



بررسی نقش مجتمع های تجاری تفریحی بر جذب گردشگران در شهر تبریز

حامد دهقان^{1*}، شبمن اکبری نامدار²

1- دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز Hamed.Architecte@gmail.com

2- عضو هیات علمی، گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، دانشکده هنر و معماری، ایران Namdar@iaut.ac.ir

چکیده

امروزه مسافرت‌های بین المللی نسبت به سه دهه گذشته بسیار رشد داشته، و از سوی دیگر اهداف این سفرها، تنوع فراوانی یافته است. قرن ۲۱، قرن بهره گیری از فرصت‌های تجاری ارزشمند در بخش‌های خدماتی به ویژه گردشگری است. در نظریه های هنجاری طراحی معماری اظهار نظرهای زیادی راجع به چگونگی تاثیر طراحی بر تعامل اجتماعی مردم شده است. هدف از این پژوهش بررسی تعاملات اجتماعی و الگوهای گذران اوقات فراغت در فضاهای چندمنظوره (تجاری-تفریحی) و عوامل موثر در بهبود شکل گیری آنها است.. کمبود فضاهای گردشگری و فراغتی نیاز به فضاهای چندکارکردی که قادر باشند مخاطبانی از رده های مختلف اجتماعی، سنی .. را با اهداف و خواست‌های گوناگون را گرد هم آورند ضروری می نماید. با توجه به اینکه روش اعمال شده شامل جمع آوری اطلاعات و تحلیل اطلاعات بوده که به صورت کتابخانه ای، میدانی و تهیه پرسشنامه انجام گرفته است و هر یک از اطلاعات با توجه به نیاز تحقیق به کار گرفته شده است. در مرحله نخست تحلیل پایه ای از متون و مقالات برای تدوین تعریف دقیق فضاهای تجاری و توسعه گردشگری استفاده شده است. سپس به منظور شناخت از موقعیت منطقه منابع مستدل از جمله نقشه و طرح جامع استان مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این پژوهش نشان می دهد که مجتمع های تجاری-تفریحی بستر و مامنی برای برقراری روابط اجتماعی هستند. وجود این فضاها به منظور استفاده شهروندان، برای تجربه های فرهنگی و اجتماعی ضروری است.

واژه‌های کلیدی: گردشگران، جذب، مجتمع، تفریحی-تجاری