



Journal of Urban Environmental Planning and Development

Vol 2, No 7, Autumn 2022

p ISSN: 2783-3496 - e ISSN: 22783- 3909

<http://juep.iaushiraz.ac.ir/>

DOI: 10.30495/juepd.2022.1964152.1086

DOR: 20.1001.1.27833496.1401.2.7.3.0

Research Paper

The role and function of the daily market in the spatial organization of the northern cities of Iran using the theory of space arrangement (Case study: Noshirvani daily market in Babol)

Gholamreza Kazemian: Associate Professor, Allameh Tabatabai University of Tehran, Tehran, Iran

Ahmad Alizadeh Fard¹: Master of Urban Planning, Shahid Beheshti University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 2022/07/26 PP 31- 52 Accepted: 2022/10/20

Abstract

Civilization is subject to several factors: buildable land, rain and factors and economic conditions. In fact, the first step on the way to civilization is agriculture. When general culture reaches a certain level, the idea of agriculture is produced, and it is only civilization that makes people think. It creates civility and the city. The spatial organization of the city itself includes focal, linear and area elements, which by arranging these elements on the ground, the spatial order of the city is created. One of the most important elements of the spatial organization of the northern cities of Iran is the daily market, which the present study tries to One of the most important elements of the space organization in the city of Babylon, called the Noshirvani daily market, is examined and the concept of the daily market and its impact on the spatial organization of the city with the theory of "space arrangement" are examined and also solutions are provided to improve the performance quality of this market. . This research has been done in a descriptive-analytical way, data collection has been done through documentation, observation, questionnaire and interview, as well as physical sampling, and it has been sorted and analyzed with Auto cad, Arc GIS, SPSS and Depthmap software, and the results show It shows that the sphere of influence of this market is in Babol city and even outside the province, it is the most important place for the interaction of the people of the villages with the city and it has a significant impact on the spatial organization of the city. The lack of proper architecture, improper management and weak supervision of this market have reduced the performance of this market.

Keywords: daily market, spatial organization, space layout, Babol city.

Citation: Gholamreza Kazemian, Ahmad Alizadeh Fard (2022) **The role and function of the daily market in the spatial organization of the northern cities of Iran using the theory of space arrangement (Case study: Noshirvani daily market in Babol)**, Journal of Urban Environmental Planning and Development, Vol 2, No 7, Shiraz, PP 31-52.

¹. **Corresponding author:** Ahmad Alizadeh Fard, **Email:** aalizade_k@yahoo.com, **Tell:** +989111134897

Extended Abstract

Introduction:

Civilization depends on several factors: land that can be built, rain and factors and economic conditions. In fact, the first step on the way to civilization is agriculture. When general culture reaches a certain level, the thought of agriculture is produced, and it is the only civilization that makes man think of creation. Civilization and the city, in its general form, civilization can be considered as a social order, as a result of its existence, cultural creativity becomes possible and flows. In civilization, four pillars and basic elements can be identified, which are From: foresight, caution in economic affairs, political organization, moral traditions and efforts in the way of knowledge and development of art. The emergence of civilization is possible when chaos and insecurity have ended. The city is the form and sign of coherent social relations and the place of the temple, the market, the palace of justice and the academy. In the city, the goods of civilization are multiplied. There, human experiences are translated into lasting signs, symbols, behavior patterns and order devices. The spatial organization of the city itself includes elements that create the spatial order of the city by arranging these elements in the city area. But in recent decades, as a result of the scattered and disorganized development of cities, the model of the spatial organization of the city and its main structure have changed, causing the loss of a single structure in the whole city and the unreasonable and inappropriate concentration of facilities and services in specific parts of the city and development. Economic-social has become unequal in them. On the other hand, the increase in the size of cities has caused physical-spatial complications in cities, so that it is difficult and impossible to know the main structure and ossification of cities and its morphology based on the analysis of all the components of the city. Therefore, the analysis of the spatial structure of cities in connection with the knowledge of the distribution of facilities and services and its effect on the socio-economic development of different city contexts needs methods that can respond to these complexities. Among the theories and methods that study the structure and configuration of urban space is the theory of space arrangement. An important element that has preserved its originality and identity in the cities of Iran throughout the history of the city are the traditional Iranian markets, which are unique to each city. And the shape of these markets in the northern cities of Iran, such as Babil, are known as "daily market".

Methodology

Since this research investigates the problem using numbers, so its nature is quantitative, and since it examines the relationships between variables, it is a causal research, and the method of analysis is descriptive-analytical. The most important difference This research is similar to other researches in that it has investigated one of the most important and influential elements of the spatial organization of the northern cities of Iran in two static and dynamic ways. Buyers - opinion of sellers - the number of shops, etc. have been identified and dynamic means what connections and effects this collection has on other elements of the spatial organization of the city, which has been answered by the theory of space arrangement. In this research, GIS Arc and AutoCAD software were used to draw the map and add descriptive information to the maps, and SPSS software was used to analyze the questionnaires. In this software, the validity and reliability of the buyers' questionnaire were first measured. This software works by relying on the relationships between variables and scales, which are actually measurement tools. Scaling means combining a number of interrelated variables to measure a dimension. A dimension is an invisible characteristic or attribute that is measured by combining several alternative variables.

Results and discussion

What is the role and function of the daily market in the spatial organization of the city of Babylon?

At the beginning of its formation, the day market, which was in the form of a car in an empty land and in the center of all the villages of Mamtir, was the place for the farmers of different villages to trade with each other, and its function in the spatial organization of the region was as the most important commercial center of the region. In fact, it was considered the heart of the region, which was formed in the city of Babylon around Imamzadeh Qasim. Over time, this place began to form a

city around itself, like a "burg" in medieval cities, and over time, people who engaged in business settled around this market, and rural artisans were also added to them. And the sale was formed. Before the arrival of modernity in the cities of Iran, the market was still the heart of the city and in fact the spatial organization of the city was formed centered on the market, but after the advent of the automobile and the emergence of fast transportation and the paving of roads and the mechanization of agriculture, the migration of villagers to The city increases and the city expands around its important axes, and the spatial organization of the city changes from a single-centered state to a multi-centered one, and numerous commercial elements are created in different parts of the city, and the prestige of the market as the heart of the city decreases. The city will have several important passages and several important bazaars to provide services to the people. But what is important is that the city had and still has only one place called the daily market, and no modern elements were created for it until the Babol municipality thought of it. He has built a place called City Center on the south side of this bazaar to be able to transfer the daily bazaar to this place, but the shopkeepers of daily bazaar do not agree with this issue. Therefore, this bazaar is still an important element in the spatial organization of the city of Babol, which has functions economic, social, environmental and time is important and effective and can even be done with Expanding this market and valuing it with traditional architecture and furnishing and controlling the entry and exit of cars in it and organizing the vendors, made this market the most important commercial center of the city.

Conclusion:

In this article, an attempt was made to explain the spatial arrangement method along with its supporting theory, as well as the basic concepts and definitions used in it in a practical way to analyze one of the elements of the spatial structure of the city, and also to introduce the most important values used in the spatial arrangement method. and were described. In addition, the maps presented in this method and how to read them were also briefly discussed. The obtained maps for the city of Babylon were presented as an example so that the reader's mind is familiar with the applications of this method and how to use it. In this article, we tried to emphasize the importance of the theory supporting this method. The above-mentioned topics shed light on the fact that the method of space arrangement is not limited to the use of a software, and understanding the theories supporting this method play a fundamental role in reading the maps and the values obtained from them. This article highlighted the importance of the problem and research question in dealing with the method of space arrangement and its use and discussed the application of this method in both professional and academic societies. In addition, this article tried to briefly mention the various applications of this method in the study of the spatial structure of the city, the access of roads and a specific place such as the daily market. This article has emphasized the importance of using this method in the scientific analysis of the elements of the spatial structure of the city. In this article, the Noshirvani daily market complex of Babol has been examined in both static and dynamic ways, that is, both the body and the behavior, and most importantly, how an element Let's examine the spatial structure of the city from a scientific point of view in relation to other elements.



فصلنامه برنامه ریزی و توسعه محیط شهری

دوره ۲، شماره ۷، پاییز ۱۴۰۱

شاپا چاپی: ۳۴۹۶-۲۷۸۳ - شاپا الکترونیکی: ۳۹۰۹-۲۷۸۳

<http://juep.iaushiraz.ac.ir/>

DOI: 10.30495/juepd.2022.1964152.1086

DOR: 20.1001.1.27833496.1401.2.7.3.0

مقاله پژوهشی

نقش و کارکرد بازار روز در سازمان یابی فضایی شهرهای شمالی ایران با استفاده از تئوری چیدمان فضا (مطالعه موردی: بازار روز نوشیروانی بابل)

غلامرضا کاظمیان: دانشیار گروه مدیریت شهری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
احمد علی زاده فرد^۱: کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۰۴ صص ۳۱-۵۲ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۲۸

چکیده

تمدن تابع عواملی چند است: زمین قابل ساخت، باران و عوامل و اوضاع اقتصادی. در واقع نخستین قدم در راه تمدن، کشاورزی است. وقتی فرهنگ عمومی به حد معینی برسد، فکر کشاورزی تولید می شود و تنها تمدن است که انسان را به فکر ایجاد مدنیت و شهر می اندازد. سازمان فضایی شهر خود شامل عناصر کانونی، خطی و پهنه ای می باشد که با چینش این عناصر بر روی زمین، نظم فضایی شهر ایجاد می شود. یکی از مهم ترین عناصر سازمان فضایی شهرهای شمالی ایران، بازار روز می باشد. پژوهش حاضر سعی دارد یکی از وزین ترین عناصر سازمان فضایی در شهر بابل به نام بازار روز نوشیروانی را بررسی کرده و مفهوم بازار روز و تأثیرگذاری آن بر سازمان فضایی شهر با تئوری "چیدمان فضا" را بررسی کرده و همچنین راهکارهایی برای ارتقاء کیفیت عملکرد این بازار ارائه دهد. این تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی انجام شده است. گردآوری داده ها به شیوه اسنادی، مشاهده، پرسشنامه و مصاحبه و همچنین برداشت کالبدی صورت گرفته است و با نرم افزارهای Arc GIS، Auto cad، SPSS و Deapthmap مرتب سازی و تحلیل شده است. نتایج نشان می دهد که حوزه نفوذ این بازار، شهرستان بابل و حتی خارج استان می باشد، مهم ترین محل تعامل مردم روستاها با شهر می باشد و تأثیر بسزایی بر سازمان فضایی شهر داشته، مکان گزینی درستی شده، اما متناسب اهمیتی که در سازمان فضایی شهر دارد، عدم وجود معماری شاخصه، مدیریت نادرست و نظارت ضعیف این بازار، از عملکرد و کارکرد این بازار کاسته است.

واژه‌های کلیدی: بازار روز، سازمان یابی فضایی، چیدمان فضا، شهر بابل.

استناد: کاظمیان، غلامرضا و احمدعلی زاده فرد (۱۴۰۱) نقش و کارکرد بازار روز در سازمان یابی فضایی شهرهای شمالی ایران با استفاده از تئوری چیدمان فضا (مطالعه موردی: بازار روز نوشیروانی بابل): فصلنامه برنامه ریزی و توسعه محیط شهری، سال ۲، شماره ۷، شیراز، صص ۵۲-۳۱.

^۱. نویسنده مسئول: احمد علیزاده فرد، پست الکترونیکی: aalizade_k@yahoo.com، تلفن: ۰۹۱۱۱۱۳۴۸۹۷

مقدمه:

تمدن تابع عواملی چند است: زمین قابل ساخت، باران و عوامل و اوضاع اقتصادی. در واقع نخستین قدم در راه تمدن کشاورزی است. وقتی فرهنگ عمومی به حد معینی برسد، فکر کشاورزی تولید می شود و تنها تمدن است که انسان را به فکر ایجاد مدنیت و شهر می اندازد تمدن را می توان به شکل کلی آن، عبارت از نظامی اجتماعی دانست که در نتیجه وجود آن، خلاقیت فرهنگی امکان پذیر می شود و جریان پیدا می کند. در تمدن چهار رکن و عنصر اساسی می توان تشخیص داد که عبارتند از: پیش بینی، احتیاط در امور اقتصادی، سازمان سیاسی، سنن اخلاقی و کوشش در راه معرفت و بسط هنر. ظهور تمدن هنگامی امکان پذیر است که هرج و مرج و ناامنی پایان پذیرفته باشد. مدنیت در کلبه برزگر آغاز می کند ولی در شهر به گل می نشیند و بار می دهد و این تمدن است که ملت ها را خلق می کند (Khairunnisa & Ju Tjung, 2019: 12). شهر در معنای تاریخی خود نقطه ای است که در آن حداکثر تمرکز قدرت و فرهنگ یک اجتماع متبلور می شود. شهر جایی است که پرتوهای مجزای حیات با دست مایه هایی از اعتبار و کارآمدی اجتماعی در آن متمرکز می گردد. شهر، شکل و نشانه روابط منسجم اجتماعی و جایگاه معبد، بازار، کاخ دادگستری و آکادمی است. در شهر کالای تمدن تکثیر می شود. در آنجا تجارب انسانی به علائم ماندگار، نمادها، الگوهای رفتاری و دستگاه های نظم ترجمه می شود (Khutsishvili, 2018: 7). حاصل تمام برنامه هایی که برای یک شهر تهیه می شوند، سازمان فضایی است که در آن هر کاربری در بهترین حالت مکان گزینی شده باشد که مردم به راحتی به همه کاربری هایی که در شهر بوجود می آیند، دسترسی داشته باشند. با آسایش، آن گونه که شایسته انسان است، زندگی کنند. سازمان فضایی شهر خود شامل عناصری است که با چیدمان این عناصر در پهنه شهر، نظم فضایی شهر ایجاد می شود. اما در دهه های اخیر، بر اثر توسعه پراکنده و بی سامان شهرها، الگوی سازمان فضایی شهر و ساختار اصلی آن دگرگون شده و موجب از بین رفتن ساختار واحد در کل شهر و تمرکز نامعقول و نامناسب امکانات و خدمات در بخش های خاص شهر و توسعه اقتصادی - اجتماعی نابرابر در آن ها شده است. از طرفی افزایش وسعت شهرها باعث پیچیدگی های کالبدی - فضایی در شهرها شده است. بطوری که شناخت ساختار و استخوان بندی اصلی شهرها و ریخت شناسی آن بر اساس تحلیل تمام اجزای شهر، امری مشکل و غیرممکن است. بنابراین، تحلیل ساختار فضایی شهرها در ارتباط با شناخت توزیع امکانات و خدمات و تأثیر آن بر توسعه اجتماعی - اقتصادی بافت های مختلف شهر نیاز به روش هایی دارد که بتواند به این پیچیدگی ها پاسخ دهد. از جمله نظریه های که به مطالعه ساختار و پیکربندی فضای شهری می پردازد، نظریه چیدمان فضا است. عنصر مهمی که در تمام دوران تاریخ شکل شهر اصالت و هویت خویش را در شهرهای ایران حفظ کرده است بازارهای سنتی ایرانی می باشند که در هر شهری مختص همان شهر است. و شکل این بازارها در شهرهای شمالی ایران مانند بابل به "بازار روز" معروف می باشند. اما در اطراف این بازار و بر سر راه اصلی مردم، ترافیک سنگینی به خاطر وجود دست فروشان و وانت بارها، در اوایل و اواخر روز ایجاد می شود که به یک مسئله مهم برای مردم و شهرداری بابل تبدیل شده است و شهرداری برای حل این مسئله اقدام به احداث چند بازار روز با مشارکت بخش خصوصی در سازمان فضایی شهر نموده است اما همچنان مسئله بازار روز نوشیروانی بابل با مشکلاتی که برای شهر ایجاد شده، حل نشده است. با ورود "پاساژ" در شهرها به جای "بازار" بیم آن می رود تا این آخرین نماد شهرهای ایرانی نیز نقش خود را از دست بدهد (Lak & Hakimian 2017: 109).

مالکیت خصوصی زمین (و ساختمان های ساخته شده آن) از ویژگی های بارز جامعه سرمایه داری در دوران نخستین و پیشرفته است. تولید کالا برای بدست آوردن منفعت است نه بر آوردن نیازهای اجتماعی. ترکیب مالکیت خصوصی و تبادل کالا میل به انکار امکان پذیری هر گونه عمل جمعی دارد. در نتیجه برنامه ریزی به صورت یک عنصر خارجی در برابر جامعه مدنی قرار می گیرد. برنامه ریزی شهری یک "عمل جمعی" مربوط به تصمیم های مرتبط با یه کارگیری اجتماعی زمین و یک عمل اجتماعی است. که از آرمانهای نخستین برنامه ریزی موارد زیر می باشد: اصلاح محیط به منظور بالا بردن سطوح آسایش زیست، افزایش کارآمدی در اجرای کارکرد های لازم، تامین بهداشت، امنیت و آسایش و همه این موارد با چیدمان درست کاربری ها در مکان های درست که سازمان فضایی نام دارد، حاصل خواهد شد. سازمانها نقش هدایت گری را در جامعه دارند (Richard Scott and Gerald, 2010:11) و سازمان فضایی نیز نقش هدایت کنندگی رفتار ساکنان را ایفا خواهد کرد. در ادبیات برنامه ریزی شهری ایران سازمان فضایی شهر شامل کانون، محور و پهنه می باشد، سوال اینجاست که ارزش وزنی هریک از این عناصر در تحلیل شهر چه اندازه می باشد؟ کدام یک تأثیر بیشتر و شاید استراتژیک بر نظم دهی شهر دارد؟ آیا این عناصر در همه شهرها ثابت هستند یا بسته به اقلیمی که شهر در آن قرار گرفته وزن و تأثیر گذاری عناصر متفاوتند؟ روابط اقتصادی جامعه مدنی آوردگاهی است که در آن منافع افراد در تقابل با یکدیگر قرار می گیرند (Lak & Hakimian 2017: 134). تولید و وسایل معیشت زندگی انسان و در کنار آن، مبادله ی محصولات تولید شده اساس کل ساخت اجتماعی در هر جامعه ای است. لوییز مامفورد بر این باور است که هدف نظام سرمایه داری فقط کسب سود و انباشت سرمایه است که فضا های شهری در چنین حالتی، فاقد

هویت شهری هستند و روحیه و نشاط انسانی در آنها وجود ندارد و محمل همه این اتفاقات، کاربری تجاری است که فعالیت های دیگر شهر را نیز تحت تأثیر قرار می دهد. کاربری های اراضی شهری را به ۲۳ مقوله طبقه بندی کردند که مقوله دوم آن به عنوان کاربری تجاری است که شامل بازار روز نیز می شود زمین مورد نیاز برای کاربری تجاری به شعاع عملکرد آن بستگی دارد که از سطح واحد همسایگی شروع و تا منطقه ی شهری و بالاتر از آن را شامل می شود. از آنجا که موضوع اصلی برنامه ریزی شهری، ساماندهی کالبدی شهر بر اساس عدالت اجتماعی، کارایی و کیفیت محیطی است، بنابراین مکان گزینی مناسب فعالیت ها اهمیت ویژه ای می یابد. مکان گزینی بازارهای روز نیز یکی از مسائل مهم برنامه ریزی شهری را تشکیل می دهد؛ زیرا بحث تهیه ی مایحتاج روزانه و هفتگی در کمترین زمان ممکن و با قیمت مناسب، از دغدغه های اصلی خانوارها به شمار می رود که در این راستا لازم است مدیریت شهری به تأمین نیاز همه ی اقشار جامعه و رفاه حال شهروندان توجه داشته باشد (Taghvaei et al: 2010: 101).

در شهر بابل نیز در ضلع جنوبی بازار روز نوشیروانی با مشارکت بخش خصوصی بنایی در حال ساخت می باشد به نام "سیتی سنتر" که به نظر می رسد جانشینی برای بازار روز نوشیروانی باشد. پژوهش حاضر سعی دارد یکی از وزین ترین و اصیل ترین و ضروری ترین عناصر سازمان فضایی در شهر بابل به نام بازار روز نوشیروانی را بررسی کرده و مفهوم بازار روز و تاثیرگذاری آن بر سازمان فضایی شهر و همچنین راهکارهایی برای ارتقاء کیفیت عملکرد این بازار ارائه دهد. ارزش های انجام این پژوهش را می توان به شرح زیر بیان نمود:

- (۱) درک معنی و مفهوم بازار روز در مقایسه با مفاهیم مشابه
- (۲) درک اهمیت این نوع بازارها به عنوان عنصر سازمان فضایی شهر بابل با دلایل علمی تئوری چیدمان فضا
- (۳) بررسی نحوه تاثیرگذاری این نوع بازارها در دیگر عناصر سازمان فضایی شهر بابل
- (۴) بررسی میزان تاثیرگذاری این نوع بازارها در دیگر عناصر سازمان فضایی شهر بابل

پیشینه، مفاهیم و مبانی نظری تحقیق:

بازارها به عنوان فضاهای عمومی، بخشی از محیط شهری بسیاری از شهرها در جهان بوده و متعلق به همه شهروندان هستند (Ouria, 2019: 1). بازارها، می توانند نقش های مختلفی در زمینه پایداری محیطی، اقتصادی، اجتماعی و افزایش احساس تعلق و دلبستگی برعهده گیرند. بازار عنصر شهری مهم در چین، ایتالیا، کشورهای اسلامی مانند ترکیه و ایران است و بسیاری از محققان آن را از جنبه های مختلف ارزیابی کرده اند. بازار در اندونزی و مراکش (Khairunnisa & Tjung, 2019) بازار ایرانی، بازار ایتالیایی، بازار رومانیایی، بازار در هند (Tumbe & Krishna Kumar., 2018) بازار در گرجستان (Khutsishvili, 2018) با دیدگاه های مختلفی از جمله دیدگاه اقتصادی، فرهنگی و تاریخی بررسی شده اند. اگرچه بازار به عنوان یک فضای اقتصادی-اجتماعی در جهان است، اما مطالعات جامع اجتماعی و ارزیابی عوامل مهم تأثیرگذار بر اجتماعی شدن، کمتر مطالعه شده است. در شهرهای ایران، بازار مکانی برای کنش های اقتصادی در زمینه فرهنگی و اجتماعی و محل تجمع بسیاری از مشاغل بوده است. شناخت و اعتماد، اساس فعالیت های بازاریان را شکل می داد و از گذشته، کارکردهای متنوع و نقش محوری در جامعه داشته و به عنوان مرکز فعالیت های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محسوب می شد و جزء اجتماعی بازار، از جزء اقتصادی آن جدا نبود. از این رو این بازارها، بازارهای تجاری- اجتماعی نام گرفته اند بازار به عنوان نهادی مهم در جامعه، در انطباق با سایر بخش های جامعه سنتی ایران بوده و برخاسته از نیاز مردم و در راستای پاسخگویی به آن ایجاد و تداوم یافته است و از همین رو، قلب تپنده اقتصاد شهرهای ایران نام گرفته است (Najari Nabi & Mehdi-Nejad, 2020: 68).

لک و حکیمیان (۱۳۹۶)؛ مقاله تحت عنوان کنکاشی در ریخت شناسی بازار ایرانی با رویکرد نظریه های فضایی شهر موارد مطالعاتی: بازار شیراز و کرمان نتایج نشان می دهد که بازار ایرانی در نظریه توده- فضا به مثابه یک «فضای شهری سخت» دارای الگوی سازمان دهی محوری و زاویه دار است که در شهر به مثابه یک بلوک درشت شهری، همراه با فضاهای باز هندسی، درون خود مانند آرماتور شهری عمل می کند. در نظریه پیوند فضایی نیز بازار به مثابه «فرم گروهی» و «مگافر» شناخته می شود که مهم ترین بستر ارتباطی شهر قدیم را مفصل بندی کند. در نظریه مکان نیز بازار مهم ترین عنصر تاریخی و نشانه ای برای ساکنان شهرهای تاریخی است که فرم کالبدی منحصر به فرد، مصالح و سبک معماری و ماوای فعالیت های خریدوفروش و کانون گردشگری شهری دارد. معتمدی مهر (۱۳۸۹) در مقاله خود نشان داده است که هرچند مغازه های درون پارک بازار به سبب رونق کم جمعیتی و اقتصادی، کمترین تأثیرات در تغییرات فضایی شهر را داشته، و لیکن "جمعه پارک بازار" با فعالیت فروشندگان بساطی بزرگ و کوچک خود، علاوه بر افزایش رونق مجموعه پارک بازار، بیش ترین تأثیرات در تغییرات فضایی شهر را نیز سبب شده است. یوسفی فر و یدالله پور (۱۳۸۹) در مقاله خود نشان داده است که کارکردهای اجزای اصلی کالبدی بازار در آمل نظم زندگی اجتماعی و اقتصادی شهری را سامان می دادند. محور اصلی بازار آمل به مانند شریان اصلی ارتباط ساکنان شهر عمل کرده و نقش محوری آن در کالبد شهر، بر زندگی روزانه مردم شهر در زمینه های مختلف تأثیر

داشته است: به دلیل آنکه بازار نهادهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی شهری را در خود جای داده و به دلیل مرجعیت خود در فضای شهری، تداوم و کارکردهای مؤثر آنها را تا کنون تضمین نموده است. رجبی و سافهن (۱۳۸۹) معتقد هستند از آنجایی که بسیاری از شهرها، دارای بخش هایی نظیر بازارها هستند که عنصر مهمی در منظر و هویت شهری محسوب می شوند، احیای این بخش ها به احیای کل شهر کمک می کند. سرائی (۱۳۸۹) در مقاله خود نشان داده است که گرچه عنصر بازار به عنوان شاخصه شهر اسلامی در یزد همچنان اعتبار کالبدی و اجتماعی مناسبی را در خود نهفته دارد؛ اما جلوه گاه فعالیت های مدرن تجاری نیست. این مهم حتی در صنوف تخصصی بازار یزد مثل زرگری و بزازی نیز درخششی نداشته و همین شرایط، رکود عملکردی رو به رشدی را بر چهره بازارها نمایان ساخته است. شیخ بیگلر و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله خود بر اساس معیارهای: مساحت زمین، شیب، شکل زمین، دسترسی، تراکم، جمعیت، پتانسیل پارکینگ، سازگاری و قیمت زمین به مکان یابی زمین برای احداث بازار در منطقه ۳ و ۴ شهر تبریز پرداختند.

طبیعی لنگرودی (۱۳۹۲) در مقاله خود نتیجه می گیرد که جمعه پارک بازار با وجود برخی شباهت ها با بازارهای سنتی، تفاوت های اساسی و آشکار ی نیز با این بازارها دارد. همچنین بین دو متغیر، میزان رضایت مندی مردم از بازارهای سنتی و تعداد دفعات مراجعه آنها میزان رضایت مندی مردم از بازارهای سنتی، شمار دفعات مراجعه آنها به جمعه پارک بازار افزایش می یابد. مجموع این عوامل حاکی از آن است که جمعه پارک بازار، به سبب ویژگی های ارزشمند خود می تواند نویدبخش الگویی نوین برای ب هروزشدن بازارهای سنتی و پیشرفت ی مطابق با انتظارات و نیازهای زمان باشد. ریسمان چیان و بل (۱۳۸۹) با تولید نقشه همپوندی برای شهر تهران نتیجه می گیرند که: این نقشه کاربردهای مختلف دارد، به طور مثال با استفاده از این نقشه می توان نحوه گسترش ساختار شهری را شناخت. این نقشه همچنین در دسترس ترین معابر شهری را از نظر ارتباطی نشان می دهد. این نقشه نشان می دهد که محورهای انقلاب-دماوند و سپس محور هفده شهریور و ولیعصر در دسترس ترین معابر شهری تهران می باشند و مهم ترین نقش را در گسترش ساختار شهر تهران ایفا می کنند. عباس زادگان و آذری (۱۳۸۸) با بهره گیری از روش چیدمان فضا، نقش بازار را در ساختار چهار شهر تهران، تبریز، کرمان و اصفهان بررسی می کنند و چنین نتیجه می گیرند که از آنجایی که ساختار جدید شهرها که بر اثر ورود یک پدیده جدید تغییر می کند، بر نقش سایر فضاها نیز تاثیر گذار است، لذا تصمیم سازان و تصمیم گیرندگان قبل از هر اقدام کالبدی باید تاثیرات آنرا بر سایر عناصر شهری مورد ارزیابی قرار دهند. صادقی و دیگران (۱۳۹۲) در مقاله خود: از آنجایی که تغییرات ارزش همپوندی با مفهوم انسجام ساختاری در ارتباط است، این متغیر (ارزش همپوندی) به عنوان مهم ترین مفهوم در این روش به منظور بررسی انسجام و هماهنگی ساختار منطقه تاریخی شهر اصفهان و ارزیابی ارزش و اهمیت راسته های تاریخی بافت قدیم مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. جاری و دیگران (۱۳۹۲) برای شهر قزوین، سه محلات در بافت قدیم، میانی و جدید مورد آزمون قرار دادند که برای تحلیل ساختار فضایی آن ها از روش چیدمان فضا استفاده شده است. بدین منظور ابتدا نقشه محوری هر یک از محلات ترسیم گردیده و سپس چهار پارامتر اتصال، عمق، کنترل و همپوندی هر یک از محلات محاسبه و با یکدیگر مقایسه گردیده است. نتایج مطالعات نشان می دهد که الگوهای طراحی متفاوت، ویژگیهای فضایی متفاوتی را به لحاظ چیدمان فضا خلق می کند و بافت جدید نتوانسته ساختار فضایی مناسبی را ایجاد نماید.

از آنجایی که فضای شهری بدون توجه به فرایندهای اجتماعی آن ناقص و نادرست است، بسیاری از اندیشمندان اهمیت فضای اجتماعی را بیش از فضای کالبدی می دانند. فضای اجتماعی محصولی اجتماعی است و هر جامعه و شیوه تولیدی آن، تولیدکننده فضای خاص خود است. مرکزیت نگرش های روزمره اجتماعی و کنش ها در فضا، در رابطه با اهمیت جنبه های فضایی سازمان دهی اجتماعی فضا نگریسته می شود. از این رو فضا، درکانون تداوم فرایندهای تاریخی و اجتماعی قرار دارد و شامل تقابل بر سر معانی و ارزش هاست. روابط مداوم بین عناصر از طریق شکل، رنگ، بافت و الگوی تداوم، ادراک عناصر سازمانی در فضا را شکل می دهد و از هرگونه تغییر و انقطاع در فضا جلوگیری می کند در نتیجه، فضا اساسا مهم ترین ویژگی های «عینی» زندگی اجتماعی است؛ آن چیزی است که باعث می شود زندگی اجتماعی در قالب تجربه انسان «واقعیت» پیدا کند (Najari Nabi & Mehdi-Nejad, 2020: 70).

بازار: بازار در فارسی میانه وازار و در پارتی واژار است. این واژه احتمالا از صورت مفروض ایرانی باستانی Wahacara گرفته شده است که ترکیبی است از Waha به معنی خریدن و Cara به معنی جایگاه داد و ستد. بازار در فارسی جدید دارای معانی گوناگون است که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره کرد: محل داد و ستد، اجتماع سوداگران، دکان های موقت و گاه مترادف عبارتی نظیر: اعتبار، اهمیت، محبوبیت، شایستگی، ارزش و غیره.

سازمان فضایی: سازمان فضایی، آرایش و سازماندهی پدیده بر روی زمین است که از کار فیزیکی یا فرایندهای بشری ناشی می شود (Seifoddini, 2011: 375). ساختار فضایی را می توان محصول فرایند فضایی دانست که در آن فضا به وسیله فرایندهای اجتماعی، اقتصادی و طبیعی سازمان می یابد. این سازمان یابی از محل استقرار عناصر و اجزاء داخلی یک پراکندگی فضایی تأثیر می پذیرد. محل

استقرار هر جزیی نسبت به هر یک از اجزای دیگر و جایگاه هر جزئی نسبت به همه اجزاء باهم و توامان سازمان فضایی را شکل می دهند. به این ترتیب همچنان که اوری و گریگوری عنوان می کنند: «ساختار فضایی نتیجه آرایش پدیده ها در سطح زمین می باشد» (Kazemian, 2005: 309). "درک سازمان فضایی با استخوان بندی اصلی آن که سلسله مراتبی از محورها، مراکز و پهنه ها به مثابه عناصر پایدار شهری است، میسر می شود.

چیدمان فضایی: از آنجایی که شهر سیستمی پیچیده است، تحلیل فرایندهای توسعه اجتماعی و اقتصادی در ارتباط با ساختار و فرم فضایی شهرها نیاز به مدل هایی دارد که بتواند به پیچیدگی های کالبدی - فضایی پاسخ دهد و به شناخت و درک ساختار و فرم فضایی شهرهای امروزی کمک نماید. مدل به طور ساده یک توصیف شماتیک، اما دقیق از سیستم است که ظاهرا با رفتار گذشته آن انطباق دارد و بنابراین این امید وجود دارد که بتوان از آن برای پیش بینی رفتار آینده نیز استفاده کرد (Hekmatnia, 2006:19) از جمله نظریه ها و مدل هایی که به مطالعه ساختار و پیکربندی فضای شهری می پردازد، نظریه چیدمان فضا است که با مدل نرم افزاری "Depth map" ارائه شده است. این تئوری معتقد است که فضاهای شهری محصول روابط اجتماعی بوده و ارتباط بین فضاهای شهری اهداف اجتماعی را دنبال می کند. در این راستا درک ارتباط بین فضاهای شهری می تواند به درک الگوهای رفتاری و تحلیل های کمی و کیفی کمک کند. این نظریه بر این باور است که پیکره بندی فضایی و نحوه ترکیب فضاهای شهری عامل اصلی الگوی پخشایش فعالیت های اجتماعی - اقتصادی مانند الگوی پخشایش کاربری های تجاری، الگوی پخشایش قومیت های مختلف و نیز الگوی پخشایش حرکت در سطح شهر است (Hillier, 2007:121-125). پراکندگی و مکان قرارگیری انواع فعالیت های تجاری در بازار تحت تاثیر چند عامل عمده زیر است:

۱- تخصصی بودن فعالیت ها: تجمع اصنافیک صنف در یک راسته را نباید تنها به دلیل خیراندیشی بازاریان برای رفاه و قدرت مشتری دانست، زیرا از ایام گذشته تا زمان حال، چه در منابع تاریخی و چه در تجربه عینی مشاهده شده که همه بازاریان از نظر درستی، امانت داری، خیرخواهی و راستگویی هیچگاه مثل هم نبودند. موقعیت شهری بخشی از بازار یا شهر برای عرضه یک کالا هم به سنت و سابقه عرضه آن کالا در آنجا می تواند بستگی داشته باشد و هم به نوع کالا یا خدمتی که عرضه می شود. توجه به این نکته ضروری است که تجمع اصناف در راسته و محلی معین موجب سهولت نظارت و کنترل اداری و شهری بر کار آنان می شده است (Najari Nabi & Mehdi-Nejad, 2020: 68).

۲- همگرایی فعالیت های همنوع و هماهنگ: تجمع فروشندگان یک کالا در یک راستا یا کاروانسرا و همجواری اصناف مختلف در امتداد راسته های اصلی یا فرعی در کنار یکدیگر به نوع کالا و خدمات نیز بستگی داشت. هر صنفی به محیط و فضایی خاص احتیاج داشت و آلودگی های ناشی از برخی فعالیت ها موجب می شد که نیاز به راسته ها و فضاهایی خاص داشته باشند (SaberolShoara, 2018: 51).

۳- واگرایی فعالیت های ناسازگار: فعالیت های ناسازگار یا یکدیگر هیچگاه در کنار هم مستقر نمی شدند زیرا راهی که آنها را به یکدیگر پیوند می داد نمی توانست از کارایی و کیفیت کافی برای ایجاد یک ارتباط فضایی، رکنی و دسترسی مناسب برخوردار باشد. بنابراین هیچگاه یک کارگاه رنگرزی، فرش فروشی، یک جواهر فروشی، یک مسگری و یک نجاری کنار یکدیگر شکل نمی گرفتند و بنابراین هر فعالیت در کنار راهی مناسب با خصوصیات آن فعالیت ایجاد می شد. چنانچه بعضی از کارگاه های تولیدی بزرگ مانند کوزه گری و کاشی گری ها در کنار راه های حاشیه ای و بیرونی شهر ساخته می شدند.

۴- امنیت: یکی از عوامل بسیار مهم در نحوه توزیع فعالیت ها، نیاز متفاوت حرفه ها و اصناف گوناگون به امنیت بوده است. برای مثال اصنافی مانند زرگران، صرافان، فروشندگان کالاهای ظریف و گرانبها، نسبت به آهنگران، مسگران و فروشندگان سبزی و میوه و امثال آن به امنیت بیشتری نیاز داشتند (SaberolShoara, 2018: 52).

۵- تاثیر وطن و مذهب بازرگانان و تولید کنندگان در نحوه تجمع آنان: وطن و مذهب بازاریان نیز عامل دیگری در نحوه تجمع آنان بوده است. زیرا در بسیاری از موارد که بازرگانان هر شهر بیشتر به تجارت یک یا چند کالای معین اشتغال داشتند و به همین دلیل بازرگانان یک شهر در هنگام اشتغال در شهرهای بزرگ ترجیح می دادند که ضمن آن که کالای مشابه خود را در محل های معین در کنار اصناف مشابه خود عرضه کنند، در کنار یکدیگر نیز باشند و به این وسیله به سهولت بتوانند با هم همکاری داشته باشند. همچنین بازرگانانی که به اقلیت های مذهبی تعلق داشتند ترجیح می دادند که در رسته یا کاروانسرای واحدی در کنار یکدیگر باشند.

۶- ارزش اقتصادی فضای بازار: ایجاد گروه بندی های صنفی و تقسیم بندی های فضای بازار معمولاً با نیاز جامعه و کمیت دوکان ها نیز با نیازمندی های سرانه ارتباط مستقیم دارد. بالا بودن تقاضا در مراکز مختلف و رونق تجاری هر یک از صنف ها را می توان از قیمت املاک و به ویژه میزان سرفقلی آنها سنجید معمولاً مراکز بازارها جایی که رفت و آمد انسان ها در آنها بیشتر صورت می گیرد همیشه گران تر از بخش های کم رفت و آمد حاشیه ای است عناصر بازار زمانی مهم تلقی می شوند که کالاهای پر قیمت و تجملی در آنها به فروش

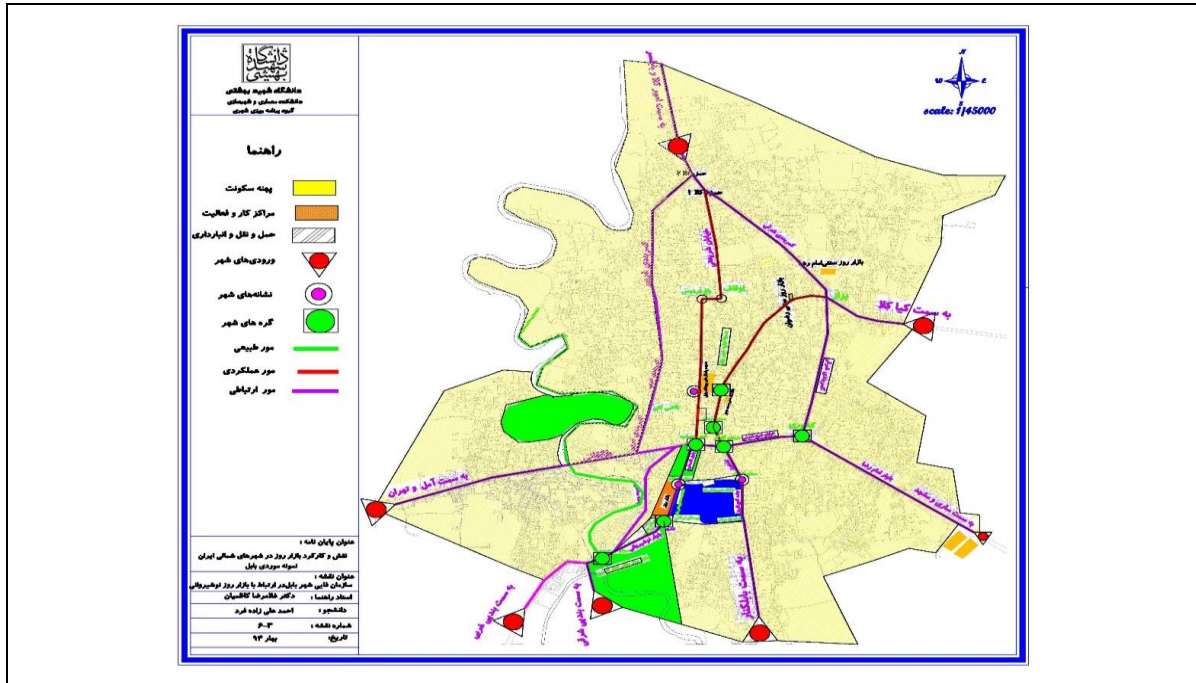
برسد واضح است که این نوع مکان ها دارای ارزش های مادی بیشتری هستند یعنی هم قیمت ملک های آنها گران تر از سایر نقاط است و هم اجازه و سرفقلى آنها بالاست درآمد شاغلان این نوع دوکان ها و حجره ها نیز بالاتر از سایر مشاغل است و در حقیقت طبقه مرفه بازار را تشکیل می دهند.

۷- توزیع فضای کالبدی-مشاغل در بازار: از خصیصه های دیگر بازار شهر های جهان اسلام، علاوه بر تخصصی بودن آنها تفکیک فضاهای بازار بر اساس نوع کالاهای عرضه شده پیشه‌وران مختلفی است که خود، هم تولید کننده و عرضه کننده هستند همیشه این سوال مطرح است که چرا فروش کالاهای خاص خواص و یا تولید آنها در یک مکان یا فضای جغرافیایی صورت می گیرد بازاریشناسان با در نظر گرفتن جوانب گوناگون از جمله قدرت خرید مشتریان شهری و روستایی و حتی قشر توریست داخلی و خارجی، در نوع کالاها و حتی با کیفیت و گوناگونی آن ها توجه خاصی را مبذول داشته اند که چشم انداز جغرافیایی ویژه ای را به وجود می آورد لذا تمام فعالیت های مختلف در بازار از جمله تولید کالا فروش و غیره هر یک در فضا و کالبد خاص ظاهر می شود.

– **فضاهای تجاری معاصر:** اما با تغییراتی که در دوران مدرن به وقوع می پیوندد بازارهای سنتی دیگر پاسخگوی نیازهای شهروندان نبوده و شکل گیری فضاهای تجاری جدید از الزامات شرایط زندگی مدرن می شود در این شرایط نوع و مصرف و شیوه زندگی مردم نیز دچار دگرگونی وسیعی می شود و نظام عمده فروشی و خرده فروشی را دچار تحول می سازد (Saberol Shoara, 2018: 53-54). با بررسی ادبیات موضوع و مطالعه پیشینه پژوهش های انجام شده در دو زمینه بازار و چیدمان فضا، نگارنده برای تحلیل بازار روز نوشیروانی در ارتباط با دیگر عناصر سازمان فضایی شهر بابل و برای درک درست تأثیر عوامل مختلف بر همدیگر در سازمان فضایی شهر، دو مفهوم سازمان فضایی و بازار گاه شهری را به مولفه ها و شاخص ها تجزیه کردند و تأثیر متقابل آنها بر همدیگر تحلیل شده است.

مواد و روش تحقیق:

از آنجایی که این پژوهش با استفاده از اعداد به بررسی مسئله پرداخته است. بنابراین ماهیت آن از نوع کمی است و از آنجایی که روابط بین متغیر ها را بررسی می کند از نوع پژوهش های علمی است و شیوه تحلیل آن توصیفی-تحلیلی است. مهم ترین تفاوت این پژوهش با سایر پژوهش های انجام شده در این است که یکی از مهم ترین و تأثیرگذارترین عناصر سازمان فضایی شهرهای شمالی ایران را به دو شیوه ایستا و پویا بررسی کرده است ایستا به این معنی که مجموعه بازار روز نوشیروانی را از نظر نوع کالا-نظر خریداران-نظر فروشندگان-تعداد مغازه ها و ... شناسایی شده اند و پویا به این معنی که این مجموعه چه ارتباطات و تأثیری روی سایر عناصر سازمان فضایی شهر گذاشته است که با تئوری چیدمان فضا پاسخ داده شده است. برای جمع آوری اطلاعات پژوهش از پرسشنامه، مشاهده، اسناد و برداشت کالبدی استفاده شده است. در این پژوهش برای ترسیم نقشه و اضافه نمودن اطلاعات توصیفی به نقشه ها از نرم افزار GIS و Arc و AutoCAD و برای تحلیل پرسش نامه ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. منطقه مورد مطالعه این مقاله مجموعه بازار روز نوشیروانی بابل واقع در میدان انتفاضه می باشد که در نقشه سازمان فضایی شهر بابل به صورت زیر ارائه شده است که نشان می دهد بازار روز نوشیروانی در جهت جنوب شهر مکان گزینی شده است.



نقشه ۱- سازمان فضایی شهر بابل

تجزیه و تحلیل یافته های تحقیق:

به منظور ارائه نتیجه قابل اعتمادتر در مورد تحلیل بازار روز نوشیروانی لازم بود تا این مکان از سه جنبه شناسایی شود:

الف- جنبه کالبدی، ب- جنبه رفتاری (با استفاده از پرسشنامه)، ج- جنبه فضایی (با استفاده از نرم افزار)

از آنجایی که این پژوهش به منظور نشان دادن کاربرد تئوری چیدمان فضا در تحلیل ساختار فضایی شهر می باشد بنابراین به دو قسمت الف و ب یعنی جنبه کالبدی و جنبه رفتاری اشاره می شود اما قسمت سوم یعنی جنبه فضایی تشریح می گردد. در ادامه داده های بدست آمده از شناخت هر سه قسمت ارائه می شود.

الف- جنبه کالبدی: ویژگی های عمومی بازار روز نوشیروانی که برداشت کالبدی شده است به صورت زیر شناسایی شده است:

بازار روز نوشیروانی از چهار قسمت تشکیل شده است:

۱- **قسمت اصلی:** این قسمت در زمینی به ابعاد تقریبی ۲۵۰ متر طول و ۱۰۰ متر عرض واقع شده است که عرصه و اعیانی آن متعلق به شهرداری است و به افراد به صورت سر قفلی فروخته شده است. در واقع شهرداری حق نظارت بر این بازار را دارد. این قسمت از بازار دارای یک راسته اصلی به عرض ۱۲ در جهت شمال به جنوبی می باشد و در دو طرف این راسته ۲۵۰ متری در جهت شرق به غرب راسته های فرعی به طول ۳۵ متر و به عرض ۱۰ متر احداث شده است. این بازار دارای ۲۷ بلوک ساختمانی می باشد.

۲- **قسمت الحاقی خیابان ۱۰ متری در ضلع غربی بازار:** این قسمت به طول تقریباً ۷۵ متر و به عرض ۱۰ متر به صورت خودرو توسط کسبه های این بخش در میانه کوچه ۱۰ متری که به محوطه پاساژ احداثی که در ضلع جنوب این بازار در حال احداث می باشد، ساخته شده است. مغازه ها در دو طرف یک یک راسته ۴ متری واقع شده اند. لازم به ذکر است این قسمت از بازار غیر قانونی می باشد.

۳- **زمین خالی در ضلع شمالی بازار روز:** این قسمت زمینی به شکل مثلث به ابعاد ۱۰۰ و ۷۵ و ۷۰ متر می باشد که در طرح تفصیلی به کاربری "مسکونی به شرط تامین خدمات" اختصاص داده شده است اما به دلیل خالی ماندن آن تا به امروز، کسبه ها به صورت خودرو در آن بساط پهن کرده و در حال فعالیت می باشند.

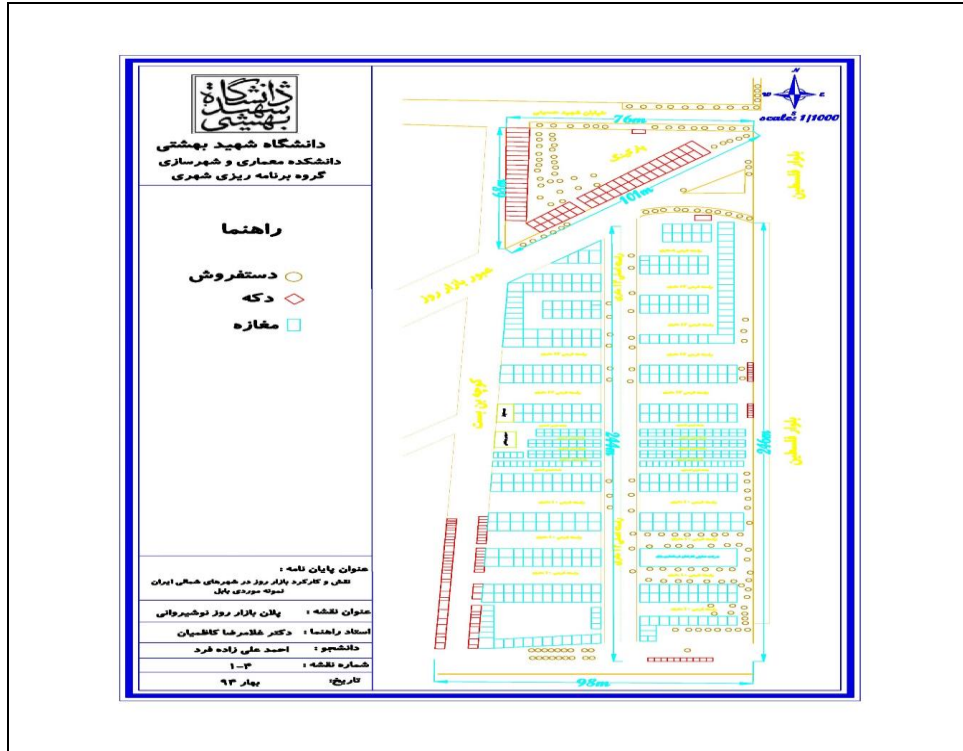
۴- پارکینگ: برای این بازار ۴ محل برای پارک خودروها به صورت خودرو وجود دارد. که عبارتند از:

الف- **حاشیه بلوار نوشیروانی:** در دو طرف این بلوار تقریباً به طول ۲۵۰ متر در حاشیه آن محل پارک خودروهاست که در سمت حاشیه دانشگاه پزشکی پارک به صورت افقی انجام می شود و در سمت بازار پارک به صورت عمودی انجام می شود که حدود ۱۱۰ عدد خودرو می توانند در آن پارک شوند.

ب-خیابان وارث: در ابتدای شرقی خیابان وارث به طول تقریبی ۶۰ متر جای خالی وجود دارد که در آن خودروها به صورت عمودی پارک می کنند.

ج-ضلع غربی بازار روز نوشیروانی: در ضلع غربی بازار که در نقشه زیر نشان داده شده است کوچه ای ۱۰ متری قرار دارد که به خانه های مسکونی می رسد و خودروها در دو طرف این کوچه پارک می شوند.

د-ابتدای غربی خیابان فلسطین ۲: در این مسیر در حاشیه شمالی این خیابان مسیری به طول تقریبی ۴۰ متر فضای خالی وجود دارد که خودروها آنجا پارک می شوند.



نقشه ۲- سایت بازار روز نوشیروانی بابل

ب-جنبه رفتاری :

به منظور شناسایی فرهنگ معامله و مبادله هایی که در این بازار انجام می شود. دو نوع پرسش نامه تهیه شده است که یک بار از فروشندگان و بار دیگر از خریداران پرسش هایی شده است؛ که نتایج هر دو در این قسمت از تحقیق، به منظور جمع بندی یافته ها و تحلیل آنها و تاثیر فضایی هر یک، در دو جدول نشان داده شده است که عبارتند از:

جدول ۱- جنبه رفتاری

میزان اثر	اثر فضایی	تحلیل	یافته ها
بسیار زیاد	کاهش فشار بر خیابان سعیدالعلماء، خیابان مدرس، خیابان طالقانی	این بازار تعداد مراجعه کننده زیادی دارد. بنابراین مکان مهمی است وجود حدود ۲۰۰ نفر دست فروش حکایت از رونق بازار نظارت و مدیریت ضعیف اقتصاد بیمار جامعه ایجاد اشتغال دارد.	در این بازار تعداد ۵۵۸ باب مغازه و تعداد ۱۴۱ دکه و تعداد ۱۸۴ نفر دستفروش فعالند.
بسیار زیاد	کاهش فشار بر خیابان سعیدالعلماء، خیابان مدرس، خیابان طالقانی	یک خانواده در این بازار همه مایحتاج زندگی را می تواند تهیه کند و نیازی نیست که به مراکز دیگر خرید مراجعه کنند.	۴۳٪ فروشگاهها لوازم خانگی و ۳۲٪ نیز محصولات پوشاک و ۱۵٪ سایر محصولات را ارائه میدهند.
زیاد	کاهش فشار بر مرکز شهر	بیشتر شغل های ایجاد شده در این بازار جزء شغل های اصلی سرپرست خانوار می باشد.	۶۵٪ پاسخ دهندگان فروشنده مرد و ۳۵٪ پاسخ دهندگان فروشنده زن بوده اند

متوسط	افزایش کارکرد اجتماعی بازار	از هر قشری در این بازار فعالیت می کنند.	۳۶٪ فروشندگان تحصیلات زیر دیپلم ۵۰٪ فروشندگان تحصیلات دیپلم و ۱۴٪ فروشندگان تحصیلات بالاتر از دیپلم دارند
زیاد	کاهش قیمت مغازه های مرکز شهر خالی ماندن مغازه پاساژها	با وجود ۴۳٪ مستاجر، این بازار مکان مناسبی برای سرمایه گذاری می باشد.	۴۳٪ پاسخ دهندگان از مستاجرین و ۵۷٪ آنها مالک سر قفلی مغازه بودند
زیاد	توزیع متعادل جمعیت در سطح شهر	این بازار برای مردم شهر اشتغال زایی کرده است	۹۷٪ فروشندگان محل سکونت شان شهر و تنها ۳٪ اعلام کردند که از روستا می آیند
زیاد	کاهش قیمت مغازه های مرکز شهر خالی ماندن مغازه پاساژها	از هر قشری در این بازار فعالیت می کنند. فعالیت در این بازار توجه اقتصادی دارد	۱۰٪ فروشندگان سابقه فعالیت بیش از ۳۰ سال در این بازار دارند و ۱۰ سابقه بین ۲۰ تا ۳۰ سال و ۴۳٪ سابقه بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۳۷٪ اعلام کردند که زیر ۱۰ سال سابقه فعالیت در این بازار را دارند
متوسط	ایجاد ترافیک در پل موزیرج، پل محمد حسن خان، چهار راه بیمارستان روحانی استقرار دست فروشان در نقاط پرتردد شهر مانند اطراف میدان کارگر، اطراف میدان حمزه کلا	اکثر دست فروشان محصولاتی را که ارائه می کنند از روستاییان می خردند (مازاد تولید) و سپس در طول روز با استقرار در این بازار به خریداران می فروشند (واسطه گری)	۶۶/۶۰٪ فروشندگان کالاهای خود را از بازار تهران تهیه می کنند که این گروه فروشندگان پوشاک و پارچه و لوازم آرایشی و ... هستند و ۴/۷٪ از داخل استان کالای خود را تهیه می کنند که این گروه فروشندگان مبل و موکت و ... می باشند و تعداد ۲۶/۷٪ فروشندگان کالاهای خود را از داخل شهرستان تهیه می کنند که این گروه فروشندگان سبزی و میوه و ... می
خیلی زیاد	ایجاد ترافیک در خیابان های اطراف بازار روز نوشیروانی	ین بازار کاملاً وابسته به اقتصاد روستاست زیرا در فصل پاییز خانواده های روستایی بیشترین محصول را برای فروش دارا می باشند (از قبیل پرتقال، نارنگی، ماست، کره، مرغ، اردک و ...)	۶۳/۴٪ فروشندگان اعلام کردند که پائیز و ۲۳/۳٪ گفتند که زمستان و ۱۳/۳٪ گفتند که بهار فصل پر رونق برای آنها می باشد
زیاد	ایجاد ترافیک در ورودی ها ایجاد ترافیک در خیابان های اطراف بازار	خانواده هایی که بچه های محصل دارند روز پنجشنبه را (به علت تعطیلی مدارس) برای مراجعه به این بازار انتخاب می کنند.	۵۶/۷۰٪ فروشندگان گفتند که پنجشنبه و ۳۰٪ فروشندگان گفتند که چهارشنبه و ۳/۳٪ فروشندگان گفتند که دوشنبه و ۱۰٪ فروشندگان گفتند که شنبه روز بر رونق آنهاست
زیاد	ایجاد ترافیک در خیابان های اطراف بازار روز نوشیروانی	صبح ها به دلیل مراجعه زنان روستایی برای فروش محصول و غروب ها به دلیل بازگشت روستاییان به محل زندگی و تهیه نیازهای روزانه این بازار بسیار شلوغ می باشد.	۵۳/۳٪ فروشندگان گفتند که ۴-۷ غروب شلوغ ترین ساعت و ۴۶/۷٪ گفتند که ۸-۱۰ صبح شلوغ ترین ساعت بازار می باشد
متوسط	کاهش ترافیک در شریان ها	به دلیل عدم وجود پارکینگ کافی در بازار روز، بیشتر فروشندگان ترجیح می دهند که با تاکسی رفت و آمد کنند.	۶۶/۷٪ فروشندگان با تاکسی و ۲۶/۷٪ با خودرو شخصی و ۳/۳٪ با حمل و نقل عمومی و ۳/۳٪ نیز پیاده به محل کار می آیند
خیلی زیاد	کاهش فشار بر خیابان سعیدالعلماء، خیابان مدرس و خیابان طالقانی	قیمت اجناس در این بازار نسبت به مراکز دیگر خیلی مناسب می باشد به همین دلیل انگیزه زیادی برای خانواده ها ایجاد می می کند تا به این بازار مراجعه کنند.	۶۶/۷۰٪ فروشندگان گفتند که قیمت کالاهایشان ۶۰ تا ۷۰٪ بازار های داخل شهر است و ۳۰٪ گفتند که نصف قیمت بازار های داخل شهر و ۳/۳٪ گفتند که برابر با قیمت های بازار های داخل شهر می باشد
زیاد	ایجاد ترافیک در ورودی ها افزایش کارکرد اقتصادی و اجتماعی بازار	بیشتر مراجعه کنندگان به این بازار روستاییان هستند.	۹۶/۷٪ فروشندگان گفتند که بیشتر مشتریان شان روستایی و ۳/۳٪ گفتند که بیشتر مشتریان شان شهری می باشند
زیاد	جذب مشتری از نقاط مختلف شهرستان بابل	وابستگی اجتماعی در این بازار زیاد می باشد	۱۶/۷٪ فروشندگان اعلام کردند که بیشتر مشتریان از غریبه ها هستند و ۸۳/۳٪ گفتند که بیشتر مشتریان شان از آشنایان می باشند
زیاد	کاهش کارکرد اقتصادی و اجتماعی بازار	رونق این بازار در حد متوسط می باشد	۲۶/۷٪ فروشندگان گفتند که کمتر از ۵۰۰ هزار تومان و ۵۰٪ گفتند ۵۰۰ هزار تا ۱ میلیون و ۲۳/۳٪ گفتند که بین ۱ تا ۲ میلیون در آمد دارند.
زیاد	کاهش مراجعه محله های پردرآمد به این بازار کاهش	خانواده های طبقه ثروتمند از خرید از این بازار امتناع	۷۳/۳۰٪ گفتند که خریداران فکر می کنند که کیفیت

	کارکرد اقتصادی و اجتماعی بازار	می کنند چرا که فکر می کنند کیفیت محصولات پایین می باشد.	کالا ها پایین است و ۶/۷٪ گفتند که از نظر بهداشتی بازار وضع خوبی ندارد و ۲۰٪ گفتند که امکانات رفاهی برای خریداران وجود ندارد.
زیاد	جذب بیشتر مشتری از محله های کم درآمد کاهش کارکرد اقتصادی و اجتماعی بازار	کیفیت کالاها در این بازار در حد متوسط و پایین می باشد بنابراین مراجعه کنندگان به این بازار از افشار متوسط و پایین جامعه می باشند.	۶/۷٪ گفتند که کیفیت کالاها نسبت به بازار های داخل شهر پایین است و ۶۳/۳٪ گفتند که نظارت کافی بر بازار روز نمی شود و ۲۳/۳٪ گفتند که بازار معماری خوبی در شان بازار ندارد و ۶/۷٪ گفتند که مدیریت ضعیف این بازار از رونق بازار می کاهد
زیاد	عدم وجود نظم در این بازار تا میدان غدیر و خیابان شهید صالحی، بلوار نوشیروانی، خیابان فلسطین ۲	شهرداری عملاً نقش فعالی در این بازار ندارد.	تنها یک رابطه بین فروشندگان بازار روز و شهرداری بابل وجود دارد و آن فقط دریافت عوارض و اجاره می باشد.
زیاد	ایجاد بی نظمی در داخل و اطراف بازار	نظارت و مدیریت این بازار بسیار ضعیف می باشد.	هیچ یک از فروشندگان از اجرای قوانین در این بازار رضایت ندارند.
خیلی زیاد	ایجاد گره ترافیکی شدید در میدان انتفاضه	سد معبر توسط دست فروشان (به دلیل کمبود سکو برای استقرار) مهمترین مشکل این بازار می باشد.	۹۰٪ فروشندگان گفتند قانون سد معبر در این بازار رعایت نمی شود و ۱۰٪ گفتند که قوانین صنفی رعایت نمی شوند
زیاد	جذب بیشتر مشتری از نقاط مختلف شهرستان بابل	فروشندگان تمایل زیادی برای همکاری جهت ساماندهی بازار نشان می دهند تا این بازار از رونق کافی برخوردار شود.	۹۳/۳٪ فروشندگان تمایل دارند که در ساماندهی این بازار مشارکت داشته باشند و تنها ۶/۷٪ تمایل ندارند که در ساماندهی بازار مشارکت داشته باشند.
خیلی زیاد	توزیع متعادل مراکز خرید در سازمان فضایی شهر جلوگیری از مراجعات غیر ضروری مردم به مرکز شهر	متمرکز کردن انواع بازار مانند بازار ماهی فروشان، بازار سبزی فروشان، بازار طیور در این بازار سبب رونق زیاد این بازار بوده است و جدا شدن این بازارها تاثیر منفی بر عملکرد این بازار داشته است.	۵۶/۷٪ فروشندگان پیشنهاد هایی که دادند در مورد ساماندهی بازار بود از جمله کنترل ورود و خروج اتومبیل به بازار، جمع آوری دست فروشان و ... و ۴۳/۳٪ گفتند که بهتر است تا بازار گسترش یابد و پراکنده نشوند.

منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۱.

جدول ۲- جنبه عملکردی

تحلیل	یافته ها
بیشتر مراجعه کنندگان این بازار زنان می باشند زیرا نیازهای روزانه مانند خیار، گوجه، سبزی و لباس را تهیه می کنند	۲۳/۳٪ خریداران مرد و ۷۶/۷٪ خریداران که به سوالات پاسخ دادند زن بودند.
بیشتر مراجعه کنندگان به این بازار زنان روستایی می باشند زیرا مزاد تولید را برای فروش به این بازار می آورند و در روستاها این مسئولیت به عهده زنان می باشد	۳/۳٪ خریداران از خارج استان و ۳/۳٪ از داخل استان و ۲۶/۷٪ از شهر بابل و ۶۶/۷٪ از روستاها می باشند.
بیشتر مراجعه کنندگان به این بازار از خانواده های کشاورز و دامدار می باشند زیرا مزاد تولید را برای فروش به این بازار می آورند	۲۶/۷٪ خریداران شغل غیر از خانه داری و کشاورزی و دامداری داشته اند و ۱۰٪ خانه دار و ۶۳/۳٪ خریداران شغل دامداری و کشاورزی داشته اند.
شناخت دقیق فروشندگان از خواسته خریداران و بیشترین بهره وری از مغازه ها	همه خریداران گفتند که بیشتر مایحتاج خود و خانواده شان را از این بازار تهیه می کنند.
خریداران بیشتر نیازهای روزانه و هفتگی خانواده را از این بازار تهیه می کنند	۶۳/۷٪ کالاهایی که خریداری شده است از گروه پوشاک و ۶۳/۳٪ از گروه خوراک می باشد
زنان روستایی با حمل و نقل عمومی به این بازار می آیند	۵۶/۷٪ خریداران با وسایل حمل و نقل عمومی و ۳۰٪ با خودرو شخصی و ۳/۳٪ با تاکسی و ۱۰٪ پیاده به بازار رفت و آمد می کنند
اکثر مراجعه کنندگان مایحتاج هفتگی را از این بازار تهیه می کنند	۲۶/۷٪ خریداران گفتند که هفته ای ۲ دفعه و ۷۳/۳٪ گفتند که هفته ای یک دفعه برای خرید به این بازار مراجعه می کنند.

قیمت مناسب و دسترسی به همه نوع کالا، انگیزه های لازم برای مراجعه کنندگان ایجاد می کند	۲۶/۷٪ خریداران گفتند که به خاطر دسترسی به همه کالاها و ۷۳/۳٪ گفتند که به خاطر قیمت مناسب کالاها به این بازار مراجعه می کنند. ۱۰٪ خریداران پیشنهاد دادند که این بازار سازماندهی بهتری شود و ۱۳/۳٪ گفتند که میلمان این بازار انجام شود و ۷۶/۷٪ گفتند که وسعت این بازار را بیشتر کنند و بازارهایی را که از این جا بردند دوباره برگردانند مثل بازار سبزی فروشان
قیمت مناسب کالاها در این بازار انگیزه زیادی برای خریداران جهت خرید از این بازار ایجاد می کند	۶/۷٪ خریداران گفتند که قیمت کالاها نسبت به مراکز دیگر ۷۰-۹۰٪ قیمت هاست و ۷۳/۳٪ گفتند که ۶۰-۷۰٪ قیمت هاست و ۲۰٪ گفتند که نصف قیمت مراکز دیگر قیمت دارند
خریداران مدت زیادی است که به این بازار مراجعه می کنند و این یعنی از مراجعه به این بازار رضایت دارند	۱۳/۳٪ گفتند که کمتر از ۱۰ سال و ۴۶/۷٪ خریداران گفتند که ۱۰-۲۰ سال و ۴۰٪ گفتند که ۲۰-۳۰ سال می باشد که از این بازار خرید می کنند.
نظارت بر این بازار بسیار ضعیف می باشد	۶۳/۳۰٪ خریداران گفتند که مهمترین مشکل این بازار عدم نظارت کافی است و ۲۳/۳٪ گفتند که معماری این بازار مناسب نیست و ۱۳/۳٪ گفتند که مدیریت این بازار ضعیف می باشد
بیشتر خریداران ابتدا کالایی را می فروشند سپس با پول آن کالاهای جدید می خریدند. رابطه کالا، پول، کالا در این بازار برقرار است	۳۳/۳٪ خریداران گفتند که کالایی برای فروش نداشتند و ۴۳/۳٪ گفتند که مواد لبنی داشتند و ۱۰٪ گفتند که مرکبات و ۱۳/۳٪ گفتند که طیور محلی برای فروش داشتند. تعداد و درصد این ترکیب در نمودار زیر نشان داده شده است
همبستگی اجتماعی این بازار زیاد است	۴۰٪ خریداران گفتند که از آشنایان خرید نمی کنند و ۶۰٪ گفتند که کالاهایشان را از آشنایان می خریدند
شهرداری عملاً نقشی در این بازار ندارد	هیچ یک از خریداران از عملکرد شهرداری در خصوص نظم دادن به این بازار رضایت ندارند
متمركز کردن انواع بازار مانند بازار ماهی فروشان، بازار سبزی فروشان، بازار طیور در این بازار سبب رونق زیاد این بازار بوده است و جدا شدن این بازارها تاثیر منفی بر عملکرد این بازار داشته است	۱۰٪ خریداران پیشنهاد دادند که این بازار سازماندهی بهتری شود و ۱۳/۳٪ گفتند که میلمان این بازار انجام شود و ۷۶/۷٪ گفتند که وسعت این بازار را بیشتر کنند و بازارهایی را که از این جا بردند دوباره برگردانند مثل بازار سبزی فروشان

منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۱.

با بررسی نتایج دو پرسش نامه مهم ترین عواملی که بیشترین تاثیر را بر عملکرد بازار روز دارند. در جدول ۳ زیر ارائه شده است. همه نتایج ریشه اش در انتقال محصول مازاد تولید از روستا به شهر می باشد. این محصولات بعد از انتقال به قسمت فضای باز بازار روز نوشیروانی، یا ارزش مصرف پیدا می کنند که توسط ساکنان شهر به صورت مستقیم خریداری می شوند و برای روستایی تبدیل به پول می شود و این روستایی پول را به قسمت ساخته شده بازار روز می برد و با آن میبختاج خانواده را تهیه کرده و به روستا بر می گردد و تاثیر فضایی این روند در حد اطراف بازار روز می باشد و تاثیر زیادی بر عناصر دیگر سازمان فضایی شهر ندارد. یا این محصول ارزش مبادله پیدا می کند بدین ترتیب که بعد از انتقال محصول مازاد به قسمت باز بازار روز این محصول توسط دست فروشان، از روستایی خریداری می شود و یا در همین بازار و به صورت دست فروشی فروخته می شود یا به مکان های دیگر انتقال پیدا می کند. برای فروش مانند بازار مسجد جامع، بازار رضوان، اطراف میدانهای شهری مانند میدان کارگر، حمزه کلا، باغ فردوس و این روند تاثیر زیادی را بر عناصر دیگر سازمان فضایی شهر می گذارد.

جدول ۳- مهم ترین عوامل موثر بر عملکرد بازار روز نوشیروانی بابل

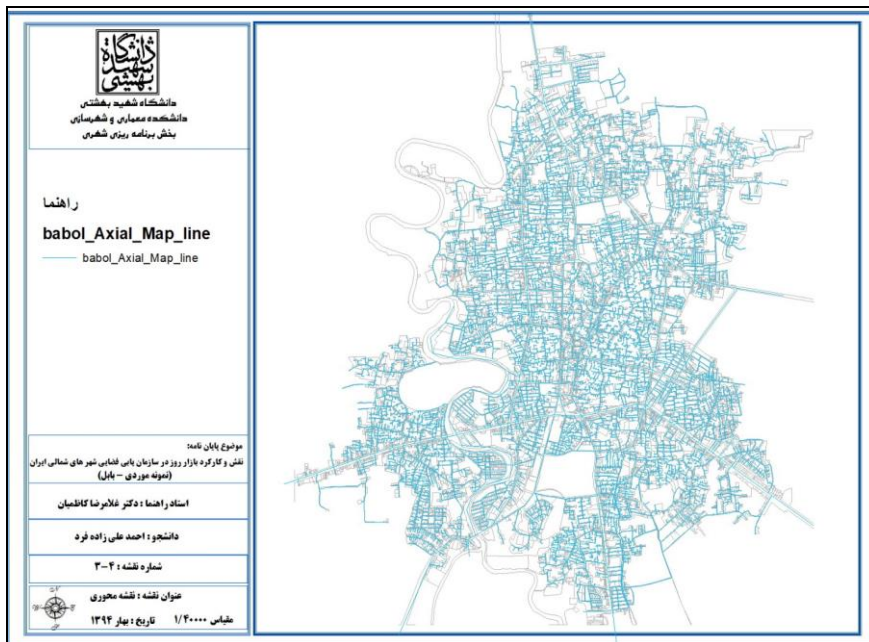
میزان اثر	اثر فضایی	تحلیل	عوامل
خیلی زیاد	کاهش فشار بر بازار مسجد جامع-میدان کارگر- سبزه میدان	اگر قسمت فروش محصولات کشاورزان و دامداران نباشد عملاً این بازار از رونق خواهد افتاد و این افراد ناگزیر باید به مرکز شهر برای جلب مشتری مراجعه کنند	این که خریداران چه کالایی را می فروختند به عنوان اولین عامل و با بار عاملی ۸۸۳ تعیین شده است
خیلی زیاد	افزایش کارکرد اقتصادی و اجتماعی بازار در سطح ایجاد اشتغال برای مردم شهر	اکثر زنان دامدار و کشاورز روستایی برنامه هفتگی برای خرید و فروش در این بازار دارند	این که خریداران چند دفعه در هفته به این بازار می آیند به عنوان دومین عامل و بار عاملی ۴۹۵/۰
خیلی زیاد	افزایش کارکرد اقتصادی و اجتماعی بازار ایجاد اشتغال برای مردم شهر	اگر روستاییان نباشد این بازار نخواهد بود	اینکه محل سکونت خریداران کجاست به عنوان سومین عامل و بار عاملی ۴۴۰ انتخاب شده اند

ماخذ: نگارندگان ۱۴۰۱

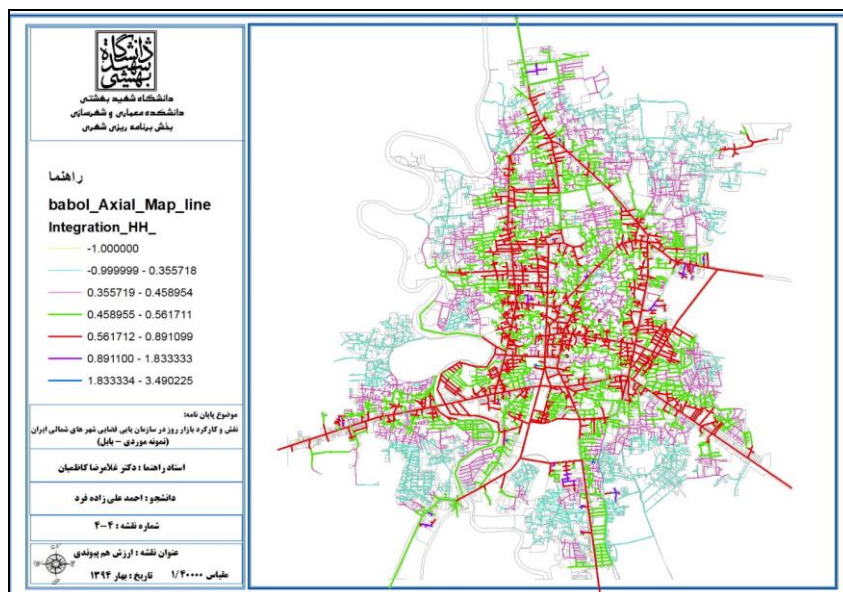
آمده از کالیبره کردن نقشه ها در نرم افزار "Depth map"

در این تحقیق برای شناسایی ساختار فضایی شهر بابل و شناسایی مهم ترین فضاها و محورها در ساختار فضایی شهر و میزان همپیوندی فضاها در ارتباط با همدیگر و تعیین میزان جدافتادگی، تعیین میزان دسترسی مجموعه بازار روز نوشیروانی با کمک مفاهیم "چیدمان فضا" و با کالیبره کردن نقشه معابر شهر بابل در نرم افزار "Depthmap" یافته های زیر بدست آمده اند که در ادامه تشریح می-شوند.

نقشه محوری: نمودار ساده شده از خیابان ها و فضاهای باز شهری است که از خطوط محوری شکل یافته است و پایه و اساس تحلیل ترتیب فضایی یک شهر می باشد. برای بدست آوردن این خطوط تمام خطوط شبکه دسترسی شهر بابل در محدوده طرح تفصیلی آن توسط محقق در نرم افزار اتوکد ترسیم شده است و برای تحلیل به نرم افزار "Depthmap" وارد شده است و نقشه شماره ۳ توسط این نرم افزار تهیه شده است که نشان دهنده خطوط محوری شبکه دسترسی بابل می باشد.



نقشه ۳- نقشه محوری مورد مطالعه



نقشه ۴- نقشه میزان همپیوندی

به منظور بررسی ساختار کلان در محدوده مورد مطالعه (شهر بابل) از انحراف معیار ارزش هم پیوندی استفاده می شود. بر این اساس هرچه میزان انحراف معیار کمتر باشد، ساختار فضایی انسجام بالاتری دارد. در بحث طراحی و برنامه ریزی شهری، افزایش ارزش هم پیوندی تمامی خطوط (فضاهای شهری) به عنوان یک هدف مطرح نیست، بلکه هدف در این است که ارزش هم پیوندی فضاهای شهری در ساختاری سلسله مراتبی و روندی منطقی تدریجاً افزایش و یا کاهش داشته باشد و ساختار فضایی در شهر به انحراف معیار مطلوبی برسد. اختلاف زیاد بالاترین و پایین ترین میزان هم پیوندی نشان دهنده آن است که شهر دارای ویژگی های ناهمگونی بیشتری است. همچنین بیانگر آن است که نقاط ایزوله و جدا (دارای عمق زیاد) از ساختار شهر وجود دارند و این امر موجب پدید آمدن فضاهای ایزوله و با عمق بیشتر شده و جدایی گزینی فضایی را موجب می شود. مقدار متوسط میزان هم پیوندی فضاهای شهر بابل ۰/۴۴ می باشد که همانطور که در نقشه ۴ نشان داده شده است، فضاهایی که در اطراف خیابان سعیدالعلما و مدرس قرار دارند (بافت قدیم بابل) از هم پیوندی بالایی برخوردار می باشند (رنگ بنفش) و فضاهایی که در اطراف خیابانهای اصلی شهر شکل گرفته اند از هم پیوندی پایینی (رنگ زرد) با دیگر فضاها برخوردارند. فضای بازار روز نوشیروانی که با رنگ بنفش نشان داده شده است از هم پیوندی بالایی با دیگر فضاها برخوردار می باشد و مفهوم آن مناسب بودن مکان گزینی بازار روز نوشیروانی در سازمان فضایی شهر بابل می باشد به گونه ای که مردم از هر کجای شهر می توانند به این مکان دسترسی آسان داشته باشند.

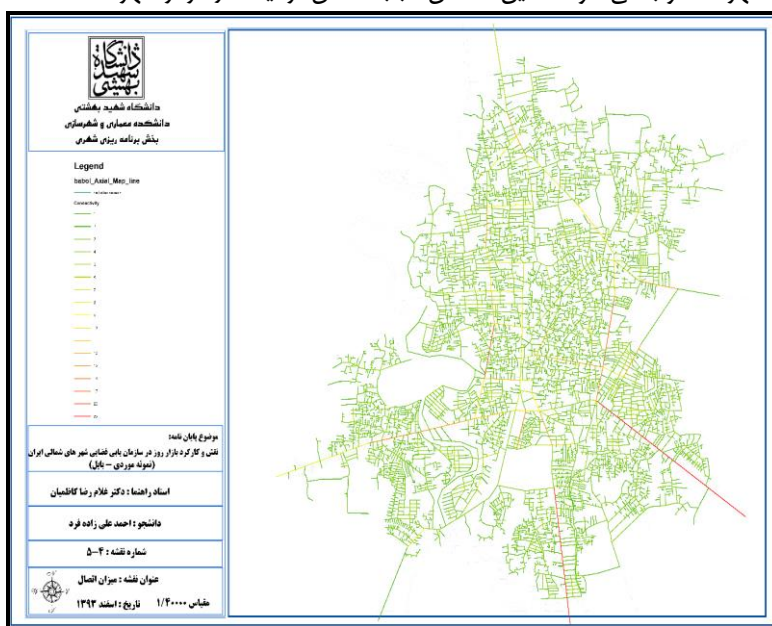
جدول ۴- میزان هم پیوندی کلان فضاها

	Minimume	Maximum	Average	ST.D
Integratation	-1	3.49	0.44	0.19

منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۱.

میزان اتصال:

بیشترین مقدار برای میزان اتصال محورها ۲۳ می باشد که فقط یک محور (بلوار امام رضا) می باشد که مهم ترین خیابان در ساختار فضایی شهر بابل می باشد و میانگین میزان اتصال ۳/۱۲ می باشد. بیشتر محورها دارای اتصال ۴ می باشند که تعدادشان ۳۴۸۴ عدد می باشد. فضای بازار نیز با اتصال ۵، میزانی بیشتر از حد متوسط را دارا می باشد. اختلاف شدید میان حداقل و حداکثر میزان اتصال نشان از عدم وجود سلسله مراتب در دسترسی می باشد. بنابراین می توان نتیجه گرفت که سلسله مراتبی مناسبی برای شبکه ارتباطی شهر بابل وجود ندارد و این قسمت باسد اصلاح شود. همانطور که در نقشه ۵ نشان داده شده است بافت اولیه شهر بابل دارای میزان سلسله مراتب بهتری نسبت به فضاهایی است؛ که بر اثر توسعه شهر به اطراف پدید آمده اند؛ بازار روز نوشیروانی با داشتن ۵ اتصال البته با محورهای مهم شهر کمی فضای پیرامونی شهر محسوب می شود که این شاخص سبب کاهش ترافیک در مرکز شهر شده است.



نقشه ۵- نقشه میزان اتصال

جدول ۵- نقشه میزان اتصال

	Minimu me	Maxim um	Average	ST.D
Connectivity	1	23	3.12	1.3

منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۱.

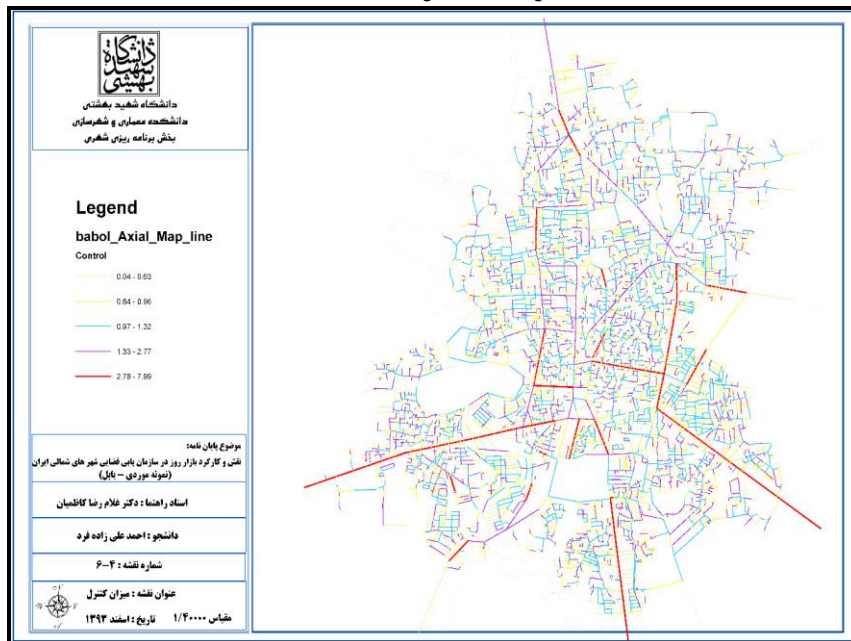
میزان کنترل:

بیشترین مقدار کنترل برای یک فضا نشان از با اهمیت بودن آن فضا در سازمان فضایی شهر می باشد. بیشترین مقدار میزان کنترل برای فضاهای شهری بابل ۷/۹۹ می باشد که متعلق به محور امام رضا و محور کشاورز می باشد. مقدار میانگین این پارامتر ۰/۹۹ می باشد. همانطور که در نقشه ۶ نشان داده شده است محور امام خمینی دارای میزان کنترل بیشتر از متوسط می باشد که یک فضای با اهمیت می باشد و فضای بازار روز نوشیروانی دارای ارزش متوسط کنترل می باشد. یعنی این مکان جزء مکان هایی است که ترافیک متوسطی در آن جریان دارد و این شاخص مناسبی برای مکان یابی بازار روز می باشد.

جدول ۶- نقشه میزان کنترل

	Minimume	Maximum	Average	ST.D
Control	0.04	7.99	0.99	0.44

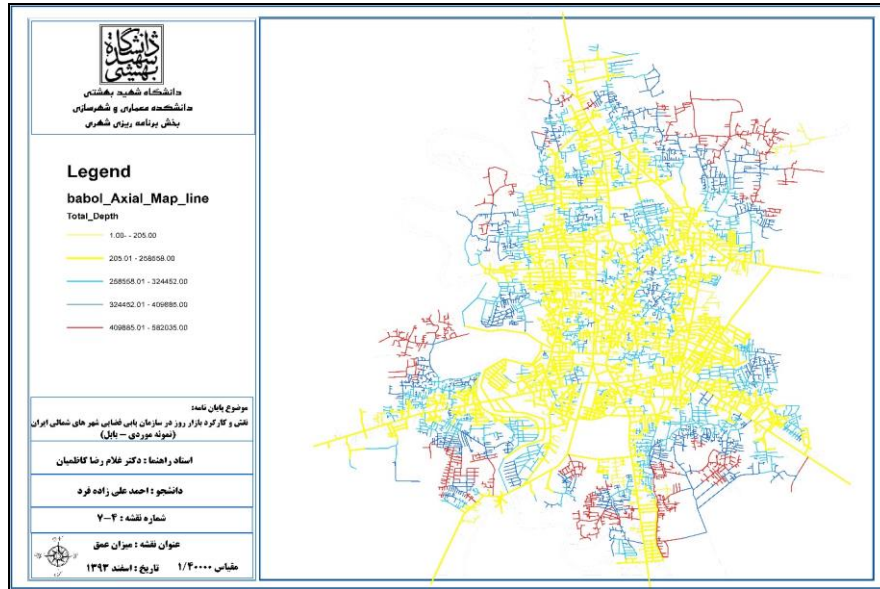
منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۱.



نقشه ۶- نقشه میزان کنترل

عمق:

عمق فضا نشان دهنده تعداد فضاهایی است که باید از آنها عبور کنیم تا از یک فضا به تمام فضاهای دیگر برسیم. عمق، یک پارامتر مستقل چیدمان فضایی است. یک متغیر مهم برای محاسبه هم پیوندی است. عمق با هم پیوندی رابطه معکوس دارد، به عبارت دیگر در هر فضایی که هم پیوندی زیاد باشد آن فضا دارای عمق کمتری است. مقدار متوسط میزان عمق برای فضاهای بابل ۲۹۳۹۲۷ می باشد. همانطور که در نقشه نشان داده شده است فضاهایی که با رنگ قرمز و آبی پر رنگ نشان داده شده اند دارای عمق زیاد می باشند بنابراین فضاهای ایزوله می باشند که شهرک های مسکونی می باشند و فضاهایی که با رنگ زرد نشان داده شده اند؛ دارای عمق کمی می باشند. فضای بازار روز نیز جزء فضاهایی است که دارای عمق پایین می باشد یعنی برای دسترسی به بازار روز نوشیروانی از هر جای شهر لازم نیست که از فضاهای زیادی عبور کنیم. بنابراین قابلیت دسترسی بالایی برای شهروندان دارد.



نقشه ۷- نقشه میزان عمق فضا

جدول ۷- نقشه میزان عمق فضا

	Minimum	Maximum	Average	ST.D
Total Depth	-1	596743	293927	93141

منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۱.

جدول ۸- یافته ها و تحلیل و اثر فضایی عوامل

اطلاعات به دست آمده از کالیبره کردن نقشه ها در نرم افزار Depthmap			
میزان اثر	اثر فضایی	تحلیل	یافته ها
خیلی زیاد	استفاده از شریان های اصلی مانند جاده صالحی، خیابان سرگرد قاسمی و کاهش ترافیک در شریان های فرعی.	مناسب بودن مکان گزینی بازار روز نوشیروانی در سازمان فضایی شهر بابل می باشد به گونه ای که مردم از هر کجای شهر می توانند به این مکان دسترسی داشته باشند و دسترسی آسان از فشار ترافیک بر شریان های داخلی شهر کم خواهد کرد.	مقدار متوسط میزان هم پیوندی فضاهای شهر بابل ۴۴/۰ می باشد فضاهایی که در اطراف خیابان سعید العلما و مدرس قرار دارند (باقت قدیم بابل) از هم پیوندی بالایی برخوردار می باشند و فضاهایی که در اطراف خیابان های اصلی شهر شکل گرفته اند از هم پیوندی پایینی با دیگر فضاها برخوردارند فضای بازار روز نوشیروانی از هم پیوندی بالایی با دیگر فضاها برخوردار
خیلی زیاد	کاهش فشار بر مرکز شهر و جلوگیری از ایجاد ترافیک سنگین در مرکز	بازار روز نوشیروانی با داشتن ۱۵ اتصال البته با محورهای مهم شهر، کمی از فضای پیرامونی شهر محسوب می شود و از آنجایی که بیشتر روستاهای شهرستان بابل در جنوب آن قرار دارند لذا با استقرار در این بازار در ابتدای ورودی این استان ها شهر بابل از ورود مراجعه کنندگان بیشمار روستایی به داخل شهر جلوگیری کرده است.	بیشترین مقدار برای میزان اتصال محور ها ۲۳ می باشد که فقط یک محور (بلوار امام رضا) می باشد که مهم ترین خیابان در ساختار فضایی شهر بابل می باشد و میانگین میزان اتصال ۱۲/۳ می باشد بیشتر محور ها دارای اتصال ۴ می باشد که تعدادشان ۳۴۸۴ عدد می باشد فضای بازار نیز با اتصال ۵ میزانی بیشتر از حد متوسط را دارا می باشد.
خیلی زیاد	کاهش فشار بر مرکز شهر و جلوگیری از ایجاد ترافیک سنگین در مرکز	بازار روز نوشیروانی جز مکان هایی است ترافیک متوسط در آن جریان دارد و این شاخص مناسبی برای مکان یابی بازار روز میباشد همچنین محور سعید العلما و امام خمینی با میزان کنترل بیشتر از متوسط مهمترین محورها در سازمان فضایی شهر می باشد چراکه محورها هسته اولیه شکل گیری شهر بابل می باشد و عملکرد تجاری دارند.	بیشترین مقدار میزان کنترل برای فضاهای شهری بابل ۹۹/۷ می باشد که متعلق به محور امام رضا و محور کشاورزی می باشد مقدار میانگین پارامتر ۹۹/۰ میباشد محور امام خمینی دارای میزان کنترل بیشتر از متوسط می باشد که یک فضای با اهمیت می باشد و فضای بازار روز نوشیروانی دارای ارزش متوسط کنترل می باشد.
خیلی زیاد	استفاده از شریان های اصلی مانند جاده صالحی، خیابان سرگرد قاسمی و کاهش ترافیک در شریان های فرعی.	برای دسترسی به بازار روز نوشیروانی از هر جای شهر لازم نیست که از فضاهای زیادی (از محله ها) عبور کنیم تا ایجاد ترافیک در شریان ها شود و بنابراین قابلیت دسترسی بالایی برای شهروندان دارد و سازگاری زیادی با کاربری های اطراف خود دارا می باشد.	مقدار متوسط میزان عمق برای فضاهای بابل ۲۹۳۹۲۷ می باشد فضای بازار روز جز فضاهایی است که دارای عمق پایین می باشد.

یافته ها و تحلیل و اثر فضایی هر یک از پارامترهای چیدمان فضا در جدول زیر ارائه شده است:
با توجه به جداول ارائه شده، در این قسمت به بحث و نتیجه گیری از مقاله پرداخته می شود و به سوالات اصلی پاسخ داده می شود.

بازار روز چه نقش و کارکردی در سازمان یابی فضایی شهر بابل دارد؟

بازار روز در ابتدای شکل گیری اش که به صورت خودرو در زمینی خالی و در مرکزی که برای همه روستاهای مامپیر داشت، محل داد و ستد کشاورزان روستاهای مختلف با همدیگر بود و کارکرد آن در سازمان فضایی منطقه، به عنوان مهمترین مرکز تجاری منطقه بود و در واقع قلب منطقه بشمار می آمد که در شهر بابل اطراف امام زاده قاسم این مکان شکل گرفت. این مکان به مرور زمان مانند "بورگ" در شهرهای قرون وسطی، شروع به تشکیل شهر در اطراف خود نمود و به مرور زمان انسان هایی که به کار تجارت مشغول شدند در اطراف این بازارگاه اسکان یافتند و همچنین پیشه وران روستایی به آنها اضافه شدند و بار فروش شکل گرفت. تا قبل از ورود مدرنیته به شهرهای ایران، بازار همچنان قلب شهر بود و در واقع سازمان فضایی شهر به مرکزیت بازار شکل می گرفت اما بعد از وزود خودرو و بوجود آمدن حمل و نقل سریع و آسفالت شدن راهها و مکانیزه شدن کشاورزی، مهاجرت روستاییان به شهر افزایش یافته و شهر در حول محورهای مهم خود گسترش می یابد و سازمان فضایی شهر از حالت تک مرکزی به چند مرکزی تغییر می کند و عناصر متعدد تجاری در نقاط مختلف شهر بوجود می آید و از اعتبار بازار به عنوان قلب شهر کاسته می شود و شهر دارای چند پاساژ مهم و چند بازارچه مهم برای ارائه خدمات به مردم می شود. اما آنچه مهم است آن است که شهر تنها یک مکان به نام بازار روز داشته و دارد و هیچ عنصر مدرنی برای آن بوجود نیامده است تا اینکه شهرداری بابل در فکر احداث مکانی به نام سیتی سنتر در ضلع جنوبی این بازار نموده است که بتواند بازار روز را به این مکان انتقال دهد اما مغازه داران بازار روز با این موضوع موافق نیستند. بنابراین این بازار همچنان عنصری مهم در سازمان فضایی شهر بابل می باشد که دارای کارکردهای اقتصادی، اجتماعی، محیطی و زمانی مهم و تاثیر گذار است و حتی می توان با گسترش این بازار و بها دادن به آن با معماری سنتی و مبله نمودن و کنترل ورود و خروج خودروها در آن و ساماندهی دست فروشان، این بازار را به عنوان مهمترین مرکز تجاری شهر تبدیل کرد.

کارکرد های بازار روز نوشیروانی در سازمان یابی فضایی (تغییرات فضایی) شهر بابل

❖ کارکرد بازار روز نوشیروانی در تغییرات کالبدی شهر

برخی از مهم ترین تأثیرات کالبدی مجموعه بازار روز نوشیروانی بر سازمان فضایی شهر بابل عبارتند از:

۱. تعریض محور شرقی خیابان فلسطین (خیابان پرستار)
۲. احداث بازار ماهی فروشان در ضلع غربی میدان غدیر (تاسیس ۱۳۷۸)
۳. احداث ترمینال جنوب در ضلع غربی میدان غدیر (سال تاسیس ۱۳۷۴)
۴. احداث سیتی سنتر بزرگ شهر در ضلع جنوبی این بازار (در حال ساخت)
۵. ایجاد ایستگاه خودرو های مسافر بری شخصی کنار در ورودی دوم این بازار
۶. ایجاد بازار روز امام حسین (ع) در ضلع جنوبی میدان امام حسین

❖ کارکرد بازار روز نوشیروانی در تغییرات اجتماعی شهر

در ابتدا لازم بود حوزه نفوذ بازار روز نوشیروانی به لحاظ جذب فروشنده و خریدار بدست می آمد و سپس نقش این بازار در تغییرات اجتماعی - فرهنگی شهر بابل بررسی شود. از یافته های بدست آمده از پرسش نامه ها و مصاحبه های انجام شده و همچنین حضور در این بازار، مجموع این عوامل نشان دهنده حوزه نفوذ بسیار وسیع بازار روز نوشیروانی در مقایسه با سایر بازارهای موجود در شهر بابل می باشد. این بازار، هم از نظر جذب فروشنده و هم از نظر جذب خریدار قابل تامل می باشد. زیرا اینجا محل مناسبی برای تعامل مردم همه روستا های شهرستان بابل با مردم بابل و مردم دیگر شهرستان ها می باشد که این سبب آشنایی بیشتر مردم شهر با مردم شهرستان بابل و با اهالی و ساکنان سایر شهرها و استان ها، افزایش تعاملات فرهنگی - اجتماعی و غیره می گردد. با بررسی در برخی از ویژگی های فردی فروشندگان و خریداران بازار روز نوشیروانی، نظیر میزان سن، میزان تحصیلات، نوع شغل، و ... که تعیین کننده پایگاه اجتماعی - فرهنگی افراد است، نقش این بازار در تغییرات اجتماعی - فرهنگی شهر بیش از پیش آشکار می گردد. چون بازار مکانی است که در آن تبادل فرهنگی و مبادله محصولات و ارتباطات انسانی تواما انجام می شود. عملکرد مرتب بر آن ها باشد. از سوی دیگر هرچند هر فعالیتی که انسان انجام می دهد، اساسا به فرهنگ متکی است. و مردم توسط فرهنگ به محیط خود معنا می دهند و فضای بی معنی را به مکان تبدیل می کنند. ولی باید توجه داشت که تنوع فرهنگی واقعیتهای انکارناشدنی است که اگر به خوبی مدیریت نشود، می تواند منجر به بروز

تنش های خطرناکی در جامعه شهری گردد. و از همین روست که مطالعه برنامه ریزی شهرها در بعد فرهنگی آن، مستلزم شناخت رفتارهای مردم است. نقشه های بدست آمده برای شهر بابل به عنوان نمونه بیان گردید تا ذهن خواننده با کاربردهای این روش و نحوه استفاده از آن آشنا شود. در این مقاله سعی شد تا بر اهمیت تئوری حمایت کننده از این روش نیز تاکید شود. مباحث فوق الذکر روشنگر این واقعیت می باشد که روش چیدمان فضا، صرفاً به استفاده از یک نرم افزار خلاصه نشده و فهم نظریه های حمایت کننده از این روش در خوانش نقشه ها و مقادیر بدست آمده از آنها نقش اساسی را ایفا می کنند. این مقاله اهمیت صورت مساله و سوال مورد تحقیق را نیز در نحوه برخورد با روش چیدمان فضا و استفاده از آن پررنگ کرده و کاربرد این روش. علاوه بر این در این مقاله سعی گردید تا کاربردهای مختلف این روش در مطالعه ساختار فضایی شهر، دسترسی معابر و مکانی خاص مانند بازار روز به طور اجمالی مورد اشاره قرار گیرند. این مقاله اهمیت استفاده از این روش را در تحلیل علمی عناصر ساختار فضایی شهر پررنگ کرده است. در این مقاله مجموعه بازار روز نوشیروانی بابل به دو صورت ایستا و پویا بررسی شده است، یعنی هم کالبد و هم رفتار و از همه مهم تر اینکه چگونه یک عنصر ساختار فضایی شهر را از نظر علمی در ارتباط با دیگر عناصر بررسی کنیم. در پایان مهم ترین پیشنهاد هایی که برای عملکرد بهتر بازار روز نوشیروانی بابل بوسیله این تحقیق می توان ارائه نمود عبارتند از :

- در صورت امکان این بازار را کسترش داد و از تکه تکه کردن آن (مانند انتقال بازار سبزی فروشان) جلوگیری کرد.
- از آنجایی که مراجعه کنندگان زیادی به این مرکز خرید مراجعه می کنند ، در صورت امکان این بازار را با معماری سنتی ایرانی بازسازی شود.
- پیشنهاد می شود مغازه داران از آوردن خودروی شخصی به این مکان خودداری کنند تا مشریان راحت تر به پارکینگ دسترسی داشته باشند.
- مدیریت این بازار وجه قانونی و رسمی داشته باشد تا بتواند ایجاد نظم کند.
- استفاده از پارکبانان در اطراف این بازار، هم ایجاد شغل می کند و هم ایجاد نظم شود و نیز بر امنیت این بازار افزوده می شود.
- می توان با ایجاد ایستگاه های تاکسی به مقصد بازار روز و به مبدا مراکز مهم شهر ، بر کارکرد این بازار افزود.

Referensec:

1. Durant, William James, "The History of Civilization (Eastern Earth, the Cradle of Civilization)", Ahmad Aram and others, Scientific and Cultural Publishing Company, 2008.
2. Hekmatnia, Hassan and Mousavi, Mirnajaf, "Using the model in geography", Alam Novin Publications, 2006.
3. Hillier, B. (2007) Space is The Machine: a Configurational Theory of Architecture, Cambridge University Press.
4. Kazemian, Gholamreza, "Explaining the relationship between governance structure and urban power with spatial organization, an attempt to design a model (the example of the metropolitan area of Tehran)", doctoral dissertation under the guidance of Dr. Akbar Parhizgar, Tarbiat Modares University, 2005.
5. Khairunnisa, M. & Ju Tjung, L. (2019). The Development plan of 'Rusun' integrated modern market (case study: Grogol Market). IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering, 508. doi:10.1088/1757-899X/508/1/012033
6. Khaki, Gholamreza, "Research method (with thesis writing approach)", Tawhid Danesh Publications, 2012.
7. Khutsishvili, K. (2018.) Marketplaces: Meeting places in border zones of Georgia. Informal Markets and Trade in Central Asia and the Caucasus, 6, 1-14.
8. Lak, Azadeh Hakimian, Pantea (2017); Digging into the morphology of the Iranian market with the approach of spatial theories of the city. Case studies: Shiraz and Kerman markets; Shahid Beheshti University Faculty of Architecture and Urban Planning, Volume 27, Number 1 - Serial Number 1, September 2017, Pages 109-134.
9. Najari Nabi, Rana, Mehdi-Nejad, Jamaledin (2020), evaluation of the role of physical and functional factors in the sociability of traditional markets, Iran using space syntax technique, case example: Tabriz market.

10. Non-Sustainable urban features and their relation with environmental satisfaction in commercial public space: an example of the Great Bazaar of Tabriz, Iran. *International Journal of Urban Sustainable Development*, 11(1), 1-22.
11. Pourmohammadi, Mohammad Reza, "Urban Land Use Planning", Organization for the Study and Compilation of Humanities Books of Universities (Samt), Tehran, 1st edition, 2003.
12. Qobadian, Vahid, "Climatic survey of Iran's traditional buildings", Tehran University Press, 2011.
13. SaberolShoara, Mohammad Amin (2018), Designing a shopping space based on the traditional pattern of the market or emphasizing the promotion of social interactions between visitors and the residents of the Razavi Shrine, Master's Thesis in Architectural Engineering, Faculty of Architecture and Urban Planning, Department of Architecture.
14. Seifoddini, Franak, "Specialized language of urban and regional planning", Ayizh Publisher, 2011.
15. Shafaqi, Sirous, "The role of the market in the structure of Islamic cities", in the *Geographical Research Quarterly*, article number 451, 2002.
16. Taghvaei, Massoud; Sheikh Biglow, Rana and Bandali, Maryam, "Planning and location of day markets in Isfahan city using Analytical Hierarchy Model (AHP)", *Geography and Development Quarterly* No. 19, 2010.
17. Tumbe, C. & Krishna Kumar, S. (2018). From bazaar to Big Bazaar: Environmental influences and service innovation in the evolution of retailing in India, c. 1850-2015. *Journal of Historical Research in Marketing*, 10(3), 312-330. <https://doi.org/10.1108/JHRM-12-2017-0078>.
18. W. Richard Scott and Gerald F. Davis, "Organizations and Organization", Seyed Reza Seyed Javadian and others, Marvarid Publications, 2010.

