخته خواهد شد و ویژگی های قابل توجه آن ذکر خواهد شد.