ISSN: 2538-4384; Geographical Researches. 2022;37(2):221-230. DOI: 10.29252/geores.37.2.221

Comparing the Effect of Different Features of Two Commercial Large-Scale Buildings on Economic Prosperity in District 9 of Mashhad

ARTICLE INFO

Article Type
Original Research

Authors
Shafia M.[1] *MA,*
Rezvani A.*[1] *PhD,*
Tabasi M.[1] *PhD,*
Malek Sadati S.S.[2] *PhD*

How to cite this article
Shafia M, Rezvani A, Tabasi M, Malek Sadati S S. Comparing the Effect of Different Features of Two Commercial Large-Scale Buildings on Economic Prosperity in District 9 of Mashhad. Geographical Researches. 2022;37(2):221-230.

[1]Department of Architecture, Faculty of Art and Architecture, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran
[2]Department of Economics, Faculty of Economics and Administrative sciences, Ferdowsi University, Mashhad, Iran

***Correspondence**
Address: Department of Architecture, Faculty of Art and Architecture, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran
Phone: +98 (51) 37613794
Fax: -
rezvani0112@mshdiau.ac.ir

Article History
Received: December 24, 2021
Accepted: April 11, 2022
ePublished: June 20, 2022

ABSTRACT

Aim variety experiences about the impact of architectural works on the city's economic dynamism were shown that the success rate of this prosperity is directly related to architectural qualities. The purpose of this study is to explain this relationship in the context of the social and geographical realities of Mashhad.
Methodology This research, based on the correlation method, over the period of 7 years considers two commercial architectural works in the 9th district of Mashhad to determine the effect of their characteristics of them (based on the adaptation method from the "Design quality index technique") on creating economic dynamics for the surrounding area (based on "Hedanic analysis" and "method of differences in differences").
Findings In this case study, proper communication with the city and access to urban infrastructure, especially the public transportation system was the greatest positive factor for achieving economic success additionally 24% increase in the utilization of quality factors (derivate from design quality index) was caused to about 30% increase in the value of the vicinity apartments.
Conclusion Increasing the architectural qualities leads to greater economic prosperity therefore the identified factors can be used as a guide to prioritizing various factors which are important in shaping the projects, and the increased costs to create these qualities in the long turn have a positive impact on the project and city prosperity.

Keywords Large-Scale Projects; Architectural Spillover Effects; DQI (Design Quality Indicators); Hedonic Analysis; DiD (Difference in Difference)

CITATION LINKS

[Ahlfeldt GM, Kavetsos G; 2014] Form or function? The impact ...; [Ahlfeldt G, Maennig W; 2010] Stadium Architecture and Urban ...; [Ahlfeldt G, Mastro A; 2012] Valuing Iconic Design: Frank Lloyd ...; [Anabestani Z; 2017] Foresight social impacts ...; [Anabestani AA, et al; 2013] Effects of Padideh Tourism ...; [Campbell J, Cocco J; 2007] How do house prices affect ...; [Chui L, Chau K; 2005] An empirical study of the relationship ...; [Cosme O; 2017] The guggenheim effect pride ...; [Florida R; 2003] Cities and the creative ...; [Gann D, et al; 2003] Design quality indicator as a tool ...; [Hannigan J; 1998] Fantasy City: pleasure and ...; [Jim CY, Chen WY; 2009] Value of scenic view: hedonic ...; [Kheyroddin R, Omidi Bahremand M; 2017] The impact of urban mega project ...; [Klingmann A; 2015] Brandscapes architecture ...; [Matlabi GH, et al; 2015] Reading of the role of branding ...; [Nadimi H; 2010] An analysis of the evaluation of ...; [Noori Sh, Rafieian M; 2016] Assessing the impacts of urban ...; [Piatkowska K; 2012] Economy and architecture, the role ...; [Pena WM, Parshall SA; 2012] Problem seeking: an architectural ... [Rezvani A; 2015] Compilation of a physical-spatial ... [Rosen S; 1974] Hedonic prices and implicit markets ... [Sarkheyli E, et al; 2018] Sustainability paradox in urban ... [Sedaghati A, Nouriyan F; 2016] Utilizing hedonic price method ... [Shafia M, et al; 2015] An analysis and evaluation of the ... [Sholeh M, et al; 2017] Application of 'place design ... [Spellerberg I, et al; 2010] The berkshire encyclopedia of ... [Wooldridge J; 2013] Introductory econometrics: a modern ...

Copyright© 2022, the Authors | Publishing Rights, ASPI. This open-access article is published under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License which permits Share (copy and redistribute the material in any medium or format) and Adapt (remix, transform, and build upon the material) under the Attribution-NonCommercial terms.

مقایسه تاثیر ویژگی‌های متفاوت دو اثر معماری تجاری بزرگ‌مقیاس بر ایجاد رونق اقتصادی در منطقه ۹ شهر مشهد

مهدی شفیعا MA
گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران
علیرضا رضوانی* PhD
گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران
محسن طبسی PhD
گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران
سیدسعید ملک‌الساداتی PhD
گروه آموزشی اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران

چکیده

اهداف: تجربیات متعدد درباره تاثیر آثار معماری بر ایجاد پویایی اقتصادی شهرها وجود دارد و میزان موفقیت اثر معماری در ایجاد این تاثیر، ارتباط مستقیم با ویژگی‌ها و کیفیت‌های آن اثر دارد. هدف از این پژوهش تبیین رابطه میان کیفیت‌های مختلف معماری با میزان ایجاد رشد اقتصادی برای محدوده پیرامون در بستر واقعیت‌های اجتماعی و جغرافیایی شهر مشهد بود.

روش‌شناسی: در این پژوهش بر اساس روش همبستگی و به صورت علی و مقایسه‌ای، دو اثر معماری با کاربری تجاری در محدوده منطقه ۹ شهر مشهد و در بازه زمانی ۷ ساله مورد بررسی قرار گرفت و چگونگی تاثیر ویژگی‌های کمی و کیفی این آثار بر مبنای روش اقتباس‌شده از "تکنیک شاخص کیفیت طراحی" بر ایجاد پویایی اقتصادی برای محدوده پیرامون بر اساس "آنالیز هدانیک" و "روش تفاوت در تفاوت‌ها"، تبیین شد.

یافته‌ها: در مورد دو بنای شاخص شهری، برقراری ارتباط مناسب با شهر و دسترسی به زیرساخت‌های شهری و خصوصاً سیستم حمل و نقل عمومی و شریان‌های ارتباطی، بیشترین تاثیر مثبت در موفقیت اقتصادی پروژه را داشت و علاوه بر آن افزایش ۲۴درصدی در بهره‌مندی از مفاهیم اصلی اقتباس‌شده از ابزار "شاخص کیفیت طراحی"، سبب ایجاد پویایی اقتصادی حدود ۳۰درصدی در ارزش واحدهای آپارتمانی پیرامون آن نسبت به محدوده مجاور پروژه دیگر با بهره‌مندی کمتر از این ویژگی‌ها شد.

نتیجه‌گیری: افزایش بهره‌مندی از کیفیت‌های شناسایی‌شده در اثر معماری، سبب ایجاد مطلوبیت و رونق اقتصادی بیشتر در محدوده پیرامون و شهر می‌شود. بر این اساس موارد شناسایی‌شده می‌تواند راهنمایی برای اولویت‌گذاری در مراحل مختلف شکل‌گیری پروژه‌ها باشد و هزینه‌هایی که برای ایجاد کیفیت‌های مناسب‌تر ایجاد می‌شود در بلندمدت تاثیرات مناسبی هم در مقبولیت پروژه و هم در ایجاد پویایی برای شهر و محدوده پیرامون اثر معماری خواهد داشت.

کلیدواژگان: آثار معماری بزرگ‌مقیاس، تاثیرات اقتصادی آثار معماری، شاخص کیفیت طراحی، آنالیز هدانیک، روش تفاوت در تفاوت‌ها

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۰
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۲۲

*نویسنده مسئول: rezvani0112@mshdiau.ac.ir

مقدمه

امروزه شهرها همانند شرکت‌های تجاری، نیازمند بازاریابی و معرفی خود در بازار جهانی هستند. در این راه، مدیران شهری دست به ابتکاراتی برای ایجاد چشم‌اندازهای زیبا و محیطی مناسب که بیانگر کیفیت بالایی از زندگی به عنوان مزیتی رقابتی است، زده‌اند؛ معماری با ویژگی‌های کالبدی و کیفیت‌های مختلفی که برای فضا ایجاد می‌نماید، نقش بسیار موثری در ارتقای جایگاه شهرها در این رقابت بر عهده دارد. نمونه‌ها و مثال‌های بسیاری در تاریخ معماری و طراحی شهری موجود است که مدیریت شهری، با بهره‌گیری برنامه‌ریزی‌شده از آثار معماری، سبب شکل‌گیری چهره خاص و جذاب برای شهرها به منظور جذب سرمایه‌های بین‌المللی شده است، زیرا امروزه و در فرآیند جهانی‌شدن، مرزها اهمیت خود را از دست داده‌اند و فاصله‌ها از بین رفته‌اند [Matlabi, 2015] و رشد مکان‌ها از طریق توانایی در جذب افراد و سرمایه‌ها از خارج از منطقه اتفاق می افتد [Florida, 2003]. برای مثال موفقیت موزه گوگنهایم، سبب شد تا بسیاری از شهرهای اروپایی در جست‌وجوی هویتی جدید بعد از خروج صنایع از شهرها، شروع به احداث بناهای فرهنگی چشم‌گیر نمایند تا ابزاری برای خروج آن‌ها از گمنامی و قرارگرفتن در نقشه سرمایه‌گذاری و اهداف گردشگری باشد. این نوع اقدامات که به تاثیر بیلبائو مشهور شده است، نقش موثری در شکل‌گیری بازارهای جهانی، اقتصاد کشورها، سرمایه‌های مالی و تغییر الگوهای سکونت و فعالیت ساکنان محلی داشت [Noori & Rafieian, 2016]. بر این اساس معماری نه‌تنها نماینده موقعیت و چگونگی شکل‌گیری حال حاضر شهرها است بلکه به وسیله‌ای ارزشمند در روند شکوفاسازی پتانسیل‌های اقتصادی تبدیل شده است [Piatkowska, 2012].

به نظر برخی محققان، امروزه معماری را باید بر مبنای توانایی در شکوفاسازی قابلیت‌های اقتصادی بر اساس جنبه‌های ایجاد سود اقتصادی برای بهره‌برداران که ممکن است فرد، سازمان و حتی شهر باشد، مورد سنجش قرار داد [Klingmann, 2015]. این بررسی و سنجش نیازمند ابزاری مناسب و پایا است و تغییرات قیمت املاک پیرامون به عنوان ابزاری مناسب و متداول در تحقیقات متعدد برای این منظور به کار گرفته شده است؛ زیرا شاخص تغییرات قیمت زمین و مسکن، یکی از جامع‌ترین، گویاترین و کاربردی‌ترین سنجه‌ها، برای بررسی تغییرات کیفیت محیط است [Kheyroddin, 2017]. بر این اساس، بالارفتن قیمت خرید و فروش املاک، به عنوان عاملی برای سنجش ارزشمندی و رشد اقتصادی شهر، بر اساس عوامل دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرد، این روش در تحقیقات تجربی متعدد [Chui & Chau, 2005] مورد استفاده قرار گرفته است و بر اساس نتایج به دست آمده، پژوهشگران بر این باورند که رابطه کاملاً معناداری میان افزایش قیمت خرید و فروش املاک و بالارفتن تولید ناخالص داخلی [Campbell & Cocco, 2007] وجود دارد. تحقیقات متعددی بر بررسی رابطه معماری و اقتصاد متمرکز شده است و موضوع از منظر کیفی و کمی مورد توجه محققان متعدد قرار گرفته است. به عنوان مثال پروفسور *گابریل آلفدت* استاد دانشگاه اقتصاد و سیاست لندن با بررسی سه ورزشگاه بزرگ در برلین شعاع تاثیرگذاری اقتصادی مستقیم اثر معماری بزرگ‌مقیاس بر محدوده پیرامون را به میزان ۳۰۰۰ متر تعیین نموده است [Ahlfeldt & Maennig, 2010] و در مطالعه دیگر بر تاثیر شهرت معمار اثر، با بررسی ۲۴ اثر معماری

فرانک لوید رایت در یک شهر به این نتیجه رسیدند که با بیشترشدن فاصله از این قبیل آثار، قیمت املاک پیرامون کاهش می‌یابد؛ این تغییر قیمت تا فاصله ۵۰متری به میزان ۸/۵% است که در فاصله ۵۰ تا ۲۵۰متری به ۵% کاهش یافته است [Ahlfeldt & Mastro, 2012] و در تحقیقی دیگر در مورد تاثیرات اقتصادی معماری نمادین و با بررسی دو ورزشگاه احداث‌شده در محل ورزشگاه قبلی در شهر لندن بر تغییر قیمت املاک پیرامون بیان می‌کند که شاخص‌بودن اثر معماری، باعث افزایش قیمت محدوده‌های پیرامونش به میزان بیش از ۱۵% می‌شود [Ahlfeldt & Kavetsos, 2014]. این قبیل تحقیقات با هدف کمی‌سازی تاثیرات اثر معماری بر رشد اقتصادی شهرها، در کشور ایران، به ندرت انجام پذیرفته است. هر چند پژوهش‌هایی در خصوص پیامدهای اقتصادی احداث الگوهای بهینه ساخت و ساز [Rezvani, 2015] یا تاثیرات اجتماعی شکل‌گیری پروژه‌های بزرگ‌مقیاس انجام پذیرفته است، ولی هنوز حتی در خصوص ضرورت شکل‌گیری پروژه‌های بزرگ‌مقیاس نیز اختلاف نظرهایی وجود دارد. برخی محققان این قبیل پروژه‌ها را ناتوان در پاسخ‌گویی به وعده‌ها و ادعاهای خود در راستای شکوفایی اقتصادی و ارتقای مکانی و محیطی می‌دانند [Sarkheyli *et al.,* 2018]؛ ولی طرفداران این پروژه‌ها ادعا می‌کنند که منافع اجتماعی شکل‌گیری آثار معماری بزرگ‌مقیاس، به سطوح پایین جامعه نیز نفوذ خواهد کرد و در نهایت باعث ایجاد انتفاع برای سطوح پایین‌تر جامعه نیز خواهد شد [Noori & Rafieian, 2016] و در این میان، جای خالی کمی‌سازی تاثیر آثار معماری و بررسی چگونگی و ارتباط کیفیت آثار معماری بر میزان و نحوه ایجاد این شکوفایی اقتصادی به شدت احساس می‌شود.

محققان بیان می‌دارند که پیدایش ساختمان‌های خوب اتفاقی نیست، بلکه طراحی ارزشمند و مطلوب این‌گونه ساختمان‌ها حاصل وجود برنامه اولیه مناسب و تلاش، همکاری و هم‌فکری معماران و کارفرمایان خوب است. برای رسیدن به تاثیرات مناسب اقتصادی نیز می‌بایست این مهم در برنامه‌ریزی اولیه پیش‌بینی شده باشد؛ چرا که برنامه‌ریزی نیازهای ساختمان، اولین و مهم‌ترین وظیفه معماری است [Pena & Parshall, 2012] و همواره طراحان و برنامه‌ریزان با موضوع انتخاب از میان عوامل متعدد روبرو هستند. این پژوهش به دنبال تبیین رابطه میان کیفیت‌های مختلف معماری در ایجاد رشد اقتصادی بر مبنای بررسی مطلوبیت محدوده پیرامون، مبتنی بر مطالعات کمی و آمار و اطلاعات قابل استخراج برای دو پروژه معماری بزرگ‌مقیاس با کاربری تجاری در محدوده جغرافیایی منطقه ۹ شهر مشهد بود.

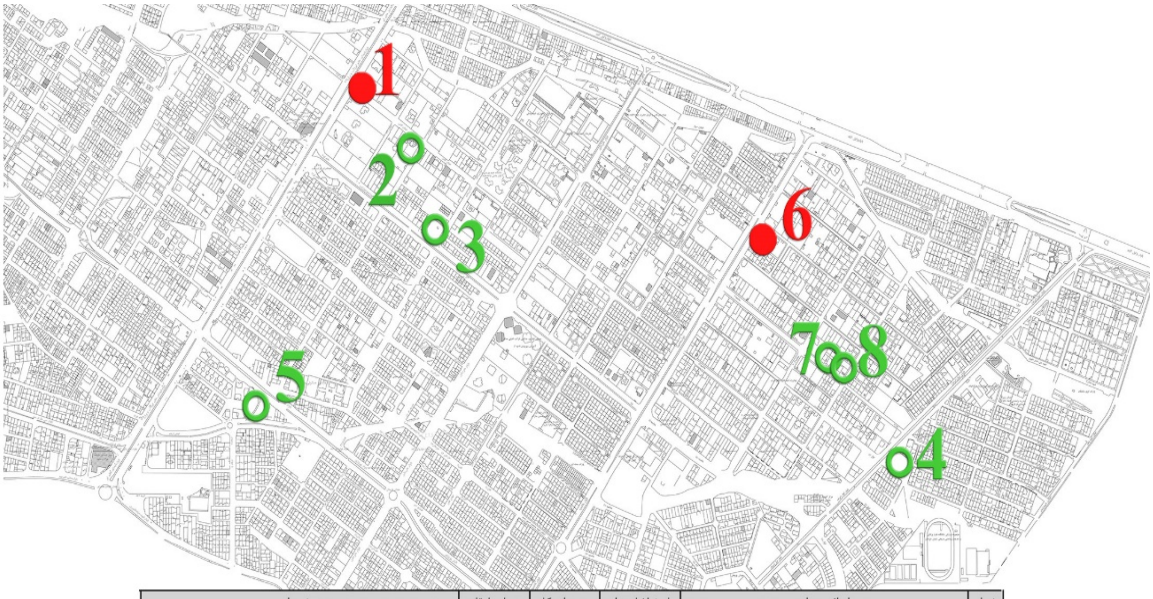
روش‌شناسی

این پژوهش بر اساس روش همبستگی و به صورت علی و مقایسه‌ای، دو اثر معماری بزرگ‌مقیاس با کاربری تجاری در محدوده منطقه ۹ شهر مشهد را بررسی کرده است تا ارتباط میان میزان بهره‌مندی این آثار معماری از ویژگی‌های کمی و کیفی شناسایی شده را با چگونگی فعلیت یافتن پتانسیل‌های اقتصادی، مورد سنجش قرار دهد. دلیل اصلی شکل‌گیری پژوهش در این محدوده، وضعیت مستحدثات بزرگ‌مقیاس (پروژه‌هایی با متراژ بیشتراز ۲۰۰۰۰ بر اساس مصوبه شماره ۵۰۴۶/۹۸/۵/ش-۱۳۹۸/۰۳/۲۸ شورای اسلامی شهر مشهد) با کاربری تجاری در بازه زمانی پژوهش و همچنین ثبات در زیرساخت‌های شهری و کارکرد اصلی آن به صورت مسکونی و تثبیت این کارکرد در برنامه‌های توسعه‌ای شهری است. همان‌گونه که در شکل ۱ نشان داده شده است، در محدوده مطالعه و در بازه زمانی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۸ (۱۳۹۱- ۱۳۹۸) صرفاً دو پروژه بزرگ‌مقیاس با کاربری تجاری به نام‌های آرمیتاژ گلشن و آبان پلازا که هر دو در سال ۱۳۹۲ اخذ پروانه نموده و بخش تجاری آن‌ها در سال ۱۳۹۵ به بهره‌برداری رسیده، شکل گرفته است و این ویژگی محدوده امکان بررسی و مقایسه آن‌ها به صورت مستقل را فراهم می‌نماید.

کیفیت معماری و ویژگی‌های اثر معماری مطلوب توسط صاحب‌نظران بسیاری مورد بحث قرار گرفته و نظریه‌ها در این زمینه اگرچه دارای اختلافات در معیارها و مولفه‌ها است ولی در کلیت، وجوه مشترک قابل توجهی در آن‌ها وجود دارد. این پژوهش برای اعتبار بیشتر مبانی، روشی با اقتباس از ابزاری که اخیراً شورای صنعت ساخت انگلستان برای سنجش کیفیت طراحی تدوین نموده را مورد استفاده قرار داده است، این ابزار "شاخص کیفیت طراحی (Design Quality Index-DQI)" نامیده می‌شود و مبنای آن همان سه‌گانه "ویتروویوس (Vitruvius)" است که وجه منابع (مالی، زمانی، طبیعی و انسانی) را به آن افزوده‌اند [Nadimi, 2010]. این شاخص، ابزاری برای سنجش طیف وسیعی از معیارهای تعریف کیفیت بنا [Gann *et al.,* 2003] مشتمل بر ۱۰ گروه موضوعی است که در سه سرفصل اصلی "کاربرد یا عملکرد"، "کیفیت ساخت" و "تاثیرگذاری" دسته‌بندی شده است؛ هر کدام از این ۱۰ دسته موضوعی شامل ۶ تا ۱۵ پرسش برای ارزیابی است که در مجموع ۹۱ گزاره را شامل می‌شوند [Spellerberg *et al.,* 2010]. این ابزار، روش سنجشی برای ارزیابی کیفیت طراحی بناها با بهره‌گیری از یک پرسش‌نامه کوتاه است و نتایج حاصله به صورت گرافیکی در نمودار عنکبوتی به نمایش در می‌آید که بیانگر میزان ضعف و قوت هر طرح پیشنهادی در مقایسه با وضع موجودش است [Sholeh *et al.,* 2017]. با اقتباس از این روش و بررسی تحقیقات دیگر و اخذ نظر صاحب‌نظران در نهایت ۲۳ مفهوم اصلی برای ارزیابی در نظر گرفته شد. برای سنجش تاثیر این مفاهیم، نظر مهندسین معمار عضو سازمان نظام مهندسی ساختمان شهر مشهد در غالب پرسش‌نامه اخذ شد. حجم نمونه با فرمول کوکران و با مقدار خطای ۰/۱ برابر ۹۵ نفر تعیین شد و تعداد ۱۲۱ نفر نسبت به تکمیل پرسش‌نامه اقدام نمودند. پرسش‌نامه‌ها بر اساس فرمت پیشنهادی "ابزار شاخص کیفیت طراحی" تهیه شد. در این پرسش‌نامه پس از معرفی کلی پژوهش، از متخصصین خواسته شد تا ابتدا به صورت

کلی میزان اهمیت هر کدام از این ۲۳ مفهوم اصلی در ایجاد کیفیت بهتر و ارزشمندی آثار معماری را با انتخاب از میان طیف ۱ تا ۱۰ مشخص نمایند و پس از آن برای سنجش ویژگی‌های هر کدام از دو پروژه نمونه موردی، نظر پرسش‌شوندگان درباره میزان بهره‌مندی هر کدام از پروژه‌ها از مفاهیم اصلی بر مبنای طیف ۵تایی لیکرت اخذ شد. برای بررسی روایی پرسش‌نامه از روش منطقی-محتوی استفاده شد و پیش از شروع به توزیع پرسش‌نامه کمیت و کیفیت سئوالات از نظر خبرگان مورد بررسی قرار گرفت و بر اساس نظر آن‌ها اصلاحات لازم انجام پذیرفت؛ نتایج حاصل از پرسش‌نامه‌ها، دارای ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۵۸ بود که بیانگر سازگاری عالی گویه‌ها است. نتایج حاصل از پرسش‌نامه‌ها به شرح جدول ۱ است که در آن حاصل ضرب میزان اهمیت هر مفهوم در میزان بهره‌مندی نمونه موردی از آن مفهوم به عنوان امتیاز موزون مفاهیم اصلی و میانگین این مقادیر برای هر مقوله کلیدی به عنوان امتیاز موزون مقوله کلیدی مبنای تحلیل های بعدی قرار گرفت.

برای سنجش تاثیرات اقتصادی هر کدام از پروژه‌ها بر محدوده پیرامون خود از روش تحلیل و ارزیابی تاثیر آثار معماری بر توسعه اقتصاد شهری بر مبنای آنالیز هدانیک (Hedonic) و روش تفاوت در تفاوت‌ها [Shafia *et al.*, 2021] استفاده شد؛ در این تجزیه و تحلیل و آنالیز آماری چندمتغیره، تاثیرات سایر ویژگی‌های محیط مورد بررسی، به صورت ثابت در نظر گرفته می‌شود، این رویکرد معمول در مطالعات اقتصادی شهرها، به عنوان آنالیز هدانیک شناخته می‌شود [Rosen, 1974]. تابع قیمت هدانیک بیان می‌دارد که هر چه تعداد ویژگی‌های مثبت و مطلوب برای مصرف یک واحد مسکونی معامله‌شده بیشتر باشد، قیمت بازاری آن واحد مسکونی بیشتر خواهد بود [Sedaghati & Nouriyan, 2016]. بر همین اساس مطلوبیت و ویژگی‌های داخلی و خارجی اثر معماری را نیز می‌تواند به عنوان شاخصه‌ای مثبت محلی ارزیابی کرد [Jim & Chen, 2009]. در این روش بررسی تاثیرات، از اندازه‌گیری متغیری نه در خود آن پدیده بلکه در پیرامون آن انجام می‌پذیرد و برای حذف تاثیرات سایر ویژگی‌های محلی از روش تفاوت در تفاوت‌ها که اساس آن تجربیات تحقیقات بالینی و بررسی وضعیت افراد قبل و بعد از اعمال درمان، نسبت به وضعیت افراد بدون اعمال درمان و با تمرکز بر تغییرات و تفاوت‌های دو گروه در این دو بازه زمانی و به صورت میانگین است [Ahlfeldt & Kavetsos, 2014]، استفاده شد. برای این بررسی، چهار گروه داده به صورت میانگین، شامل قیمت املاک در محدوده‌های مجاور هر کدام از دو اثر معماری که متاثر از آن‌ها هستند در مقایسه با محدوده‌های دارای فاصله از آن‌ها، در دو بازه زمانی قبل و بعد از شکل‌گیری اثر معماری مورد بررسی و سنجش قرار گرفت. از آنجا که تاثیر سایر عواملی که مورد بررسی قرار نمی‌گیرد بر روی هر دو گروه اعمال می‌شود، به‌دلیل کنترل میانگین تفاوت‌ها، قابل صرف‌نظرکردن است و می‌توان تفاوت حاصله را نتیجه تغییر ایجادشده (در این تحقیق شکل‌گیری پروژه‌های بزرگ‌مقیاس) دانست [Wooldridge, 2013].

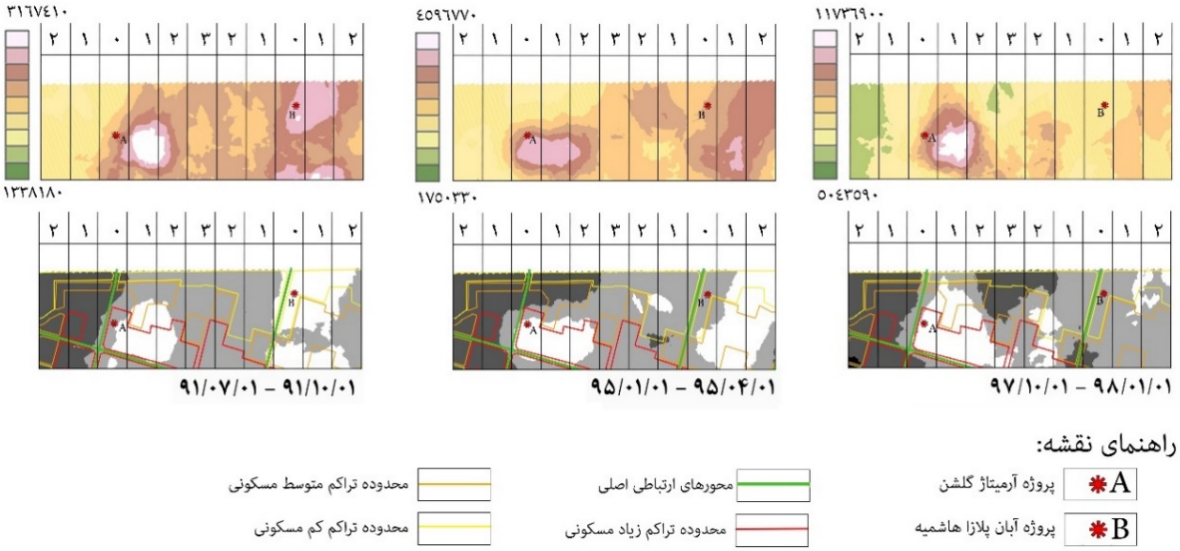


شماره	نام اثر معماری	تاریخ اخذ پروانه	زیر بنای کل	تعداد طبقات	توضیحات
۱	مجموعه تجاری - اداری آرمیتاژ گلشن	۹۲/۰۳/۰۸	۴۸,۹۴۹	۲۸	شروع بهره برداری بخش تجاری از ابتدای سال ۹۵
۲	مجتمع مسکونی باران ۲	۹۲/۰۵/۰۶	۲۹,۱۹۵	۲۳	کاربری مسکونی
۳	مجتمع مسکونی شرکت آسمان بیکران هشتم طوس	۹۵/۱۰/۲۰	۲,۹۴۲	۲۱	در حال احداث در بازه مطالعه - کاربری مسکونی
۴	مجتمع مسکونی شرکت آرمان گستر یکم	۹۱/۰۶/۱۳	۲۹,۰۰۰	۲۱	در حال احداث در بازه مطالعه - کاربری مسکونی
۵	مجتمع مسکونی ارشاد - بنیاد مسکن	۹۵/۰۸/۲۵	۴۷,۳۶۴	۲۱	در حال احداث در بازه مطالعه
۶	مجموعه تجاری - اداری آبان پلازا	۹۲/۰۵/۲۱	۲۳,۰۵۸	۷	شروع بهره برداری بخش تجاری از انتهای سال ۹۵
۷	مجتمع مسکونی آرمیتاژ	۸۹/۱۰/۰۴	۱۰,۷۵۴	۱۲	وضع موجود پیش از شروع مطالعه - کاربری مسکونی
۸	مجتمع مسکونی باران ۱	۸۸/۰۲/۲۸	۱۲,۸۵۷	۱۴	وضع موجود پیش از شروع مطالعه - کاربری مسکونی

شکل ۱) نقشه پراکنش پروژه‌های بزرگ‌مقیاس و جدول ویژگی‌های آن‌ها

جدول ۱) نتایج حاصل از پرسش‌نامه‌ها در مورد اهمیت مفاهیم در ایجاد کیفیت بهتر در اثر معماری و میزان بهره‌مندی نمونه‌های موردی از آن

مقولات کلیدی	مفاهیم اصلی	میزان اهمیت در ایجاد کیفیت بهتر	مجموعه آرمیتاژ			مجموعه آبان پلازا		
			میزان بهره‌مندی	امتیاز موزن مفاهیم اصلی	امتیاز موزن مقوله کلیدی	میزان بهره‌مندی	امتیاز موزن مفاهیم اصلی	امتیاز موزن مقوله کلیدی
عوامل خارجی- شاخصه‌های مرتبط با عوامل بیرونی و کالبدی								
موقعیت سایت و بهره‌گیری از پتانسیل‌های محلی در طراحی	همجواری با پروژه‌های شاخص شهری	۸/۰۶	۲/۸۷	۲۳/۱۳	۲۸/۶۴	۱/۷۶	۱۴/۱۹	۱۸/۱۴
	دسترسی به زیرساخت‌های شهری و خصوصاً سیستم حمل و نقل عمومی و شریان‌های ارتباطی	۸/۹۴	۳/۸۲	۳۴/۱۵		۲/۴۷	۲۲/۰۸	
تبلیغات و جلب نظر مردم	بهره‌گیری از قابلیت معماری به عنوان نمادی برای معرفی محصولات و خدمات	۸/۱۴	۳/۲۵	۲۶/۴۶	۲۴/۴۳	۲/۰۹	۱۷/۰۱	۱۶/۲۲
	تقویت ویژگی‌های رقابتی سایت از طریق معرفی قابلیت‌های شهر و هویت محلی	۷/۸۷	۲/۴۳	۱۹/۱۲		۱/۸۷	۱۴/۷۲	
	بهره‌گیری از طراحان برند و شاخص و تیم‌های اجرایی مشهور و صاحب نام	۷/۴۷	۳/۵۴	۲۶/۴۴		۱/۹۲	۱۴/۳۴	
	بهره‌گیری از تبلیغات محصولات برای تبلیغ اثر معماری	۸/۰۳	۳/۴۱	۲۷/۳۸		۱/۹۲	۱۵/۴۲	
برقراری روابط مناسب بین شهر و اثر معماری	حذف مرزهای جداکننده و تلفیق با شهر برای افزایش حس پذیرش و دعوت‌کنندگی	۸/۷۱	۲/۶۱	۲۲/۷۳	۲۶/۲۹	۲/۲۵	۱۹/۶۰	۱۷/۱۶
	ایجاد پیوند مناسب با شریان‌های حرکت سواره و پیاده پیرامون	۸/۳۱	۳/۷۰	۳۰/۷۵		۱/۶۰	۱۳/۳۰	
	پیشبینی مراکز خرده‌فروشی، رستوران و زندگی شبانه و کارکردهای دارای کمبود در محل	۸/۷۸	۳/۴۹	۳۰/۶۴		۲/۲۰	۱۹/۳۲	
	ایجاد انعطاف در تغییر کاربری فضاها برای هماهنگی با تغییرات پیرامون	۸/۰۹	۲/۶۰	۲۱/۰۳		۲/۰۳	۱۶/۴۲	
عوامل داخلی-شاخصه های درونی و عملکردی								
نوآوری و جذابیت فرم و حجم و مواد	استفاده از فرم‌ها و عناصر بدیع و مواد و مصالح و تکنولوژی‌های جدید	۸/۰۸	۳/۵۵	۲۸/۶۸	۲۵/۰۸	۲/۲۰	۱۷/۷۸	۱۶/۰۷
	ایجاد فرم بر اساس ویژگی‌های محیطی	۸/۱۲	۲/۳۶	۱۹/۱۶		۱/۸۲	۱۴/۷۸	
	پوشاندن زشتی‌های محیطی و کاربری‌های خدماتی مرتبط	۷/۹۴	۳/۴۵	۲۷/۳۹		۱/۹۷	۱۵/۶۴	
معماری برای خلق خاطره‌ای ماندگار	ایجاد خاطره ماندگار و تهییج احساسات از طریق یادآوری خاطرات محیط	۸/۶۳	۲/۵۶	۲۲/۰۹	۱۷/۸۴	۱/۶۷	۱۴/۴۱	۱۲/۳۱
	وجود شعار، تم یا داستان برای ایجاد خاطره	۷/۵۰	۱/۸۱	۱۳/۵۸		۱/۳۶	۱۰/۲۰	
کیفیت و کمیت فعالیت‌ها و فضاها	سیالیت و آزادی فعالیت‌ها فضا (بنا به عنوان بستر بروز رخدادها)	۷/۸۶	۳/۳۶	۲۶/۴۱	۲۶/۳۵	۱/۷۸	۱۳/۹۹	۱۵/۲۲
	خوانایی فعالیت برنامه‌ریزی‌شده برای فضا در کنار تنوع خدمات جانبی	۸/۴۶	۲/۸۴	۲۴/۰۳		۱/۹۴	۱۶/۴۱	
	پیشبینی رویدادهای جاذب افراد مختلف بر اساس فرهنگ و باورهای مخاطبین	۸/۳۶	۲/۶۴	۲۲/۰۷		۱/۷۹	۱۴/۹۶	
	ارتقای کیفیت مفصل ارتباطی و فضای واصل میان کارکردهای عمومی و فضای خصوصی	۷/۷۲	۳/۸۵	۲۹/۷۲		۲/۰۰	۱۵/۴۴	
آسایش و رفاه حداکثری بهره‌برداران	ارایه خدمات متنوع برای سلایق مختلف با هدف ایجاد و جذب مخاطبین بیشتر	۸/۰۹	۳/۶۵	۲۹/۵۳	۳۰/۱۰	۱/۸۹	۱۵/۲۹	۱۵/۲۱
	تحقق آسایش و رفاه مازاد بر رفع نیاز اولیه مشتری	۸/۴۰	۳/۶۵	۳۰/۶۶		۱/۸۰	۱۵/۱۲	
شفافیت فضاها و آزادی در انتخاب	حذف عناصر جداکننده و تبدیل آن به عامل برقراری ارتباط	۷/۴۷	۱/۹۶	۱۴/۶۶	۲۱/۳۴	۱/۶۵	۱۲/۳۳	۱۳/۱۱
	شفافیت فضا و امکان ادارک و انتخاب همزمان چندین فضا و عملکرد	۸/۱۲	۳/۴۵	۲۸/۰۱		۱/۷۱	۱۳/۸۹	



شکل ۲) نقشه رستری روند تغییرات قیمت‌های خرید و فروش آپارتمان در محدوده مطالعه

قیمت خرید و فروش املاک در محدوده پیرامون از سامانه اطلاعات بازار املاک ایران (سابا)، سایت رسمی وزارت راه و شهرسازی جمهوری اسلامی ایران و آگهی‌های خرید و فروش املاک روزنامه خراسان استخراج شد؛ اطلاعات به‌دست‌آمده، بر مبنای قیمت هر متر مربع آپارتمان در سه بازه زمانی در محیط نرم‌افزار آرک-جی‌ای‌اس (Arc- GIS) پیاده‌سازی شد و برای دستیابی به قیمت واقعی محدوده و کاهش خطای ناشی از اظهار قیمت‌های نادرست، ابتدا قیمت معاملات املاک در ۳ ماه و در سه بازه زمانی شروع دوره مطالعه در سه ماهه سوم سال ۱۳۹۱، زمان بهره‌برداری از دو اثر معماری در سه ماهه اول سال ۱۳۹۵ و پایان دوره مطالعه در سه ماهه آخر سال ۱۳۹۷، در نقشه‌ها پیاده‌سازی و سپس میانگین داده‌ها، مبنای تحلیل قرار گرفت. برای تحلیل گرافیکی و مشاهده روند تغییرات قیمت در هر دوره، نقشه‌های رستری (Raster) که بعد سوم آن‌ها قیمت خرید و فروش املاک است با روش درون‌یابی، ابزار کریگینگ (Kriging) بر پایه مدل‌ها و روابط آماری برای ایجاد یک سطح بسیار دقیق (که نقاط مجهول بر اساس نقاط معلوم مجاور تعیین می‌شود)، تهیه شد و به منظور امکان تحلیل روند تغییرات قیمت واحدهای آپارتمانی، در ۴ درجه، از بالاترین قیمت به رنگ سفید تا پایین‌ترین قیمت با رنگ سیاه ساده‌سازی شد.

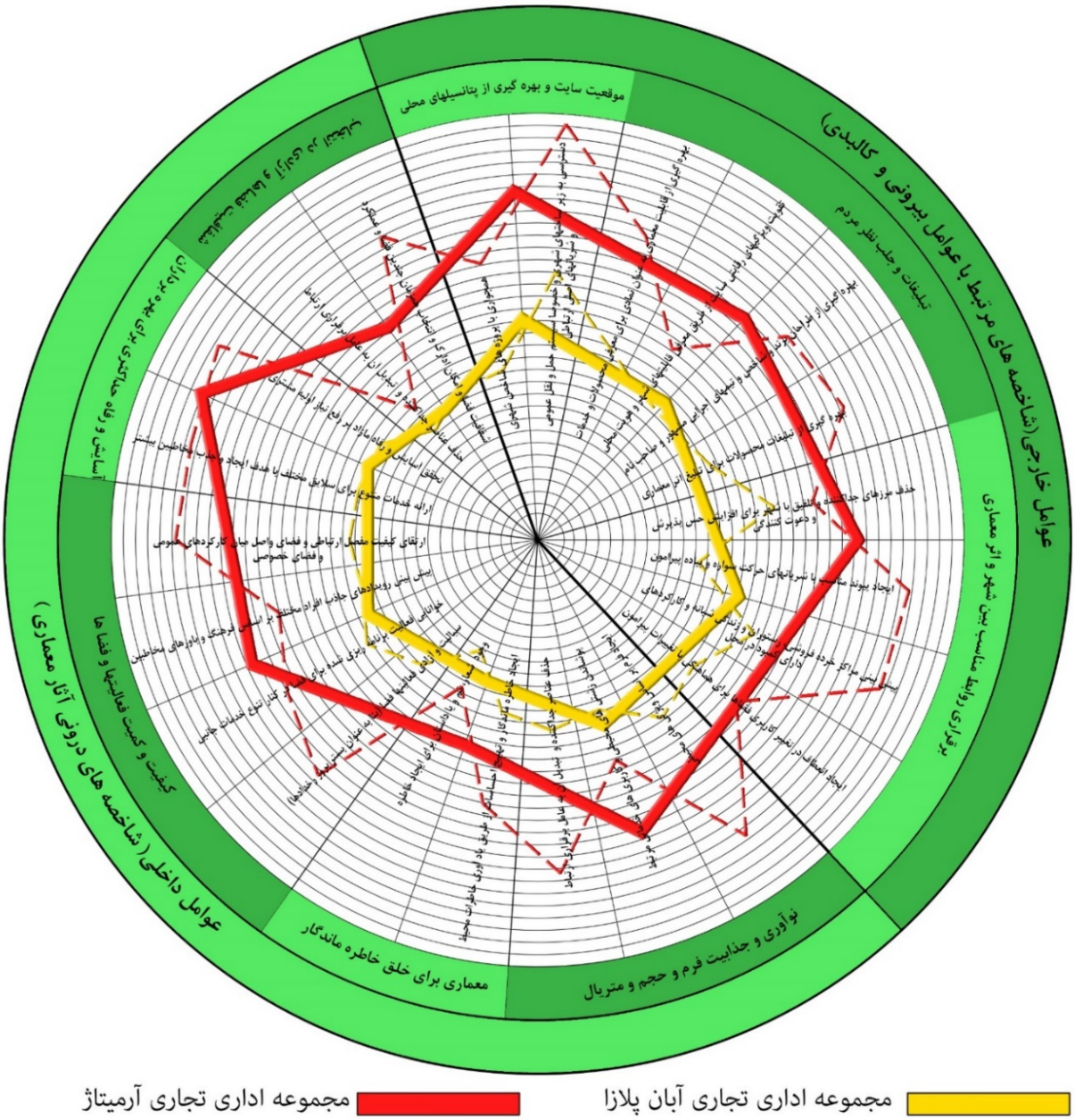
یافته‌ها

برای بررسی همبستگی میان کیفیت‌های معماری و تاثیرات اقتصادی دو اثر معماری از مقایسه نمودارها استفاده شد؛ نتایج حاصل از پرسش‌نامه‌ها به صورت نمودار عنکبوتی در شکل ۳ نمایش داده شد که میزان بهره‌مندی دو اثر معماری از ویژگی‌های کمی و کیفی ارزیابی‌شده را به صورت مقایسه‌ای بیان می‌دارد:

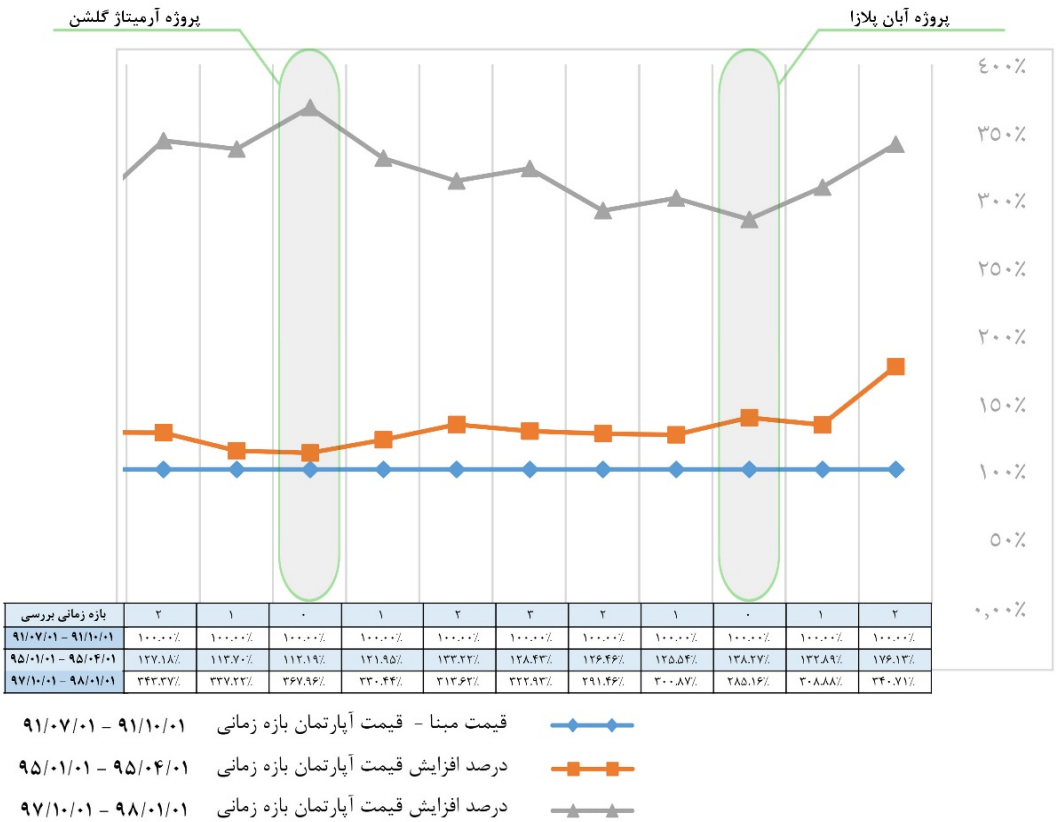
برای بررسی مقایسه‌ای، نمودار شکل ۴ بر مبنای تقسیم فاصله میان دو اثر معماری نمایش داده شده در نقشه شکل ۲، به ۵ بخش مساوی و امتداد این تقسیم‌بندی در محدوده پیرامون ترسیم شد؛ متوسط قیمت در بازه زمانی شروع مطالعه در هر سلول به عنوان قیمت پایه در نظر گرفته و درصد افزایش قیمت در دو بازه زمانی دیگر نسبت به آن در نمودار نمایش داده شد؛ میانگین اعمال‌شده برای هر سلول در آزمون انحراف معیار داده‌ها نسبت به میانگین ارزیابی شد که ۹۵/۷۷% داده‌ها در فاصله اطمینان قرار داشت و نرمال‌بودن میانگین اعمال شده در نمودار مورد تایید قرار گرفت.

بر اساس بررسی مقایسه‌ای نمودارها مشخص می‌شود که در ابتدای دوره مطالعه، محدوده پیرامون هر دو پروژه از مقبولیت مناسبی برخوردارند و حداکثر ارزش فروش واحدهای آپارتمانی را به خود اختصاص داده‌اند ولی پس از گذشت چند سال از بهره‌برداری از این دو اثر معماری، روند قیمت‌های خرید و فروش در مجاورت هر کدام از این دو اثر از الگویی متفاوتی پیروی نموده است که بر اساس روش تفاوت در تفاوت‌ها می‌توان آن را نتیجه کیفیت‌ها و ویژگی‌های مختلف دو پروژه معماری در نظر گرفت. متوسط رشد قیمت املاک در انتهای بازه زمانی مطالعه برای کل محدوده نسبت به سال مبنا، برابر ۳۱۷% بود که متاثر از تورم و سایر موضوعات اقتصادی است و به‌دلیل ثابت‌بودن نقش و کارکرد محدوده و زیرساخت‌های شهری، انتظار اولیه آن است که این افزایش قیمت به صورت یکسان در کل محدوده اعمال شود ولی واحدهای آپارتمانی پیرامون پروژه آرمیتاژ حدود ۵۱% بیشتر از این میزان متوسط، افزایش قیمت را تجربه کردند و این تاثیر تا فاصله حدود ۲۵۰متر از آن نیز مشاهده می‌شود؛ ولی معابر اصلی محدودکننده این تاثیر هستند. محدوده پیرامون پروژه آبان پلازا از متوسط رشد قیمت محدوده عقب مانده و میزان افزایش قیمت در پیرامون آن نسبت به سال مبنا در حدود ۲۸۵% یعنی ۳۲% کمتر بود؛ این تفاوت در ایجاد تاثیرات اقتصادی، همبستگی کاملی با روند موجود در نمودار شکل ۳ که بیانگر میزان بهره‌مندی هر کدام از این دو اثر از ویژگی‌های کمی و کیفی معماری ارزیابی شده است را داشت؛

متوسط بهره‌مندی پروژه آبان پلازا از این ویژگی‌ها برابر ۳۸/۷۶% بود و در مقابل پروژه آرمیتاژ به میزان ۶۲/۹۱% یعنی حدود ۲۴% بیشتر از این ویژگی‌ها برخوردار شده است و به همین ترتیب محدوده پیرامون پروژه آرمیتاژ، افزایش قیمتی به میزان ۳۰% بیشتر نسبت به افزایش قیمت محدوده پروژه آبان پلازا را تجربه نمود که بیانگر وجود رابطه‌ای مستقیم میان بهره‌مندی اثر معماری از ویژگی‌های کمی و کیفی ارزیابی شده و ایجاد رونق اقتصادی در محدوده پیرامون آن‌ها بود.



شکل ۳) نمودار عنکبوتی میزان بهره‌مندی دو اثر معماری از ویژگی‌های کیفی و کمی ارزیابی شده



بازه زمانی بررسی	۲	۱	۰	۱	۲	۳	۲	۱	۰	۱	۲
۹۱/۰۷/۰۱ - ۹۱/۱۰/۰۱	۱۰۰.۰۰٪	۱۰۰.۰۰٪	۱۰۰.۰۰٪	۱۰۰.۰۰٪	۱۰۰.۰۰٪	۱۰۰.۰۰٪	۱۰۰.۰۰٪	۱۰۰.۰۰٪	۱۰۰.۰۰٪	۱۰۰.۰۰٪	۱۰۰.۰۰٪
۹۵/۰۱/۰۱ - ۹۵/۰۴/۰۱	۱۲۷.۱۸٪	۱۱۳.۷۰٪	۱۱۲.۱۹٪	۱۲۱.۹۵٪	۱۳۳.۲۲٪	۱۲۸.۴۳٪	۱۲۶.۴۶٪	۱۲۵.۵۴٪	۱۳۸.۲۷٪	۱۳۲.۸۹٪	۱۷۶.۱۳٪
۹۷/۱۰/۰۱ - ۹۸/۰۱/۰۱	۳۴۳.۳۷٪	۳۳۷.۲۲٪	۳۶۷.۹۶٪	۳۳۰.۴۴٪	۳۱۳.۶۲٪	۳۲۲.۹۳٪	۲۹۱.۴۶٪	۳۰۰.۸۷٪	۲۸۵.۱۶٪	۳۰۸.۸۸٪	۳۴۰.۷۱٪

شکل ۴) نمودار درصد تغییرات قیمت واحدهای آپارتمانی نسبت به قیمت پایه در زمان شروع مطالعه

بحث

این مقاله با هدف تبیین رابطه میان کیفیت‌های مختلف معماری در آثار بزرگ‌مقیاس تجاری در ایجاد رشد اقتصادی، مبتنی بر مطالعات کمی و آمار و اطلاعات قابل استخراج برای دو پروژه معماری واقع در منطقه ۹ شهر مشهد انجام پذیرفت. هر چند در پژوهش‌های مختلفی تاثیر پروژه‌های شاخص و برند در شکل‌دهی توسعه پایدار اجتماعی [Anabestani, 2017] و توسعه شهری [Anabestani *et al.*, 2013] و همچنین ارتقای اقتصاد محلی [Noori & Rafieian, 2016] مورد توجه قرار گرفته است ولی در بررسی انجام‌شده، پژوهشی در خصوص تاثیر کیفیت‌ها و ویژگی‌های این قبیل آثار در میزان و چگونگی ایجاد توسعه‌های یادشده انجام نپذیرفته است و اهمیت موضوع زمانی بیشتر آشکار می‌شود که در ادبیات موضوع به پروژه‌های معماری بزرگ‌مقیاس که به اهداف اقتصادی مورد نظر نائل نشده‌اند [Cosme, 2017]، برمی‌خوریم و علت را باید در عوامل موثر در شکل‌گیری آن‌ها جست‌وجو نمود. در این پژوهش تلاش شده است در مورد دو پروژه معماری با کاربری تجاری، رابطه میان میزان پویایی اقتصادی ایجادشده در محدوده پیرامون، بر اساس تغییرات ارزش خرید و فروش واحدهای آپارتمانی، با ویژگی‌های کمی و کیفی موثر در شکل‌گیری اثر معماری بر اساس ۲۳ مفهوم اصلی اقتباس شده از ابزار "شاخص کیفیت طراحی" مورد بررسی قرار گیرد. نتایج حاصل بیانگر آن بودند که بهره‌مندی بیشتر پروژه آرمیتاژ گلشن به میزان ۲۴% از مفاهیم اصلی یادشده سبب افزایش قیمتی به میزان ۳۰% در ارزش خرید و فروش واحدهای آپارتمانی در وسعتی به شعاع ۵۰متر شده است و این تاثیر تا حدود ۲۵۰متر از اثر نیز امتداد دارد؛ این نتایج با تحقیقات مشابه [Ahlfeldt & Maennig, 2010; Ahlfeldt & Mastro, 2012; Ahlfeldt & Kavetsos, 2014] همخوانی دارد، هر چند در پژوهش‌های یادشده صرفاً یکی از ویژگی‌های اثر معماری مورد سنجش قرار گرفته است ولی در این پژوهش میزان بهره‌مندی دو اثر معماری از هر کدام از ۲۳ مفهوم اصلی نسبت به یکدیگر نیز مورد سنجش قرار گرفته است که بر این اساس، برقراری ارتباط مناسب با شهر و دسترسی به زیرساخت‌های شهری و خصوصاً سیستم حمل و نقل عمومی و شریان‌های ارتباطی بیشترین تاثیر را دارد و پس از آن پیشبینی مراکز خرده‌فروشی، رستوران و زندگی شبانه و کارکردهای دارای کمبود در محل از منظر پرسش‌شوندگان در موفقیت اقتصادی اثر معماری مهم ارزیابی شده است. ولی در تحقیقات مشابه، مهمترین ویژگی اثر معماری که می تواند نقش موثری در ایجاد پویایی اقتصادی داشته باشد، وجود موضوع محوری (theme-o-centric) بیان گردیده است. این موضوع محوری ممکن است مرتبط با یک ورزش، واقعه تاریخی، یک اقدام تفریحی و یا یک سرگرمی مشهور [Hannigan, 1998] یا حتی برگرفته از یک برندی مشهور و متفاوت [Klingmann, 2015] باشد.

با وجود آنکه پروژه آرمیتاژ ۳۰% در بهره‌مندی از این مفهوم موفق‌تر از پروژه آبان پلازا ارزیابی شده است ولی در بررسی کلی این مفهوم

اهمیت کمتری نسبت به سایر مفاهیم را به خود اختصاص داده است که با توجه به کمبود پروژه‌های مشابه در محدوده پیرامون قلمرو مطالعه قابل توجیه است زیرا تعدد انتخاب در محدوده وجود ندارد، در صورتی که اگر موارد متنوعی از کاربری‌های تجاری وجود داشت، آنگاه اهمیت وجود برند یا "موضوع محوری" به عنوان عاملی مهم برای ایجاد جذابیت و تغییر در انتخاب مخاطبین ایفای نقش می‌نمود و این تفاوت بیانگر اهمیت نیاز به بومی‌سازی پژوهش‌های بین‌المللی انجام‌شده در خصوص تاثیرات اقتصادی پروژه‌های معماری بر اساس واقعیت‌ها و ویژگی‌های منحصربفرد کشور ایران است؛ ولی در بررسی‌های انجام‌شده، تحقیق مشابهی در این خصوص یافت نشد و این پژوهش در این عرصه پیش‌قدم است.

در این تحقیق، صرفاً از تغییرات قیمت املاک پیرامون به عنوان شاخصه‌ای برای سنجش پویایی اقتصادی استفاده شد که در تحقیقات مشابه متعدد، به عنوان ابزاری پایا و روا مورد بهره‌برداری قرار گرفته است ولی برای شناخت دقیق‌تر نیاز به دسترسی به آمارهای جمعیتی و تحلیل‌های اقتصاد خرد و کلان و بررسی تعداد بیشتری از پروژه‌های معماری است تا بتوان به نتایج کلی و جامع و قابل تعمیم دست یافت. موضوع ارتباط معماری با ایجاد پویایی اقتصادی یا کارکردهای اقتصادی معماری، موضوعی است که با وجود اهمیت فراوان، هنوز وجوه نامشخص و مبهم متعددی برای آن متصور است، این در حالی است که تحقیقات در این زمینه به خصوص در ایران اندک است. در این پژوهش تلاش شد تا با استفاده از تجارب حوزه اقتصاد شهری و تلفیق آن با ویژگی‌های کیفی و کمی آثار معماری به موضوع در حد توان و اطلاعات در دسترس پرداخته شود ولی گستردگی موارد و ارتباطات پیچیده موجود که منجر به پویایی اقتصاد می‌شود، نیازمند مطالعات بیشتر و گسترده‌تری است.

نتیجه‌گیری

افزایش بهره‌مندی از کیفیت‌های شناسایی‌شده در اثر معماری، سبب ایجاد مطلوبیت و رونق اقتصادی بیشتر در محدوده پیرامون و شهر می‌شود. بر این اساس موارد شناسایی‌شده می‌تواند راهنمایی برای اولویت‌گذاری در مراحل مختلف شکل‌گیری پروژه‌ها باشد و هزینه‌هایی که برای ایجاد کیفیت‌های مناسب‌تر ایجاد می‌شود در بلندمدت تاثیرات مناسبی هم در مقبولیت پروژه و هم در ایجاد پویایی برای شهر و محدوده پیرامون اثر معماری خواهد داشت.

تشکر و قدردانی: -

تاییدیه اخلاقی: در این پژوهش اصول و ضوابط اخلاق علمی همچون امانتداری، رازداری، صداقت و غیره مورد توجه نویسندگان قرار گرفته است.

تعارض منافع: این مقاله مستخرج از رساله دکتری *مهدی شفیعا* در دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد با عنوان نقش آثار معماری در توسعه اقتصاد شهری-تدوین اصول و راهبردها به منظور بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصادی معماری در توسعه شهر مشهد است که به راهنمایی اساتید دکتر *علیرضا رضوانی*، دکتر *محسن طبسی* و مشاوره دکتر *سید سعید ملک السادات* به انجام رسیده است. در این پژوهش هیچ تعارض منافعی وجود ندارد و هیچ کدام از نویسندگان نقشی در طراحی و اجرای نمونه‌های مورد بررسی در این پژوهش ندارند و هیچگونه کمک یا ارتباط مالی نیز از آن‌ها دریافت نشده است.

سهم نویسندگان: مهدی شفیعا (نویسنده اول)، نگارنده مقدمه/ پژوهشگر اصلی/ نگارنده بحث (۴۵%)؛ علیرضا رضوانی (نویسنده دوم)، روش‌شناس/ پژوهشگر کمکی/ تحلیلگر آماری (۴۰%)؛ محسن طبسی (نویسنده سوم)، پژوهشگر کمکی/ تحلیلگر آماری (۵%)؛ سیدسعید ملک‌السادات (نویسنده چهارم)، پژوهشگر کمکی/ تحلیلگر آماری (۱۰%)

منابع مالی: -

منابع

-Ahlfeldt GM, Kavetsos G (2014). Form or function? The impact of new sports stadia on property prices in London. Journal of the Royal Statistical Society. 177(1):169-190.

-Ahlfeldt G, Maennig W (2010). Stadium Architecture and Urban development from the perspective of urban economics. International Journal of Urban and Regional Research. 34(3):629-646.

-Ahlfeldt G, Mastro A (2012). Valuing Iconic Design: Frank Lloyd Wright Architecture in Oak Park, Illinois. Housing Studies. 27(8):1079-1099.

-Anabestani Z (2017). Foresight social impacts caused by the presence urban mega-projects (case study: Padideh Tourism Complex of Shandiz). Geographical Research. 32(3):129-151. [Persian]

-Anabestani AA, Ziari Y, Anabestani Z (2013). Effects of Padideh Tourism Company on the Urban Development in Shandiz. Tourism Planning and Development. 2(5):158-182. [Persian]

-Campbell J, Cocco J (2007). How do house prices affect consumption? Evidence from micro data. Journal of Monetary Economics. 54(3):591-621.

-Chui L, Chau K (2005). An empirical study of the relationship between economic growth, real estate prices and real estate investments in Hong Kong. Surveying and Built Environment. 16(2):19-32.

-Cosme O (2017). The guggenheim effect pride and prejudices. Green European Journal. 16: 112-118.

-Florida R (2003). Cities and the creative class. City & community. 2(1):3-19.

-Gann D, Salter M, Whyte J (2003). Design quality indicator as a tool for thinking. Building Research & Information. 31(5):318-333.

-Hannigan J (1998). Fantasy City: pleasure and profit in the postmodern metropolis. London: Routledge.

-Jim CY, Chen WY (2009). Value of scenic view: hedonic assessment of private housing in Hong Kong. Landscape and Urban Planning. 91(4):226-234.

-Kheyroddin R, Omidi Bahremand M (2017). The impact of urban mega project on housing price in adjacent neighborhoods (case study Sadr multi layered highway, Tehran). Journal of Urban Economics and Management. 5:14-30. [Persian]

-Klingmann A (2015). Brandscapes architecture in the experience economy. The MIT press.

-Matlabi GH, Heydari S, Shirmohammadi S (2015). Reading of the role of branding on the competitiveness of urban architecture in world cities. Urban Management. 14(40):177-206. [Persian]

-Nadimi H (2010). An analysis of the evaluation of architectural designs. SOFFEH. 20(50):5-19. [Persian]

-Sedaghati A, Nouriyan F (2016). Utilizing hedonic price method in valuing residential properties case study: baghe saba neighborhood in district 7 of Tehran. Geography and Territorial Spatial Arrangement. 6(21):171-186. [Persian]
-Shafia M, Rezvani A, Tabasi M, Malek-o-sadati S (2021). An analysis and evaluation of the impact of large-scale architectural projects on the city's economic development, based on the hedonic analysis and difference in differences method; the case of Mashhad's District 9. SOFFEH. 31(4):63-80. [Persian]
-Sholeh M, Lotfi S, Kian F (2017). Application of 'place design quality indicator' (PDQI) method in the comparative assessment of historic and cultural urban spaces case study: two historic-cultural places in historic urban fabric of Shiraz. Journal of Architecture and Urban Planning. 10(19):113-132. [Persian]
-Spellerberg I, Fogel D, Fredericks S, Butler H, Lisa M (2010). The berkshire encyclopedia of sustainability, measurements, indicators and research methods for sustainability. Berkshire Publishing Group LLC.
-Wooldridge J (2013). Introductory econometrics: a modern approach. South-Western, Cengage Learning.
-Noori Sh, Rafieian M (2016). Assessing the impacts of urban megaprojects on local economy: the case of the Persian Gulf Martyrs Lake, Tehran. SOFFEH. 26(2):105-122. [Persian]
-Piatkowska K (2012). Economy and architecture, the role of architecture in process of building the economic potential of space. Humanities and Social Sciences Review. 1:549-555.
-Pena WM, Parshall SA (2012). Problem seeking: an architectural programming primer. Hoboken: Wiley.
-Rezvani A (2015). Compilation of a physical-spatial perspective statement of Mashhad city in a strategic document in the field of architecture and urban planning of pilgrimage plan. 7th National Conference on Urban Planning and Management with emphasis on urban development strategies. Tehran: CIVILICA. [Persian]
-Rosen S (1974). Hedonic prices and implicit markets: product differentiation in pure competition. Journal of political economy. 82:34-55.
-Sarkheyli E, Rafieian M, Taghvaie A (2018). Sustainability paradox in urban megaprojects: sustainability assessment of large scale projects in Mashhad. Geography and Urban Space Development. 4(2):25-41. [Persian]