

نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال هشتم، شماره سی‌ام، پاییز ۱۳۹۶

شاپا چاپی: ۵۲۲۹-۲۲۲۸، شاپا الکترونیکی: ۳۸۴۵-۲۴۷۶

دریافت: ۱۳۹۶/۲/۲ - پذیرش: ۱۳۹۶/۶/۱۹

<http://jupm.miau.ac.ir/>

صص ۶۴-۵۱

سنجش بازار سرپوشیده اردبیل به لحاظ برخورداری از مؤلفه‌های پویایی

فضای شهری

هوشنگ سرور: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه مراغه، مراغه، ایران*

امیر کاشانی‌اصل: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه مراغه، مراغه، ایران

وحید صلاحی ساریخان بیگلر: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه مراغه، مراغه، ایران

زهرا افضل‌ی گروه: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه مراغه، مراغه، ایران

چکیده

فضاهای شهری مکان‌هایی برای برقراری ارتباطات و تعامل جوامع انسانی هستند که افراد با علایق و خواست‌های متفاوت گرد هم می‌آیند. بازارها و مراکز تجاری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فضاهای شهری که به اشکال مختلف در کالبد شهرها تبلور یافته‌اند، جز مهمی از سیستم فضای شهری محسوب می‌شوند. بازارها اعم از سنتی و مدرن در حکم اسناد هویت‌بخش به یک جامعه شهری محسوب می‌شوند، به‌طوری‌که حیات شهر و بازار به هم پیوند خورده‌اند. ویژگی کالبدی و معماری این مراکز به‌گونه‌ای بوده که آن‌ها را به دنیایی از فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی و فرهنگی و اتفاقات شهری تبدیل نموده است. هدف این پژوهش ارزیابی بازار سرپوشیده اردبیل از لحاظ برخورداری از مؤلفه‌های پویایی فضای شهری و روش این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی بوده و برای جمع‌آوری داده‌ها از منابع کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق را متخصصان، کارشناسان و بازدیدکنندگان بازار سرپوشیده تشکیل می‌دهد. با توجه به جمعیت شهر اردبیل، ۳۸۴ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شده و برای تجزیه تحلیل داده‌ها از روش‌های آزمون t تک نمونه‌ای و رگرسیون گام به گام استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون T تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که وضعیت بازار سرپوشیده اردبیل از لحاظ برخورداری از مؤلفه‌های پویایی فضای شهری به‌طور کلی با مقدار محاسبه ۳/۴۴ که بالاتر از حد مبنا (۳) است، در وضعیت مطلوبی قرار دارد. نتایج حاصل از رگرسیون گام به گام نیز نشان می‌دهد از میان مؤلفه‌های پویایی فضای شهری، مؤلفه کاربری‌های مختلط و گوناگون با ضریب بتا ۰/۳۹۷ بیشترین تأثیر را داشته است و بعد از آن به ترتیب مؤلفه‌های ساختار، فرم و انعطاف‌پذیری، تأمین ایمنی و امنیت، زمان‌مندی و نفوذپذیری و دسترسی مناسب در رتبه‌های بعدی قرار داشته‌اند.

واژه‌های کلیدی: فضای شهری، بازار، مؤلفه‌های پویایی فضای شهری، آزمون t تک نمونه‌ای، اردبیل

۱- مقدمه

۱-۱- طرح مسأله

فضاهای شهری و شکل متعالی‌تر آن یعنی اماکن شهری می‌توانند در بستری مفاهیمی مانند روانشناسی رفتاری شهری و فضاهای عمومی شهری، مکان تعامل و رفتارهای شهروندی است و روح اجتماع و احساس تجانس اجتماعی را در خود شکل می‌دهد (منصوری و کاکاوندی، ۱۳۸۷: ۱۹). تجارب جهانی نمایانگر این است که فضاهای عمومی شهری می‌توانند محملی برای بروز ارزش‌های فرهنگی و بستری مناسب برای تعاملات و توسعه اجتماعی برای هویت‌سازی و هویت‌پذیری شهروندان و توسعه پایداری انسانی به شمار آیند، که می‌بایست در ابعاد مورد ارزیابی قرار گیرند (محسنی و بهمنی، ۱۳۹۳: ۱). شاخص‌های فضاهای عمومی مطلوب، به ادراکات فردی و ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی نیز مربوط می‌شود و تعمیم این معیارها به فضاهای شهری دنیا درست به نظر نمی‌رسد، در هر صورت لازم به نظر می‌رسد که فضاهای عمومی شهری از دید شهروندان همان شهر، مورد ارزیابی و شناسایی قرار گیرند تا ضمن شناخت مشکلات فضاها در شهر، امکان بهبود زندگی اجتماعی و شهروندی و افزایش کیفیت زندگی در هر ساختار شهری فراهم شود (نظریان و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۳۲)

بازارها اعم از سنتی و مدرن در حکم اسناد هویت‌بخش به یک جامعه شهری محسوب می‌شوند به طوری که حیات شهر و بازار به هم پیوند خورده‌اند و در بسیاری از موارد شهرها با بازارها معنی و مفهوم پیدا می‌کنند. اگرچه نخستین نقش این مراکز، نقش

اقتصادی است، ولی ویژگی کالبدی و معماری آن‌ها به گونه‌ای بوده که آن‌ها را تبدیل به دنیایی از فعالیت‌ها، تعاملات اجتماعی، فرهنگی و اتفاقات شهری نموده است (محمدمرادی و بهمنی اسکویی، ۱۳۸۹: ۱۶۱). در واقع ارتباطات فضایی بازار نه تنها شامل استفاده تجاری بازار است، بلکه به مسائل اجتماعی مربوط می‌شود که ابزاری برای شناخت و تداوم هویت‌های فرهنگی و ایجاد حس تعلق است (عباس زادگان و آذری، ۱۳۸۸: ۲۷). در حقیقت بازار نیز همانند عناصر دیگر شهری از اشکال بسیار ساده آغاز شده و در تحول کرونولوژیک خود به پیچیدگی فضایی و انتظام کنونی دست یافته است.

سرزندگی و پویایی فضای شهری بازتاب نوع فعالیت‌ها و رویدادهایی است که در فضا صورت می‌پذیرد. در بررسی پویایی و ایجاد حس فعالیت در محیط شهری باید اذعان نمود که پویایی امروزی جوامع شهری تا حدودی به حضور مراکز تجاری و بازارهای مدرن مرتبط است (شکری، ۱۳۹۰: ۲۶-۴۲). از این نظر و اهمیتی که در این مراکز مشاهده می‌کنیم در تحقیق حاضر مجموعه تاریخی بازار سرپوشیده اردبیل با قرارگیری در مرکز شهر با معماری سنتی و اصیل و برگرفته از ظرافت‌های هنری ایرانی-اسلامی، به لحاظ داشتن مؤلفه‌های پویایی فضای شهری مورد تحلیل قرار گرفته است.

۲.۱. پیشینه تحقیق

در زمینه سنجش و مطلوب فضای بازار در سال‌های اخیر مطالعاتی صورت گرفته است که می‌توان به عنوان زیر اشاره کرد: سرابی (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با نام تحولات بازارهای ایرانی-اسلامی در بازار یزد با

بازار پایتخت صفوی، (بازار اصفهان) نه در مقیاس محلی بلکه در مقیاس محلی بلکه در مقیاس امپراتوری صفوی و حتی فراتر از آن، مرکز مبادله امپراتوری با جهان خارج است همچنین محلات سنتی شهرهای ایران با بازارچه و مغازه‌های کوچک آن، با مدرسه و حمام عمومی و مسجد محلی و غیره، چنان رفت و آمد و شور و نشاطی را به وجود می‌آوردند که تمامی ساکنان این محلات به منزله افراد یک خانواده بزرگ تلقی می‌شدند و این عوامل ذکر شده در مجموع نقشی اساسی در ایجاد سرمایه اجتماعی و توسعه ایفا می‌نمودند. شاهی و وزیری (۱۳۹۴) در مقاله‌ای تحت عنوان بررسی عوامل رویکرد اقتصادی در بازار اردبیل، با توجه به تحقیقات صورت گرفته در بازار اردبیل، می‌توان گفت جایگیری در موقعیت شهری مناسب و بافت مرکزی اردبیل، وجود فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و ... در کالبد بازار، پدید آمدن رستخ و گردآوری کالاهای مشابه در دکان‌های نزدیک به هم و در یک بازار با تیم و سرا، مراجعه مکرر شهروندان برای خرید، قیمت مناسب، حضور دراز مدت کسبه، وجود عمده فروشی‌ها و استفاده از منابع بومی و فروش اجناس بومی و ... از عوامل پایداری اقتصادی و ارتقاء شرایط اقتصادی بازار اردبیل می‌باشد.

۳.۱. روش شناسی تحقیق

رویکرد کلی پژوهش از نوع پژوهش‌های کمی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها مبتنی بر داده‌های کتابخانه‌ای - اسنادی و پیمایش میدانی است. نخست برای شناسایی مؤلفه‌های پویایی فضای شهری از مطالعات مرتبط با حوزه تخصصی بهره‌گیری شد (جدول ۱). بر این اساس ۶ مؤلفه مطرح در این زمینه

روش توصیفی-تاریخی و روش کمی به واکاوی نقش بازار در طول تاریخ پرداخته است و همچنین به علل حاشیه رانده شدن بازار توسط فضاهای نوین تجاری پرداخته است. تحلیل تاریخی و کمی این تحقیق نشان داده است که گرچه عنصر بازار به‌عنوان شاخصه شهر اسلامی در یزد همچنان اعتبار کالبدی و اجتماعی مناسبی را در خود نهفته دارد؛ اما جلوه‌گاه فعالیت‌های مدرن تجاری نیست. فریدونی و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای تحت عنوان مقایسه بازارهای قدیم و جدید با رویکرد ارتقا کیفیت فضای شهری در شهر تبریز با روش کتابخانه‌ای و تحلیلی به دگرگونی‌های بازار در طول تاریخ پرداخته‌اند و سعی کرده‌اند از لحاظ بافت کالبدی و نقش‌های اجتماعی مقایسه‌ای بین بازارهای قدیم و جدید صورت دهند. در پایان تغییر و تحولات شهرنشینی و نیازهای جدید و تجمل‌گرایانه بشر امروز را دلیل اصلی این تحولات بیان کرده‌اند. فصیحی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با نام توسعه پایدار انسانی با تأکید بر منظر شهری بازار (مطالعه موردی بازار شهر یزد) سعی کردند با توجه به قابلیت‌های اجتماعی و اقتصادی بازار در ترکیب شغلی گروه‌های انسانی ساکن در شهر، در قالب توسعه پایدار انسانی با تأکید بر منظر شهری، بررسی گردد. یافته‌ها بیانگر این نکته است که ضرورت اتخاذ نوعی مشارکت و تعامل دوسویه بین شهروندان و مسئولین شهری و همچنین ارتقای سطح آگاهی عمومی جهت آگاهی بیشتر با این موضوع احساس می‌شود. محسنی و بهمنی (۱۳۹۳) در مقاله - ای تحت عنوان فضاهای شهری و نقش آنها در توسعه اجتماعی (مطالعه موردی بازار اصفهان) با روش توصیفی به این نتیجه دست یافتند که نقش

برنامه‌ریزی و طراحی شهری و معیارهای کلیدی که نظریه‌پردازان برای ایجاد یک محیط مطلوب و پویا ارائه داده‌اند این واقعیت را آشکار می‌سازد که چقدر می‌توان زمینه کاری گسترده‌ای در این زمینه داشت. گوردن کالن (۱۹۷۹) با بررسی رابطه فضاهای پر و خالی در فضاهای عمومی شهر و توجه به منظر شهری، جین جاکوبز (۱۹۶۱) با حمایت از تمایز و ناهمگنی در نحوه استفاده از فضاهای عمومی شهری، لویس مامفورد (۱۹۳۸) و فرانسیس تیبالدز (۱۹۹۲) با تأکید بر حس مکان و توجه به مقیاس انسانی در محیط‌ها و فضاهای شهری، کوپر مارکوس (۱۹۸۶) و ویلیام وایت (۱۹۸۸) با درک اهمیت توجه به ارتباط فضا، مردم و مکان‌های عمومی شهر، کوین لینچ (۱۹۸۱) با اهمیت تصورات ذهنی در شکل‌گیری مکان و غیره. همه و همه در جستجوی یافتن راهی برای برنامه‌ریزی و ساخت محیط‌های شهری با کیفیت‌تر، پویا و ماندگار بوده‌اند. بر این اساس، مدل پیشنهادی این پژوهش نیز مؤلفه‌های کیفیت محیط را بر اساس پاسخ‌گویی به زمینه‌های عملکردی، کالبدی و ادراکی فضا می‌سنجد. بنابراین، می‌توان شش معیار را برای سنجش بر اساس جدول (۱) به شرح زیر معرفی کرد:

جدول ۱- شاخص‌های سنجش پویایی فضای شهری

مفهوم (concept)	زمینه (aspect)	معیار (criteria)	شاخص (indicator)	
پویایی فضای شهری	کالبدی	دارا بودن ساختار و فرم مناسب و انعطاف‌پذیر	ساختار مناسب و پایایی فرم فضا	
		عملکردی	وجود کاربری‌های مختلط و گوناگون	کارایی و سازگاری کاربری‌ها تنوع در کاربری‌های اطراف فضاها پاسخگویی فضا به گروه‌های مختلف اجتماعی

شناسایی گردید و مبنای طراحی پرسش‌نامه به‌عنوان ابزار اصلی تحقیق در مطالعات میدانی قرار گرفت. برای افزایش روایی از روش یا تکنیک روایی محتوایی و صوری استفاده شد و در این راستا روایی ابزار تحقیق به تأیید تعدادی از متخصصان حوزه تخصصی (استادان دانشگاه) رسید. سپس از تکنیک آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی ابزار تحقیق استفاده شد و عدد ۰/۷۵۷ بدست آمد، که بیانگر پایایی مناسب ابزار تحقیق است. پرسش‌نامه مورد استفاده، از پرسش‌های بسته با طیف لیکرت ۵ مقیاسی (خیلی خوب، خوب، متوسط، ضعیف و خیلی ضعیف) است و بر اساس فرمول کوکران، با توجه به اینکه حجم جامعه برابر با ۴۸۲۶۲۳ نفر است با جایگزینی مقادیر فوق در رابطه کوکران اندازه نمونه به قرار زیر محاسبه شد:

$$n = \frac{\frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}}{1 + \frac{1}{482623} \left(\frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2} - 1 \right)} = 384$$

و جهت تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری تی تک نمونه‌ای «One Sample T- test» و رگرسیون گام به گام استفاده شده است.

۴.۱. متغیرها و شاخص‌های تحقیق

مرور نظریات مختلف در خصوص کیفیت محیط، مشابهت‌ها و تفاوت‌های برداشت از کیفیت

تعامل بین مجتمع تجاری را با دیگر مراکز تجاری و اداری			
وجود کاربری‌ها و مراکز جاذب جمعیت	وجود سرزندگی و جذابیت در فضا از لحاظ داشتن هویت، تناسبات بصری و حس تعلق	کالبدی و اداری	
ایجاد فضای چند وجهی با ترکیب ساختار و رنگ			
وجود نشانه‌ها و بناهای شاخص و یا دارای احساس تعلق در فضاها و هویت‌بخش بودن فضا			
تناسب ابعاد و اندازه عناصر مصنوع فضا نسبت به محیط			
انطباق با فرهنگ بومی منطقه			
تنوع کالایی موجود			
وجود نفوذپذیری بصری و عملکردی برای کاربر فضا	نفوذپذیری و دسترسی ارتباطی مناسب	کالبدی و عملکردی	
دسترسی فضا به شریان‌های اصلی ارتباطی			
ارتباط مناسب مسیر پیاده و سواره به فضاها			
وجود پارکینگ	تأمین ایمنی و امنیت		
ایمنی و استحکام عمومی فضا			
امنیت اجتماعی			
دسترسی ارتباطی ایمن به فضاها			
امکان استفاده از فضا با گذر زمان و عدم تعلق به یک دوره تاریخی	زمانمند بودن	عملکردی و کالبدی	
امکان استفاده فضا در شرایط آب و هوایی مختلف و ساعات گوناگون شبانه‌روز			
قابلیت پاسخگویی فضا به نیازهای بروز جامعه			

مأخذ: نگارندگان

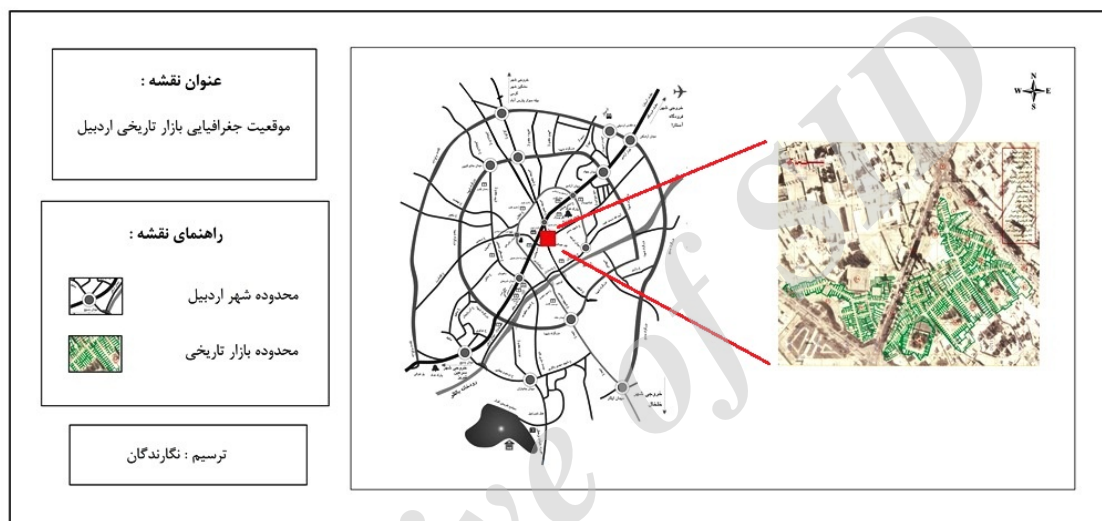
آن مسجد قرار داشته است. بازار اردبیل، در قرن ۷ و ۸ هجری قمری نیز از رونق فراوانی برخوردار بوده اما، رونق اصلی آن مربوط به دوره صفویه است. بنای فعلی بازار از جمله آثار دوره صفویه و زندیه است که بر بنیان اولیه بازار ساخته شده است. قسمت عمده بازار اردبیل در تغییرات شهری در نیم قرن گذشته تخریب شده و ارتباط بعضی از بخش‌های آن با مرکز بازار از بین رفته است (یغفوری و آقائی، ۱۳۹۰: ۴). بازار از تقسیم‌بندی کلی بازار اردبیل می‌توان به بازار بقالان، قصابان، خراطان، سراجان، قیصریه، چاقو فروشان، کلاه‌دوزان و بسیاری سرای دیگر اشاره کرد. بازار اردبیل با طاق‌نمای جانبی، طاق و تویزه و گنبد‌های ساده که معرف آثاری از دوره صفویه و

۵.۱. محدوده پژوهش

شهر اردبیل یکی از شهرهای بزرگ و استراتژیک شمال غرب ایران بوده و مرکز استان اردبیل می‌باشد. جمعیت این شهر بر اساس سرشماری سراسری سال ۱۳۹۰ ایران، بالغ بر ۴۸۲۶۲۳ نفر بوده که این رقم با احتساب جمعیت ساکن در حومه شهر به بیش از ۵۸۰۰۰۰ نفر می‌رسد. مجموعه تاریخی بازار اردبیل، در میانه شهر و در طرفین خیابان امام خمینی واقع گردیده و به جهت قدمت و دارا بودن معماری سنتی از بازارهای تاریخی و جالب توجه ایران به شمار می‌آید. مقدسی و اصطخری (قرن چهارم ه.ق)، بازار اردبیل را به شکل صلیبی توصیف می‌کنند که در میانه

است. روشنایی داخلی بازار از طریق روزنه‌های تعبیه‌شده در پوشش‌های گنبدی تأمین می‌شود. مجموعه تاریخی بازار اردبیل، در سال‌های اخیر از طرف سازمان میراث فرهنگی تعمیر و مرمت شده و به شماره ۱۶۹۰ در فهرست آثار ملی کشور به ثبت تاریخی رسیده است.

قاجاریه است و شامل راسته اصلی بازار، راسته پیر عبدالملک، راسته قیصریه، راسته کفاشان، راسته غلامان، بازار زرگران، سراجان، پنبه‌فروشان، مسگران، چاقوسازان، آهنگران، سرای خشکبار (حاجی میرزا)، سرای گلشن، سرای وکیل، سرای نو یا زنجیرلو، سرای حاج احمد، سرای حاج شکر، سرای مجیدیه، سرای امام جمعه، سرای دوگچی و تیمچه زنجیرلی



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی بازار سرپوشیده اردبیل، مأخذ: نگارندگان، (۱۳۹۴)

حامل روابط اجتماعی و اهداف فرهنگی را داشته باشد (شیخی، ۱۳۸۹: ۱۲). مفهوم فضای شهری با رجعت به نظرات کامیلوسیتته، گدس، مامفورد و سایر فرهنگ‌گرایان و طرفداران آمایش انسانی در شهر که در زنده نگهداشتن مفهوم و اثر فضای شهری خدمت بزرگی کرده بودند، متکی بر این استنباط است که: فضای شهری جزئی از ساخت شهر است که از کلیت هماهنگ و پیوسته برخوردار بوده و از حیث فیزیکی دارای بدنه محصورکننده است (پارسی، ۱۳۸۱: ۴۳). این فضا متشکل از سه بعد در هم تنیده کالبد (فرم)، عملکرد (فعالیت) و ادراک (معنا) است (ماجدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۶۳).

۲. مبانی نظری

فضای شهری حوزه نوینی از مطالعات شهری است که ادراک سیال شهروندان از شهر را در ارتباط با نمادها و مصادیق فیزیکی آن‌ها، با بررسی تاریخی و حوادث اجتماعی، مورد مطالعه قرار می‌دهد و سلسله‌مراتب قلمروهای ادراکی فضا در ارتباط با زندگی اجتماعی، تاریخی و کارکردی شهر را تشخیص می‌دهد. تنوع در فرم فیزیکی و کیفیت‌های طبیعی، به نوبه خود بر کیفیت فضای شهری تأثیر گذارده و در فرآیند تاریخی پدید آمدن شهرها، به شکل نمادین به کار گرفته شده‌اند. این فضا قابلیت تبدیل شدن به فضای شهری را داراست که قابلیت

قرار گیرند. (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲). در این راستا، جین جاکوبز در کتاب زندگی و مرگ شهرهای بزرگ آمریکا، معیارهای زیر را برای محیطی با کیفیت مطلوب بیان می‌کند: الف) توجه به ایجاد فعالیت‌های مناسب در محیط پیش از توجه به نظم بصری آن؛ ب) استفاده از کاربری‌های مختلط چه به لحاظ نوع استفاده و چه از نظر نوع معماری ابنیه؛ ج) توجه به عنصر خیابان و نفوذپذیر بودن (قابل دسترس بودن) آن نسبت به بافت پیرامون؛ د) اختلاط اجتماعی و انعطاف‌پذیر بودن فضاها. همچنین یکی از مهم‌ترین نظریات در خصوص کیفیت محیط کالبدی توسط ماتیو کارمونا منتشر شده است. در این اثر با عنوان مکان‌های عمومی - فضاهای شهری، کارمونا کیفیات تاثیرگذار بر محیط کالبدی را به مؤلفه‌های الف) کالبدی: دسترسی مناسب به فضا؛ ب) ادراکی (معنایی): فضای همگانی، امنیت و منظر شهری؛ ج) اجتماعی: همه شمول بودن فضا؛ د) بصری: سختی و نرمی فضا؛ ه) عملکردی: اختلاط و تراکم عملکردها؛ و) زمانی: مدیریت زمانی استفاده از فضا تقسیم کرده است (Carmona et al, 2003).

با توجه به تعاریف موجود از پویایی و سرزندگی می‌توان تعریف عام پویایی و سرزندگی را، قابلیت مکان برای تأمین تنوعی از فعالیت‌ها و استفاده‌کنندگان (با پیش‌زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) با هدف تنوع تجربیات و تعاملات اجتماعی به‌گونه‌ای که امنیت، برابری و راحتی را برای همه استفاده‌کنندگان فراهم آورد؛ در نظر گرفت. در بررسی پویایی و ایجاد حس فعالیت در محیط شهری باید اذعان نمود که پویایی امروزی جوامع شهری تا حدودی به حضور مراکز تجاری و

خلق فضای شهری مؤثر، کارآمد و پویا که با نیازهای اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی، فیزیکی، روانشناسان و اقتصادی مردم جامعه هماهنگ باشد همواره دغدغه کار بسیاری از برنامه‌ریزان و طراحان شهری بوده است. فضاهای شهری که به‌عنوان بطن حیات اجتماعی و شهری امروزی مطرح هستند، دارای ابعاد مختلفی می‌باشند. فضاهای شهری در حوزه اجتماعی مکان‌هایی برای برقراری ارتباطات و مناسبات اجتماعی و رویارویی‌های انسانی و مکانی است که افراد با علائق و خواست‌های متفاوت گرد هم می‌آیند. بر این اساس می‌توان گفت فضاهای شهری به‌علت ماهیت اجتماعی و کالبدی خود چه بسا محملی مناسب برای بررسی و ارزشیابی کیفی محیط باشند. کیفیت یک فضا در شهر از برآیند مؤلفه‌هایی حاصل می‌شود که با شناسایی کارکردها و تأثیرات مناسب هریک از آنها بر فضا می‌توان راهکارهایی برای بهبود کیفیت فضاهای شهری ارائه داد (علی پور و همکاران، ۱۳۹۱).

در مواجهه با سنجش کیفیت یک فضای شهری باید دو نوع برداشت از مفهوم کیفیت مدنظر قرار گیرد. یعنی مجموعه‌ای از ارزش‌ها و مقیاس‌ها که قابل اندازه‌گیری هستند، نظیر فرم‌ها، اشکال مورد استفاده، تناسب فضایی و... که مربوط به خود محیط بوده و مستقل از افراد استفاده‌کننده می‌باشند و از طرف دیگر مجموعه‌ای ارزش‌های ذهنی و روانی نظیر زیبایی، راحتی و آسایش، احساس تعلق به محیط و... که از افراد استفاده‌کننده از محیط نشأت می‌گیرد و ماهیتی درونی دارند. ترکیب این دو نوع معیار در مجموع سازنده کیفیت محیط بوده و برای ایجاد یک فضای شهری با کیفیت می‌بایست مدنظر

جاذب و تسریع بخش را بر عهده دارند. با توجه به تغییرات مدرن امروزی در سطح شهرها و نقشی که بازارها از دوران جنینی شهرها بر عهده داشته‌اند، مراکز تجاری و بازارها می‌توانند جز آن دسته از حوزه‌هایی باشند که می‌توانند به خوبی این وظیفه خطیر را در سطح شهر به نمایش بگذارند.

۳. مبحث اصلیرای دستیابی به یافته‌های تحقیق، پس از شناسایی متغیرهای اصلی پژوهش به تجزیه و تحلیل آنها پرداخته می‌شود تا نشان دهیم که در بین مؤلفه‌های مطرح شده کدام یک در رابطه با موضوع پژوهش، بیشترین تأثیر را در برخورداری و پویایی بازار سرپوشیده اردبیل داشته است. در ابتدا با استفاده از آزمون T تک نمونه‌ای به بررسی و ارزیابی بازار سرپوشیده اردبیل به لحاظ برخورداری از مؤلفه‌های پویای فضای شهری پرداخته می‌شود. نتایج آزمون نشان می‌دهد که میانگین جامعه نمونه به‌طور کل بالاتر از حد متوسط است و سطح معناداری کمتر از $0/05$ است. بدین معنا که از دید جامعه نمونه برخورداری بازار سرپوشیده از لحاظ برخورداری از مؤلفه‌های پویای فضای شهری مطلوب ارزیابی می‌شود.

جدول ۳- ارزیابی برخورداری از مؤلفه‌های پویایی بازار سرپوشیده اردبیل با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای

عوامل مؤثر بر برخورداری بازار سرپوشیده اردبیل	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین جامعه نمونه	حد متوسط جامعه
مؤلفه‌های پویای شهری	۲۶/۷۱۵	۳۸۳	۰/۰۰۰	۳/۴۴۴	۳

مأخذ: مطالعات و محاسبات میدانی پژوهش

انعطاف‌پذیری) از میان ۶ مؤلفه دارای سطح معناداری بیشتر از $(0/05)$ بوده است و عملکرد آنها در پویایی و مطلوبیت بازار سرپوشیده اردبیل مورد پذیرش واقع نگردید. عملکرد مؤلفه‌های که سطح معناداری کمتر از $(0/05)$ داشته‌اند (تأمین ایمنی و امنیت، زمانمند

بازارهای مدرن مرتبط است (شکری، ۱۳۹۰: ۲۶-۴۲). بازار با فضاهای متنوع و گوناگون خود، از عناصری است که در تمدن‌های مختلف نمود بارز داشته و درعین حال با عهده‌دار شدن ارکان اقتصادی، محل شکل‌گیری بسیاری از حرکت‌های فرهنگی و سیاسی نیز بوده است (پروزن و همکاران، ۱۳۹۲: ۲-۸). در واقع ارتباطات فضایی بازار نه تنها شامل استفاده تجاری بازار است، بلکه به مسائل اجتماعی مربوط می‌شود که ابرزاری برای شناخت و تداوم هویت‌های فرهنگی و ایجاد حس تعلق است (عباس زادگان و آذری، ۱۳۸۸: ۲۷). و از آنجایی که هویت هر شهر تجلی فرهنگ در محیط است (شماعی و پوراحمد، ۱۳۸۵: ۹۳) علاوه بر ویژگی‌های محیط طبیعی و نحوه رفتار و گویش مردم، از طریق فضاهای شهری آن شهر (از جمله بازار) شناخته می‌شود، از این رو این فضاهای شهری باید دارای فرم متناسب، منطقی، زیبا و پاسخ‌گو به عملکرد مرتبط با آنها باشد (لاری بقال، ۱۳۸۰: ۶۵). در دنیای ماشینی امروزی، فضای پیچیده شهری، جهت ادامه حیات خود و نمایش محیطی پویا و سرزنده، فعالیت‌هایی را می‌طلبد که با مؤلفه‌های مختلف نقش

در ادامه، جدول (۴) مطلوبیت بازار سرپوشیده اردبیل را از لحاظ برخورداری از مؤلفه‌های پویای فضای شهری نشان می‌دهد. با توجه به محاسبات انجام شده بر روی هر یک از مؤلفه‌های مشخص گردید که ۲ مؤلفه (کاربری‌های مختلط و ساختار، فرم و

بیشتر بوده است. به عبارتی بازار سرپوشیده اردبیل از لحاظ برخورداری از مؤلفه تأمین ایمنی و امنیت بالاترین در وضعیت مطلوب‌تر قرار دارد. و از لحاظ برخورداری مؤلفه ساختار، فرم و انعطاف‌پذیری در وضعیت نامطلوبی نسبت به دیگر مؤلفه‌ها قرار دارد.

بودن، نفوذپذیری و دسترسی مناسب و سرزندگی و جذابیت) موردپذیرش قرار می‌گیرند. میزان اثربخشی هر یک از این مؤلفه‌ها در بازار سرپوشیده را با مقایسه میانگین با حد مبنا (۳) مورد سنجش قرار می‌دهیم که هر چه این مقدار میانگین بیشتر از ۳ باشد اثربخشی آن در مطلوبیت بازار پوشیده اردبیل

جدول ۴- سطح معناداری ارزیابی مؤلفه‌های پویایی شهر مؤثر بر سنجش بر بازار سرپوشیده اردبیل با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای

عوامل مؤثر بر برخورداری بازار سرپوشیده اردبیل	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین جامعه نمونه	حد متوسط جامعه
تأمین امنیت و ایمنی	۳۱/۳۱۶	۳۸۳	۰/۰۰۰	۴/۰۰۹	۳
کاربری‌های مختلط	۰/۳۰۷	۳۸۳	۰/۷۵۹	۳/۰۱۲	۳
ساختار، فرم و انعطاف‌پذیری	-۰/۳۳۶	۳۸۳	۰/۷۳۵	۲/۹۸۷	۳
زمانمند بودن	۲۱/۹۱۰	۳۸۳	۰/۰۰۰	۳/۷۰۰	۳
نفوذپذیری و دسترسی مناسب	۱۱/۳۹۹	۳۸۳	۰/۰۰۰	۳/۳۳۲	۳
سرزندگی و جذابیت	۲۷/۱۶۱	۳۸۳	۰/۰۰۰	۳/۶۲۳	۳

مأخذ: مطالعات و محاسبات میدانی پژوهش

رگرسیون چندمتغیره گام به گام استفاده شد. در روش رگرسیون چندمتغیره گام به گام، ۶ متغیر به‌عنوان عوامل تاثیرگذار وارد معادله شدند که همان‌گونه که میزان همبستگی برخورداری بازار سرپوشیده اردبیل (به‌طور کلی) در یک ترکیب خطی با متغیرهای وارده شده برابر با ۱ است که این مقدار نشان‌دهنده رابطه بالا بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته است.

در ادامه به منظور شناسایی بهتر مؤلفه‌های فضای شهری مؤثر بر بازار سرپوشیده اردبیل، از روش رگرسیون گام به گام استفاده شده است. بدین منظور همه گویه‌های مؤلفه‌های ساختار، فرم و انعطاف‌پذیری، کاربری‌های مختلط، سرزندگی و جذابیت، نفوذپذیری و دسترسی مناسب و تأمین ایمنی و امنیت کامپویت گردید و سپس به‌منظور بررسی رابطه و میزان تأثیرگذاری این متغیرها از

جدول ۵- متغیرهای وارد شده و سهم هر متغیر در مدل رگرسیون گام به گام در مؤلفه‌های پویای فضای شهری

مؤلفه‌ها (ساختار، فرم و انعطاف‌پذیری، کاربری‌های مختلط، سرزندگی و جذابیت، نفوذپذیری و دسترسی مناسب و تأمین ایمنی و امنیت)	ضریب همبستگی چندگانه (R)	ضریب تعیین (R ²)	ضریب تعیین تعدیل‌شده	خطای معیار	بعد مراحل
تأمین امنیت و ایمنی	۰/۶۰۹	۰/۳۷۱	۰/۳۶۹	۰/۲۸۵	گام اول
کاربری‌های مختلط	۰/۷۶۱	۰/۵۷۹	۰/۵۷۷	۰/۲۱۱	گام دوم
ساختار، فرم و انعطاف‌پذیری	۰/۸۶۱	۰/۷۴۱	۰/۷۳۹	۰/۱۶۶	گام سوم
زمانمند بودن	۰/۹۳۰	۰/۸۶۵	۰/۸۶۴	۰/۱۲۰	گام چهارم
نفوذپذیری و دسترسی مناسب	۰/۹۷۵	۰/۹۵۰	۰/۹۴۹	۰/۰۷۳	گام پنجم
سرزندگی و جذابیت	۱	۱	۱	۰/۰۰۰	گام ششم

مأخذ: مطالعات و محاسبات میدانی پژوهش

از واریانس مربوط به متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. همان‌گونه که جدول (۶) نشان می‌دهد، بتا همان ضرایب استاندارد شده است. هر چه بتا (Beta) و تی (T) بزرگتر و سطح معنی‌داری (Sig) کوچک‌تر باشد بدین معنی است که متغیر مستقل (پیش‌بین) تأثیر شدیدتری بر متغیر وابسته دارد. همان‌گونه که جدول زیر نشان می‌دهد از میان مؤلفه‌های پویای فضای شهری، مؤلفه کاربری‌های مختلط و گوناگون با ضریب بتا ۰/۳۹۷ بیشترین تأثیر را بر مؤلفه‌های پویای فضای شهری بازار سرپوشیده اردبیل داشته است. سپس به ترتیب مؤلفه‌های ساختار فرم و انعطاف‌پذیری، تأمین ایمنی و امنیت، زمانمندی و نفوذپذیری و دسترسی مناسب با ضریب بتا ۰/۳۸۵، ۰/۳۲۳، ۰/۳۲۱ و ۰/۲۹۲ و در انتها مؤلفه سرزندگی و جذابیت با ضریب بتا ۰/۲۳۰ بیشترین سهم را پویای و مطلوبیت بازار مذکور داشته است.

اولین متغیر مستقل وارد شده در مدل، مؤلفه تأمین امنیت و ایمنی است که دارای ضریب همبستگی ۰/۶۰۹ با مؤلفه‌های پویایی فضای شهری به‌طور کلی می‌باشد. در مرحله دوم، مؤلفه کاربری‌های مختلط وارد مدل شد که مقدار R به ۰/۷۶۱ و مقدار R^2 به‌طور مشترک با متغیر قبلی به ۰/۵۷۹ یا ۵۷/۹ درصد افزایش یافت. در مرحله سوم وقتی متغیر ساختار، فرم و انعطاف‌پذیری وارد معادله می‌شود مقدار R به ۰/۸۶۱ و مقدار R^2 به ۰/۷۴۱ افزایش یافت. در گام چهارم با ورود متغیر زمانمندی مقدار R به ۰/۹۳۰ و هم‌چنین مقدار R^2 به ۰/۸۶۵ افزایش یافت، در مرحله پنجم متغیر نفوذپذیری و دسترسی مناسب وارد مدل شد که مقدار R به ۰/۹۷۵ و مقدار R^2 به ۰/۹۵۰ افزایش یافت. و در مرحله ششم با ورود متغیر سرزندگی و جذابیت مقدار R به ۱ و هم‌چنین مقدار R^2 به ۱ افزایش یافت یعنی این ۶ متغیر ۱۰۰ درصد

جدول ۶- ضرایب رگرسیون گام به گام برای سنجش تأثیر متغیرهای مستقل بر برخورداری بازار سرپوشیده اردبیل

مدل	ضرایب رگرسیونی (B)	ضرایب رگرسیونی استاندارد (β)	خطای استاندارد	مقدار T	سطح معنی‌داری
۱	متغیر وابسته	۲/۱۸۵	۰/۰۸۵	۲۵/۷۱۹	۰/۰۰۰
	امنیت	۰/۳۱۴	۰/۶۰۹	۱۵/۰۰۲	۰/۰۰۰
۲	متغیر وابسته	۱/۷۳۴	۰/۰۷۷	۲۲/۵۳۱	۰/۰۰۰
	امنیت	۰/۲۸۱	۰/۰۱۷	۱۶/۲۴۱	۰/۰۰۰
	کاربری	۰/۱۹۴	۰/۰۱۴	۱۳/۷۳۲	۰/۰۰۰
۳	متغیر وابسته	۱/۳۶۰	۰/۰۶۵	۲۰/۸۸۸	۰/۰۰۰
	امنیت	۰/۲۵۵	۰/۰۱۴	۱۸/۶۱۲	۰/۰۰۰
	کاربری	۰/۱۷۷	۰/۰۱۱	۱۵/۹۵۴	۰/۰۰۰
	ساختار	۰/۱۷۷	۰/۰۱۱	۱۵/۴۳۵	۰/۰۰۰
۴	وابسته	۰/۹۰۴	۰/۰۵۳	۱۲/۶۵۴	۰/۰۰۰
	امنیت	۰/۲۰۳	۰/۰۱۰	۲۸/۴۷۹	۰/۰۰۰
	کاربری	۰/۱۷۲	۰/۰۰۸	۳۶/۲۶۵	۰/۰۰۰
	ساختار	۰/۱۶۷	۰/۰۰۸	۳۲/۸۵۰	۰/۰۰۰
	زمانمندی	۰/۱۹۲	۰/۰۱۰	۲۵/۱۵۱	۰/۰۰۰
۵	وابسته	۰/۴۶۶	۰/۰۳۷	۱۲/۶۵۴	۰/۰۰۰

۰/۰۰۰	۲۸/۴۷۹	۰/۰۰۶	۰/۳۵۱	۰/۱۸۱	امنیت	۶
۰/۰۰۰	۳۶/۲۶۵	۰/۰۰۵	۰/۴۲۵	۰/۱۷۹	کاربری	
۰/۰۰۰	۳۲/۸۵۰	۰/۰۰۵	۰/۳۸۵	۰/۱۶۷	ساختار	
۰/۰۰۰	۲۸/۰۳۵	۰/۰۰۶	۰/۳۴۰	۰/۱۷۷	زمانمندی	
۰/۰۰۰	۲۵/۱۵۱	۰/۰۰۷	۰/۲۹۶	۰/۱۶۹	نفوذپذیری	
۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰		۲/۸۴۶E-۱۵	وابسته	
۰/۰۰۰	۱۸۷۴۰۹۳۰۸/۱	۰/۰۰۰	۰/۳۲۳	۰/۱۶۷	امنیت	
۰/۰۰۰	۲۴۱۲۰۳۷۴۰/۷	۰/۰۰۰	۰/۳۹۷	۰/۱۶۷	کاربری	
۰/۰۰۰	۲۳۵۹۷۹۶۶۳/۱	۰/۰۰۰	۰/۳۸۵	۰/۱۶۷	ساختار	
۰/۰۰۰	۱۳۹۳۱۳۷۶۹/۳	۰/۰۰۰	۰/۳۲۱	۰/۱۶۷	زمانمندی	
۰/۰۰۰	۱۷۸۳۹۳۵۱۲/۷	۰/۰۰۰	۰/۲۹۲	۰/۱۶۷	نفوذپذیری	
۰/۰۰۰	۱۳۹۷۴۰۹۶۰/۸	۰/۰۰۰	۰/۲۳۰	۰/۱۶۷	سرزندگی	

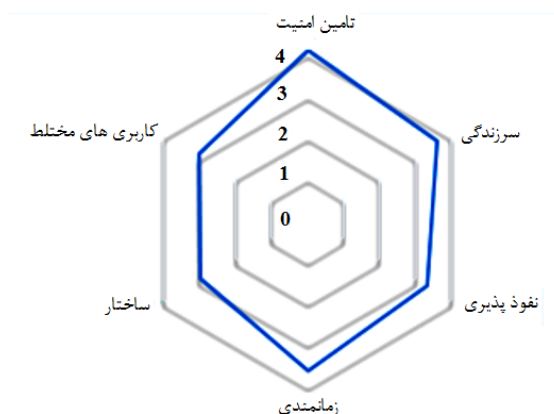
مأخذ: مطالعات و محاسبات میدانی پژوهش

۴. نتیجه گیری

بنابراین انتظام عملکرد، مهم‌ترین وجه فضای شهری است. ترکیب توانمند مکان‌هایی که بتوانند برای منظوره‌های مختلفی استفاده شوند در مقایسه با مکان‌هایی که فقط برای یک نوع استفاده طراحی شده‌اند به استفاده‌کنندگان خود حق انتخاب‌های بیشتری می‌دهند. بررسی پویایی فضاهای شهری کارآمد باید به‌گونه‌ای باشد که دربرگیرنده تمامی ابعاد اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی، فیزیکی، اقتصادی و روانشناسان مردم و جامعه باشد. بازارها در حکم اسناد هویت بخش به یک جامعه شهری محسوب می‌شوند به‌طوری‌که حیات شهر و بازار به هم پیوند خورده‌اند و در بسیاری از موارد شهرها با بازارها معنی و مفهوم پیدا می‌کنند. اگرچه نخستین نقش این مراکز که در وهله اول در اذهان ترسیم می‌گردد، نقش اقتصادی است، ولی ویژگی کالبدی و معماری آن‌ها به‌گونه‌ای بوده که آن‌ها را تبدیل به دنیایی از فعالیت‌ها، تعاملات اجتماعی، فرهنگی و اتفاقات شهری نموده است و می‌تواند به‌عنوان مرکزی برای جذب مردم و بخشیدن پویایی در مکان قرارگیری باشد.

فضای شهری یک محیط اجتماعی دارد که دربردارنده مجموعه‌ای از روابط میان مردم است که به مبادله انرژی، اطلاعات، کالا و غیره دست می‌زنند، با هم ملاقات می‌کنند، گردهم می‌آیند و اشکال مختلف انسجام اجتماعی را در فضا متبلور می‌سازند. فضای شهری، عنصر اساسی ساخت شهر است که با قلب و کانون راهبردهای اجتماعی مربوط می‌شود. خلق فضای شهری مؤثر، کارآمد و پویا که با نیازهای اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی، فیزیکی، روانشناسان و اقتصادی مردم جامعه هماهنگ باشد همواره دغدغه کار بسیاری از برنامه‌ریزان و طراحان شهری بوده است. حضور پر جنب‌وجوش زندگی، پویایی، تنوع و فعالیت‌های گوناگون، حضور افراد و برخوردهای چهره به چهره در بستر مناسب بروز فعالیت‌های اجتماعی در زمان‌ها و مکان‌های مختلف فضا، کیفیتی است حاصل از وجود سرزندگی در فضاهای شهری. عملکردهای فضاهای شهری، دارای ابعاد گوناگونی است و مکان‌های عمومی نتیجه عملکردهای انسانی با ابعاد اجتماعی و عمومی است.

و در انتها مؤلفه سرزندگی و جذابیت با ضریب بتا ۰/۲۳۰ بیشترین تأثیر را داشته است.



نمودار ۱- وضعیت بازار سرپوشیده اردبیل از لحاظ برخورداری از مؤلفه‌های پویایی فضای شهری

۵. پیشنهادها

با توجه به شرایط امروزی بازارهای سنتی برای ارتقای جنبه‌های مثبت این مراکز، باید به نقاط ضعف و تهدیدهایی که در مطالعات میدانی به دست آمده توجه نمود تا این نقاط را به فرصت‌هایی برای پیشرفت این مراکز تبدیل نماییم. در این راستا پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود.

- تشویق به مشارکت و تعامل بین نظام مدیریتی، اصناف و متولیان مجموعه جهت بهبود کیفیت کالبدی- عملکردی؛

- ارائه خدمات و کالاهایی که پاسخ‌گویی مناسبی به گروه‌های مختلف را دارا باشند؛

- تقویت ویژگی‌های محیطی (پاکیزگی، صدا، نور، رنگ، فضای سبز و غیره)؛

- استفاده از علائم تبلیغاتی در سطح شهر برای آشنایی گردشگران با وجود چنین مراکزی؛

در این پژوهش که با هدف سنجش بازار سرپوشیده اردبیل به لحاظ برخورداری از مؤلفه‌های پویایی فضای شهری انجام گرفته، با تکیه بر مطالعات اسنادی و میدانی نتایج پژوهش نشان می‌دهد که این بازار از وضعیت مطلوبی در داشتن مؤلفه‌های پویایی برخوردار است. عوامل و مؤلفه‌های متعددی در این مطلوبیت مؤثر بوده‌اند. نتایج آزمون T تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که از میانگین جامعه نمونه به طور کل (۳/۴۴) بالاتر از حد متوسط (۳) می‌باشد و سطح معناداری کمتر از آلفا ۰/۰۵ می‌باشد بدین معنا که بازار سرپوشیده اردبیل به‌طور کل از لحاظ برخورداری از مؤلفه‌های پویایی فضایی شهری در وضعیت مطلوب و مناسبی قرار دارد. همانگونه که در نمودار (۱) نشان داده شده است، بازار سرپوشیده اردبیل به جز در مؤلفه ساختار، فرم و انعطاف‌پذیری از وضعیت مطلوبی برخوردار است. با توجه به نمودار مذکور در این میان عوامل و مؤلفه پویای فضای شهری تأمین ایمنی و امنیت با میانگین (۴)، زمانمند بودن با میانگین (۳/۷۰) و سرزندگی و جذابیت با میانگین (۳/۶۲) بیشترین برخورداری و از نظر مؤلفه ساختار، فرم و انعطاف در وضعیت نسبتاً نامطلوبی و ضعیف قرار دارد.

همچنین نتایج حاصل از آزمون رگرسیون گام به گام نشان می‌دهد از میان مؤلفه‌های پویای فضای شهری، مؤلفه کاربری‌های مختلط و گوناگون با ضریب بتا ۰/۳۹۷ بیشترین تأثیر را بر مؤلفه‌های پویای فضای شهری بازار سرپوشیده اردبیل داشته است. سپس به ترتیب مؤلفه‌های ساختار فرم و انعطاف‌پذیری، تأمین ایمنی و امنیت، زمانمندی و نفوذپذیری و دسترسی مناسب با ضریب بتا ۰/۳۸۵، ۰/۳۲۳، ۰/۳۲۱ و ۰/۲۹۲

شماعی، علی و پوراحمد، احمد، (۱۳۸۵)، بهسازی و نوسازی شهری از دیدگاه علم جغرافیا. انتشارات: دانشگاه تهران. چاپ دوم.

شیخی، محمدتقی، (۱۳۸۹)، جامعه‌شناسی شهری، انتشارات رهنما.

عباس زادگان، مصطفی و آذری، عباس، (۱۳۸۸)، بررسی نقش فضایی بازار در ساختار شهرهای ایرانی با بهره‌گیری از روش چیدمان فضا؛ نمونه‌های موردی تهران، تبریز، کرمان و اصفهان. فصلنامه تخصصی شهرسازی و معماری آبادی. ش ۶۴.

علی پور، روجا؛ خادمی، مسعود؛ سنماری، محمدمهدی و رفیعیان، مجتبی، (۱۳۹۱)، بررسی شاخصه‌های کیفیت محیطی در شناسایی اولویت‌های مداخله در محدوده بافت فرسوده شهر بندرلنگه، تهران: فصلنامه باغ نظر. ۹ (۲۰): ۱۳-۲۱.

فریدون، فرهت؛ پیل جو، داوود؛ رجیبی، علی و شیوا آجیلین ممتاز، (۱۳۹۲)، مقایسه بازارهای قدیم و جدید با رویکرد ارتقاء کیفیت فضاهای شهری (مطالعه موردی: شهر تبریز)، هشتمین کنفرانس معماری و شهرسازی و توسعه پایدار، مشهد، دی ماه ۱۳۹۲.

فصیحی، هادی؛ کیانی، اکبر و حامد محمود بابوئی، (۱۳۹۳)، توسعه پایدار انسانی با تأکید بر منظر شهری بازار (مطالعه موردی: بازار شهر یزد)، کنفرانس ملی معماری و منظر شهری پایدار، ۱۳۹۳

- ایجاد تنوع کاربری‌ها در این مراکز با توجه به پیشرفت‌های امروزی (تجاری، تفریحی، خدماتی و غیره)؛

- ایجاد تنوع کالایی در بازارهای سنتی؛

- با توجه به مکان‌یابی این مراکز در مرکز شهر باید زمین‌هایی را به ایجاد پارکینگ و سایر تجهیزات تأسیسات لازم در کنار این مکان‌ها اختصاص داد.

منابع

پارسی، حمیدرضا، (۱۳۸۱)، شناخت محتوای فضای شهری، مجله هنرهای زیبا، شماره ۱۱، تهران. پروزن، ادريس، (۱۳۹۲)، تحلیل فضایی - کالبدی و شناخت عناصر هویت‌بخش در شهرهای اسلامی، همایش شهر اسلامی در دانشگاه هنر تبریز. رجیبی، آریتا (۱۳۸۶). ریخت‌شناسی بازار. تهران: نشر آگاه.

رفیعی، امیررضا رضوانی، ایمان و مهرداد کریمی، (۱۳۹۲)، بررسی عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت فضایی میادین با رویکرد طراحی شهری مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران، شماره ۱۷۳. شاهی، الهه و وحید وزیری، (۱۳۹۴)، بررسی عوامل رویکرد پایدار اقتصادی در بازار اردبیل، کنفرانس ملی معماری و شهرسازی پایدار با رویکرد انسان و محیط، ۱۳۹۴.

شکری، شهره، (۱۳۹۰)، نقش فرهنگی مراکز تجاری در شهر (مطالعه‌ی موردی بر پاساژ مرکزی اسلامشهر). رساله جهت اخذ درجه کارشناسی. استاد راهنما: دکتر ناصر فکوهی، دانشگاه تهران.

Carmona M., Heath, T., Oc T. & Tiesdell, S. (2003). *Public Places - Urban Spaces: The Dimensions of Urban Design*. Oxford: Architectural Press.

لاری بقال، کیانوش، (۱۳۸۰)، اصول طراحی فضای عمومی مطلوب در شهر، ماهنامه پژوهشی آموزشی اطلاع‌رسانی شهرداری‌ها. شماره ۳۰.

ماجدی، حمید؛ منصوری، الهام؛ حاجی احمدی، آذین، (۱۳۹۰)، باز تعریف فضای شهری (مطالعه موردی: محور ولیعصر تهران). مدیریت شهری، شماره ۲۷، بهار و تابستان.

محسنی، هومن و علی بهمنی، (۱۳۹۳)، فضاهاى شهری و نقش آنها در توسعه اجتماعى (مطالعه موردی بازار اصفهان)، همایش ملی معماری، فرهن و مدیریت شهری، اسفند، ۱۳۹۳.

مدنی پور، علی، (۱۳۸۴)، طراحی فضای شهری: نگرشی بر فرایندی اجتماعی و مکانی. تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری. چاپ دوم.

مرادی، محمد؛ بهمنی، اصغر؛ اسکویی، فرشته، (۱۳۸۹)، بازار سنتی تبلور آرمان‌های شهرسازی معاصر. فصلنامه طراح، شماره ۱، صص ۱۳۸-۱۳۱.

منصوری، فرهاد و کاکاوند، سیامک، (۱۳۸۷)، فضای معماری و معماری فضا چگونگی اندیشیدگی بر مقوله فضای معماری، ماهنامه شوراها، شماره ۲۹، آذر ۱۳۸۷.

نظریان، اصغر؛ زال نژاد، کاوه و شهروز ایرانی، (۱۳۹۲)، مبلمان شهری و مسائل و چالش‌ها، انتشاراتی پژوهشگران نشر دانشگاهی.

یغفوری، حسین و آقائی، واحد، (۱۳۹۰)، تحلیلی بر جاذبه‌های گردشگری شهری و نقش آن در تحول اقتصادی (موردی: شهر اردبیل)، مجموعه مقالات اولین کنفرانس اقتصاد شهری ایران، دانشگاه فردوسی مشهد.