

## عنوان مقاله:

تاثیر فضا سازی مراکز خرید بر افزایش حس دعوت کنندگی و نمایانی درسکونتگاه های شهری (نمونه موردی : مرکز خرید میلاد شهر همدان)

## محل انتشار:

کنفرانس عمران، معماری و شهرسازی کشورهای جهان اسلام (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسنده:

احسان عربیان - گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، همدان، ایران،

## خلاصه مقاله:

پیشرفت علم و تکنولوژی در زمینه های علم مهندسی و صنعت ساختمان و ساخت و ساز در سالهای اخیر امکان احداث مجتمع های تجاری عظیم را فراهم کرده و به نوعی بشر را به آرزوی دیرینهی ساخت ساختمانهایی با طبقات بالا رسانده است. کسب درآمد بالای حاصل از ساخت مجتمع های بلند مرتبه، پیمانکاران را به این موضوع ترغیب کرده که در اجرای پروژه ها به دنبال بیشترین سطح اشغال میباشند و این مسیله امکان دیده شدن و خودنمایی حجم و نمای ساختمان را که امتیاز مهمی در جذب بازدید کننده محسوب میشود، از آن صلب کرده است. این مقاله بر اساس یافته ها و نتایج یک بررسی میدانی از مرکز خرید میلاد همدان تهیه شده است و در نهایت، پس از انجام تحلیلهای آماری (کای اسکویر، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون)، عوامل موثر بر افزایش نمایانی و دید توسط عابرین به مجتمع های تجاری بررسی شده، تا با بهره گیری از تاثیرات مثبت عامل فوق بر فضاها و ابنیه های که در آینده بنا خواهد شد، میزان نمایانی و حس دعوت گری را در موارد فوق به حداکثر برسانیم. در انتها، نتایج حاصل از تحلیلهای نشان میدهد که عقب نشینی و طراحی فضای سبز در ورودی مراکز خرید و استفاده از رنگهای جاذب بر افزایش نمایانی و حس دعوتگری تاثیر میگذارد.

## کلمات کلیدی:

حس دعوت کنندگی، فضا سازی، فضای سبز، مرکز خرید، نمایانی، ورودی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/776304>

